

MODUL MATA KULIAH

MANAJEMEN MEDIA MASSA



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA

DOSEN : EMA KUSUMA, M.I.KOM

Pengertian Manajemen Media Massa

MANAJEMEN

1. Pengertian Manajemen:

Manajemen Media Massa

Pokok bahasan Manajemen Media Massa.

Manajemen berasal dari kata Perancis Kuno,

Manajemen berarti sebuah pelaksanaan dan pengaturan.

- Saat ini, arti manajemen belum memiliki definisi yang pasti secara universal, sehingga pengertiannya dari para ahli memiliki banyak perbedaan.
- Mary Parker Follet mendefinisikan manajemen sebagai seni untuk menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain.
- Maksudnya : bahwa pada kenyataannya para manajer mencapai suatu tujuan organisasi dengan cara mengatur orang-orang lain untuk melaksanakan apa saja yang diperlukan dalam pekerjaan tersebut. Bukan dengan cara melaksanakan pekerjaannya oleh dirinya sendiri.
- George R. Terry mendefinisikan manajemen adalah: suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok mengarah ke tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata.
- Manajemen merupakan sebuah proses yang khas, yang terdiri dari tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lain.

Konsep manajemen

Bersifat universal yakni menggunakan ilmu pengetahuan yang sistematis mencakup kaidah-kaidah

prinsip yang cenderung benar dalam semua situasi manajerial.

- Seperti aneka aktivitas organisasi dalam mencapai tujuan mewujudkan efisiensi dan efektivitas organisasinya.
- Secara umum manajemen juga dipandang sebagai sebuah disiplin ilmu yang mengajarkan tentang proses untuk memperoleh tujuan organisasi melalui upaya bersama dengan sejumlah orang atau sumber milik organisasi.

Dari segi karakteristik, Manajemen di-bedakan dalam 3 bentuk yaitu :

- a) Proses dari aktivitas yang berkelanjutan dan berhubungan
- b) Konsentrasi untuk mendapatkan tujuan organisasi.
- c) Untuk mendapatkan hasil tersebut caranya bekerjasama dengan sejumlah orang dan memanfaatkan sumber-sumber yang dimiliki organisasi.

Ditinjau dari literaturnya, istilah manajemen mengandung tiga pengertian yaitu :

- a. Manajemen sebagai suatu proses
Pelaksanaan suatu tujuan tertentu diselenggarakan dan diawasi (*Encyclopedia of the Social Science*) Manajemen adalah fungsi untuk mencapai sesuatu melalui kegiatan orang lain dan mengawasi usaha-usaha individu untuk mencapai tujuan yang sama.
- b. Manajemen sebagai kolektivitas orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen.
Segenap orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen dalam suatu badan tertentu disebut manajemen.
- c. Manajemen sebagai suatu seni (*art*) dan sebagai suatu ilmu pengetahuan (*Science*).
Mengenai ini pun sesungguhnya belum ada keseragaman pendapat.

TEORI DAN MODEL KOMUNIKASI MASSA

Teori komunikasi massa yang kita bahas disini bernuansa teori efek media (*theories of media effects*)

- a. Teori peluru 1950, merupakan konsep awal efek komunikasi massa yang kemudian tahun 1970 dinamakan *hypodermic needle theory*. Media memiliki kekuatan yang sangat perkasa, dan komunikasi dianggap pasif. Komunikator dapat menembakkan peluru komunikasi yang begitu ajaib kepada khalayak yang tidak berdaya (pasif).
- b. Teori Difusi Inovasi
Model difusi inovasi akhir-akhir ini banyak digunakan pendekatan dalam komunikasi pembangunan. Everett M. Rogers mendefinisikan difusi sebagai proses dimana suatu **inovasi, dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam waktu tertentu** di antara para **anggota suatu sistem sosial**
Teori difusi inovasi dalam prosesnya ada 4 tahap :
 1. Pengetahuan : kesadaran individu akan adanya inovasi dan pemahaman tertentu tentang bagaimana inovasi tersebut berfungsi
 2. Persuasi : Individu membentuk sikap setuju atau tidak setuju terhadap inovasi.

3. Keputusan: Individu melibatkan diri pada aktivitas yang mengarah pada pilihan untuk menerima atau menolak inovasi
4. Konfirmasi : individu mencari penguatan (dukungan) terhadap keputusan yang telah dibuatnya

c. Teori Kultivasi

MANAJEMEN MEDIA MASSA

a. Pengertian Media Menurut Istilah

Istilah umum terkait dengan komunikasi dan pendidikan ketika orang menyebut media, maka yang dimaksud adalah media massa, yakni media komunikasi massa, seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi.

Kita pun mengenal istilah "insan media", "awak media", atau "orang media". Yang dimaksud tak lain adalah wartawan atau "insan pers".

Menurut *Leksikon Komunikasi*, media massa adalah “sarana penyampai pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas, misalnya radio, televisi, dan surat kabar”.

b. PENGERTIAN MANAJEMEN MEDIAManajemen media sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana pengelolaan media dengan prinsip-prinsip dan seluruh proses manajemennya dilakukan, baik terhadap media sebagai industri yang bersifat komersial maupun sosial.Kajian manajemen media lekat dengan kajian manajmen komunikasi. Jia manajemen media yang berasal dari ranah manajemen omunikasi lebih didominasi oleh paradigma positivistik. dan paradigma krisis. Kajian manajemen media mendapatkan pengaruh dari studi media (*media studies*) .

- Studi media melihat bahwa media merupakan instrumen dari kekuatan ekonomi politik dimana beragam kepentingan mempengaruhi media, sehingga manajemen media bisa dilihat sebagai arena pertarungan beragam kepentingan yang melibatkan struktur dan agency. Secara lebih spesifik teori-teori manajemen dipergunakan untuk mengelola media.
- Karakteristik media sangat berpengaruh pada bagaimana media seharusnya dikelola. Manajemen media pada media cetak akan berbeda dengan media elektronika dan online.
- Media cetak dalam bentuk koran yang terbit setiap hari, dengan majalah yang terbit setiap minggu juga menuntut pengelolaan yang berbeda pula. Orientasi dan visi antara media yang berbeda juga berbeda.

Ditinjau dari perkembangan teknologinya, media massa dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu:

1. **Media Massa Modern**

- a. Media Massa modern adalah media massa yang menggunakan teknologi modern yaitu media massa cetak dan media massa elektronik
- b. Media massa cetak adalah media massa yang dalam menyampaikan informasinya terlebih dahulu harus dicetak menggunakan alat cetak. Media massa ini misalnya surat kabar, tabloid, majalah dll. Media massa elektronik adalah media massa yang dalam menyampaikan informasinya menggunakan jasa listrik. Tanpa adanya listrik, media massa ini tidak akan dapat berfungsi misalnya radio dan televisi

2. **Media Massa Tradisional**

- a. Media yang digunakan sebagai sarana penyampaian informasi pada jaman dulu, lebih banyak menggunakan *media massa tradisional* misalnya wayang, lawak, lenong, seni tradisional dll.
- b. Media, khususnya televisi merupakan sarana utama untuk belajar tentang masyarakat dan kultur kita. melalui kontak kita dengan televisi (media lain), kita belajar tentang orang-orangnya, nilai-nilainya serta adat kebiasaannya. Ditinjau dari perkembangan komunikasi massa, dimulai oleh pers kemudian disusul oleh film, sesudah itu radio dan selanjutnya televisi.
- c. Jenis Media massa merangkum pers dalam arti sempit yakni media cetak: surat kabar, majalah dan mingguan tabloid. Dalam arti luas pers meliputi juga radio dan televisi

C. PERKEMBANGAN MEDIA MASSA

- Perkembangan Media Massa di Indonesia mengalami pasang surut seiring perkembangan sistem politik dan ekonomi yang melingkupinya.
 - Masa Kolonialisme Belanda, media massa mengalami represi yang ketat dari pemerintah kolonial Belanda.
 - Masa Jepang : Adanya pembatasan. Manajemen media sebagai saran propaganda politik peperangannya.

Dimana pada saat itu, berita-berita kemenangan jepang di medan pertempuran pasifik diputar dan rangkaian seluloid yang di proyeksikan ke layar lebar. bahkan, "berita kemenangan" tetap menjadi sajian.

- Masa Revolusi Kemerdekaan: Berperan besar dalam memberitakan dan mempertahankan kemerdekaan. Media menjadi acuan semangat nasionalisme dan patriotisme. Dengan kata lain, Berita yang disebarakan berperan besar dalam menggerakkan jiwa para pemuda dalam mempertahankan kemerdekaan dan mengenai "Indonesia Merdeka".

- Masa Orde Lama: media dalam rangka kepentingan politik dari partai politik. Media dikelola dengan berdasarkan visi dan misi yang erat dengan partai politik tertentu.
- Masa Orde Baru: Pembatasan kebebasan politik berimplikasi pada industri media. Dimana Partai politik bagi penguasa orde baru: Golkar, PPP (Partai Persatuan Pembangunan), PDI (Partai Demokrasi Indonesia. Demokrasi pada saat itu sesungguhnya sebagai demokrasi semu, karena “media berpihak pada pemerintah”. Setidaknya media tidak melancarkan kritik pada pemerintah pada pemerintah Orde Baru. Media massa memiliki kedekatan ideologis dengan partai politik tertentu, yaitu sensor ketat melalui peraturan menteri penerangan (pada saat itu Harmoko) yang disebut sebagai Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP).
- Mei 1998, mengubah landasan media massa Indonesia “Media Demokratis”. Media massa dituntut untuk dikelola dengan menggunakan prinsip manajemen media yang profesional. Tidak ada lagi pencabutan SIUP seperti di masa Orde Baru yaitu: pencabutan SIUP pada Majalah Tempo, Tabloid Detik dan Tabloid Editor.

D. JENIS DAN FUNGSI MEDIA MASSA

Jenis-Jenis Media Massa

- Media Cetak** (Printed Media): Surat kabar, Tabloid, Majalah.
- Media Elektronik** (Electronic Media): Radio, Televisi, Film/Video
- Media Siber** (Cyber Media): Website, Portal Berita, Blog, Media Sosial.

Untuk berkomunikasi melalui media massa (komunikasi massa), keahlian atau keterampilan (skills) yang harus dimiliki antara lain menulis (writing skill), jurnalistik, broadcasting/announcing skills, editing, bahasa jurnalistik (bahasa media), dan editing foto, audio, dan video. Wasalam. (www.romelteamedia.com).*

Berdasarkan ketentuan pasal 33 UU No. 40 tahun 1999 tentang pers, fungsi pers adalah sebagai media informasi, pendidikan, hiburan dan kontrol sosial. Sementara itu Pasal 6 UU Pers nasional melaksanakan peranan sebagai berikut ;

Segolongan orang menyebutkan bahwa manajemen adalah seni. Sedangkan yang lainnya mengatakan manajemen adalah ilmu. Namun, sesungguhnya kedua pendapat itu mengandung kebenarannya

II. Unsur-Unsur dalam Manajemen

A. Unsur 6 M

Dalam sebuah perusahaan, manajemen sangat penting adanya. Meski demikian perlu adanya sarana atau alat yang digunakan untuk mencapai tujuan bersama dan biasa disebut 6M.

Unsur 6 M, yaitu :

1. *Men* (manusia), hal ini merujuk pada sumber daya manusia yang dimiliki. Karena manusia merupakan faktor terpenting dalam tujuan dan mencapai tujuan bersama.
2. *Money* (uang), ini juga bagian dari unsur utama yang tidak dapat diabaikan, karena uang menjadi tolak ukur seberapa besar nilai suatu perusahaan.
3. *Materials* merupakan sebuah wujud benda yang digunakan dalam proses pencapaian tujuan.
4. *Machines* (mesin) hampir sama dengan materials, namun mesin lebih memberi kemudahan dalam segala hal, mampu bekerja maksimal melebihi kekuatan manusia, dan manusia hanya bertugas mengendalikannya.
5. *. Method dan Markets*.
Dua jenis ini juga sangat penting dalam sebuah perusahaan, terlebih *markets* (pasar), tanpa adanya pasar, perusahaan tidak akan berfungsi selayaknya sebuah perusahaan pada umumnya. Karena pasar merupakan suatu tempat bagi perusahaan untuk menyebarkan produknya.

Dari 6 M yang telah disebutkan di atas ,terlihat jelas jika semua unsur harus saling melengkapi. Dijadikan menjadi sebuah satu kesatuan yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai sesuatu sesuai yang diharapkan.

- Manajemen merupakan “seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain.”
- Artinya : Para manajer dalam mencapai tujuan-tujuan perusahaan, organisasi mempunyai engeturan terhadap orang lain, tidak melakukan tugas-tugasnya sendiri.

B. Manajemen sebagai Seni

- Manajemen sebagai seni mengandung arti kemampuan atau keterampilan pribadi secara sistimatis untuk melakukan pekerjaan.
- Menurut George R. Terry (1986), manajemen merupakan sebuah proses yang khas, yang terdiri dari tindakan-tindakan: perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan, dan pengawasan, yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber-sumber lain.
- Sumber-sumber daya dasar dikelola oleh fungsi-fungsi dasar manajemen yaitu *POAC (Planning, Organizing, Actuating dan Controlling)* agar sasaran-sasaran yang ditetapkan dapat dicapai.

Empat fungsi manajemen adalah merupakan bagian-bagian atau alat-alat seorang manajer dalam pekerjaan manajemen. Sekaligus merupakan pula ciri-ciri pokok yang membedakan seorang manajer dengan seorang non manajer. Konsepsi- konsepsi mengenai fungsi manajemen dan sekaligus aktifitas – aktifitas penting dari setiap fungsi manajemen yang lebih jelas dipahami

1. *Planning* (perencanaan) :

Perencanaan adalah tindakan menentukan sasaran-sasaran dan arah tindakan yang akan diikuti. Perencanaan berarti pemilihan penetapan tujuan, penentuan strategi, kebijakan, program, proyek, prosedur, system, metode, anggaran termasuk standar yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan. Kesemuanya terlibat dalam rangka pembuatan keputusan. Rencana dibutuhkan oleh suatu organisasi dalam menetapkan tujuan prosedur kebijakan untuk mencapai tujuan dengan dukungan sumber-sumber daya yang diperlukan.

Organizing (pengorganisasian):

Yang penting dalam fungsi pengorganisasian adalah proses penetapan tujuan organisasi terlebih dahulu sebagai arah pembuatan keputusan. Nilai orientasi dan gambaran kondisi-kondisi yang diinginkan mengenai tujuan dan sasarannya sangat penting dilandasi oleh misi dan tujuan organisasi.

Misi mengandung maksud khas organisasi yang membedakannya dengan organisasi lain dengan mengidentifikasi ruang lingkup operasi produk dan pasar.

- Penentuan sumber daya dan kegiatan yang dibutuhkan, menyusun organisasi atau kelompok kerja, penugasan wewenang dan tanggung jawab serta koordinasi.
- Fungsi pengorganisasian yang utama lainnya adalah meliputi empat unsur yakni: penentuan sumber daya-sumber daya dan kekuatan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi, perancangan dan pengembangan organisasi serta kelompok kerja ke arah tujuannya, penugasan tanggungjawab dan pendelegasian wewenang.
- Konsep tujuan organisasi meliputi lima aspek :
- Tujuan kemasyarakatan: memproduksi barang dan jasa, mempertahankan pesanan, mengembangkan dan memelihara nilai-nilai budaya yang kesemuanya untuk memenuhi kebutuhan manusia.
- Tujuan keluaran (output goals) menyangkut fungsi-fungsi perusahaan: barang-barang konsumen, jasa-jasa bisnis, pemeliharaan kesehatan, pendidikan dan sebagainya.

2. *Actuating* (menggerakkan).

- Fungsi penggerak ini juga disebut pengarah (*leading*) untuk menentukan, memimpin dan mendorong tugas dan prestasi para karyawan dalam disiplin.

Fungsi *Leading* ini sering diartikan juga dengan *directing*, *motivating*, di samping *actuating*

3. *Controlling* (pengawasan) :

- Fungsi – fungsi proses manajemen perencanaan, pengorganisasian, dan penggerakkan itu tidak akan efektif tanpa fungsi pengawasan (*Controlling*) yang kadang-kadang juga diistilahkan pengendalian terutama menyangkut perencanaan/rencana-rencana sebagai standar pengawasan.
- Pengawasan adalah penemuan dan penerapan cara-cara standar untuk menjamin bahwa rencana telah dilaksanakan.
- Pengawasan ada 2 :
- Pengawasan positif : untuk mengetahui apakah tujuan organisasi dicapai dengan dengan efisien dan efektif.
- Pengawasan negative berusaha untuk menjamin bahwa penyimpangan tidak terjadi atau terulang kembali.
- Keempat fungsi manajemen adalah elemen-elemen dasar yang akan selalu ada dan melekat di dalam proses manajemen yang akan dijadikan acuan oleh manajer dalam melaksanakan kegiatan untuk melaksanakan suatu kegiatan untuk mencapai tujuan.
- Fungsi manajemen pertama kali diperkenalkan oleh seorang industrialis Perancis bernama Henry Fayol pada awal abad ke – 20 ketika itu, ia menyebut lima fungsi manajemen, yaitu : merancang, mengorganisir, memerintah, mengordinasi, dan mengendalikan. Namun, saat ini, kelima fungsi tersebut telah di ringkas menjadi empat.
-

C. Pelaksana aktivitas

- Manajer atau anggota manajemen yang terlibat dalam aktivitas secara menyeluruh dalam interaksi yang berbeda, yaitu konsep PIRO :
 - People (orang-orang)
 - Ideas (idea)
 - Resources (sumber-sumber daya)
 - Objectives (sasaran)
- Tetapi sumber daya yang terpenting bagi seorang manajer adalah manusianya. Dengan demikian manajemen adalah dengan melalui manusia dan untuk manusia.

JENIS DAN FUNGSI MEDIA MASSA

Jenis-Jenis Media Massa

- **Media Cetak** (Printed Media): Surat kabar, Tabloid, Majalah.
- **Media Elektronik** (Electronic Media): Radio, Televisi, Film/Video
- **Media Siber** (Cyber Media): Website, Portal Berita, Blog, Media Sosial.

Untuk berkomunikasi melalui media massa (komunikasi massa), keahlian atau keterampilan (skills) yang harus dimiliki antara lain menulis (writing skill), jurnalistik, broadcasting/announcing skills, editing, bahasa jurnalistik (bahasa media), dan editing foto, audio, dan video. Wasalam. (www.romelteamedia.com).*

Berdasarkan ketentuan pasal 33 UU No. 40 tahun 1999 tentang pers, fungsi pers adalah sebagai media informasi, pendidikan, hiburan dan kontrol sosial. Sementara itu Pasal 6 UU Pers nasional melaksanakan peranan sebagai berikut :

- Memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi dan mendorong terwujudnya supremasi hukum dan hak asasi manusia. Selain itu pers juga harus menghormati kebinekaan mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat dan benar melakukan pengawasan.
- Sebagai pelaku Media Informasi
- Pers itu memberi dan menyediakan informasi tentang peristiwa yang terjadi kepada masyarakat, dan masyarakat membeli surat kabar karena memerlukan informasi.

Fungsi Media Massa

- Fungsi Pendidikan

Pers itu sebagai sarana pendidikan massa (mass Education), pers memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan sehingga masyarakat bertambah pengetahuan dan wawasannya.

- Fungsi Hiburan

Pers juga memuat hal-hal yang bersifat hiburan untuk mengimbangi berita-berita berat (*hard news*) dan artikel-artikel yang berbobot. Berbentuk cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, teka-teki silang, pojok, dan karikatur.

- Fungsi Kontrol Sosial

Fungsi ini terkandung makna demokratis yang didalamnya terdapat unsur-unsur sebagai berikut:

1. *Social participation* (keikutsertaan rakyat dalam pemerintahan)

2. *Social responsibility* (pertanggungjawaban pemerintah terhadap rakyat)
3. *Social support* (dukungan rakyat terhadap pemerintah)
4. *Social control* (kontrol masyarakat terhadap tindakan-tindakan pemerintah)

Hal Yang Perlu Diperhatikan dalam Menerbitkan Media Massa adalah mengenali pembaca dari segi :

- Pendekatan Geografis
- Pendekatan Sosiografis
- Pendekatan Psikografis
- Pendekatan Terpadu

Pendekatan Teori Manajemen Media Massa

- Untuk memperdalam materi manajemen media massa ini, kita bahas mengenai teori yang digunakan dalam pembahasan media massa :

I. *Paradigma Konstruktivisme*: memandang proses

komunikasi ditentukan oleh pengirim (*Source oriented*).

Teori yang dianut :

1. Teori Agenda Setting (maxwell McCombs dan Donald Shaw). Dimana dalam teori ini menegaskan kekuatan media massa dalam mempengaruhi khalayaknya. Media massa mampu membuat beberapa isu lebih penting dari yang lainnya, media mampu mempengaruhi tentang apa saja yang kita pikirkan, bahkan mempengaruhi bagaimana cara kita berfikir. Contoh : Dalam sinetron: bagaimana gaya artis mampu mempengaruhi gaya berpakaian, gaya hingga bahasa yang digunakan.
- **2. Teori Kultivasi (George Gerbner dan Larry Gross)**. Teori ini berorientasi kepada media televisi yang dapat mempengaruhi persepsi khalayak terhadap realita yang sebenarnya. Sehingga, kehidupan nyata akan ter -kalahkan dengan pengetahuan yang disampaikan oleh media televisi, .

II. *Paradigma krisis* : tidak berpusat pada kebenaran / ketidakbenaran sruktur tata bahasa atau proses penafsiran seperti konstruktivisme. Paradigma kritis melihat media bukanlah saluran yang bebas dan netral.

- Media justru dimiliki oleh kelompok yang tidak dominan, sehingga teks berita dipandang sebagai bentuk dominasi dan hegemoni. Teks di dalam media adalah hasil proses wacana media (*media discourse*). Dimana di dalam proses tersebut, nilai-nilai ideologi dan kepentingan media turut serta untuk memperlihatkan bahwa media “tidak netral” sewaktu mengkontruksi realitas sosial.

- Teori yang di anut : 1. *Teori feminis* secara umum menentang asumsi dasar masyarakat dan mencari alternatif pemahaman yang lebih membebaskan, yaitu
- pemahaman yang meletakkan wanita dan pria dalam posisi yang seimbang. feminisme diklasifikasikan menjadi dua golongan : feminisme liberal dan Feminisme radikal.
- 2. *Teori Analisis Wacana* : proses komunikasi yang menggunakan simbol-simbol, berkaitan dengan interpretasi dan peristiwa-peristiwa, di dalam sistem kemasyarakatan yang luas. Sehingga pesan-pesan komunikasi, seperti kata-kata, tulisan, gambar-gambar, dan lain-lain tidak bersifat netral.

ORGANISASI DAN MANAJEMEN MEDIA :

- Organisasi dan Manajemen media selain bertujuan kemasyarakatan memproduksi barang dan jasa, mempertahankan pesanan, mengembangkan dan memelihara nilai-nilai budaya untuk memenuhi / memuaskan kebutuhan masyarakat; tujuan hasil output menyangkut fungsi-fungsi perusahaannya sebagai jasa-jasa bisnis. Disamping itu, bertujuan menghasilkan produksi dalam kuantitas dan kualitasnya memenuhi fungsi media massamelayani khalyak: informasi, pengetahuan, pendidikan dan hiburan

Organisasi dan Manajemen Media cetak (Surat Kabar) :

- Organisasi surat kabar menurut ketentuan pers bebastetapi bertanggung jawab (di Indonesia sesuai UU no: 11 tahun 1966, UU No. 4 tahun 1967, diperbaharui dengan UU No. 21 tahun 1982 tentang ketentuan –ketentuan Pokok Pers).
- Organisasi pers yang mengelola penerbitannya terdiri dari wartawan dan organisasi perusahaan pers/asosiasi lainnya yang disahkan pemerintah. Antara pemerintah, pers, dan masyarakat diperlukan interaksi positif karena peranan pers begitu luas sebagai institusi dan sebagai industry informasi.

STRUKTUR ORGANISASI MEDIA CETAK TERDIRI DARI:

- **Pemimpin Umum**

Bertanggaung jawab keseluruhan perusahaannya ke dalam maupun ke luar. Tanggung jawabnya terhadap hokum dapat dilimpahkan kepada pemimpin Redaksi bila mengenai isi penerbitan (redaksional)

- **Pemimpin Redaksi.**

Adalah seorang wartawan anggota PWI (Persatuan Wartawan Indonesia) senior yang dalam penerbitan pers ini bertanggung jawab atas pelaksanaan redaksional dan wajib melayani hak jawab dan koleksi.

Ia dapat mengalihkan tanggung jawabnya terhadap hukum mengenai tulisan kepada anggota redaksi yang lain atau kepada penulisnya yang bersangkutan.

Pemimpin Percetakan :

- SGP (serikat Grafika Pers: 3 April 1974)
- Compu, Setting
- Lay out
- Film, Repro

IV. MANAJEMEN MEDIA MASSA CETAK

1. Format :

A. Newsletter

Menggunakan kertas HVS A4 atau sedikit lebih pendek. Jumlah berkisar 4-12 halaman, bisa dijilid / tidak dijilid. Tulisan lebih pendek, kalimat yang digunakan lebih ringkas dan langsung kepokok masalah. Sampul, selain menggunakan nama media, tanggal terbit dan nomor edisi juga memuat daftar isi. Isi antara 2 – 3 kolom.

B. Majalah

Selain menggunakan kertas Koran, HVS dengan berukuran A4 atau sedikit lebih besar/kecil. Sampul majalah menggunakan kertas yang lebih tebal dan berkualitas lebih baik. Halaman berkisar sekitar 16 – 24 halaman dibagi atas 2 - 4 kolom.

C. Tabloid

Menggunakan kertas koran, sampul juga menggunakan kertas yang sama bisa dicetak dua warna atau lebih. Halaman tabloid dibagi 3 – 5 kolom. Tabloid umumnya tidak dijilid dengan berkisar halaman 8 – 16 halaman.

D. Surat kabar

Tidak dijilid, ukuran kertas yang digunakan 42cmX58cm, menggunakan kertas Koran, berisi 7 – 9 kolom, menggunakan pola *Modular* .

CIRI - CIRI MEDIA CETAK :

A. Publisitas :

Surat kabar diperuntukkan bagi umum, beritanya pun menyangkut kepentingan umum.

B. Universalitas :

surat kabar memuat aneka berita mengenai kejadian- kejadian diseluruh dunia dan tentang segala

aspek kehidupan. Oleh karena itu, perusahaan penerbitan surat kabar melengkapi dengan

wartawan dalam penugasan dalam bidang tertentu (ekonomi, politik, sosial budaya, dan lainnya)

dan menempatkan responden di kota - kota penting.

C. Aktualitas : Berkaitan dengan kecepatan waktu dalam menyampaikan berita.

D. Periodesitas. Keteraturan terbit. Bisa harian, mingguan, dwi mingguan, peridesitas suatu surat kabar tergantung dari adanya dana dan tenaga yang terampil

Manajemen Media Cetak :

- Manajemen media cetak mendasari manajemen pada bentuk media yang lain dengan variasi yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing oragnisasi
- Antara manajemen perusahaan dan manajemen pemberitaan harus dipisahkan untuk menjamin netralitas pemberitaan. Jika keduanya menjadi satu, yang terjadi adalah kerancuan antara berita dan iklan.

A. Pengertian Media Menurut Istilah

Istilah umum terkait dengan komunikasi dan pendidikan ketika orang menyebut media, maka yang dimaksud adalah media massa, yakni media komunikasi massa, seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi.

- **Kita pun mengenal istilah "insan media", "awak media", atau "orang media". Yang dimaksud tak lain adalah wartawan atau "insan pers".**
- Menurut *Leksikon Komunikasi*, media massa adalah “sarana penyampai pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas, misalnya radio, televisi, dan surat kabar”

B. PENGERTIAN MANAJEMEN MEDIA

- Manajemen media sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana pengelolaan media dengan prinsip-prinsip dan seluruh proses manajemennya dilakukan, baik terhadap media sebagai industri yang bersifat komersial maupun sosial.

- Kajian manajemen media lekat dengan kajian manajemen komunikasi. Jika manajemen media yang berasal dari ranah manajemen komunikasi lebih didominasi oleh paradigma positivistik dan paradigma krisis.
- Kajian manajemen media mendapatkan pengaruh dari studi media (*media studies*)
- Studi media melihat bahwa media merupakan instrumen dari kekuatan ekonomi politik dimana beragam kepentingan mempengaruhi media, sehingga manajemen media bisa dilihat sebagai arena pertarungan beragam kepentingan yang melibatkan struktur dan agency. Secara lebih spesifik teori-teori manajemen dipergunakan untuk mengelola media.
- Karakteristik media sangat berpengaruh pada bagaimana media seharusnya dikelola. Manajemen media pada media cetak akan berbeda dengan media elektronika dan online.
- Media cetak dalam bentuk koran yang terbit setiap hari, dengan majalah yang terbit setiap minggu juga menuntut pengelolaan yang berbeda pula. Orientasi dan visi antara media yang berbeda juga berbeda.

Ditinjau dari perkembangan teknologinya, media massa dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu:

1. Media Massa Modern

- Media Massa modern adalah media massa yang menggunakan teknologi modern yaitu media massa cetak dan media massa elektronik
- Media massa cetak adalah media massa yang dalam menyampaikan informasinya terlebih dahulu harus dicetak menggunakan alat cetak.
- Media massa ini misalnya surat kabar, tabloid, majalah dll. Media massa elektronik adalah media massa yang dalam menyampaikan informasinya menggunakan jasa listrik.
- Tanpa adanya listrik, media massa ini tidak akan dapat berfungsi misalnya radio dan televisi.

2. Media Massa Tradisional

- Media yang digunakan sebagai sarana penyampaian informasi pada jaman dulu, lebih banyak menggunakan *media massa tradisional* misalnya wayang, lawak, lenong, seni tradisional dll.
- Media, khususnya televisi merupakan sarana utama untuk belajar tentang masyarakat dan kultur kita. melalui kontak kita dengan televisi (media lain),

- nilai-nilainya serta adat kebiasaannya.
- Ditinjau dari perkembangan komunikasi massa, dimulai oleh pers kemudian disusul oleh film, sesudah itu radio dan selanjutnya televisi.
- Jenis Media massa merangkum pers dalam arti sempit yakni media cetak: surat kabar, majalah dan mingguan tabloid. Dalam arti luas pers meliputi juga radio dan televisi

C. PERKEMBANGAN MEDIA MASSA

- Perkembangan Media Massa di Indonesia mengalami pasang surut seiring perkembangan sistem politik dan ekonomi yang melingkupinya.
 - Masa Kolonialisme Belanda, media massa mengalami represi yang ketat dari pemerintah kolonial Belanda.
 - Masa Jepang : Adanya pembatasan. Manajemen media sebagai sarana propaganda politik peperangannya.

pertempuran pasifik diputar dan rangkaian seluloid yang di proyeksikan ke layar lebar. bahkan, “berita kemenangan” tetap menjadi sajian.

- Masa Revolusi Kemerdekaan: Berperan besar dalam memberitakan dan mempertahankan kemerdekaan.
- Media menjadi acuan semangat nasionalisme dan patriotisme. Dengan kata lain, Berita yang disebarkan berperan besar dalam menggerakkan jiwa para pemuda dalam mempertahankan kemerdekaan dan mengenai “Indonesia Merdeka”.
- Masa Orde Lama: media dalam rangka kepentingan politik dari partai politik. Media dikelola dengan berdasarkan visi dan misi yang erat dengan partai politik tertentu.
- Masa Orde Baru: Pembatasan kebebasan politik berimplikasi pada industri media. dimana Partai politik bagi penguasa orde baru: Golkar, PPP (Partai Persatuan Pembangunan), PDI (Partai Demokrasi Indonesia. Demokrasi pada saat itu sesungguhnya sebagai demokrasi semu, karena “media berpihak pada pemerintah”.
- Setidaknya media tidak melancarkan kritik pada pemerintah pada pemerintah Orde Baru. Media massa memiliki kedekatan ideologis dengan partai politik tertentu, yaitu sensor ketat melalui peraturan menteri penerangan (pada saat itu Harmoko) yang disebut sebagai Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP).
 - Mei 1998, mengubah landasan media massa Indonesia “Media Demokratis”. Media massa dituntut untuk dikelola dengan menggunakan prinsip manajemen media yang profesional. Tidak ada lagi pencabutan

SIUP seperti di masa Orde Baru yaitu: pencabutan SIUP pada Majalah Tempo, Tabloid Detik dan Tabloid Editor.

D. PEMASARAN

Dunia perekonomian yang bermacam-macam kegiatannya pada dasarnya meliputi tiga kegiatan utama yaitu Produksi, pemasaran dan konsumsi.

Kalau Produksi adalah alat untuk membuat barang-barang ,dan konsumsi adalah menggunakan barang- barang tersebut. Maka pemasaran adalah menyampaikan barang dari titik produksi ke titik konsumsi.

- Pemasaran berperan penting sebagai penghubung dan pencipta proses pertukaran antara produsen dan konsumen.
- Setiap produsen berusaha supaya produknya dapat mencapai tujuan dan sasaran agar terjual atau di beli oleh konsumen dengan memberikan harga yang menguntungkan bagi perusahaan dalam jangka panjang.
- Bagi konsumen, yang pokok adalah pemuasan kebutuhan dan keinginan masyarakat.
- Untuk itu, Pemasaran melibatkan semua orang dalam kehidupan sehari-hari, bahkan telah memberikan suatu standar hidup yang dilayani oleh perusahaan besar dan kecil.

Pengertian Pemasaran :

- Pemasaran menurut :
 - *Philip Kotler* (Manajemen Pemasaran; 1986; Jakarta; Erlangga) “Pemasaran adalah proses social dan managerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.”
 - *William J. Stanton*, (Prinsip Pemasaran, Edisi ke tujuh, jilid Kedua, 1986,Erlangga, Jakarta). “Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.”
 -
- Dari definisi-definisi di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa pemasaran mempunyai arti sebagai berikut:

- 1). Pemasaran merupakan suatu proses yang dilakukan individu maupun kelompok.
- 2). Adanya proses pertukaran arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen.
- 3). Adanya keinginan dan kebutuhan manusia yang harus dipuaskan oleh kegiatan manusia lain yang menghasilkan alat pemuas tersebut yang berupa produk barang dan jasa.

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang terintegrasi secara dinamis, dalam arti

bahwa pemasaran merupakan hasil dari berbagai macam kegiatan.

Konsep Pemasaran

Menurut Philip Kotler, h. 17 (Konsep pemasaran, 1997, Jakarta, Erlangga.) "Konsep pemasaran adalah sebuah upaya pemasaran terkoordinasi yang berfokus pada pasar dan berorientasi pada pelanggan dengan tujuan memberikan kepuasan pada pelanggan sebagai kunci untuk mencapai tujuan organisasi.

Empat komponen utama yang melandasi konsep pemasaran, yaitu:

1. Fokus Pasar : Perusahaan harus dapat membatasi dan menentukan pasarnya yang akan menjadikan sasarannya karena kenyataannya tidak ada perusahaan yang sanggup melaksanakan semua kegiatannya di semua pasar dengan memenuhi kebutuhan pelanggan.
2. Orientasi pada pelanggan: perusahaan harus berorientasi pada pelanggan bukan berorientasi pada perusahaan, hal ini untuk memberikan pelayanan yang terbaik pada konsumen dapat menimbulkan rasa loyalitas konsumen terhadap pelanggan.
3. Pemasaran terpadu: kegiatan perusahaan harus dikoordinasi dengan baik dengan bagian-bagian lain dari perusahaan untuk berusaha memberikan kepuasan kepada konsumen.
4. Kemampuan: melalui konsep pemasaran perusahaan harus berusaha membina hubungan baik dengan konsumen sehingga tercipta hubungan timbale balik yang menguntungkan. Perusahaan tidak dituntut untuk dapat menjual barang dan jasa yang diproduksi melainkan untuk memproduksi barang dan jasa yang dapat dijual.

Jadi dengan konsep pemasaran perusahaan menjajaki apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen kemudian mengembangkan produk yang akan memuaskan keinginan konsumen dan sekaligus memperoleh laba, namun dengan

perkembangan teknologi dan masyarakat telah menyebabkan perkembangan konsep pemasaran pula.

KOMUNIKASI MASSA DAN MEDIA MASSA

- Masing-masing media cetak dan elektronik mempunyai unggulan tersendiri dalam mencapai khalayak ataupun sebaliknya dari sumber informasi media massa tersebut.

A. KOMUNIKASI MASSA

- Pengertian komunikasi secara umum dapat dilihat dari dua segi yaitu Pengertian komunikasi Secara Etimologis .
- Secara *Etimologis* (asal katanya), komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *communication*, bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama, dalam hal ini berarti membuat kebersamaan makna dalam suatu hal antara dua orang atau lebih
- pengertian Komunikasi Secara *Terminologis* :

Secara Terminologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Pengertian tersebut menjelaskan bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain.

PENGETIAN KOMUNIKASI MASSA

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, 2003:188), yakni : komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*).

Manajemen Media Massa

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah : radio siaran dan televisi – keduanya dikenal sebagai media elektronik; surat kabar dan majalah- keduanya disebut sebagai media cetak; serta media film.

Film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop.

Menurut Gerbner (1967), “ *mass communication is the tehnologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuos flow of messages in industrial societies.*” (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang

berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Rakhmat, 2003; 188).

- Masyarakat industri yang di maksud adalah organisasi yang kompleks menyangkut berbagai pihak yang terlibat dalam proses komunikasi massa, mulai dari menyusun pesan sampai pesan diterima oleh komunikan.
- Misalnya, bila pesan disampaikan melalui media cetak (majalah dan surat kabar), maka pihak yang terlibat diantaranya adalah pemimpin *redaksi, editor, lay-out man, editor, korektor*.
- Sedangkan bila pesan disampaikan melalui media elektronik radio siaran, maka pihak terlibat adalah penyiar dan operator. Bila pesan disampaikan melalui televisi, maka pihak yang terlibat *camera man, floor man, lighting man, pengarah acara, sutradara, operator dan petugas audio*.

B. KARAKTERISTIK KOMUNIKASI MASSA.

1. Komunikator :

Surat kabar – majalah : Komunikator menyusun pesan dalam bentuk artikel, apakah atas keinginannya atau permintaan media massa yang bersangkutan.

Pesan tersebut diperiksa oleh penanggungjawab rubrik.

Dari penanggungjawab rubrik diserahkan kepada redaksi untuk diperiksa layak atau tidaknya pesan itu untuk dimuat dengan pertimbangan utama tidak menyalahi kebijakan dari lembaga media massa itu.

Jika sudah layak, pesan dibuat setting-nya, lalu diperiksa oleh editor, disusun oleh lay-out man agar komposisinya bagus dibuat plate, kemudian masuk mesin cetak.

Tahap akhir distribusi untuk mendistribusikan surat kabar kepada pembacanya.

Televisi : juru kamera (lebih dari satu), juru lampu, pengarah acara, bagian make up, floor manager. selain itu, peralatan yang digunakan lebih banyak serta dana yang diperlukan lebih besar.

2. Pesan bersifat Umum

Pesan komunikasi massa berupa fakta, peristiwa atau opini. Namun tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi di sekeliling kita dapat dimuat dalam media massa, jika tidak memenuhi kriteria penting atau menarik, atau penting sekaligus menarik bagi sebagian besar komunikan.

3. Komunikan / Jumlah Sasaran

Komunikasi bersifat anonim dan heterogen. Dalam hal ini komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka .

Heterogen karena terdiri dari lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor : usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latarbelakang budaya, agama dan tingkat ekonomi. Jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas.

4. Umpan Balik

Umpan balik bersifat tidak langsung (*indirect*) dan tertunda (*delayed*). *indirect* artinya: Komunikator tidak dapat dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikan. Tanggapan khalayak bisa diterima lewat telepon, email atau surat pembaca. *delayed* artinya feedback bersifat tertunda karena waktu yang dibutuhkan lama.

Karakter Media Massa

Media Massa (*Mass Media*) sering disingkat jadi “media” saja adalah *channel*, media/medium, saluran, sarana, atau alat yang dipergunakan dalam proses

komunikasi massa, yakni komunikasi yang diarahkan kepada orang banyak (*channel of mass communication*). Komunikasi massa sendiri merupakan kependekan dari komunikasi melalui media massa (*communicate with media*).

Jenis Media Massa :

- **Media massa** adalah “sarana penyampai pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas misalnya radio, televisi, dan surat kabar”.
- Media Massa berasal dari bahasa Inggris yaitu *mass* yang berarti kelompok atau kumpulan. Dengan demikian, pengertian media massa adalah perantara atau alat-alat yang digunakan oleh massa dalam hubungannya satu sama lain (**Soehadi, 1978:38**).
- Yang termasuk media massa terutama adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film sebagai *The Big Five of Mass Media* (Lima Besar Media Massa), juga internet (*cybermedia*, media online).

1. Media Massa Cetak (*Printed Media*).

Media massa yang dicetak dalam lembaran kertas. Dari segi formatnya dan ukuran kertas, media massa cetak secara rinci meliputi :

- Koran atau Surat kabar (ukuran kertas broadsheet 7 kolom)
- Tabloid (1/2 broadsheet)
- Majalah (1/2 tabloid atau kertas ukuran folio/kwarto)
- Buku (1/2 majalah)
- Newsletter (folio/kwarto, jumlah halaman lazimnya 4-8)
- Buletin (1/2 majalah, jumlah halaman lazimnya 4-8).

Isi media massa umumnya terbagi tiga bagian atau tiga jenis tulisan: berita, opini, dan feature.

2. Media Massa Elektronik (*Electronic Media*)

Jenis media massa yang isinya disebarluaskan melalui suara dan gambar dengan menggunakan teknologi elektro, seperti radio, televisi dan film.

3. Media Online (*Online Media*)

Yakni media massa yang dapat kita temukan di internet (situs web).

Peran Media Massa (Denis McQuail)

- Industri pencipta lapangan kerja, barang, dan jasa serta menghidupkan industri lain utamanya dalam periklanan/promosi.
- Sumber kekuatan –alat kontrol, manajemen, dan inovasi masyarakat.
- Lokasi (forum) untuk menampilkan peristiwa masyarakat.

- Wahana pengembangan kebudayaan –tatacara, mode, gaya hidup, dan norma.
- Sumber dominan pencipta citra individu, kelompok, dan masyarakat.
- SIUPP : Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers

Karakteristik Media Massa

- **Publisitas** : disebarluaskan kepada publik, khalayak, atau orang banyak.
- **Universalitas** : pesannya bersifat umum, tentang segala aspek kehidupan dan semua peristiwa di berbagai tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya orang banyak (masyarakat umum).
- **Periodisitas** : tetap atau berkala, misalnya harian atau mingguan, atau siaran sekian jam per hari.
- **Kontinuitas** : berkesinambungan atau terus-menerus sesuai dengan priode mengudara atau jadwal terbit.
- **Aktualitas** : berisi hal-hal baru, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru, tips baru, dan sebagainya. Aktualitas juga berarti kecepatan penyampaian informasi kepada publik.

Fungsi Media Massa (Harold D. Laswell)

- **Informasi** (*to inform*)
- **Mendidik** (*to educate*)
- **Menghibur** (*to entertain*)

Fungsi Media (UU. No. 40 Tahun 1999 Tentang PERS)

- **Menginformasikan** (*to inform*)
- **Mendidik** (*to educate*)
- **Menghibur** (*to entertain*)
- **Pengawasan Sosial** (*social control*) ; pengawas perilaku publik dan penguasa.

MANAJEMEN PENERBITAN MEDIA CETAK

Unsur Pers

- **Medianya** : Surat kabar, majalah, dan televisi dalam menyampaikan informasi. Cara penyampaian berbeda.

- Isinya : surat kabar menjual kolom dan iklan, televisi menjual waktu yang diisi program dan sponsor.
- SDMnya : Pekerja pers (redaktur, wartawan, fotografer, disainer, kartunis dan printer)

Pengertian

- Penerbitan pers cetak adalah: persuratkabaran yaitu lembaga mengelola informasi terdiri dari fakta dan opini yang disajikan kepada masyarakat sebagai salah satu komoditi.
- Pers secara kelembaga dapat dikelola secara organisasi, punya tata laksana, dan tata administrasi.

Pengertian Manajemen

Berasal dari Bahasa Inggris *Management* dan Italia *manaj (iare)* berarti memimpin, membimbing dan mengatur. Manajemen terdiri atas **POAC** (*planning, Organizing, Acting, Controlling*).

- **Planning:** penetapan tujuan, penetapan aturan, penyusunan rencana.
- **Organizing:** pembentukan bagian-bagian, pembagian tugas, pengelompokan pegawai.
- **Acting:** melaksanakan tugas, memproduksi, mengemas produk, menjual produk dan selanjutnya.
- **Controlling:** pelaksanaan tugas, menyeleksi produk, mengevaluasi penjualan.

Manusia membutuhkan media massa karena ;

- Mengetahui apa yang penting dan perlu
- Membantu mengambil Keputusan
- Memperoleh informasi
- Memberikan perasaan ikut serta dalam kejadian
- Memberikan penguatan atas pendapat
- Mencari konfirmasi
- Memperoleh rileksasi dan hiburan

Pengusaha Media Massa Harus Memperhatikan :

- Keinginan kastemer (Pembaca)
- Kecendrungan Perubahan sosial
- Kiat-kiat kompetitor
- Mengamati perubahan teknologi, ekonomi, politik dan sosial

Langkah Efektif Dalam Penataan Ulang Proses Bisnis Penerbitan PERS

- Memulai dari TOP Management
- Merapatkan barisan pelaksana tingkat middle management.
- Membentuk tim evaluasi pengembangan usaha yg terdiri dari ; Manajemen tingkat menengah, Manajemen dibawah dan Tim khusus

Manajemen yang Sehat :

- Peluang usaha
- Kemampuan Sumberdaya Manusia
- Perhitungan Modal
- Unsur-Unsur Depresiasi lain di Perusahaan.

Langkah Efektif Dalam Penataan Ulang Proses Penerbitan Pers :

- Memulai dari top management.
- Manajer harus meningkatkan pembinaan terhadap staf-staf yang menolak perubahan organisasi.
- Membentuk tim evaluasi pengembangan usaha yang terdiri dari kelompok mencakup manajemen tingkat menengah, manajemen tingkat bawah dan tim khusus.



Pendapatan Penerbitan PERS bersumber dari :

1. Menjual Produk

- Penjualan tetap (langganan)
- Penjualan tidak tetap (retail/eceran)
- Penjualan secara barter (tukar barang)

2. Menjual Kolom

3. Menjual jasa

Struktur Manajemen PERS



Job Description Manajemen PERS

- **Top Manager (Pimpinan Umum)** : Orang pertama dalam suatu perusahaan Penerbitan Pers, mengendalikan perusahaan mulai dari bidang redaksional hingga bidang usaha.
- **Pemimpin Redaksi** : Orang pertama yang bertanggung jawab atas semua isi penerbitan pers.
- **Sekretaris Redaksi** : Pembantu pimred dalam hal administrasi redaksional.
- **Redaktur Pelaksana** : Jabatan yang dibentuk untuk membantu pimred dalam redaksional, terutama dalam hal mengumpulkan berita, halaman, tanggapan atau komentar dari masyarakat.
- **Redaktur** : Bertanggung jawab atas isi, halaman surat kabar dan proses berita di Televisi.
- **Wartawan** : Orang yg bertugas mencari, mengumpulkan dan mengolah informasi menjadi berita.

PEMANFAATAN MEDIA ONLINE (INTERNET)

Manfaat online atau Internet terutama adalah untuk kerjasama antar pribadi atau kelompok tanpa mengenal batas jarak dan waktu.

Manfaat internet lainnya adalah sebagai ;

- Informasi untuk kehidupan pribadi : kesehatan, rekreasi, hobby, pengembangan pribadi, rohani, sosial.
- Informasi untuk kehidupan profesional/pekerja :sains, teknologi, perdagangan, saham, komoditas, berita bisnis, asosiasi profesi, asosiasi bisnis, berbagai forum komunikasi.

Website atau Situs

Situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi, gambar gerak, suara atau gabungan dari semuanya itu baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan link-link.

Unsur-Unsur Website atau Situs

Domain Name atau biasa disebut nama domain adalah alamat permanen situs di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah situs. Domain name adalah alamat yang digunakan untuk menemukan situs pada dunia internet. Istilah yang umum digunakan adalah URL. Contohnya seperti [http//www.detik.com](http://www.detik.com)

Generic Domain (gTLDs)

Domain name yang berakhiran dengan .Com .Net .Org .Edu .Mil atau .Gov. Jenis domain ini sering juga disebut top level domain yang tidak berafiliasi berdasarkan negara, sehingga siapapun dapat mendaftar. Contoh ;

- Ø.com : top level domain yang ditujukan untuk kebutuhan "commercial".
- Ø.edu : domain yang ditujukan untuk kebutuhan dunia pendidikan (education)
- Ø.gov : domain untuk pemerintahan (government)
- Ø.mil : domain untuk kebutuhan angkatan bersenjata (military)
- Ø.org : domain untuk organisasi atau lembaga non profit (Organization).

Country Specific Domain

- Domain yang berkaitan dengan dua huruf ekstensi, dan sering juga disebut second level domain, seperti .id(Indonesia), .au(Australia), .jp(Jepang) dan lain lain.
- Domain ini dioperasikan dan di daftarkan dimasing negara.

- Di Indonesia, domain-domain ini berakhiran, .co.id, .ac.id, .go.id, .mil.id, .or.id, dan pada akhir-akhir ini ditambah dengan war.net.id, .mil.id, dan web.id.

Penggunaan Domain di Indonesia

- Ø.co.id : Untuk Badan Usaha yang mempunyai badan hukum sah
- Ø.ac.id : Untuk Lembaga Pendidikan
- Ø.go.id : Khusus untuk Lembaga Pemerintahan Republik Indonesia
- Ø.mil.id : Khusus untuk Lembaga Militer Republik Indonesia
- Ø.or.id : Untuk segala macam organisasi yang tidak termasuk dalam kategori "ac.id", "co.id", "go.id", "mil.id" dan lain
- Ø.war.net.id : untuk industri warung internet di Indonesia
- Ø.sch.id : khusus untuk Lembaga Pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan seperti SD, SMP dan atau SMU
- Ø.web.id : Ditujukan bagi badan usaha, organisasi ataupun perseorangan yang melakukan kegiatannya di Worl Wide Web.

Hosting

- Hosting : ruangan yang terdapat dalam harddisk tempat menyimpan berbagai data, file-file, gambar dan lain sebagainya yang akan ditampilkan di situs.
- Besarnya data yang bisa dimasukkan tergantung dari besarnya hosting yang disewa/dipunyai, semakin besar hosting semakin besar pula data yang dapat dimasukkan dan ditampilkan dalam situs.
- Hosting diperoleh dengan menyewa yang besarnya ditentukan ruangan harddisk dengan ukuran MB(Mega Byte) atau GB(Giga Byte).
- Lama penyewaan hosting rata-rata dihitung per tahun. Penyewaan hosting dilakukan dari perusahaan-perusahaan penyewa web hosting yang banyak dijumpai baik di Indonesia maupun Luar Negri.

Media Online

- Pengertian media online secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Sarana komunikasi secara online melalui milist, blog, website, WA dan media sosial
- Pengertian media online secara khusus adalah media yang menyajikan karya jurnalistik (berita, artikel, feature) secara online.

Karakteristik Media Online

- Kapasitas luas –halaman web bisa menampung naskah sangat panjang
- Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja.
- Jadwal terbit bisa kapan saja bisa, setiap saat.

- Cepat, begitu di-upload langsung bisa diakses semua orang.
- Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- Update, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.
- Interaktif, dua arah, dan "egaliter" dengan adanya fasilitas kolom komentar, chat room, polling, dsb.
- Terdokumentasi, informasi tersimpan di "bank data" (arsip) dan dapat ditemukan melalui "link", "artikel terkait", dan fasilitas "cari" (*search*).
- Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.



Jurnalisme Online (Online Journalism)

- Jurnalisme online merupakan proses penyampaian informasi dengan menggunakan media internet (website). *reporting of facts produced and distributed via the Internet.*
- Jurnalisme Online merupakan jurnalisme judul karena perilaku pembaca yang umumnya "headline reader" atau "lead reader" –perilaku yang juga berlaku bagi pembaca koran. Tubuh berita biasanya diformat dalam bentuk singkat dan padat. Kelengkapan informasi tetap terjaga karena ada "berita/tulisan terkait" (*linkage*).

PETA KONSENTRASI MEDIA DI INDONESIA (Prof. Merylna Lim, Arizona State University)

Penguasaan media atau yang biasa disebut dengan konglomerasi media di Indonesia masih berpusat pada duabelas kekuatan besar yakni ;

Table 1 Indonesian Media Conglomerates⁸

Media Group	Group Leader	TV stations		Radio stations	Print		Online media	Other businesses
		National	Other		Newspapers	Magazines/Tabloids		
Media Nusantara Cita (MNC) Group	Rudy Tanuwidjaja	RCTI, Global TV, MNCTV (ex TPS)	InterVision, Sky Vision, SINDO network	Sinar Radio (Tribes FM), Radio Dangdut, ARI Global Radio	Sindur Indonesia (Koran Sindo)	High End magz: Genti, Alor & Kudu tabloids	Okvision.com, SindoIndonesia.com, SindoNews.com	IT: content production and distribution, talent management, automobile
Mahaka Media Group	Erick Tohir	—	Jat TV, AITV	Jat FM, Prabumi FM, Delta FM, Femala, Gon FM	Republika, Harian Indonesia (2 Mantara)	Parade Indonesia, An, Golf Digest Asia, magazines	Republika Online, rika.com, Rajakarsa.com	Entertainment, outdoor advertisement
Kompas Gramedia Group	Jakob Oetama, Agung Adhianegara	—	Kompas TV network	Sinar Radio network, Ombutan Radio, Mutan FM, Etna FM	Kompas, Jakarta Post, Warta Kita, + other 11 local papers	Harari + 43 magazines & tabloids, 5 book publishers	Kompas Cyber Media	Hotels, public relation agencies, university & telecommunication tower (3 yers)
Jawa Pos Group	Dahlan Iskan	—	JRNC network	Fajar FM (Malang)	Jawa Pos, Indo Pos Rakyat Merdeka, Radar + others (total 13)	Woroni, Liberty magazines + 11 tabloids	Jawa Pos Digital Edition	Travel bureau, power plant
Media Bali Post Group (MBS)	Satria Harada	—	Bali TV network, Jiga TV, Semarang TV, Srejaya TV, + others (total 5)	Glasgow Jari, Cerna FM, Global FM, Lombok FM, Fajar FM, Suara Beach, Srengas FM, Nagara FM	Bali Post, Berita Bali, SuA Indonesia, Harian Denpasar, 4 Suara NTB	Talori, Lintang, & Wiyata Mendob tabloids	Bali Post, Berita Bali	—
Elang Mahkota Teknologi (EMTEK) Group	Eddy Kurnadi Soeishadi	SCTV, Indovision	OChannel, ESNews TV	Elnika FM	—	24Hours, Gant, Story, Kiri, Merdeka	—	Wireless broadband, pay-TV, telecommunications, banking, IT solutions, production house
Lipase Group	Jahes Rasy	—	First Media, Berita Satu TV	—	Jakarta Globe, Investor Daily, Suara Pembaharuan	Investor, Globe Asia, & Campus Asia magazines	Jakarta Globe Online	Property, health, education, insurance
Bakri & Brothers (Vai Media Asia)	Anindy Bakri	—	—	—	—	—	VivaNews	Telecommunications, property, retail, oil & gas, agribusiness, food, physical infrastructure
Pennia Group	Pu Anghorn, Mira Karwadiyodhi	—	—	—	—	—	—	Production house, event management, boutique, education, printing
Media Group	Surya Path	—	—	—	—	—	—	—
Mugi Raka Abadi (MRA) Group	Dian Majari Sestayo	—	OChannel	—	—	—	—	—
Trans Corpers (Para Group)	Chaidir Tanjung	—	—	—	—	—	—	—

PRINSIP-PRINSIP DASAR MANAJEMEN DALAM MEDIA MASSA

Kata Manajemen berasal dari bahasa Prancis kuno *ménagement*, yang memiliki arti seni melaksanakan dan mengatur. Manajemen belum memiliki definisi yang mapan dan diterima secara universal. Mary Parker Follet, misalnya, mendefinisikan manajemen sebagai seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Definisi ini berarti bahwa seorang manajer bertugas mengatur dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi. Sementara itu, Ricky W. Griffin mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (goals) secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan

dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal; dalam berbagai bidang seperti industri, pendidikan, kesehatan, bisnis, finansial dan sebagainya. Dengan kata lain efektif menyangkut tujuan dan efisien menyangkut cara dan lamanya suatu proses mencapai tujuan tersebut. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI: 553, 1990) menyebutkan, manajemen adalah proses penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran.

Bagaimana Menerapkan Kebijakan dan Strategi

1. Semua kebijakan harus didiskusikan dengan semua personel manajerial dan staf.
2. Manajer harus mengerti dimana dan bagaimana mereka menerapkannya.
3. Rencana sebuah tindakan harus diberitahukan pada setiap departemen.
4. Kebijakan dan strategi harus diperiksa ulang secara berkala.
5. Perencanaan cadangan harus dipikirkan dalam kasus perubahan.

Fungsi Manajemen

Manajemen beroperasi melalui bermacam fungsi, biasanya digolongkan pada perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan atau motivasi dan pengaturan.

1. Perencanaan: memutuskan apa yang harus terjadi esok hari dan seterusnya dan membuat rencana untuk dilaksanakan.
2. Pengorganisasian: membuat penggunaan maksimal dari sumberdaya yang dibutuhkan untuk melaksanakan rencana dengan baik.
3. Leading/Kepemimpinan dan Motivasi: memakai kemampuan di area ini untuk membuat yang lain mengambil peran dengan efektif dalam mencapai suatu rencana
4. Pengendalian: monitoring – memantau kemajuan rencana, yang mungkin membutuhkan perubahan tergantung apa yang terjadi

Tingkatan Manajemen Keredaksian

1. Pimpinan Redaksi

Merupakan manajemen tingkat atas. Bertugas merencanakan kegiatan dan strategi keredaksian secara umum dan mengarahkan jalannya proses redaksi.

1. Middle management atau manajemen tingkat menengah bertugas sebagai penghubung antara manajemen puncak dan manajemen lini pertama, misalnya Wakil Pimpinan Redaksi atau Redaktur Pelaksana.

2. Lower management atau manajemen lini pertama (first-line management) adalah manajemen yang memimpin dan mengawasi tenaga-tenaga operasional. Manajemen ini dikenal pula dengan istilah manajemen operasional. Umumnya para redaktur halaman atau redaktur desk. Ada khusus halaman ekonomi, politik, pendidikan, kriminal, hukum dst.

Manajemen Mengandung Lima Fungsi:

1.
 1. Perencanaan
 2. Pengorganisasian
 3. Kepemimpinan
 4. Koordinasi
 5. Pengaturan

Manajemen Keredaksian

Manajemen keredaksian dapat diartikan proses antar orang yang merupakan satu kesatuan secara efektif dalam sebuah organisasi media massa untuk mencapai tujuan atau sasaran. Manajemen keredaksian adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, kompensasi, integrasi dan pemeliharaan orang-orang dengan tujuan membantu mencapai tujuan organisasi (pers), individual dan masyarakat. Paling penting adalah bagaimana individu-individu yang terlibat dalam organisasi harus mampu terlebih dahulu memajemen pribadinya masing-masing.

Manajemen pribadi tersebut meliputi beberapa hal antara lain: perencanaan kegiatan, pengorganisasian kegiatan, pelaksanaan kegiatan, evaluasi kegiatan dan pengawasan kegiatan dengan pemanfaatan waktu **seefektif dan seefisien** mungkin. Bila tiap individu di dalam organisasi menyadari betul akan posisi masing-masing dengan *job description* (deskripsi tugas) yang jelas dan tegas, maka perencanaan akan mudah dibangun dan diterapkan.

Ada dua bagian besar sebuah penerbitan pers atau media massa: **Bagian Redaksi (Editor Department) dan Bagian Pemasaran atau Bagian Usaha (Business Department)**. **Bagian Redaksi dipimpin oleh Pemimpin Redaksi. Bagian Pemasaran dipimpin oleh Manajer Pemasaran atau Pemimpin Usaha.** Di atas keduanya adalah

Pemimpin Umum (General Manager). Ada juga Pemimpin Umum yang merangkap Pemimpin Redaksi.

Bagian Redaksi tugasnya meliput, menyusun, menulis, atau menyajikan informasi berupa berita, opini, atau feature. Orang-orangnya disebut wartawan. Redaksi merupakan sisi ideal sebuah media atau penerbitan pers yang menjalankan visi, misi, atau idealisme media. Bagian Redaksi dikepalai oleh seorang Pemimpin Redaksi. Di bawah Pemred biasanya ada Wakil Pemred yang bertugas sebagai pelaksana tugas dan penanggungjawab sehari-hari di bagian redaksi.

Pemred/Wapemred membawahi seorang atau lebih Redaktur Pelaksana yang mengkoordinasi para Redaktur (Editor), Koordinator Reporter atau Koordinator Liputan (jika diperlukan), para Reporter dan Fotografer, Koresponden, dan Kontributor. Termasuk Kontributor adalah para penulis lepas (artikel) dan kolumnis. Di Bagian Redaksi ada pula yang disebut Dewan Redaksi atau Penasihat Redaksi. Biasanya terdiri dari Pemred, Wapemred, Redpel, Pemimpin Usaha, dan orang-orang yang dipilih menjadi penasihat bidang keredaksian.

Ada pula yang disebut Staf Ahli atau Redaktur Ahli, yakni orang-orang yang memiliki keahlian di bidang keilmuan tertentu yang sewaktu-waktu masukan atau pendapatnya sangat dibutuhkan redaksi untuk kepentingan pemberitaan atau analisis berita. Bagian lain yang terkait dengan bidang keredaksian adalah Redaktur Pracetak yang membidangi tugas Desain Grafis (*Setting, Lay Out, dan Artistik*) serta Perpustakaan dan Dokumentasi. Dalam hal tertentu, bagian Penelitian dan Pengembangan (Litbang) dapat masuk ke bagian Redaksi.

Tugas

1. Pemimpin Umum (General Manager)

Ia bertanggung jawab atas keseluruhan jalannya penerbitan pers, baik ke dalam maupun ke luar. Ia dapat melimpahkan pertanggungjawabannya terhadap hukum kepada Pemimpin Redaksi sepanjang menyangkut isi penerbitan (redaksional) dan kepada Pemimpin Usaha sepanjang menyangkut perusahaan penerbitan.

2. Pemimpin Redaksi

Pemimpin Redaksi (Editor in Chief) bertanggung jawab terhadap mekanisme dan aktivitas kerja keredaksian sehari-hari. Ia harus mengawasi isi seluruh rubrik media massa yang dipimpinnya. Di surat kabar mana pun, Pemimpin Redaksi menetapkan kebijakan dan mengawasi seluruh kegiatan redaksional. Ia bertindak sebagai jenderal atau komandan yang perintah atau kebijakannya harus dipatuhi bawahannya. Kewenangan itu dimiliki 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 siapa pun dengan seizin dan sepengetahuan Pemimpin Redaksi yang mampu menulisnya dengan menyuarakan pendapat korannya mengenai suatu masalah aktual.

3. Dewan Redaksi

Dewan Redaksi biasanya beranggotakan Pemimpin Umum, Pemimpin Redaksi dan Wakilnya, Redaktur Pelaksana, dan orang-orang yang dipandang kompeten menjadi penasihat bagian redaksi. Dewan Redaksi bertugas memberi masukan kepada jajaran redaksi dalam melaksanakan pekerjaan redaksional. Dewan Redaksi pula yang mengatasi permasalahan penting redaksional, misalnya menyangkut berita yang sangat sensitif atau sesuai-tidaknya berita yang dibuat tersebut dengan visi dan misi penerbitan yang sudah disepakati.

4. Redaktur Pelaksana

Di bawah Pemred biasanya ada Redaktur Pelaksana (Managing Editor). Tanggung jawabnya hampir sama dengan Pemred/Wapemred, namun lebih bersifat teknis. Dialah yang memimpin langsung aktivitas peliputan dan pembuatan berita oleh para reporter dan editor.

5.Redaktur

Redaktur (editor) sebuah penerbitan pers biasanya lebih dari satu. Tugas utamanya adalah melakukan editing atau penyuntingan, yakni aktivitas penyeleksian dan perbaikan naskah yang akan dimuat atau disiarkan. Di internal redaksi, mereka disebut Redaktur Desk (Desk Editor), Redaktur Bidang, atau Redaktur Halaman karena bertanggung jawab penuh atas isi rubrik tertentu dan editingnya. Seorang redaktur biasanya menangani satu rubrik, misalnya rubrik ekonomi, luar negeri, olahraga, dsb.

6. Redaktur Pracetak

Setingkat dengan Redaktur/Editor adalah Redaktur Pracetak atau Redaktur Artistik. Ia bertanggung jawab menangani? Naskah Siap Cetak? (All In Hand/All Up) dari para redaktur, yaitu semua naskah berita yang sudah diturunkan ke percetakan dan sudah diset bersih, desain cover dan perwajahan (tataletak, lay out, artistik), dan hal-ihwal sebelum koran dicetak. Bagian lain di yang berada di bawah koordinasi Redaktur Pracetak adalah Setter atau juruketik naskah. Ia bertugas mengetik naskah yang akan dimuat. Ada pula Korektor yang bertugas mengoreksi (membetulkan) kesalahan ketik pada naskah yang siap cetak.

6. Reporter

Di bawah para editor adalah para Reporter. Mereka merupakan? prajurit? di bagian redaksi. Mencari berita lalu membuat atau menyusunnya, merupakan tugas pokoknya.

8. Fotografer

Fotografer (wartawan foto atau juru potret) tugasnya mengambil gambar peristiwa atau objek tertentu yang bernilai berita atau untuk melengkapi tulisan berita yang dibuat wartawan tulis. Ia merupakan mitra kerja yang setaraf dengan wartawan tulisan (reporter). Jika tugas wartawan tulis menghasilkan karya

jurnalistik berupa tulisan berita, opini, atau feature, maka fotografer menghasilkan Foto Jurnalistik (*Journalistic Photography, Photographic Communications*). Fotografer menyampaikan informasi atau pesan melalui gambar yang ia potret. Fungsi foto jurnalistik antara lain menginformasikan (*to inform*), meyakinkan (*to persuade*), dan menghibur (*to entertain*).

9. Koresponden

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.

10. Kontributor

Kontributor atau penyumbang naskah/tulisan secara struktural tidak tercantum dalam struktur organisasi redaksi. Ia terlibat di bagian redaksi secara fungsional. Termasuk kontributor adalah para penulis artikel, kolomnis, dan karikaturis. Para sastrawan juga menjadi kontributor ketika mereka mengirimkan karya sastranya (puisi, cerpen, esei) ke sebuah media massa. Wartawan Lepas (*Freelance Journalist*) juga termasuk kontributor.

Wartawan Lepas adalah wartawan yang tidak terikat pada media massa tertentu, sehingga bebas mengirimkan berita untuk dimuat di media mana saja, dan menerima honorarium atas tulisannya yang dimuat. Termasuk kontributor adalah Wartawan Pembantu (*Stringer*). Ia bekerja untuk sebuah perusahaan pers, namun tidak menjadi karyawan tetap perusahaan tersebut. Ia menerima honorarium atas tulisan yang dikirim atau dimuat.

11. Bidang Pendukung Redaksi

Bagian yang tak kalah pentingnya untuk membantu kelancaran kerja redaksi adalah bagian Perpustakaan dan Dokumentasi serta bagian Penelitian dan Pengembangan (*Litbang*). Litbang memantau perkembangan sebuah penerbitan, survei pembaca, dan memberikan masukan-masukan bagi pengembangan

redaksional dan bagian lainnya, termasuk pembinaan dan pengembangan kualitas sumber daya manusia.

12. Bagian Usaha (Business Department)

Bertugas menyebarluaskan media massa, yakni melakukan pemasaran (marketing) atau penjualan (saling) media massa. Bagian ini merupakan sisi komersial meliputi sirkulasi/distribusi, iklan, dan promosi. Biasanya, bagian pemasaran dipimpin oleh seorang Pemimpin Perusahaan atau seorang Manajer Pemasaran (Marketing Manager) yang membawahkan Manajer Sirkulasi, Manajer Iklan, dan Manajer Promosi.

Prinsip Dasar Sistem Pekerjaan Kewartawan

1. *News Gathering*. Hal ini adalah proses awal dari sistem pemberitaan, yakni tahapan satu organisasi media massa yang diwakili wartawannya mulai mengumpulkan berita.
2. *News Editing*. Hal ini adalah proses lanjutan dari sistem pemberitaan, yakni tahapan satu organisasi media massa yang diwakili oleh para redaktur melakukan penyuntingan berita.
3. *News Distributing*. Hal ini adalah proses akhir dari sistem pemberitaan, yakni tahapan satu organisasi media massa menyebarkan berita kepada publiknya.
4. *News Evaluating*. Hal ini banyak berkaitan dengan sistem media massa yang senantiasa berupaya mengembangkan mutu -bukan hanya jumlah-beritanya, sehingga menerapkan pola analisa isi (contents analyst) yang biasanya dilakukan oleh satu unit/divisi khusus dalam manajemen keredaksian. Dari tahapan evaluasi tersebut, maka media massa berupaya pula mengadakan perbaikan mutu isi karya jurnalistiknya melalui “editorial clinic” dan pendidikan berkelanjutan (continuing education).

Manajemen sebuah keredaksian pada dasarnya dibuat berdasarkan kebutuhan institusi pers yang bersangkutan. Untuk sebuah penerbitan koordinator

liputan penting, namun bagi yang lain tidak. Begitu juga sebaliknya. Tujuan utamanya bagaimana agar institusi keredaksian bisa berjalan dengan baik dan sesuai dengan perencanaan.

Dikutip dari jurnal Manajemen Media Massa Menghadapi Persaingan Online (2019) oleh Nadin Ikhtiono mengartikan, manajemen media massa adalah proses mengatur, mengarahkan, dan merencanakan bagaimana media akan menyampaikan berita atau informasi kepada publik. Sedangkan dalam penerapannya manajemen media massa bertujuan untuk mengetahui animo masyarakat dalam keinginan membaca atau mengetahui informasi. Sehingga media dapat menjual berita yang layak dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekarang.

Fungsi dasar manajemen media massa J.B Wahyudi dalam buku Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran (1994) menyatakan, ada empat fungsi dasar dalam manajemen, sebagai berikut: Perencanaan (*planning*) Secara dasar perencanaan bagian dari rangkaian pekerjaan yang bertujuan untuk mencapai hasil. Perencanaan merupakan aktivitas dari media untuk menentukan apa yang harus dilakukan, oleh siapa, dan bagaimana cara untuk menyelesaikannya. Perencanaan dianggap baik apabila menimbang antara aktivitas yang akan dilakukan dengan kondisi sekarang yang sedang terjadi. Ada lima unsur penting dalam perencanaan yaitu: Keleluasaan perencanaan dan ruang lingkup (*spesific*) Tolak ukur (*measureable*), Perencanaan yang matang (*achievable*), Ketersediaan sumber daya (*realistic*), Batasan waktu (*time*), Pengorganisasian (*organizing*).

Dikutip dalam buku Televisi Mutakhir (2008) oleh Morissan, ada dua pengertian organisasi, yaitu: Organisasi secara tradisional bermakna susunan yang membentuk secara hierarki. Organisasi modern adalah kerja sama yang dilakukan oleh beberapa individu untuk mencapai tujuan yang sama. Pengorganisasian adalah penyusunan dalam organisasi dilihat dari tujuan organisasi, sumber daya yang tersedia, dan kondisi yang sedang terjadi. Dalam pengorganisasian maka akan diatur beban kerja masing-masing sesuai dengan kemampuan sumber daya sehingga selesai secara efisien dan efektif. Baca juga: Fungsi Surat Kabar atau Koran sebagai Media Massa Pengarahan (*actuating*) Pengarahan memiliki definisi "The influencing or directing functions centers on the stimulation of

employees to carry out their responsibilities with enthusiasm and effectiveness" Yang artinya fungsi dari memengaruhi atau mengarahkan berpusat pada stimulasi karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka dengan antusias dan efektif. Secara sederhana pengarahan digunakan untuk memberikan batasan kepada karyawan tentang apa saja yang harus mereka selesaikan, Ada empat fungsi dari pengarahan, yaitu: Pemberian semangat Kelancaran arus komunikasi Cara pemimpin memberi arahan Workshop Pengawasan (controlling) Untuk mengetahui apakah visi industri berjalan sesuai perencanaan, dapat dilihat melalui pengawasan atau controlling. Pengawasan merupakan aktivitas yang memastikan bahwa seluruh sumber daya berjalan dengan efektif dan efisien guna mencapai tujuan perusahaan. Tujuan pengawasan dan pengendalian adalah untuk memastikan bahwa segala sesuatu yang diimpikan, direncanakan, dan dilaksanakan. Rangkaian kegiatan dapat diselesaikan sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Pengawasan juga berusaha untuk menemukan kekurangan dan anomali sehingga dapat diperbaiki dan kesalahan berikutnya dapat dihindari.

Mengapa Kita Perlu Mempelajari Media Massa?

menggunakan manajemen media massa berarti dapat membuat program acara sesuai dengan selera pasar dan banyak diminati oleh pemirsa sehingga memperoleh rating yang tinggi. Karenanya, dengan iklan yang ditayangkan sesuai dan semakin tinggi rating acaranya maka iklanpun semakin banyak dan semakin mahal.

Quipper

Thank You

