

**MANAJEMEN REDAKSIONAL SURAT KABAR HARIAN DI KALIMANTAN  
TIMUR  
(STUDI DESKRIPTIF PADA SKH BALIKPAPAN POS DAN SAMARINDA POS)**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi pada  
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia**

**Oleh**

**NOVIAN ALDY PRAKOSO**

**NIM 12321037**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2017**

## SKRIPSI

### **Manajemen Redaksional Surat Kabar Harian Di Kalimantan Timur (Studi Deskriptif Pada SKH Balikpapan Pos Dan Samarinda Pos)**



Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di hadapan tim  
penguji skripsi

Tanggal: .....

Dosen pembimbing Skripsi,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Narayana Mahendra Prastya'.

**Narayana Mahendra Prastya, S.Sos., MA**

**NIDN: 0520058402**

## SKRIPSI

### **Manajemen Redaksional Surat Kabar Harian Di Kalimantan Timur (Studi Deskriptif Pada SKH Balikpapan Pos Dan Samarinda Pos)**

Disusun oleh

Novian Aldy Prakoso

12321037

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia

11 OCT 2017

Tanggal: .....

Dewan Penguji:

1. Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, S.I.Kom., MA.

NIDN: 0523098701

2. Narayana Mahendra Prastya, S.Sos., MA.

NIDN: 0520058402

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia

  
**Muzayin Nazaruddin, S.Sos., MA**

NIDN: 0516087901

## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

*Bismillahirrahmanirrahim*

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Novian Aldy Prakoso

Nomor Mahasiswa : 12321037

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Manajemen Redaksional Surat Kabar Harian Di Kalimantan Timur  
(Studi Deskriptif Pada SKH Balikpapan Pos dan Samarinda Pos)

Melalui surat pernyataan ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindakan pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila dikemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang di tetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, Oktober 2017

Yang Menyatakan,



Novian Aldy Prakoso

12321037



## HALAMAN PERSEMBAHAN



*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan status sebagai mahasiswa dari Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, adapun skripsi yang telah penulis selesaikan berjudul “**Manajemen Redaksional Surat Kabar Harian Di Kalimantan Timur (Studi Deskriptif Pada SKH Balikpapan Pos dan Samarinda Pos)**”. Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana manajemen redaksional yang terdapat pada perusahaan surat kabar Balikpapan Pos dan Samarinda Pos

Penulis menyadari bahwa dalam melakukan penyusunan dan penyelesaian penelitian ini banyak pihak yang membantu dengan memberikan doa, dorongan semangat, motivasi, saran dan masukan. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sangat besar dan paling mendalam kepada:

1. Bapak Narayana Mahendra Prastya, S.Sos., MA. Selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan dan membimbing penulis untuk dapat menyelesaikan penelitian ini
2. Bapak Muzayin Nazaruddin, S.Sos.,MA. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya yang telah mengesahkan penelitian ini.
3. Kedua orang tua saya yang tidak pernah berhenti untuk mendoakan kelancaran dan kesuksesan serta memberikan dorongan beserta semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Ke dua surat kabar Balikpapan Pos dan Samaridna Pos yang sudah menyempatkan waktu untuk mengadakan penelitian.

5. Penghuni Kontrakan The Kongs, Rengginang yang sudah memberi tempat untuk menghibur. Serta Kost Pak Bimo, Kost Bu Harto dan yang terakhir Kost Pak Sugandito yang menjadi tempat yang pernah disinggahi selama di Jogja.
6. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2012 yang tergabung di dalam Grup “Mahasiswa Teladan” yang selalu meramaikan obrolan dan memberikan hiburan selama menjalani masa perkuliahan.
7. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi 2012 yang selalu berbagi informasi terkait perkuliahan.
8. Seluruh keluarga dan kerabat yang berada Balikpapan yang selalu menjadi sahabat, inspirasi, dan penyemangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Serta semua pihak yang tidak sempat disebutkan satu persatu namanya yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini memiliki banyak kekurangan, oleh sebab itu penulis selalu membuka pintu untuk menerima kritik dan saran dari berbagai pihak untuk menjadi perbaikan pada penelitian ini. Tidak luput penulis meminta maaf yang sebesar – besarnya jika selama penyelesaian penelitian ini penulis memiliki kesalahan baik kesalahan disengaja maupun tidak disengaja. Kesempurnaan hanya milik Allah SWT dan kekurangan murni milik penulis pribadi. Akhir kata semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca. Aamiin.

***Wassalamu’alaikum Wr.Wb.***

Yogyakarta, Oktober 2017

Penulis,

Novian Aldy Prakoso

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN AKADEMIK .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
1. Manfaat Teoritis .....	8
2. Manfaat Praktis.....	8
a. Untuk Objek Penelitian .....	8
b. Untuk Masyarakat .....	9
E. Tinjauan Pustaka .....	9
1. Penelitian Terdahulu.....	9
2. Kerangka Teori .....	12
1. Perkembangan Surat Kabar Harian Lokal .....	12
2. Manajemen Redaksional Media Cetak .....	18
F. Metode Penelitian .....	30
1. Pendekatan Penelitian.....	30
2. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	31
a. Waktu Penelitian .....	31
b. Lokasi Penelitian .....	31
c. Narasumber Penelitian.....	31
3. Pengumpulan Data.....	31

a. Data Primer.....	31
b. Data Sekunder .....	31
4. Analisis Data .....	31

## **BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

A. Balikpapan Pos .....	34
1. Profil .....	35
2. Produk.....	35
a. Surat Kabar Harian(Koran) .....	35
b. Berita Online (Websire dan Epaper) .....	36
3. Isi Surat Kabar .....	37
a. Kloter Utama .....	38
b. Kloter Metropolis .....	38
c. Kloter Balikpapan Pos .....	39
B. Samarinda Pos .....	41
1. Profil .....	41
2. Produk.....	42
a. Surat Kabar Harian(Koran) .....	42
b. Berita Online (Websire dan Epaper) .....	42
3. Isi Surat Kabar .....	44
a. Kloter Utama .....	44
b. Kloter Metropolis .....	45
c. Kloter Olahraga .....	46

## **BAB III TEMUAN PENELITIAN**

A. Nilai Berita Pada Balikpapan Pos dan Samarinda Pos.....	48
a. Kebarudan dan Aktualitas .....	49
b. Kebesaran .....	51
c. Kedekatan .....	53
d. Ketenaran.....	54
e. Kepentingan.....	55
f. Kemanusiaan .....	56
B. Manajemen Redaksional Balikpapan Pos.....	57
a. Proses Perencanaan.....	58
b. Proses Pengorganisasian.....	61
c. Proses Pelaksanaan .....	64

d. Proses Pengawasan dan Evaluasi .....	68
C. Manajemen Redaksional Samarinda Pos.....	70
a. Proses Perencanaan.....	71
b. Proses Pengorganisasian.....	73
c. Proses Pelaksanaan .....	75
d. Proses Pengawasan dan Evaluasi .....	78
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b>	
A. Manajemen Redaksional Balikpapan Pos dan Samarinda Pos....	81
1. Tahapan Perencanaan .....	82
2. Tahapan Pengorganisasian .....	86
3. Tahapan Pelaksanaan.....	90
4. Tahapan Pengawasan.....	96
B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Redaksional ....	101
1. Dana.....	101
2. Pekerja Media/SDM .....	103
3. Informasi.....	104
4. Teknologi.....	105
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	112
B. Keterbatasan Penelitian .....	114
C. Saran .....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>116</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Narasumber dan Tanggal Wawancara.....	33
Tabel 4.1 Manajemen Redaksional Balikpapan Pos & Samarinda Pos .....	98

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sturktur Organisasi Pendapat Fink .....	21
Gambar 2.1 Kantor Pusat Balikpapan Pos.....	34
Gambar 2.2 Koran Balikpapan Pos .....	36
Gambar 2.3 Website Balikpapan Pos .....	37
Gambar 2.4 E-paper Balikpapan Pos.....	37
Gambar 2.5 Kloter Pertama Balikpapan Pos .....	38
Gambar 2.6 Kloter Metropolis Balikpapan Pos.....	39
Gambar 2.7 Kloter Balikpapan Pos .....	40
Gambar 2.8 Kantor Pusat Samarinda Pos.....	41
Gambar 2.9 Koran Samarinda Pos.....	42
Gambar 2.10 Website Samarinda Pos .....	43
Gambar 2.11 E-paper Samarinda Pos.....	44
Gambar 2.12 Kloter Utama Samarinda Pos.....	45
Gambar 2.13 Kloter Metropolis Samarinda Pos.....	46
Gambar 2.14 Kloter Olahraga Samridna Pos .....	47
Gambar 3.1 Headline Balikpapan Pos 27 Februari 2017 .....	50
Gambar 3.2 Headline Samarinda Pos 27 Februari 2017.....	51
Gambar 3.3 Berita Balikpapan Pos 23 Februari 2017 .....	52
Gambar 3.4 Berita Samarinda Pos 23 Februari 2017 .....	53
Gambar 3.5 Berita Balikpapan tanggal Pos 9 Februari 2017 .....	55
Gambar 3.6 Berita Samarinda Pos 20 Februari 2017 .....	55
Gambar 3.7 Berita Samarinda Pos 9 Februari 2017 .....	56
Gambar 3.8 Berita Balikpapan Pos 2 Februari 2017 .....	57
Gambar 4.1 Struktur Keredaksian Balikpapan Pos .....	87
Gambar 4.2 Struktur Keredaksian Samarinda Pos .....	87

## ABSTRAK

**Novian Aldy Prakoso. 12321037. *Manajemen Redaksional Surat Kabar Harian Di Kalimantan Timur (Studi Deskriptif Pada SKH “Balikpapan Pos dan Samarinda Pos”)*. Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia. 2017.**

Media massa yang mulai berkembang di Indonesia semakin membuat perusahaan media saling bersaing untuk mendapatkan penikmatnya, salah satunya yang harus berkerja keras yaitu media cetak khususnya surat kabar harian. Bagaimana yang diketahui sebuah perusahaan media cetak surat kabar masih bertahan hingga saat ini mempertahankan ciri khas tulisan yang banyak disebuah kertas yang lebar, walaupun dapat dari data yang didapat bahwa semakin tahunnya pembaca surat kabar terus menurun. Maka dari tujuan itulah yang ingin didapatkan bagaimana manajemen redaksional surat kabar Balikpapan Pos dan Samarinda Pos merencanakan sebuah strategi khususnya pada bidang redaksi untuk mendapatkan pembaca diluar sana, karena seperti yang diketahui bahwa fungsi dari Manajemen Redaksional ini berperan penting dalam proses pembuatan produk khususnya surat kabar di perusahaan bidang jurnalistik. Di dalam tujuan tersebut peneliti menggunakan acuan teori yang dikemukakan oleh Fink, dimana tahap Manajemen Redaksional itu ada empat, yaitu; Perencanaan, Pengorganisasian, Pelaksanaan, dan Pengawasan. Data yang dicari nantinya akan dicari dengan cara metode kualitatif sebagai data primer, dimana langsung mewawancarai bagian-bagian penting di perusahaan tersebut khususnya pada bagian redaksi, sedangkan mencari data-data dari artikel maupun yang lainnya sebagai untuk mendapatakan data skunder. Dari hasilnya bahwa manajemen redaksional pada Balikpapan Pos dan Samarinda Pos pada dasarnya melaksanakan empat tahap yang ada didalamnya, namun ada beberapa perbedaan pada proses tahapan di dalamnya, hal itulah yang akan menjadi jawaban dari penelitian ini.

### Kata Kunci :

media cetak, surat kabar, manajemen redaksional, balikpapan pos, samarinda pos, kaltim pos

## ABSTRACT

**Novian Aldy Prakoso. 12321037. *Newspaper Editorial Management Reporting Of East Borneo (Descriptive study of Newspaper on Balikpapan Post and Samarinda Post)*. Undergraduate Thesis. Communication Science Major, Faculty of Psychology and Social Culture Sciences. Islamic University of Indonesia. 2016.**

*Mass media that began to develop in Indonesia increasingly make the media companies competing to get the audience, one of which must work hard ie print media, especially daily newspapers. How does a newspaper print company still survive to this day retains many of the most widely written features of a paper, although it can be from the data obtained that the year-to-year newspaper readers continue to decline. So from that goal that wants to get how editorial management newspaper Balikpapan Post and Samarinda Post Pos planned a strategy, especially in the field of editorial to get readers out there, because as it is known that the function of Management Redaksional this important role in the process of making products, especially newspapers in a journalistic company. In that purpose the researcher uses the theoretical reference proposed by Fink, where the stage of Management Redaksional it there are four, namely; Planning, Organizing, Implementing, and Supervising. The data sought later will be searched by qualitative method as primary data, which directly interviewed the important parts of the company especially on the editorial, while looking for data from the article or the other as to get the secondary data. From the result that the editorial management in Balikpapan Pos and Samarinda Post basically implement the four stages in it, but there are some differences in the process of stages in it, that's what will be the answer of this study.*

**Keywords :**

*mass media, newspapers, editorial management, Balikpapan post, Samarinda post, Kaltim post*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada masa reformasi saat ini sudah mulai banyaknya kemunculan media massa sebagai sarana komunikasi yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Dengan adanya media massa masyarakat akan lebih terbuka dalam mendapatkan informasi, itu dikarenakan sudah mulai banyak media massa kita temukan. Media massa sendiri banyak jenisnya, mulai dari media cetak, media elektronik, hingga media online yang sekarang ini sedang naik daunnya dikalangan masyarakat umum.

Namun berbeda dengan media massa yang lainnya, media massa cetak merupakan media massa pertama kali yang ada di dunia dan pertama kali diperkenalkan oleh masyarakat umum. Pada media massa cetak ini kita hanya dapat mengonsumsi tulisan-tulisan dan juga beberapa gambar, dikarenakan media massa cetak menggunakan media kertas sebagai tempat atau lahan dimana informasi itu disebarkan kepada masyarakat umum.

Saat ini media cetak di Indonesia tengah mengalami hal yang sangat serius untuk kedepannya, dikarenakan adanya perkembangan teknologi dan informasi saat ini. Perkembangan teknologi dan informasi yang begitu cepat juga berdampak pada media informasi, salah satunya informasi yang dapat dikonsumsi dengan melalui internet. Menurut data yang didapat, pengguna internet di Indonesia sangat berkembang pesat dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir ini, menurut lembaga riset pasar e-Marketer, populasi pengguna internet di Indonesia mencapai hingga 83,7 juta orang pada tahun 2014, dengan hasil survey tersebut Indonesia menduduki peringkat ke-enam dunia sebagai pengguna internet terbanyak di dunia, e-Marketer juga memprediksi populasi pengguna tersebut akan terus meningkat hingga mencapai 112 juta orang pengguna mengingat teknologi yang semakin terus merinovasi (Hidayat, [https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media), diakses 19 November 2016).

Dengan adanya perkembangan tersebut, hal ini membuat media cetak surat kabar harian harus berkerja lebih keras untuk tetap menarik perhatian di mata masyarakat, karena tidak bisa dipungkiri lagi bahwa pengguna internet sudah mulai meramba dan mulai meninggalkan surat kabar atau Koran.

Menurut hasilnya riset yang dilakukan oleh AC Nielsen bahwa terlihat adanya penurunan persentase pada pembaca surat kabar pada tahun 2008 yaitu sebesar 20%, dan juga penurunan persentase pada penjualan surat kabar sebesar 40%, hal ini dikarenakannya munculnya media baru. Selang setahun kemudian AC Nielsen melanjutkan riset nya mengenai surat kabar di Indonesia, hasilnya pada tahun 2009 pembaca surat kabar semakin menurun. Dari angka persentase data-data diatas terlihat bahwa belakangan ini khususnya pada tahun 2008 hingga 2009 media cetak atau lebih khususnya koran telah adanya penurunan banyak terhadap minat baca surat kabar dan mengalami penurunan jumlah belanja iklan di Koran. (Astqolani, [https://www.academia.edu/10702521/LAPORAN PENELITIAN -  
\\_KEBERLANGSUNGAN KORAN CETAK DI ERA MULTI DIGITAL](https://www.academia.edu/10702521/LAPORAN_PENELITIAN_-_KEBERLANGSUNGAN_KORAN_CETAK_DI_ERA_MULTI_DIGITAL), diakses 19 November 2016).

Penurunan itupun karena suatu dampak khususnya pada media baru saat ini, hal ini dikemukakan oleh sebuah lembaga survey bernama Litbang, dimana dalam survey tersebut dilakukannya guna untuk mencari tahu peminat surat kabar saat ini, dan betul saja bahwa hasil dari survey tersebut berdampak buruk pada perusahaan media cetak khususnya surat kabar. Hal terbesar yang paling mempengaruhi menurunnya pembaca dari surat kabar itu sendiri yaitu adanya kehadiran media digital atau media baru, seperti yang diketahui bahwa media digital saat ini sedang gempar-gemparnya yang menggunakannya, hal ini dapat dilihat dari survey tersebut bahwa pengguna media digital naik hingga 19,4% dimana angka ini lebih tinggi dari angka pembaca surat kabar, dimana angka ini sangat signifikan pada tahun 2009 hingga 2011 (Sholahuddin, *Jurnal BENEFIT*, No. 1, Juni 2013: 10-11).

Walaupun pembaca surat kabar setiap tahunnya mengalami penurunan, tidak membuat perusahaan surat kabar lokal berhenti memproduksi, nyatanya mulai banyak surat kabar lokal yang terus membenahi diri untuk lebih



baik. Kehadiran surat kabar lokal sangat penting sebagai basis informasi masyarakat daerah yang berada di Indonesia, hal ini juga berdampak baik untuk masyarakat di daerah-daerah yaitu sebagai untuk memajukan masyarakat daerah itu sendiri.

Dengan keberadaan surat kabar lokal seperti ini bisa membuka pikiran masyarakat di daerah, dengan fungsi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat pedesaan ataupun daerah, baik itu kebutuhan dari segi pendidikan, segi informasi ataupun hiburan semata.

Dengan adanya media surat kabar lokal, sebuah informasi akan lebih berimbang, karena tidak semua surat kabar nasional memberitakan peristiwa-peristiwa pada satu daerah saja melainkan seluruh Indonesia. Dengan dibentuknya surat kabar lokal ini akan berdampak baik bagi masyarakat daerah karena mereka bisa mengkonsumsi informasi yang mereka inginkan pada daerah mereka sendiri.

Menurut Undang-undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers juga menyatakan bahwa setiap daerah diberikan untuk kebebasan untuk membuat informasi mereka sendiri pada daerahnya sendiri yang bertujuan untuk kemajuan masyarakat daerahnya tersebut. Selain itu informasi itu juga bermanfaat untuk daerahnya masing-masing (<https://pwi.or.id/index.php/uu-kej>, diakses 19 November 2016).

Hal ini juga sejalan dengan tanggapan yang telah diungkapkan oleh Schramm, bahwa media-media kecil dan beragam yang sudah dikenal pertama kali pada abad ke 18 dan 19 merupakan hasil dari setiap elemen masyarakat yang ingin mengontrol pemerintah daerahnya sendiri, dengan demikian mereka akan menjadi masyarakat yang berdaya dan selalu membenahi diri (Sari. *Jurnal*, No. 1, Juli 2013:60).

Melihat perkembangan surat kabar lokal di Indonesia, sangat banyak saat ini bermunculan, itu dikarenakan perusahaan besar yang terpusat ingin menambahkan peminat pembacanya pada daerah-daerah. Hal ini juga menguntungkan bagi masyarakat lokal karena dapat mengkonsumsi berita-berita yang berasal dari daerahnya sendiri, dikarenakan surat kabar lokal itu.

Ada beberapa perusahaan media yang cukup besar yang membuka anggota pada daerah-daerah, salah satunya Jawa Post Group.

Faktanya Jawa Post Group merupakan pemenang dengan kategori *Newspaper Of The Year* pada tahun 2014 berdasarkan pembaca paling banyak, Jawa Post Group pun mengungguli Kompas dengan selisih yang sedikit. Dari sisi penyebaran, Koran Jawa Pos memiliki pembaca yang lebih loyal hal ini dikarenakan pusat penyebarannya terpusat pada kota-kota besar saja, yaitu di Jawa Timur, Jawa Tengah dan juga Bali. (Jawa Pos Koran dengan Pembaca Terbanyak, <http://www.radarcirebon.com/jawa-pos-koran-dengan-pembaca-terbanyak.html>, 20 November 2016).

Melihat dari hasil data dan pembahasan diatas, provinsi Kalimantan Timur juga ikut serta dengan adanya pembangunan surat kabar, seperti surat kabar harian lokal, contohnya kota Samarinda Pos dan, Balikpapan Pos dan masih ada kota yang lainnya, namun dipenelitian ini peneliti ingin menitik beratkan pada kedua kota tersebut.

Kaltim Post yang telah merubah nama yang sebelumnya bernama Manuntung merupakan perusahaan surat kabar harian yang pertama kali ada di provinsi Kalimantan Timur. Kaltim Post sendiri sudah berdiri sejak tahun 1988 tepatnya tanggal 5 Januari, Kaltim Post sudah memiliki anak perusahaannya di provinsi Kaltim, yaitu Samarinda Pos, Balikpapan Pos, Radar Tarakan, Radar Banjarmasin, Radar Sampit, dan Kalteng Pos, dan juga akan berencana untuk mendirikan anak perusahaannya lagi yaitu Bontang Pos, dan Berau Pos. Menurut data yang didapat Kaltim post telah meraih Dahlan Iskan Award pada triwulan yang pertama, dimana Kaltim Post mengungguli dari seluruh anggota dari Jawa Post Group, kemudian juga mendapatkan penghargaan mendali emas di segi perwajahan IPMA. Selain itu Kaltim Post selaku surat kabar yang dibawahhi oleh Jawa Post baru-baru saja menjadi surat kabar terbaik se-Asia Pasifik, kemenangan ini setelah Kaltim Post mengalahkan lebih dari 7.000 media se-Asia (<http://kaltim.prokal.co/read/news/52577-paling-meriah-sepanjang-sejarah>, 20 November).

Melihat penghargaan tersebut benar saja bahwa Kaltim Post merupakan surat kabar yang cukup banyak diminati khususnya di pulau

Kalimantan. Hal ini dikarenakan adanya sekitar 229.000 pembaca setiap harinya yang mengonsumsi surat kabar Kaltim Post, dari data tersebut maka Kaltim Post merupakan surat kabar yang paling banyak dibaca oleh masyarakat di Kalimantan, data tersebut dari sebuah riset yang dikemukakan oleh Roy Margen (<http://kaltim.prokal.co/read/news/52577-paling-meriah-sepanjang-sejarah>, 20 November).

Melihat dari semua penghargaan yang diraih Kaltim Post, secara tidak langsung ada anggota-anggota atau anakan-anakan dari Kaltim Post yang sangat mendorong untuk kemajuan Kaltim Post sendiri, ada banyak anggota-anggota dari Kaltim Post, namun dalam penelitian kali ini peneliti memilih dua kota saja, sebuah kota yang sebagai ibu kota provinsi Kalimantan Timur atau Samarinda, dan yang satu merupakan kota berproduksi minyak bumi. Dua kota tersebut merupakan kota yang cukup besar bahkan mungkin paling maju dari kota-kota yang lainnya di provinsi Kalimantan Timur.

Mengingat cepatnya dan banyaknya pertumbuhan pada perusahaan media massa, khususnya media cetak membuat setiap perusahaan harus bersaing untuk merebut masyarakatnya. Karena tanpa adanya masyarakat sebuah perusahaan tidak akan berjalan, karena masyarakatlah sumber konsumen, dan yang pasti karena masyarakat selalu ingin mengetahui informasi-informasi pada surat kabar, walaupun sekarang sudah banyak informasi-informasi melalui media massa yang lainnya.

Hal ini membuat perusahaan-perusahaan surat kabar harus berkerja untuk memikirkan masa depan perusahaan tersebut. Berbagai macam cara manajemen redaksional untuk memperbaiki perusahaan itu sendiri, jika melihat pada objek pada surat kabar harian Balikpapan Pos dan juga Samarinda Pos peneliti melihat sebuah halaman dibagian tengah yang mungkin merupakan hasil dari manajemen redaksional, dimana ada sebuah halaman *Event*, halaman ini mengangkat acara-acara yang ada pada kota tersebut, bagaimana halaman tersebut membahas acara yang sedang naik di kota tersebut, dan ada juga halaman dengan judul *Ekspresi*, halaman ini berisikan sebuah kreasi anak muda yang tinggal kota tersebut, belum tahu fungsinya apa, namun peneliti melihat bahwa fungsi dari halaman tersebut untuk mengajak anak muda-anak muda atau

remaja untuk ikut membaca surat kabar tersebut karena memiliki halaman yang disukai anak muda.

Mengingat bahwa fungsi utama dari manajemen redaksional ialah agar bagaimana sebuah informasi yang disajikan pada perusahaan media massa tersebut khususnya surat kabar pada penelitian ini dapat diterima dengan baik dimasyarakat. Untuk menentukan informasi yang baik maka dibutuhkan sumberdaya yang baik dan dipergunakannya dengan baik. Dilihat dari pengertiannya saja manajemen merupakan kegiatan melakukan tugas dengan menggunakan sumber daya manusia agar tugas tersebut lebih efektif dan efisien. Sedangkan redaksional sendiri merupakan proses untuk membuat sebuah berita, maka sangat dibutuhkan pada sebuah perusahaan media masa, agar informasi yang dibuat lebih baik dikarenakan durundingan terlebih dahulu pada setiap anggota perusahaan media massa tersebut.

Menurut Junaedhi (1991: 226-227), dalam memproduksi sebuah surat kabar itu tidak mudah, apalagi membuat sebuah surat kabar yang berkualitas yang layak untuk disebarkan kepada masyarakat. Untuk membuat produk surat kabar yang berkualitas maka ada aspek-aspek yang dapat mempengaruhi kualitas dari produk tersebut, aspek yang paling besar dalam menentukan produk tersebut berkualitas yaitu apakah berita tersebut layak di bahas dan disebarkan kepada masyarakat, karena tidak semua masyarakat mengkonsumsi berita dikarenakan kebanyakan masyarakat lebih memilih berita yang cocok dengannya. Selain itu aspek lainnya yang dapat mempengaruhi kualitas produk surat kabar yaitu seperti nilai dari berita tersebut, akurasi dari berita tersebut, dan juga selalu memperhatikan bahasa yang digunakan dalam menulsi berita tersebut, karena jika ada kesalahan penulisan bisa saja masyarakat yang membaca akan menjadi salah paham dengan berita yang ia baca, dan yang paling terpenting ialah kebenaran dair sebuah berita, dimana kebenaran dari sebuah berita ini sudah menjadi bagian dari sebuah berita dalam kode etik jurnalistik.

Didalam sebuah media massa cetak khususnya surat kabar, manajemen redaksional mengambil sebuah peran yang sangat amat penting didalam kesuksesan surat kabar tersebut karena pada bagian redaksional

memiliki posisi yang paling penting dalam penerbitan berita. Manajemen yang diterapkan dalam kegiatan redaksional berkaitan dengan tuntunan untuk merumuskan setiap langkah kerja dalam hubungannya dengan keseluruhan system media (Indardi. Skripsi, 2015: 5).

Manajemen redaksional dapat diartikan sebagai proses sistem kerja antara divisi dalam sebuah perusahaan media cetak, sistem kerja tersebut bertujuan untuk membuat sebuah produk yang diinginkan pada perusahaan tersebut, produk tersebut biasanya merupakan misi dari perusahaan media tersebut contohnya saja jika di media cetak surat kabar yaitu *Koran*, bahwa seperti yang diketahui perusahaan media surat kabar bertujuan untuk memberikan informasi atau berita-berita kepada masyarakat, proses membuat berita tersebutlah yang dinamakan manajemen redaksional. Seperti yang dikemukakan oleh Fink, bahwa ada tahapan dalam memproduksi berita tersebut, yaitu; *Perencanaan, Pengorganisasian, pelaksanaan, dan Pengawasan*. Tahapan tersebutlah yang nantinya dibahas dalam penelitian ini, bagaimana proses manajemen yang terjadi pada manajemen redaksional Balikpapan Pos dan Samarinda Pos.

Bagaimana sebuah manajemen redaksional juga berpengaruh dengan hasil berita yang dibuat, dimana hal tersebut dapat berpengaruh kepada empat tahap tersebut. Nilai berita yang sebagai acuan bahwa berita itu layak juga dapat mempengaruhi proses manajemen redaksional, karena nilai-nilai berita itu melingkupi semua tahapan proses redaksian. Dari sinilah juga untuk melihat bagaimana nilai-nilai berita yang berada di kedua surat kabar Balikpapan Pos dan Samarinda Pos tersebut, bagaimana sebuah nilai berita juga tergabung pada ke-empat proses manajemen redaksional tersebut.

Berhubungan dengan manajemen redaksional, peneliti akan meneliti manajemen redaksional pada surat kabar harian Balikpapan Pos dan juga Samarinda Pos. surat kabar harian tersebut merupakan surat kabar lokal yang berada di provinsi Kalimantan timur, tidak sedikit media cetak yang berada di provinsi Kalimantan timur, bagaimana sebuah surat kabar harian lokal dapat diterima oleh masyarakat kota tersebut, karena tidak mudah masyarakat dapat mengkonsumsi surat kabar berita yang nama perusahaannya tidak diketahui



oleh masyarakat umum. Dalam hal ini tentunya bagaimana manajemen redaksional pada surat kabar harian Balikpapan Pos dan juga Samarinda Pos dalam menjaga kualitas isi berita yang diberikan kepada masyarakat dan juga eksistensi dikala maraknya surat kabar yang lebih ternama perusahaan persnya.

Dari tujuan tersebut diharapkan bahwa penelitian ini bertujuan juga untuk mendapatkan hasil atau pengetahuan-pengetahuan yang baru dari kedua surat kabar tersebut, baik itu proses manajemen redaksionalnya maupun nilai berita yang diangkat dari masing-masing surat kabar. Dengan demikian hasil tersebut untuk membandingkan proses manajemen redaksional Balikpapan Pos dan Samarinda Pos yang mungkin sudah ada yang pernah menelitinya.

## **B. Rumusan Masalah**

Untuk memperjelas masalah yang akan dibahas maka peneliti menitik beratkan pada rumusan masalah yakni bagaimana manajemen redaksional surat kabar harian Balikpapan Pos dan Samarinda Pos?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen redaksional surat kabar harian Balikpapan Pos dan Samarinda Pos.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang manajemen redaksional surat kabar harian dalam penyampaian berita dalam bidang manajemen pers dan sebagai bahan masukan dalam pengelolaan manajemen redaksional khususnya media cetak.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Untuk Objek Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada masing-masing surat kabar harian guna memperbaiki manajemen redaksional pada media cetak surat kabar harian.

b. Untuk Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat untuk mendapatkan informasi tambahan terhadap bagaimana manajemen redaksional pada surat kabar harian lokal yang dikonsumsi oleh masyarakat.

## E. Tinjauan Pustaka

### 1. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelusuran pustaka yang dilakukan, peneliti menemukan beberapa skripsi yang mengangkat tentang manajemen redaksional pada surat kabar harian baik itu lokal maupun nasional. Penelitian pertama yang dilakukan oleh M. Irfan Fazryansyah mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Swadaya Hunung Jati Cirebon yang dilakukan pada tahun 2013 ini mengangkat penelitian dengan berjudul "*Manajemen Redaksional Pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon*". Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana peneliti ingin menyampaikan bahwa bagaimana manajemen redaksional pada surat kabar harian radar Cirebon yang diterbitkan PT Wahana Semesta Cirebon (Group Jawa Pos) itu dapat diterima oleh masyarakat Cirebon dikala maraknya surat kabar harian yang beredar di kota Cirebon. Bagaimana perusahaan menjaga kualitas dari isi berita dari surat kabar harian radar Cirebon agar layak untuk dibaca oleh masyarakat kota Cirebon (Fazryansyah, Skripsi, 2013: 15-16). Penelitian ini sendiri menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini mempunyai kesamaan pada penelitian yang sedang ingin diteliti, yaitu mencari tahu bagaimana manajemen redaksional pada perusahaan surat kabar harian lokal.

Penelitian kedua yakni penelitian yang diteliti oleh Juwairiyah yang berasal dari mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang dilakukan pada tahun 2008 berjudul "*Manajemen Redaksional Pada Surat Kabar Harian Radar Kudus*". Dalam penelitian tersebut menjelaskan,

bagaimana sebuah kreatifitas daripada anggota membuat sebuah surat kabar harian yang bagus dan juga layak untuk dibaca oleh masyarakat kota Kudus. Bahkan menurut Juwairiyah (2008: 4) kehadiran surat kabar harian Radar Kudus tidak hanya diminati peminat lokal tetapi juga dinikmati sampai wilayah Karesidenan Pati (Jepara, Kudus, Pati, Bloro, Rembang, Grobongan, dan sekitarnya), secara tidak langsung peneliti beranggapan bagaimana manajemen pada perusahaan tersebut hingga bisa banyak peminatnya hingga diluar kota Kudus pun juga menikmati surat kabar harian tersebut. Penelitian ini sendiri menggunakan pendekatan penelitian kualitatif.

Penelitian ketiga yakni penelitian yang diteliti oleh Mayelus Dori Bastian yang berasal dari mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi dari Gadjah Mada yang diteliti pada tahun 2014 dengan judul *“Manajemen Redaksional dan Eksistensi Surat Kabar Lokal (Studi Kasus Tentang Manajemen Keredaksian Harian Umum Flores Pos Tahun 2013)”*. Pada penelitian ini Bastian (2014:1) mengatakan bahwa manajemen redaksional ibarat nyawa bagi suatu penerbitan. Oleh karena itu, pengelola institusi harian umum Flores Pos harus pandai meracik antara landasan ideal mendirikan surat kabar berikut visi, misi dan nilai-nilai yang dikembangkan dengan kebutuhan khalayak pembacanya.

Perpaduan itu oleh manajemen Flores Pos diwujudkan dalam kebijakan redaksional (editorial policy). Peran manajemen redaksi melalui kebijakan redaksinya sangat penting dalam menjalankan perusahaannya. Isi berita surat kabar yang sampai ke tangan pembaca adalah produk akhir dari rangkaian proses keredaksian yang panjang, rumit, melibatkan banyak pihak dan dibatasi oleh waktu, sehingga harus benar-benar baik surat kabar tersebut.

Penelitian yang ke-empat yakni disusun oleh Imam Maryanto yang berasal dari Universitas Riau yang berada di Pekanbaru pada tahun 2014 dengan mengangkat judul *“Manajemen Redaksional Surat Kabar Harian Umum Haluan Riau dalam Meningkatkan Kualitas Pemberitaan”*. Dalam penelitian ini Maryanto (2014:2) Rmainya penerbitan surat kabar di Riau menuntut setiap surat kabar yang terbit di daerah ini untuk siap bersaing satu

sama lain. Untuk menghadapi persaingan tersebut, tentu saja masing-masing dari mereka harus menunjukkan kebolehannya yang membuat mereka lebih unggul daripada yang lainnya. Tidak terkecuali dengan apa yang harus dihadapi oleh Haluan Riau sebagai salah satu surat kabar yang cukup memiliki nama di Riau. Haluan Riau harus senantiasa berusaha untuk terus mampu mengimbangi dan memperkecil jarak di antara kedua pesaing terberatnya, yaitu Riau Pos dan Tribun Pekanbaru. Berdasarkan data oplah, Haluan Riau masih berada di posisi ketiga jika dibandingkan dengan dua saingan beratnya tersebut. Maka dari itu untuk menjaga eksistensi surat kabar Haluan Riau harus memikirkan manajemen redaksionalnya yang berguna untuk meningkatkan kualitas dari berita yang diangkat sehingga masih banyak minat pembacanya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena terdapat hasil wawancara dengan pemimpin redaksi surat kabar Haluan Riau.

Melihat dari kesimpulan dari penelitian ke-empat ini, penelitian ini sama dengan penelitian yang ingin diteliti sekarang ini, yaitu mengangkat judul manajemen redaksional, dengan menggunakan objek pada surat kabar lokal, dimana semakin banyaknya surat kabar bermunculan bagaimana dengan eksistensi dari surat kabar harian lokal itu sendiri untuk menjaga eksistensi surat kabar tersebut dengan menggunakan manajemen redaksional.

Penelitian yang terakhir atau yang ke-lima yaitu disusun oleh Ulin Wulandani salah satu mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi pada Universitas Mercu Buana Jakarta, dengan mengangkat judul "*Strategi Redaksi Harian Nonstop Dalam Menentukan Berita Pada Rubrik Pilkada Jakarta*", yang disusun pada tahun 2008. Dalam penelitian ini Wulandani (2008:4) mengatakan kegiatan jurnalistik tidak dapat dipisahkan dari peran pers, demikian halnya dengan surat kabar atau koran. Proses terbentuknya sebuah berita berawal dari proses kinerja pers. Pers dalam pengertian yang cukup sempit hanya terbatas pada media massa cetak saja, yakni surat kabar, majalah, dan bulletin kantor berita. Pers berperan dalam menentukan opini publik yang dibentuk oleh masyarakat itu sendiri. Pers itu sendiri mengelola sebuah berita berdasarkan fakta dan situasi yang benar terjadi saat itu, namun

tidak jarang pers juga kerap menimbulkan berita-berita yang mengandung konflik.

Dalam penelitian yang kelima ini, sipeneliti lebih memfokuskan pada strategi redaksi dari Harian Nonstop bagaimana mengelola sebuah isu Pilkada dalam menentukan berita pada rubrik. Pendekatannya pun menggunakan pendekatan kualitatif dimana langsung menanyakan hal mengenai manajemen redaksional pada harian Nonstop.

Berdasarkan tinjauan pustaka yang telah dibuat, hampir kelima mempunyai kesamaan dan juga perbedaan. Kesamaanya yaitu dimana si peneliti ingin sama-sama mencari tahu bagaimana proses manajemen redaksional pada media massa khususnya surat kabar harian atau koran. Dari segi metodenya pun sama, yaitu dengan menggunakan metode kualitatif yaitu langsung mewawancarai narasumber, kemudian dari data yang didapat akan dibahas dan ditemukan bagaimana proses manajemen redaksional yang terjadi didalamnya. Selain itu narasumber yang akan diwawancarai pun dari kelima penelitian tersebut yaitu; Pemimpin redaksi, redaktur pelaksana atau redaktur, dan wartawan.

Namun yang sangat menonjol perbedaan didalam kelima penelitian tersebut yaitu hanyalah objek, seperti yang dilihat bahwa semua objek yang ada berbeda semua, dan beruntungnya bahwa kelima penelitian tersebut mengambil pada objek surat kabar harian daerah atau lokal.

## **2. Kerangka Teori**

### **1. Perkembangan Surat Kabar Harian Lokal**

Surat kabar merupakan salah satu dari macam-macam jenis media cetak yang ada, surat kabar ini sendiri terdiri dari beberapa lembaran dengan jumlah kata-kata, gambar, ataupun foto. Surat kabar adalah suatu dokumen atas apa yang telah direkam oleh seorang jurnalistik dan disebarkan melalui kata-kata dan foto pada surat kabar atau Koran.



Melihat dari sejarahnya, surat kabar pada masa orde baru mempunyai misi menyebarluaskan pesan-pesan pembangunan dan juga sebagai alat untuk memajukan rakyat Indonesia, dimana pada masa itu masyarakat Indonesia sangat membutuhkan sebiah informasi-informasi yang dapat mempengaruhi kemajuan Negara Indonesia. Kasusnya sama seperti apa yang dinyatakan oleh Schramm, di Indonesia media-media kecil sendiri sudah terbentuk pada masa Orde Baru, dengan memperdayakan masyarakat-masyarakat desa sebuah konsep pun terbentuk dengan nama KMD, atau Koran Masuk Desa. Program ini diberlakukan pada tahun 1980. Secara garis besar tujuan dari program ini yaitu sama dengan apa yang ada pada media lokal, yaitu ingin memberikan informasi penting kepada masyarakat-masyarakat pedesaan atau daerah, tujuan ini bertujuan untuk meningkatkan pembangun pedesaan atau daerah (Sari. Jurnal. 2013:60).

Salah satu perkembangan media massa yang paling terlihat adalah perkembangan media cetak khususnya surat kabar. Dari data yang diambil dari Serikat Penerbit Surat kabar (SPS), hingga Juni 2009, tercatat 951 penerbitan pers di Indonesia dengan berbagai varian skala bisnis mereka. Dengan jumlah anggota sebanyak 433 penerbit pers antara lain surat kabar harian, tabloid, surat kabar mingguan, bulletin, dan majalah di 29 provinsi ([http://eprints.ums.ac.id/18656/2/BAB I.pdf](http://eprints.ums.ac.id/18656/2/BAB_I.pdf), diakses 4 Desember 2016).

Sebuah penelitian yang dibuat oleh Nielsen pada tahun 2014 mengatakan bahwa pengkonsumsi media lebih tinggi di luar jawa, kota-kota tersebut yaiut Medan, Palembang, Denpasar, Makassar dan Banjarmasin, ini mengalahkan kota-kota besar di pulau Jawa yang merupakan dominan tempat perusahaan media itu sendiri. Selain itu penggunaan media paling banyak saat ini masih pegang oleh media televisi, seperti yang diketahui bahwa media televisi merupakan media yang paling gampang untuk dikonsumsi, hasil ini membuat media internet duduk diperingkat kedua yang jika dilihat agak jauh dari segi yang mengkonsumsinya. Namun siapa sangka bahwa pengguna media televisi yang banyak tersebut berasal dari luar pulau Jawa, melihat pulau

diluar jawa terus berkembang mengikuti informasi-informasi yang ada sehingga masyarakat diluar Jawa selalu menggunakan media untuk mendapatkan sebuah informasi dari luar pulau mereka (<http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html>, diakses 4 Desember 2016).

Nielsen juga menambahkan bahwa bukan hanya pengguna media televisi saja yang paling banyak digunakan di luar pulau Jawa, namun sebuah surat kabar juga menjadi media yang paling banyak dibaca juga di luar pulau Jawa, hal ini dikarenakan masyarakat di luar pulau Jawa rata-rata menghabiskan waktu terbanyak untuk membaca sebuah surat kabar atau koran sehingga itulah pembaca surat kabar terbesar di Indonesia berasal dari luar pulau Jawa.

Melihat hasil tersebut dapat dikatakan bahwa pengguna media terbanyak yaitu berada di luar pulau Jawa, walaupun pulau Jawa yang merupakan pulau dominan dengan kepemilikan media besar yang banyak. Bisa ditangkap bahwa sudah banyaknya media massa bertebaran di daerah-daerah di luar jawa, salah satunya seperti surat kabar, walaupun dari hasil penelitian tersebut pengguna surat kabar memiliki persentase yang cukup kecil sekali namun masih mengungguli dari media cetak majalah tabloid dan juga bioskop.

Jika kita mendengar kata surat kabar maka yang terlintas dari pikiran kita yaitu berita, surat kabar seperti sudah lekat dengan masyarakat, ini dikarenakan surat kabar sebagai makanan sehari-hari bagi masyarakat. Informasi, itulah yang yang dikonsumsi oleh masyarakat pada surat kabar.

Beragam-macam fungsi dari surat kabar itu sendiri, seperti media informasi, edukasi, hiburan dan juga persuasive, namun kebanyakan masyarakat mengkonsumsi surat kabar karena ingin mencari sebuah berita yang mereka ingin tahu. Ini dikarenakan bahwa sebagian besar pada rubric surat kabar adalah berita-berita yang terjadi disekitar kita, walaupun ada juga sedikit hiburan dan edukasi didalamnya.

Adapun alasan-alasan yang menyebabkan masyarakat itu sendiri mengonsumsi atau membaca surat kabar, sebagian besar ialah sebagai sarana pencarian informasi dan hiburan. Terlebih lagi media informasi khususnya media cetak ini atau surat kabar mudah dibawa kemana-mana dan dapat dibaca pada saat kapan saja sesuai keinginan pembaca itu sendiri. Surat kabar pula memiliki penyampaian yang sistematis dalam hal penyampaian berita, di mana biasanya dalam sebuah berita informasi yang digali cukup dalam sehingga informasi yang didapat lebih banyak. Hal ini dikarenakan surat kabar mempunyai deadline yang cukup renggang dibandingkan dengan media lain, sehingga disitulah kelebihan dari media cetak surat kabar.

Selain itu hal gaya hidup juga mempengaruhi mengapa masyarakat mengonsumsi surat kabar, ini karena membaca surat kabar adalah merupakan bagian penting dalam gaya hidup masyarakat yang intelek, khususnya di daerah perkotaan yang haus akan informasi dan berita terkini. Dengan membaca surat kabar pemikiran masyarakat terbuka dengan informasi-informasi yang ada, karena memang setiap masyarakat selalu ingin mendapatkan informasi-informasi baru.

Menurut pendapat Onong Uchjana Effendy (Fazryansyah, Skripsi, 2012: 27-28) ada beberapa fungsi dari sebuah surat kabar yang tidak bisa lepas dari surat kabar, fungsi-fungsi dari surat kabar terdiri dari:

1. Fungsi sebagai menyampaikan informasi kepada publik

Fungsi yang pertama ini merupakan fungsi yang paling melekat dalam sebuah surat kabar, seperti yang diketahui bahwa surat kabar merupakan sarana untuk mendapatkan informasi, namun informasi tersebut akan disaring terlebih dahulu sebelum dipublish kepada masyarakat, hal ini bertujuan agar informasi yang akan dikonsumsi oleh masyarakat merupakan informasi-informasi yang benar dengan apa yang sesungguhnya terjadi, karena informasi yang benar tersebut merupakan sebuah kode etik dalam bidang jurnalistik.

## 2. Fungsi mendidik bagi masyarakat

Sebagai sarana pendidikan, surat kabar memuat tulisan-tulisan yang mengandung informasi hingga pengetahuan, dengan demikian setiap masyarakat yang mengkonsumsi berita tersebut secara tidak langsung akan membukakan informasi kepada setiap yang membacannya sehingga khalayak pembaca menjadi bertambah pengetahuannya.

Jika dilihat dalam surat kabar, sebuah bacaan yang mendidik itu bisa saja berbentuk dalam sebuah berita, dimana berita-berita yang mengangkat mengenai pengetahuan contohnya saja, selain itu tak jarang juga fungsi mendidik ini ada pada sebuah artikel-artikel dalam surat kabar tersebut.

## 3. Fungsi hiburan bagi masyarakat

Hal-hal yang bersifat hiburan sering dimuat surat kabar untuk mengimbangi berita-berita yang tergolong berat atau biasa disebut hard news dan artikel-artikel yang berbobot, hal ini sangat berpengaruh untuk masyarakat yang sedang membaca surat kabar, karena memang tidak seluruh masyarakat menyukai berita-berita yang tergolong berat, melainkan berita-berita ringan yang memang cukup menghibu. Dalam kasusnya biasanya isi surat kabar yang berisi hiburan bisa berbentuk dalam sebuah cerita pendek, cerita bergambar, pojok, teka-teki silang, karikatur, dan kadang-kadang tajuk rencana.

## 4. Fungsi mempengaruhi

Seperti yang diketahui bahwa media merupakan peran penting untuk mempengaruhi para masyarakat yang mengkonsumsinya, pengaruh ini bisa saja berbentuk positif maupun negatif, tergantung berita yang dikonsumsi oleh masyarakatnya. Hal ini dikarenakan karena masyarakat selalu membutuhkan sebuah informasi, informasi tersebut biasanya dikonsumsi disebuah media massa contohnya saja surat kabar, dengan membutuhkan informasi dari surat kabar maka

secara tidak langsung masyarakat yang mengkonsumsi berita tersebut  
kana terkena dampak atau terpengaruh dari berita yang ia baca.

Selepas dari fungsi-fungsi dalam sebuah surat kabar tersebut, namun dengan pekrembangan media massa saat ini, para perusahaannya juga sudah mulai pindah menuju media massa elektronik maupun online, hal ini dikarenakan lebih mudah didapatkan dan bersifat cepat informasinya. Walaupun demikian tidak memudahkan bahwa peminat surat kabar harian menurun, bahkan saat ini banyak perusahaan-perusahaan pers di Indonesia baik itu lokal memulai berbisnis untuk membuat sebuah berita, ini dikarenakan masyarakat ingin mengkonsumsi informasi yang berada pada daerahnya itu sendiri.

Menurut hasil yang di dapat oleh SPS atau Serikat Perusahaan Pers mendapatkan hasil yang menakjubkan, yaitu pertumbuhan media cetak hanya berkembang pada angka persentase 0.25 persen saja, ini dikarenakan digempurnya media cetak dengan media online yang makin berkembang. Hal ini tercatat dari rendahnya pertumbuhan sirkulasi oplah dari 1.100 media di Indonesia pada akhir tahun 2013, yang hanya mengalami pertumbuhan sebesar 0,25 persen. Angka itu sedikit lebih baik dibanding pertumbuhan oplah media di Amerika. (Digempur Media Online, Pertumbuhan Pers Cetak Hanya 0,25 Persen (Firmansyah, <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2014/02/06/1800231/Digempur.Media.Online.Pertumbuhan.Pers.Cetak.Hanya.0.25.Persen>, diakses 4 Desember 2016).

Asmono wikan selaku direktur dari SPS mengatakan dalam pertemuan yang diadakan Serikat Perusahaan Pers atau SPS, disaat inilah seharusnya industri media cetak bangkit, dilihat bahwa semakin tahun semakin menurun minat pembaca media cetak. Maka dari itu ia mengatakan industri media cetak harus berbenah untuk mendapatkan kembali citra mereka agar minat baca media cetak tetap stabil kedepannya, dengan beberapa cara salah satunya yang tepat yaitu menyajikan konten-konten yang menarik yang dapat diterima oleh masyarakat umum (Firmansyah,

<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2014/02/06/1800231/Digempur.Media.Online.Pertumbuhan.Pers.Cetak.Hanya.0.25.Persen>, diakses 4 Desember 2016).

## **2. Manajemen redaksional media cetak**

Jika mengingat kata manajemen yang paling mudah diingat yaitu kerja sama. Kerja sama di sini yaitu di dalam sebuah tim ataupun organisasi. Manajemen dalam sebuah organisasi seharusnya cukup berperan penting untuk membantu sebuah pekerjaan, dimana dalam sebuah manajemen biasanya membagi masing-masing tugas agar pekerjaan itu jalan cukup efisien dan efektif. Selain itu manajemen juga biasa disebut sebagai alat untuk mengatur ataupun mengolah sumber daya yang ada dalam sebuah organisasi tersebut, walaupun demikian mereka mempunyai tujuan yang sama yang harus ditempuh (Handoko, 2003: 8).

Ada pun fungsi manajemen ini sendiri sangat membantu untuk sebuah proses kerja, khususnya dibidang organisasi yang mana didalamnya banyak sumber daya manusia, proses manajemen ini berperan penting dalam hal membantu pekerjaan, karena seperti penjelasan yang di atas bahwa manajemen merupakan cara melakukan tugas dengan memanfaatkan sumber daya yang ada khususnya manajemen sumber dayanya.

Dalam teorinya saja konsep manajemen juga mempunyai urutan proses-proses yang bisa disebut *POAC*, di mana kepanjangannya yaitu; Planning, Organizing, Actuating, dan Control. Keempat tahapan tersebut merupakan tahapan yang mana masing-masing tahapan tersebut saling berhubungan.

Selanjutnya yaitu redaksi, redaksi ialah sebuah struktur dan mekanisme yang terdapat di dalam pengelolaan media massa khususnya perusahaan yang berjalan dibidang jurnalistik yang memproduksi sebuah produk informasi.

Struk pada bagian redaksi pada umumnya melingkup; Pemimpin redaksi, Sekretaris Redaksi, Redaktur Pelaksana, Redaktur dan yang terakhir adalah wartawan. Masing-masing struktur tersebut mempunyai job desk masing-masing, dan juga mempunyai tanggung jawab masing-masing, struktur tersebut merupakan struktur mekanisme bagaimana sebuah produk itu dibuat dengan sumber daya yang ada. Sedangkan mekanismenya itu sendiri yaitu delapan tahap, di mana delapan tahap tersebut lebih menjelaskan bagaimana mekanisme produk atau berita itu sendiri diproduksi hingga akhirnya menjadi sebuah berita yang dapat dibaca oleh masyarakat.

Dari penjelasan kedua tersebut, maka fungsi manajemen dan bidang redaksi ini bisa menjadi sebuah tahapan, yang biasa disebut manajemen redaksional, manajemen yang terdapat pada organisasi pers, dimana manajemen yang dilakukan yakni untuk pelaksanaan praktik jurnalistik dengan melakukan kerja tim untuk mendapatkan berita yang layak untuk kemudian diberikan kepada audiens.

Manajemen yang dikemukakan menurut G R Terry yakni:

“Manajemen merupakan sebuah proses yang khas, terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan juga pengawasan yang bertujuan untuk menentukan serta mencapai sarana-sarana yang telah direncanakan melalui faatan sumber daya manusia serta sumber lainnya”

Sama dengan penjelasan manajemen redaksional dari G R Terry, menurut Pareno (2003: 46) definisi manajemen redaksional adalah penerapan fungsi-fungsi manajemen melalui tindakan-tindakan *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* dalam pengelolaan materi pemberitaan.

Redaksi merupakan sekumpulan orang dari sebuah organisasi perusahaan media massa, seperti media cetak, elektronik dan juga baru/online dimana orang-orang tersebut sangat terlibat atas isi berita yang tersebar luas dimasyarakat.

Dalam sebuah organisasi media massa sangat diperlukannya kebijakan dari redaksional, dimana fungsi dari redaksional tersebut sebagai pedoman konstitusional untuk mengatur *job description* masing-masing anggota. Kebijakan redaksional biasanya sudah mempunyai ketentuan yang disepakati perusahaan atau organisasi, dimana isi dari kesepakatannya seperti boleh tidaknya berita tersebut dimuat, dan penggunaan kata-kata dalam isi informasi hal ini harus diikuti karena biasanya sesuai dengan visi dan misi dari perusahaan itu sendiri. Ketentuan kebijakan redaksional biasanya disepakati oleh pemimpin redaksi yang meliputi, redaktur, pemasaran, iklan dan sebagainya. (Indardi, Skripsi, 2012: 13).

Tugas dari redaksional yaitu mengemas secara demikian rupa sesuai dengan aturan yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi media massa tersebut sehingga berita tersebut layak dan bermutu bagi masyarakat luas yang mengkonsumsinya. Gambaran secara umum tugas dari redaksional pada dasarnya sama seperti yang dikemukakan oleh Fink (Seperti dikutip Juwairiyah, 2008: 10), dalam memproduksi pemberitaan yang berkualitas, kekuatan dan daya tarik sebuah media cetak dimata pembaca terletak pada berita dan informasi yang disajikan maka ada sebuah perencanaan yang sangat baik untuk membuat sebuah berita yang baik. Adapun proses-proses yang harus dilakukan yaitu:

1. Merencanakan

Tugas ini merupakan tugas bagi seluruh anggota redaksi, dimana biasanya diadakan rapat redaksi dengan seluruh anggota dengan tujuan memutuskan berita apa saja yang akan layak untuk dimuat di halaman surat kabar tersebut.

2. Melaksanakan

Biasanya tugas dari wartawan, wartawan dituntun untuk mencari beberapa berita dengan nilai minimal berapa berita (biasanya kesepakatan dari perusahaan atau organisasinya sendiri), wartawan diterjunkan langsung kelapangan tempat kejadian perkara



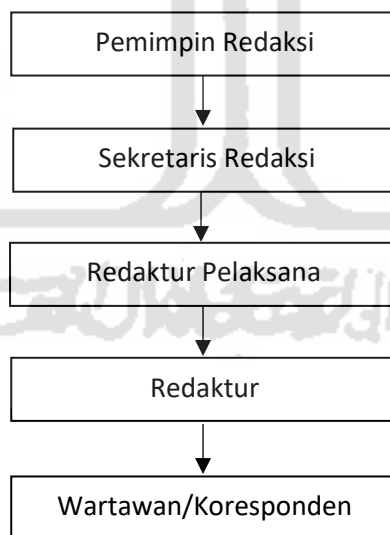
sesuai berita apa yang ingin diangkat, tugasnya mencari tahu informasi terhadap kasus tersebut dengan orang-orang disekitar kejadian perkara ditambah dengan beberapa wawancara untuk memperkuat isi berita tersebut karena isi berita harus bersifat fakta atau nyata.

### 3. Publikasi

Dengan kata lain berita-berita yang melewati proses-proses sebelumnya harus dicetak atau diterbitkan baik itu ke media cetak, elektronik dan juga online.

Ada pula dari tugas pemimpin redaksi mempunyai fungsi yang sangat berperan, dimana pemimpin redaksi harus mengatur semua kegiatan yang berhubungan dengan berita, karena sebuah berita yang baik atau tidaknya dan layak atau tidak layaknya sesuai keputusan dari pemimpin redaksi itu sendiri.

Ada pula struktur daripada bidang redaksi sebagai berikut:



Gambar 1.1 Struktur Organisasi Pendapat Fink

Pemimpin redaksional merupakan jabatan paling tertinggi jika melihat struktur yang diatas, walaupun ia merupakan jabatan tertinggi ia

hanya dapat memegang pada bidang redaksional saja tidak termasuk diluar bidang redaksional karena ia tidak mempunyai hubungan.

Dibawah pemimpin ada sekretaris redaksional yang bertugas membantu pemimpin redaksional pada bidang administrasi, semua hubungan mengenai surat-menyurat ssekretaris redaksional lah yang bertanggung jawab.

Selanjutnya ada redaktur pelaksana, divisi ini bertugas bertanggung jawab terhadap pencarian berita yang nantinya dimuat pada surat kabar tersebut. Redaktur pelaksana bertanggung jawab atas anggota-anggotanya yang berhubungan dengan pemberitaan, seperti editor.

Struktur yang paling bawah adalah wartawan, walaupun wartawan merupakan struktur terbawah, namun wartawan sangat penting dalam perusahaan atau organisasi media massa, tanpa adanya wartawan tidak ada berita yang didapat oleh perusahaan atau organisasi tersebut ini kenapa wartawan sangat penting di sebuah perusahaan media massa.

Manajemen redaksioanal merupakan sebuah kegiatan dalam mengelola suatu berita dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan tersebut atau bias disebut organisasi redaksi. Dengan adanya sumber daya yang dapat disatukan dengan menggunakan fungsi manajemen redaksional maka tujuan dari organisasi akan tercapai dengan cara efektif dan efisien.

Menurut Fink (Seperti dikutip Juwairiyah, 2008: 10), dalam memproduksi pemberitaan yang berkualitas, kekuatan dan daya tarik sebuah media cetak dimata pembaca terletak pada berita dan informasi yang disajikan. Untuk membuat berita yang layak, ada kalanya untuk mempersiapkan terlebih dahulu proses-proses yang nantinya akan membuat beritak akan lebih layak untuk disebar kepada masyarakat. Adapun proses-proses yang harus dilakukan yakni:

## 1. Perencanaan

Sebelum membuat berita seharusnya kita merencanakan sebuah berita terlebih dahulu agar isi berita lebih baik, merencanakan berita itu sendiri kita harus mencari berita yang layak untuk diangkat dalam berita tersebut, bias saja kita merapatkan pada anggota-anggota maupun langsung terjun observasi lapangan untuk mencari berita secara langsung.

Berita yang baik adalah hasil dari perencanaan yang baik, begitu yang diucapkan Haris Sumadiri (2005: 94). Proses pencarian dan pembuatan berita dimulai di ruang redaksi melalui forum seperti rapat atau bias disebut perencanaan berita. Rapat biasanya diselenggarakan sore atau malam karena mengingat dini harinya berita harus udah mulai cetak. Rapat biasanya diharidiri beberapa redaktur dan juga pemimpin redaksi , rapat pada umumnya diadakan setiap hari atau rutin.

Pada proses perencanaan biasanya bertujuan untuk menentukan berita apa saja yang nantinya akan diangkat dan mungkin dijadikan deadline di baguan depan koran itu sendiri.

## 2. Pengorganisasian

Menurut Wilujeng (Seperti Dikutip Putra, 2014: 13), tahapan ini merupakan suatu proses dimana sebuah pekerjaan diatur dan juga dibagikan kepada para anggota organisasi, tujuan dari kegiatan ini merupakan untuk membuat sebuah pekerjaan itu sendiri lebih efisien dikarenakan pembagian tugas dan dikerjakan oleh banyak orang.

Tahap pengorganisasian merupakan pembagian tugas-tugas serta penempatan orang berikut jabatannya didalam struktur organisasi. Pada proses redaksional terdapat *staffing* yang berfungsi untuk melaksanakan aktifitas redaksional, fungsinya sendiri adalah menempatkan orang-orang yang terlibat langsung ke dalam unit kerja

bidang redaksional, yang merupakan fungsi vital karena menyangkut dari pelaksana (Effendy, 1996: 39).

Menurut Totok Djuroto (2002: 18-24) ada beberapa jabatan yang berperan penting dalam bidang redaksi, yaitu:

- a) Pemimpin redaksi, yaitu orang pertama yang bertanggung jawab terhadap bidang redaksional termasuk semua isi penerbitan pers. Garis besarnya semua kegiatan di bidang redaksional harus melalui izin pada pemimpin redaksi terlebih dahulu, sehingga pemimpin redaksilah yang akan bertanggung jawab besar atas apa yang ada didalam surat kabar tersebut.
- b) Sekretaris redaksi, tugasnya membantu pemimpin redaksi dalam hal administrasi keredaksiaan, selain itu juga mengurus mengenai iklan.
- c) Redaktur pelaksana, merupakan jabatan yang dibentuk bertujuan membantu pemimpin redaksi dalam tugas keredaksiaan sehari-hari. Dalam tugasnya redaktur pelaksana sangat berperan penting didalam sebuah perusahaan media surat kabar, dimana ialah yang bertanggung jawab atas berita-berita yang ada dalam surat kabar, redaktur pelaksana harus selalau mengecek hasil-hasil berita yang sudah direncanakan sebelumnya untuk di publish di surat kabar.
- d) Redaktur atau editor, bertugas bertanggung jawab terhadap isi halaman surat kabar. Redaktur pun biasanya dibagi beberapa kelompok bidang, seperti hokum, ekonomi, budaya, olahraga, dan lain-lain.
- e) Wartawan atau reporter, seseorang yang bertugas untuk mencari, mengumpulkan, dan mengolah isi informasi berita yang nantinya akan dipublikasian melalui media massa.
- f) Koresponden, tugasnya menjadi wartawan cadangan yang ditempatkan pada tempat-tempat yang sudah ditentukan

sebelumnya, dengan kata lain sebagai pembantu wartawan, namun dalam kasusnya biasanya koresponden ini juga terkait sebagai wartawan resmi dari perusahaan surat kabar tersebut.

Dengan adanya beberapa jabatan tersebut dan pembagian-pembagian tugas tersebut dalam bidang redaksional maka produk jurnalistik yang dihasilkan akan lebih berkualitas dan dapat menarik minat baca masyarakat.

### 3. Penggerakan

Tahap penggerakkan dalam manajemen redaksional adalah aktifitas yang menggerakkan orang-orang beserta fasilitas penunjangnya untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan yaitu menghasilkan produk jurnalistik (Suhandang, 2004: 45)

Di dalam sebuah produksi program ataupun jurnalistik, pengarahan berperan sangat penting, ini bertujuan untuk menjalankan produksi itu sendiri agar apa yang ingin diharapkan bisa tercapai dengan adanya kerja sama team yang baik dan nantinya akan menghasilkan hasil yang lebih baik dan layak untuk masyarakat.

Ada beberapa aktivitas dialamnya menurut Kustadi Suhandang, yaitu:

#### a) Peliputan

Proses ini dalam manajemen redaksional adalah mencari berita, ataupun meliput bahan berita di lapangan. Aktivitas ini dilakukan setelah melewati proses perencanaan sebelumnya. Dalam meliput berita ada tiga teknik, yaitu reportase, wawancara, dan riset kepustakaan

1. Reportase, adalah kegiatan dimana si jurnalistik meliput langsung ke lapangan dimana tempat terjadi perkara itu terajdi, tugasnya mengumpulkan fakta dan data seputar peristiwa tersebut (Syamsul, 2003:7).

2. Wawancara, kegiatan ini merupakan kegiatan tanya jawab yang dilakukan oleh wartawan atau reporter tersebut dengan narasumber yang berada pada tempat kejadian tersebut atau bisa dibidang saksi dari kejadian tersebut tujuannya untuk menggali informasi sebanyak mungkin (Sumadiria, 2005: 103-104).
3. Riset kepustakaan, merupakan teknik peliputan atau pengumpulan data dengan mencari dari beberapa koran yang dikumpulkan, mencari di buku maupun mencari di internet (Syamsul, 2003: 10).

b) Penulisan

Penulisan berita biasanya menggunakan teknik melaporkan, penulisan ini pastilah mengikuti kode etik jurnalistik, dimana dalam berita terdapat unsur 5W +1H, unsur tersebut bersifat wajib didalam sebuah berita.

4. Pengawasan

Tahap terakhir yaitu tahap pengawasan, dalam manajemen redaksional kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui apakah pelaksanaan kerja pada bidang redaksional telah sesuai dengan rencana semula atau tidak, dengan kata lain melihat kembali proses produksi agar tidak adanya kesalahan dalam proses produksi contohnya saja seperti pada isi berita yang nantinya tidak akan salah pada saat proses cetak.

Pada tahap pengawasan hasil kerja bidang redaksional akan disesuaikan dengan kode etik jurnalistik, dimana dalam sebuah berita harus mengandung kode-kode etik jurnalistik. Tujuannya dari pengawasan ini akan membuat berita itu lebih baik tanpa adanya hal-hal yang berprburuk dari kode etik jurnalistik.

Sebuah manajemen dalam redaksional berarti menggunakan fungsi dari manajemen dan digabungkan dengan redaksional. Mengapa redaksional sangat membutuhkan manajemen, karena

redaksional merupakan tugas yang bias dikatakan paling berat di divisi yang lainnya, karena tugas mereka yaitu melawan untuk mencari berita, dengan begitu jika menggunakan dari fungsi manajemen pastilah sangat membantu agar tugas-tugas dari divisi redaksional ini lebih ringan dan juga lebih efektif dan efisien karena dikerjakan dengan banyak orang.

Dalam kasusnya manajemen redaksional juga dapat membantu dari segi perusahaannya atau organisasinya, dengan adanya manajemen redaksional berita-berita yang dimuat di surat kabar ataupun elektronik dan juga online pastilah akan lebih baik, ini dikarenakan fungsi dari manajemen redaksional itu sendiri, dimana diadakannya perencanaan untuk memuat berita hingga pengoreksian kembali isi berita sebelum diterbitkan, dengan demikian masyarakat yang mengkonsumsi berita tersebut akan lebih puas dengan apa yang mereka baca.

Dalam menentukan berita pada proses manajemen redaksional juga dapat mempengaruhi baik tidaknya berita tersebut, seperti yang diketahui bahwa setiap berita memiliki nilai-nilai berita yang dapat mempengaruhi masyarakat agar masyarakat tersebut tertarik untuk membacanya. Pada proses perencanaan maupun pelaksanaan nilai-nilai itu digunakan dibawa guna untuk menentukan berita itu layak untuk diangkat atau tidak di kota masing-masing, mana berita yang layak untuk diangkat mana yang tidak layak untuk diangkat.

Karena tidak semua berita layak untuk diterbitkan, maka dari itu ada beberapa pemilihan berita dengan melihat kembali nilai-nilai berita yang terdapat pada informasi tersebut, dimana disini menggunakan 6 nilai berita yang dibahas, yaitu ; kebaruan atau aktualitas (*timeliness*), kebesaran (*magnitude*), kedekatan (*proximity*), ketenaran (*prominence*), kepentingan (*significance*), kemanusiaan (*human interest*), dari nilai berita yang ada tersebut berguna untuk melihat kembali berita-berita apa saja yang memang

layak untuk dibahas dan juga akan diangkat menjadi sebuah berita untuk dipublish ke surat kabar harian (<http://www.telunjukjempol.com/6-nilai-berita-penerapan-dan-sejarah/> 24 Februari 2017).

Manajemen redaksi media harus mampu mengatur dan mengarahkan seluruh elemen yang ada di dalamnya, termasuk wartawan untuk menjalankan fungsinya dengan efisien dan efektif. Manajemen redaksi harus fokus dalam mencapai tujuan dan sasaran organisasi media massa yang telah ditetapkan, termasuk dalam menjalankan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan sebagai institusi bisnis. Mereka harus bekerja dengan masing-masing pekerjaannya atau job desknya, tujuannya agar bekerja dalam sebuah organisasi lebih baik, hal ini dikarenakan fungsi manajemen redaksional lah yang membantu bekerja lebih baik.

Menurut Asep Syamsul (2003: 105) ada pula tiga kunci untuk membuat media tersebut sukses, karena tidak mudah untuk memuat sebuah media itu sukses apalagi harus bertahan dengan banyaknya persaingan saat ini tiga kunci tersebut yaitu:

#### 1. SDM

Adanya SDM akan membantu berjalannya perusahaan tersebut, apalagi jika ditunjang dengan sumber daya manusia yang berkualitas dan profesional, dengan adanya sumber daya yang baik maka hasil yang diproduksi pun juga akan baik nantinya karena dikerjakan dengan orang-orang yang profesional atau berpengalaman.

#### 2. Manajemen

Dalam sebuah organisasi khususnya perusahaan media manajemen sangat penting guna menunjang pembagian tugas yang lebih terkendali, hal ini dikarenakan dalam memproduksi sebuah produk media itu tidaklah mudah dan juga tidaklah



membutuhkan satu orang saja melainkan lebih, maka dari itu fungsi dari manajemen ini bertujuan agar produk yang ingin dibuat dikerjakan dengan bersama-sama dengan masing-masing job desk agar tujuan yang diinginkan lebih efektif dan efisien.

### 3. Sarana

Tanpa adanya sarana maka tidak ada melakukan tugas setiap orang, sarana dan fasilitas merupakan tunjangan bagi setiap pekerja media, karena mereka bekerja melalui sarana dan prasarana yang dimiliki oleh kantor, maka dari itu sarana dan fasilitas juga dapat mempengaruhi hasil kerja yang dikerjakan pada setiap sumber daya manusianya.

Sependapat dengan Asep Syamsul, menurut bapak Iwan Awaluddin selaku dosen Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Indonesia, sebuah manajemen media seharusnya tidak hanya mementingkan keterampilan dalam memproduksi media, dan juga tidak hanya mempelajari hal yang seharusnya dari media, artinya sebagai perusahaan media kita harus memahami mengenai aspek dari produksi sebuah media, bagaimana sebuah media itu bergerak.

Dalam sebuah perusahaan media kita harus melihat juga sumber daya dan juga output dari sebuah organisasi media, sumber daya itu biasanya meliputi dana, pekerja media, informasi, dan juga teknologi yang mendukung perusahaan media, sedangkan dari outputnya adalah pesan yang dihasilkan oleh media contohnya informasi yang ada pada surat kabar atau koran.

Namun dalam membangun sebuah perusahaan media, ada tambahan terakhir yang harus dilihat kembali, seperti yang dikutip dalam (Awaluddin : 272) hal yang tidak boleh terlupakan dalam membangun perusahaan media yaitu melihat Market atau pasar dan Metode.

Pasar ini juga berhubungan dengan dana atau pendapatan dari perusahaan, semakin baik perusahaan produk mereka ke pasar

semakin banyak juga pendapatan yang didapatkan, sehingga kedua surat kabar ini tidak tercap sebagai media tidak sehat, dimana media tidak sehat yakni perusahaan yang belum dapat menutupi biaya produksi itu sendiri.

Sedangkan faktor Metode merupakan sebuah strategi dari redaksi untuk membuat informasi tersebut menjadi sebuah berita yang layak dikonsumsi oleh masyarakat dengan proses-proses manajemen redaksional yang ada.

Dari ketiga pendapat tersebut maka dapat dilihat maka ada faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja atau konsep dari manajemen redaksional itu sendiri, faktor-faktor tersebut juga dapat berpengaruh dengan hasil produksi yang dibuat oleh surat kabar harian.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian yang digunakan adalah studi deskriptif dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Moleong (2006: 6) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah metode yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan menggunakan teknik wawancara, wawancara adalah suatu proses kegiatan percakapan dengan nara sumber yang bertujuan untuk mencari tahu informasi yang ingin peneliti inginkan.

Teknik wawancara yang digunakan sendiri menggunakan teknik wawancara tidak berstruktur, maksudnya wawancara akan dilakukan bersifat luas, suatu saat peneliti tidak menanyakan suatu pertanyaan yang sudah dibuat sebelumnya, melainkan mendapatkan pertanyaan ditempat, tujuannya untuk memperkuat jawaban-jawaban yang ada.

## 2. Waktu dan Lokasi Penelitian

### a. Waktu

Waktu yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian ini secara keseluruhan menghabiskan waktu berkisar empat hingga enam bulan.

### b. Lokasi Penelitian

Lokasi yang akan diteliti adalah kantor surat kabar Balikpapan Pos yang berada di Kota Balikpapan, dan surat kabar Samarinda Pos yang berada di kota Samarinda.

### c. Narasumber Penelitian

Dalam penelitian ini objek yang ingin diteliti yaitu perusahaan surat kabar harian, yaitu Balikpapan Pos dan juga Samarinda Pos, narasumber yang akan diwawancarai yaitu pemimpin redaksi, dan beberapa anggota perusahaan jika diperlukan guna mengumpulkan data.

## 3. Pengumpulan Data

### 1. Data Primer

Data Primer adalah data yang didapat dari wawancara secara langsung kepada pengurus atau ketua dari Balikpapan Pos dan juga Samarinda Pos.

### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui buku, jurnal, penelitian, dan atau data-data mendukung lainnya.

## 4. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan model Miles dan Huberman (seperti dikutip Putra, 2014: 28), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data penelitian

kualitatif dalam model ini terbagi menjadi empat yakni pengumpulan data reduksi data, penyajiandata, dan penarikan / verifikasi kesimpulan.

a. Pengumpulan Data

Proses ini merupakan proses awal dimana akan dilakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data-data yang didapat padasaan lapangan berbentuk deskriptif tentang apa yang kita temukan di lapangan tersebut. Wawancara akan dilakukan pada narasumber yang sudah ditentukan sebelumnya.

b. Reduksi Data

Dengan makna paling gampang reduksi data merupakan proses pengeditan data-data yang sudah diperoleh, baik itu pemilihan jawaban, penyederhanaan bertujuan agar lebih focus dan juga transformasi data yang didapat dari data-data di lapangan.

c. Penyajian Data

Merupakan proses mencari data dan menulisnya berbentuk naratif padasaan berada di lapangan, ini bertujuan untuk membantu apa yang harus dilakukan dan juga memahami apa yang sedang terjadi dan nantinya akan di analisis dan diambil keputusan yang dianggap sangat perlu-perlu saja.

d. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Merupakan proses terakhir yang bertujuan membuat kesimpulan yang berguna bagi penelitan yang sedang dilakukan.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Dalam isi dari bab ini, peneliti akan menjelaskan profil dari Balikpapan Pos dan juga Samarinda Pos, deskripsi sendiri didapat melalui dengan wawancara langsung kepihak dari yang bersangkutan, wawancara tersebut bertujuan untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan itu sendiri.

Data yang didapat dari Balikpapan Pos sendiri dengan mewawancarai Nur Indriyanti selaku HRD di Balikpapan Pos yang lebih tau mengenai Balikpapan Pos itu sendiri, wawancara sendiri dilakukan pada tanggal 21 Januari 2016, adapun jika membutuhkan kembali berinteraksi melalui email.

Sedangkan data yang didapat dari Samarinda Pos sendiri dengan langsung mewawancarai Endang Murtiningsih selaku Sekretaris dari Samarinda Pos sendiri, wawancara dilakukan pada tanggal 17 Januari 2016 bertempat di gedung pusat Samarinda Pos sendiri.

Di bawah ini merupakan data beserta tanggal wawancara terhadap narasumber:

No	Nama	Jabatan	Tanggal Wawancara
1	Azwar Halim	Pemimpin Redaksi Balikpapan Pos	19 Januari 2016
2	Abdurrahman Amin	Pemimpin Redaksi Samarinda Pos	16 Januari 2016
3	Rusli Djabberi	Redaktur Balikpapan Pos	20 Januari 2016
4	Bagus Arya Susanto	Redaktur Samarinda Pos	16 Januari 2016
5	Esa Fatmawati	Wartawan Balikpapan Pos	19 Januari 2016
6	Hafid Prasetyo	Wartawan Samarinda Pos	16 Januari 2016

Tabel 2.1 Daftar Narasumber dan Tanggal Wawancara

## A. Balikpapan Pos



(Gambar 2.1 Kantor Pusat Balikpapan Pos, dok: Balikpapan Pos)

### 1. Profil

Balikpapan Pos merupakan anggota dari Kaltim Post, sedangkan Kaltim Post merupakan satu grup dengan Jawa Pos. Kaltim Post merupakan surat kabar yang beroperasi di daerah Kalimantan Timur saja. Kaltim Post sendiri terbagi menjadi Balikpapan Pos, Samarinda Pos, Berau Post, Bontang Post dan juga Radar Kaltim.

Samarinda Pos yang kantornya berpusat di Kota Balikpapan yang terletak di Gedung Biru Kaltim Post, Lantai 2, Jl. Soekarno-Hatta KM. 3.5, Batu Ampar, Balikpapan Utara, Kota Balikpapan yang. Pada awalnya Balikpapan Pos bukan bernama Balikpapan Pos, melainkan pada mula terbentuknya dinamakan Post Metro Balikpapan, yang mulai di resmikan pada 1 September 2001, Post Metro Balikpapan yang awalnya terdiri dari 20

halaman saja. Tahun demi tahun Post Metro Balikpapan terus menapaki kehidupan Kota Balikpapan, sehingga terbit dengan format 24 halaman.

Seiring dengan perkembangannya, Post Metro Balikpapan benar-benar sebagai korannya masyarakat Kota Balikpapan sehingga pada tanggal 1 September 2010 Post Metro Balikpapan resmi mengganti nama kembali menjadi Balikpapan Pos . Balikpapan Pos kini pegang kendali oleh generasi muda agar tampilannya lebih prima, inovatif, kreatif dan cerdas. Dengan format 24 halaman untuk edisi reguler, serta 20 halaman pada hari Minggu. Balikpapan Pos melakukan perubahan pada sejumlah rubrikasi dan konten yang ada, mulai rubrik untuk kesehatan, konsep koran perkotaan makin diperkuat sehingga mampu memberikan manfaat besar dalam menyampaikan informasi, menjalankan pengawasan, mempercepat gerak roda pembangunan serta menjadi penyambung lidah aspirasi masyarakat.

## **2. Produk**

Dalam setiap perusahaan media selalu mempunyai produk-produk yang mereka buat, dikarenakan Balikpapan Pos merupakan perusahaan yang berjalan pada bidang surat kabar harian pasti sebuah informasilah yang dibuat, ada dua produk yang dibuat oleh Samarinda Pos, yaitu;

### **a. Surat kabar harian (Koran)**

Surat kabar harian atau koran yang diproduksi oleh Balikpapan Pos dicetak setiap hari guna memberikan informasi kepada masyarakat khususnya kota Balikpapan.



Gambar 2.2 Koran Balikpapan Pos, dok: pribadi)

b. Berita Online (Website dan Epaper)

Dikarenakan perkembangan internet yang begitu pesat, dan juga mulai banyaknya persaingan dalam hal informasi khususnya di Online, Balikpapan Pos akhirnya juga membuat dengan versi onlinennya, versi tersebut bisa di akses dengan website di *balikpapan.prokal.co*. Balikpapan Pos juga membuat versi Epaper yang merupakan perubahan dari koran cetak menjadi Koran online, masyarakat dapat membaca layaknya seperti Koran pada umumnya, namun diakses melalui online dengan domain *epaper.balpos.co.id*.





(Gambar 2.3 Website Balikpapan Pos, dok: pribadi)



(Gambar 2.4 e-paper Balikpapan Pos, dok: pribadi)

### 3. Isi Surat Kabar (Koran)

Balikpapan Pos yang memiliki halaman kesulurahrannya adalah 24 halaman dibagi menjadi 3 kloter, setiap kloter terbagi menjadi 8 halaman, kloter tersebut berfungsi untuk membedakan jenis informasinya, kloter tersebut yaitu;

a. Kloter Utama (Kelompok C)

Kloter pertama atau yang biasa disebut Kloter C mempunyai judul besar Paser Pos, ada 4 halaman didalamnya, yaitu c1, c2, c3, dan c4. Didalmnya berisi berita-berita yang berada di daerah Paser, bundle ini memang dibuat untuk masyarakat Paser, beritanya juga bermacam-macam, baik kriminal hingga politik. Paser Pos ini sendiri bertujuan guna untuk memberikan informasi yang terjadi di Kabupaten Paser khususnya, ini dikarenakan kabupaten Paser belum mempunyai surat kabar sendiri, melainkan masih bergabung dengan Balikpapan Pos.



(Gambar 2.5 Kloter Pertama Balikpapan Pos, dok: pribadi)

b. Kloter Metropolis (Kelompok B)

Halaman B atau biasa disebut Metropolis berisikan halaman-halaman konten lokal, kalau pun lebih luas soal Kaltim biasanya isinya lebih santai seperti politik, biasa juga masalah-masalah pemerintah Balikpapan, kloter sendiri terdiri dari B1 sampai B8, di Bundle B ini didalamnya berisikan konten lokalnya Balikpapan, itu biasanya berisikan Kecamatan di Balikpapan, di B2 itu ada dua

Kecamatan, Balikpapan Kota dan Balikpapan Tengah, B3 itu Balikpapan Utara dan Barat, lalu B6 itu Balikpapan Selatan dan Timur, kemudian sisanya itu B4 dan B5 itu iklan regulernya Balikpapan Pos.



(Gambar 2.6 Kloter Metropolis Balikpapan Pos, dok: pribadi)

c. Kloter Balikpapan Pos (Kloter A)

Kloter terakhir atau bundle Balikpapan Pos sama juga delapan halaman, ini lah yang paling dijual, halaman satunya yaitu A1, dimana selalu menjaga halaman kriminal yang konten lokal, di kloter A ini cetaknya paling terakhir, ini karena mengantisipasi kejadian malam.



(Gambar 2.7 Kloter Metropolis Balikpapan Pos, dok: pribadi)

Pada kloter trakhir atau bundle Balikpapan Pos sama juga delapan halaman, ini lah yang paling dijual, halaman satunya yaitu A1, dimana selalu menjaga halaman kriminal yang konten lokal, di kloter A ini cetaknya paling terakhir, ini karena mengantisipasi kejadian malam, biasanya berhubungan dengan headline yang akan diangkat.

## B. Samarinda Pos



(Gambar 2.8 Kantor Pusat Samarinda Pos, dok: pribadi)

### 1. Profil

Samarinda Pos merupakan anggota dari Kaltim Post, sedangkan Kaltim Post merupakan satu grup dengan Jawa Pos. Kaltim Post merupakan surat kabar yang beroperasi di daerah Kalimantan Timur saja. Kaltim Post sendiri terbagi menjadi Balikpapan Pos, Samarinda Pos, Berau Post, Bontang Post dan juga Radar Kaltim. Samarinda Pos sendiri tidak hanya dapat dibaca di daerah Samarinda saja, melainkan di Tenggarong, Bontang, hingga Kabupaten Berau

Samarinda Pos yang kantornya berpusat di Kota Samarinda yang terletak di Komplek Pertokoan Mahakam Square di Jalan Untung Suropati sudah berdiri sejak tahun 1999 pada tanggal 17 Maret yang memang disahkan oleh Dahlan Iskan. Samarinda Pos yang memfokuskan pada surat kabar harian selalu memberikan berita-berita yang cukup sadis, hal ini



memang dikarenakan Samarinda Pos mempunyai Genre criminal, dimana selalu berita criminal yang menjadi focus besarnya.

## 2. Produk

Dalam setiap perusahaan media selalu mempunyai produk-produk yang mereka buat, dikarenakan Samarinda Pos merupakan perusahaan yang berjalan pada bidang surat kabar harian pasti sebuah informasilah yang dibuat, ada dua produk yang dibuat oleh Samarinda Pos, yaitu;

### a. Surat kabar harian (Koran)

Surat kabar harian atau koran yang diproduksi oleh Samarinda Pos dicetak setiap hari guna memberikan informasi kepada masyarakat khususnya kota Samarinda.



(Gambar 2.9 Koran Samarinda Pos, dok: pribadi)

### b. Berita Online (Website dan Epaper)

Dikarenakan perkembangan internet yang begitu pesat, dan juga mulai banyaknya persaingan dalam hal informasi khususnya di Online, Samarinda Pos akhirnya juga membuat dengan versi

onlinennya, versi tersebut bisa di akses dengan website di *samarinda.prokal.co*. Samarinda Pos juga membuat versi *Epaper* yang merupakan perubahan dari koran cetak menjadi Koran online, masyarakat dapat membaca layaknya seperti Koran pada umumnya, namun diakses melalui online dengan domain *epaper.sapos.co.id*.



(Gambar 2.10 Website Samarinda Pos, dok: pribadi)



(Gambar 2.11 E-paper Samarinda Pos, dok: pribadi)

### 3. Isi Surat Kabar (Koran)

Samarinda Pos yang memiliki halaman keseluruhannya adalah 24 halaman dibagi menjadi 3 kloter, setiap kloter terbagi menjadi 8 halaman, kloter tersebut berfungsi untuk membedakan jenis informasinya, kloter tersebut yaitu;

#### a. Kloter Utama

Kloter ini dimulai dari halaman satu sampai halaman delapan, disitu memuat tentang berita-berita kriminal, karena memang genre dari Samarinda Pos itu kriminal, ada beberapa berita kriminal didalamnya namun dikloter utama ini juga memuat berita bisnis termasuk aketorial dan society didalamnya.





(Gambar 2.12 Kloter Utama Samarinda Pos, dok: pribadi)

b. Kloter Metropolis

Kloter ini dimulai dari halaman sembilan sampai enam belas, di kloter Metropolis ini terdiri dari delapan halaman yang isinya kebanyakan berita kota yang terkait dengan kota, politik, sosial, dan juga budaya.

Isi pada kloter ini membahas mengenai kota setempat, khususnya kota Samarinda, bermacam-macam biasanya yang dibahas, baik itu kriminal, politik hingga yang lainnya.



(Gambar 2.13 Kloter Metropolis Samarinda Pos, dok: pribadi)

### c. Kloter Olahraga

Kloter ini dimulai dari halaman tujuh belas hingga dua puluh empat, didalamnya kebanyakan membahas seputar dunia olahraga, baik itu olahraga dalam negeri maupun luar negeri.



(Gambar 2.14 Kloter Olahraga Samridna Pos, dok: pribadi)

Pada kloter ini membahas olahraga baik itu dari dalam negeri hingga manca negara, kebanyakan dari berita-berita tersebut mengambil dari wartawan-wartawan lainnya, terkadang juga mengambil dari informasi-informasi yang berada pada internet ataupun situs resminya langsung.

Kloter ini tidak pernah absen dari surat kabar harian Samarinda Pos, karena melihat bahwa kloter ini merupakan kloter yang sudah paten setiap hari Samarinda Pos berikan kepada masyarakat Samarinda untuk memenuhi informasi dari bidang olahraga.

### **BAB III**

#### **TEMUAN PENELITIAN**

Dalam bab ini, peneliti akan memaparkan mengenai temuan-temuan yang didapat oleh peneliti dari hasil wawancara yang dilakukan kepada masing-masing narasumber yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam pembahasan ini akan mempertemukan antara temuan fakta penelitian di lapangan berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dan kemudian selanjutnya akan dianalisis dengan menggunakan teori dan kerangka pemikiran yang peneliti anggap relevan dengan permasalahan penelitian yang diangkat.

##### **A. Nilai Berita Pada Balikpapan Pos dan Samarinda Pos**

Balikpapan Pos dan Samarinda Pos yang bergelut dibidang surat kabar selalu membuat-berita-berita yang berbentuk koran, Balikpapan Pos sendiri selalu memberikan berita-berita tersebut melalui koran yang mereka produksi setiap harinya, mulai dari hari senin hingga minggu yang terdiri dari 24 halaman dan dibagi menjadi 3 kloter, masing-masing kloternya sendiri sudah ada porsinya masing-masing, setiap kloter terdiri dari delapan halaman.

Terlihat dari Surat kabar yang dicetak oleh Balikpapan Pos dan juga Samarinda Pos, ada perbedaan dalam hal pemuatan berita, masing-masing surat kabar mempunyai perbedaan, hal ini karena memang dua perusahaan yang bergelut di bidang surat kabar tersebut merupakan surat kabar daerah yang pastinya memberikan informasi-informasi khusus pada daerahnya sendiri. Namun terkadang ada juga kesamaan informasi namun berbeda pada isi beritanya hal ini karena masing-masing surat kabar.

Hubgungan nilai berita dengan manajemen redaksional yaitu setiap berita-berita yang ingin di angkat pastilah akan direncanakan dlu, maka dari itu informasi-informasi akan dipilah kembali informasi mana saja yang layak dijadikan berita dan di angkat di dalam surat kabar masing-masing.

Nilai berita dalam proses manajemen redaksional biasanya akan masuk kedalam proses perencanaan maupun pelaksanaan, merencanakan berita-berita saja yang akan dipilah untuk diangkat, sedangkan pelaksanaan biasanya pada saat proses mencari berita di lapangan yang sifatnya tidak terduga.

Dalam kasus penelitian ini peneliti akan membahas nilai berita yang ada pada surat kabar Balikpapan Pos dan juga Samarinda Pos, hal ini karena memang tidak semua berita layak untuk dijadikan berita dan diangkat dan disebarluaskan kepada masyarakat, ada enam nilai berita yang dipakai, keenam nilai berita itu adalah kebaruan atau aktualitas (*timeliness*), kebesaran (*magnitude*), kedekatan (*proximity*), ketenaran (*prominence*), kepentingan (*significance*), kemanusiaan (*human interest*). (<http://www.telunjukjempol.com/6-nilai-berita-penerapan-dan-sejarah/> 24 Februari 2017).

#### 1. Kebaruan dan Aktualitas

Pada dasarnya sebuah surat kabar selalu memberikan berita-berita yang bersifat baru dan juga aktual, surat kabar yang terbit setiap hari ditugaskan guna untuk memberikan berita-berita terbaru. Layaknya seperti surat kabar yang ada di Balikpapan Pos dan Samarinda Pos.

Menurut hasil yang didapat, Balikpapan Pos dan juga Samarinda Pos selalu memberikan berita-berita yang sifatnya baru, sedang terjadi, maupun akan terjadi yang memang umumnya ingin diketahui oleh masyarakat khususnya masing-masing daerah.

Hal ini terlihat pada lembaran *Headline* masing-masing surat kabar yang mengangkat berita-berita terbaru yang terjadi pada daerah masing-masing, baik di Kota Balikpapan dan juga Samarinda. Untuk menentukan *Headline* masing-masing surat kabar pada umumnya mempunyai kesamaan guna untuk mengangkat berita yang akan dijadikan *Headline*.

Untuk di Balikpapan Pos sendiri berita-berita yang layak diangkat menjadi sebuah *Headline* merupakan berita yang memang terjadi khususnya di kota kota Balikpapan, yang memang sudah diporsikan sebelumnya, untuk

di Balikpapan Pos berita yang pasti diangkat untuk dijadikan *Headline* adalah beita yang berbau criminal, baik itu pembunuhan hingga pemerkosaaan, karena meamang berita seperti itulah yang biasanya menuial dan diminati masyarakat khususnya warga kota Balikpapan (Rusli, wawancara Januari 2017).

Sedangkan untuk di Samarinda Pos sendiri pada umumnya sama dengan Balikpapan Pos untuk mengenai berita-berita yang akan dijadikan *Headline*, yaitu berita yang memang baru terjadi dan kahasusnya adalah criminal, hal ini mengingat memang bahwa Samarinda Pos merupakan surat kabar yang mempunyai genre criminal, maka tidak jarang bahwa berita-berita yang menjadi *Headline* merupakan berita-berita yang berbau criminal dan pasti terjadi di kota Samarinda sendiri (Bagus, wawancara 16 Januari 2017).

Sebagai pembanding, dibawah ini merupakan halaman depan Balikpapan Pos dan juga Samarinda Pos, keduanya mempunyai kesamaan dalam hal menangkat berita unuk dijadikan *Headline* yaitu berita-berita yang berbau criminal.



(Gambar 3.1 Headline Balikpapan Pos 27 Februari 2017, dok: Pribadi)





(Gambar 3.2 Headline Samarinda Pos 27 Februari 2017, dok: Pribadi)

## 2. Kebesaran

Tidak semua berita itu layak untuk diangkat menjadi berita, ini karena memang seberapa besar kah berita itu untuk diangkat, karena dengan meangngkat berita yang besar akan membuat masyarakat pembaca akan tertarik untuk membacanya.

Berita yang besar ini ialah berita yang memang sedang terjadi baik di daerah Balikpapan dan Samarinda itu sendiri yang memang beritanya terjadi sangat luar biasa.

Seperti hasil yang didapat Balikpapan Pos menjadikan sifat kebesaran berita ini untuk dijadikan syarat agar berita itu layak untuk diangkat, dalam surat kabarnya sendiri, berita yang besar itu bisa terjadi di kota Balikpapan sendiri., melihat kembali seberapa besar berita itu terjadi, apakah melibatkan satu orang saja ataupun melibatkan orang banyak.



(Gambar 3.3 Berita Balikpapan Pos 23 Februari 2017, dok: pribadi)

Gambar diatas merupakan salah satu contoh berita yang besar, dimana seorang bos angkot dan juga anaknya yang ditemukan tewas, berita tersebut secara tidak langsung kata Bos diatas menyangkup sebuah yang besar, dengan begitu masyarakat akan tertarik akan membacannya dan bertanya-tanya siapakah Bos tersebut, kenapa bisa terbunuh dan sebagainya.

Begitu pula yang terjadi pada surat kabar Samarinda Pos, menurut Bagus selaku Redaktur Samarinda Pos, berita yang layak itu merupakan berita yang besar yang memang menyankup masyarakat luas. Contohnya seperti gambar dibawah, yaitu mengenai BPJS, siapa yang tidak mengenal BPSJ, kebanyakan orang pastilah tau BPSJ, diamana BPJS yang berada di kota Samarinda kehilangan uang ratusan juta setelah tahu bahwa uang tersebut diambil oleh karyawannya sendiri. Berita seperti ini akan menjadi besar diakrenakan membawa tersangka yang memang bekerja di suatu perusahaan ternama yaitu BPJS yang memang semua orang tahu apa itu BPSJ, secara tidak langsung berita seperti ini akan menarik perhatian bagi pemabacanya.



## Ratusan Juta Dana BPJS Diembat

Ketahuan setelah Karyawan  
Ditolak Berobat

**SAMARINDA.** Pelarian Rochman Fujiono akhirnya terhenti. Jajaran Satreskrim Polsekta Samarinda Ilir menangkapnya di Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Rochman merupakan buronan paling dicari. Dia diduga melakukan penggelapan dana BPJS Kesehatan dan Ketenagakerjaan. Laporan penggelapan itu sudah masuk ke meja kepolisian, sejak 17 November 2016.

Baca: Ratusan...



**PENGGELOPAN.** Rochman Fujiono diperiksa di Kediri, beberapa saat setelah ditangkap.

(Gambar 3.4 Berita Samarinda Pos 23 Februari 2017, dok: pribadi)

### 3. Kedekatan

Nilai kedekatan menjadi sangat penting karena setiap masyarakat mempunyai kecenderungan ingin mengetahui peristiwa di sekitar dirinya. Sebab, peristiwa itu punya kemungkinan berpengaruh terhadap diri orang tersebut. Khususnya di daerah-daerah yang memang surat kabar itu beroperasi, seperti Balikpapan Pos yang membuat berita dikhususkan untuk warga Balikpapan begitu pula Samarinda Pos yang membuat berita yang dikhususkan untuk warga Samarinda itu sendiri.

Ke dua surat kabar ini mempunyai kesamaan dalam hal memberikan berita-berita, yaitu sama-sama menyebarkan berita-berita yang memang terjadi pada daerahnya masing-masing yaitu kota Balikpapan dan juga Samarinda.

Namun tidak memungkinkan kedua surat kabar ini mengangkat berita yang memang terjadi diluar kotanya masing-masing, karena memang tidak semua berita atau kejadian selalu terjadi dikotanya masing-masing

setiap hari, maka dari tak jarang kedua surat kabar ini mengangkat berita-berita yang terjadi di luar kota Balikpapan maupun Samarinda.

Namun kembali lagi dengan nilai berita yang pertama maupun yang kedua, bahwa berita-berita yang dibuat nilainya harus bersifat baru dan juga beritanya bersifat besar yang memang menyangkut masyarakat banyak. Seperti yang dikatakan Bagus selaku Redaktur Samarinda Pos, bahwa berita-berita yang telah didapat akan dipilih kembali dengan nilai-nilai berita yang ada yang merupakan syarat layak tidaknya berita itu dimuat, jikalau memang kejadian itu tidak ada yang terjadi di kota Samarinda maka tidak memungkinkan untuk akan mengangkat berita-berita yang berada di kota lain.

Begitu pula pada Balikpapan Pos, Rusli sebagai Redaktur Balikpapan Pos mengatakan bahwa berita-berita itu akan diambil yang memang terjadi diluar kota Balikpapan, namun dengan pertimbangan bahwa berita itu nilainya tinggi.

Namun kedua surat kabar ini menjelaskan bahwa kedua surat kabar ini yaitu Balikpapan Pos dan juga Samarinda Pos masing mengedepankan berita-berita yang memang terjadi di kotanya masing-masing, karena memang kedua surat kabar ini merupakan surat kabar yang memegang daerahnya masing-masing yaitu kota Balikpapan dan Samarinda.

#### 4. Ketenaran

Ketenaran menjadi sebuah nilai yang penting didalam sebuah berita, semakin berita itu bernilai tenar maka masyarakat pembaca akan tertarik dalam membaca berita tersebut. Berita yang biasa saja pasti akan kalah menarik jika berita tersebut berhubungan dengan seseorang yang terkenal, karena dengan orang terkenal atau tenar tersebut pastilah menyangkup masyarakat banyak yang memang masyarakat itu tau sendiri.

Dalam aplikasinya memang kedua surat kabar ini mengangkat sebuah berita-berita yang memang tenar sebelumnya, karena dengan ketenaran tersebut masyarakat akan tertarik akan membacanya.

Contohnya seperti berita mengenai pemerintahan kota setempat, dimana pemerintah kota pastilah banyak yang tahu mengenai orang tersebut, namun jika kalau pemerintah kota berkasus pastilah makin menarik untuk masyarakat daerah tersebut ingin tahu.



(Gambar 3.5 Berita Balikpapan tanggal Pos 9 Februari 2017, dok: pribadi)



(Gambar 3.6 Berita Samarinda Pos 20 Februari 2017, dok: pribadi)

## 5. Kepentingan

Nilai kepentingan merupakan yaitu berhubungan dengan kebutuhan oleh pembaca itu sendiri dimana memang informasi-informasi yang memang sangat dibutuhkan oleh pembaca itu sendiri. Tema dari berita ini biasanya

bermacam-macam, mulai dari yang berita yang isinya berat hingga berita yang isinya santai.

Seperti yang disampaikan oleh Esa selaku wartawan Balikpapan Pos, berita yang layak untuk dimuat ialah berita yang memang berita itu penting untuk disampaikan oleh masyarakat. Terkadang berita-berita kepentingan ini sifatnya kurang terlalu berat, namun setiap masyarakat wajib berhak mengetahui kalau memang kepentingan ini merupakan menyangkut masyarakat yang luas.

Begitupula dengan Samarinda Pos, tak jarang Samarinda Pos menyampaikan berita yang memang berita tersebut sangat membantu dalam hal memberikan informasi kepada masyarakat kota Samarinda. Sebagai contoh berita yang penting namun isi beritanya santai yaitu mengenai harga-harga kebutuhan yang naik, isi dari berita tersebut terlihat simple karena memang hanya menjelaskan harga-harga kebutuhan yang naik, mulai dari menjelaskan sebabnya hingga dampaknya, namun dari sini masyarakat sangat membutuhkan berita seperti ini karena memang bersangkutan dengan kebutuhan-kebutuhan masyarakat.



(Gambar 3.7 Berita Samarinda Pos 9 Februari 2017, dok: pribadi)

## 6. Kemanusiaan

Nilai kemanusiaan juga merupakan nilai yang cukup penting untuk sebuah berita, nilai kemanusiaan ini juga biasa disebut dengan human interest, dimana berita-berita yang mengangkat mengenai social-sosial yang terjadi disuatu tempat.

Balikpapan Pos sendiri tak jarang mengangkat sebuah berita yang memang mengandung nilai kemanusiaannya, karena memang berita seperti sifatnya santai yang berguna untuk membuat pembaca lebih santai dalam artian tidak terlalu serius dengan berita-berita yang berat.

Begitu pula pada Samarinda Pos, tak jarang Samarinda Pos meliput kegiatan-kegiatan yang memang berhubungan dengan kemanusiaan khususnya di kota Samarinda, walaupun beritanya sangat santai namun berita seperti ini terkadang cukup memberikan informasi yang cukup bagi pembaca diakarenakan memang kejadian tersebut terjadi di daerahnya sendiri.

Sebagai satu contoh yang seperti ada pada surat kabar Balikpapan Pos, Balikpapan Pos menerbitkan sebuah berita yang berhubungan dengan kemanusiaan, berita yang sangat santai dan menghibur namun nilai dari kemanusiaannya tetap dapat.



(Gambar 3.8 Berita Balikpapan Pos 2 Februari 2017, dok: pribadi)

## B. Manajemen Redaksional *Balikpapan Pos*

Dalam praktik jurnalistik dibutuhkan manajemen redaksional yang mempunyai fungsi untuk mengatur atau mengelola kegiatan keredaksian untuk menghasilkan produk jurnalistik. Manajemen redaksional dapat

diartikan proses antar orang yang merupakan satu kesatuan secara efektif dalam sebuah organisasi media cetak untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditentukannya.

Dalam proses manajemen redaksional sendiri merupakan strategi yang diterapkan dalam melakukan produksi berita. Sebelum melakukan produksi berita terlebih dahulu biasanya dimulai dengan melakukan pembuatan ketetapan, atau membuat perencanaan bagi organisasi tersebut dalam menjalankan praktik jurnalistiknya untuk bisa menjadi pegangan dalam merencanakan bagaimana tahapan-tahapan yang akan dilakukan pada saat menjalankan proses liputan, lalu untuk kemudian mengorganisir dan memberikan tugas kepada siapa saja untuk melakukan peliputan berita, dan selanjutnya tahap akhir dari proses ini adalah pengawasan dan evaluasi.

Menurut Fink (Seperti dikutip Juwairiyah, 2008: 10), dalam memproduksi pemberitaan yang berkualitas, kekuatan dan daya tarik sebuah media cetak dimata pembaca terletak pada berita dan informasi yang disajikan. Untuk membuat berita yang layak, ada kalanya untuk mempersiapkan terlebih dahulu proses-proses yang nantinya akan membuat berita akan lebih layak untuk disebar kepada masyarakat, menurut Balikpapan Pos berita yang layak yaitu berita yang terjadi dilingkungan masyarakat itu sendiri dan bersidat besar. Adapun proses-proses yang harus dilakukan yakni:

#### **a. Proses Perencanaan**

Perencanaan merupakan sebuah kegiatan yang nantinya menentukan bagus tidaknya dan juga tercapainya yang telah ditentukan sebelumnya atau direncanakan, perencanaan sendiri merupakan langkah awal yang dilakukan dalam suatu organisasi pers untuk menentukan apa yang akan diangkat nantinya dalam keredaksian.

Berita yang baik adalah hasil dari perencanaan yang baik, begitu yang diucapkan Haris Sumadiri (2005: 94). Proses pencarian dan pembuatan berita dimulai di ruang redaksi melalui forum seperti rapat atau bias disebut perencanaan berita. Rapat biasanya diselenggarakan



sore atau malam karena mengingat dini harinya berita harus udah mulai cetak. Rapat biasanya diharidiri beberapa redaktur dan juga pemimpin redaksi , rapat pada umumnya diadakan setiap hari atau rutinnya

Hasilnya memang perencanaan itu sangat berperan penting sekali di Balikpapan Pos, karena dari perencanaan itu sendiri sebagai acuan atau targer dari pada anggotanya, terkadang perencanaan juga bisa membantu jika memang seorang wartawan tidak tahu harus mengangkat atau mencari berita apalagi, dengan adanya perencanaan isu-isu atau berita-berita itu muncul dan biasanya akan dibedah dalam rapat redaksi.

*Ya pengaruh be sar, karena satu; wartawan itu tidak bisa dilepas begitu saja, kan lebih banyak analisis lebih banyak masukan dari orang lain kan itu lebih baik, maksudnya nilai itu kan untuk mengangkat berita itu kan kadang kita sendiri berfikir mungkin berita ini sampai disini aja, padahal ada banyak hal-hal yang bisa kami gali nah itu kan bisannya dari yang lain (Azwar, wawancara 19 Januari 2017).*

Dalam industry media cetak Balikpapan Pos sendiri manajemen redaksional yang diterapkan pada umumnya sama dengan media lainnya, yaitu perencanaannya, perencanaan itu sendiri bentuknya dalam kegiatan rapat, yang dibahas sendiri biasanya menentukan isu-isu, menentukan tema, hingga menentukan letak berita.

*Biasa kami lakukan rapat redaksi itu setiap hari senin, senin pagi itu kan biasanya kita menentukan beberapa tajuk utama , tajuk utama itu tentang isu-isu yang memang harus kita gulirkan kebeberapa hari kedepan nah itu biasanya kita bahas di hari senin. Nah kalau perencanaan yang regular biasanya kan ada berita-berita yang memang misalnya berita yang insidentil atau apalah yang berkenaan dengan kegiatan-kegiatan atau apa itu kita bahas harian, biasanya setiap pagi dan disampaikan ke masing-masing wartawan (Azwar, wawancara 19 Januari 2017).*

Ada pula dalam kegiatan yang menghadiri rapat perencanaan di Balikpapan Pos sendiri sedikit berbeda, pada umumnya rapat perencanaan akan dihadiri oleh bagian keredaksian saja.

*Itu biasa direktur juga hadir, kan rata-rata kami disnin yang di manajemen , misalnya kayak yang direktur uama dan direktur itu memang orang-orang yang dulunya wartawan, orang-orang yang*

*dulunya lama juga dikeredaksian , ya lebih paham lah bagaimana mengolah berita, bagaimana merencanakan dan mengeksekusinya (Azwar, wawancara 19 Januari 2017).*

Balikpapan Pos yang berfokus dalam kegiatan jurnalistik yang membuat produk Koran juga selalu memperhatikan isi beritanya, khususnya headlinenya, dalam wawancara peneliti menemukan bahwa headline Balikpapan Pos sendiri mempunyai genre yang berbau kriminal.

*Biasanya pasti kriminal, itu kasus kriminal paling menjual, karena satu terjadi dilingkungan masyarakat dan itu berpengaruh lah dalam penjualan, makanya kita setiap ada kejadian kriminal yang heboh, misalnya pembunuhan, pemerkosaan pokoknya masyarakat itu bisa jadi isu-isu gitu kan nah itu wajib diangkat (Rusli, wawancara Januari 2017).*

Di Balikpapan sendiri untuk mengangkat sebuah berita agar layak muat sendiri mengikuti ketentuan yang ada yang memang diterapkan sebelumnya di Jawa Pos Group, yaitu harus ada beberapa nilai-nilai yang diperlukan, semakin banyak nilai yang didapatkan semakin layak juga berita itu untuk diangkat, yang pasti berita itu harus bernilai besar.

*kita melihat itu layak nya dinilai dari skoring, aku tidak bisa sebutkan satu-satu, kadang-kadang aku ingat kadang-kadang aku lupa. Jadi kalau di Jawa Pos itu ada 13 standar rukun iman,, nah ini salah satu contohnya ya apakah dia berkenaan dengan masyarakat banyak nah itu satu, nambah skor kan, nah selanjutnya apakah dia ditengah-tengah kita disekitar kita, kan gak mungkin misalnya berita Jakarta menjadi sebuah Headline disini, nah dua misalnya, apakah itu melibatkan tokoh misalnya, nah itulah yang dimaksud skoring, biasanya berkenaan dengan rukun iman, kuat berita itu, nah ini bakal banyak dibaca orang nah yakan, nah seperti itulah penentuan skoring (Azwar, wawancara 19 Januari 2017).*

Balikpapan Pos sendiri yang merupakan saudara dari Samarinda Pos dalam naungan Kaltim Post tidak ada yang namanya kerja sama, walaupun kerja sama hanya sebatas biasa aja tanpa status, karena memang hal seperti itu sangat dibutuhkan guna untuk berbagi berita. Berita nya pun terkadang sama dengan surat kabar di tempat lain yang masih satu grup, namun ada beberapa perbedaan yang membuat berita itu tidak seperti copy paste, seperti perubahan judul, lead hingga isi berita.



*Ya ada, jadi kita biasanya berita itu dimasukin di Kaltim Post Group atau Jawa Pos Group, jadi kita bisa mengintai berita dia dan juga sebaliknya, tapi itu kita ambil kalau memang berita itu benar-benar kurang dan nilai beritanya itu tinggi. Nah kalau untuk membedakannya kalau dari saya redaktur saya akan merubahnya, ubah judul dan lead berita diatasnya jadi tidak seperti copy paste (Rusli, wawancara Januari 2017).*

Dalam perencanaan sendiri susunan layout, porsi berita dan semua yang menyakup didalam Koran sudah diatur, di Balikpapan sendiri memiliki 3 kloter yang masing-masingnya udah terporosi sebelumnya.

*Jadi disini itu ada tiga sesi atau kloter, kloter pertama itu kelompok C itu namanya, halaman utamanya C itu Paser Pos, jadi di kelompok C itu ada 4 halaman, c1, c2, c3 dan c4, itu harus ngetik lebih cepat diedit juga harus lebih cepat dan dicetak lebih cepat, karena dia yang menentukan deadline seluruh Koran. Nah setelah itu kloter B namanya. B itu halaman Metropolism berisikan halaman-halaman konten lokal, kalau pun lebih luas soal Kaltim biasanya isinya memang santai seperti politik, biasa juga masalah-masalah pemerintah Balikpapan, nah itu ada delapan halaman dari B1 hingga B8, nah di Bandle B itu didalamnya itu berisikan konten lokalnya Balikpapan lagi, nah itu yang berisikan Kecamatan di Balikpapan, nah di B2 itu ada dua Kecamatan, Balikpapan Kota dan Balikpapan Tengah, B3 itu Balikpapan Utara dan Barat, lalu B6 itu Balikpapan Selatan dan Timur, nah sisanya itu B4 dan B5 itu iklan regulernya Balikpapan Pos, kloter terakhir atau bandle Balikpapan Pos sama juga delapan halaman, ini lah yang paling dijual, halman satunya yaitu A1, itu menjaga halaman kriminal yang konten lokal juga, nah ini dia kloter cetaknya itu paling terakhir, ini karena mengantisipasi kejadian malam, jadi kita agak cetak itu lebih malam (Rusli, wawancara Januari 2017).*

## **b. Proses Pengorganisasian**

Menurut Wilujeng (Seperti Dikutip Putra, 2014: 13), tahapan ini merupakan suatu proses dimana sebuah pekerjaan diatur dan juga dibagikan kepada para anggota organisasi, tujuan dari kegiatan ini merupakan untuk membuat sebuah pekerjaan itu sendiri lebih efisisensi dikarenakan pembagian tugas dan dikerjakan oleh banyak orang.

Tahap pengorganisasian merupakan pembagian tugas-tugas serta penempatan orang berikut jabatannya didalam struktur organisasi. Pada proses redaksional terdapat *staffing* yang berfungsi untuk melaksanakan aktifitas redaksional, fungsinya sendiri adalah menempatkan orang-orang yang terlibat langsung ke dalam unit kerja bidang redaksional, yang merupakan fungsi vital karena menyangkut dari pelaksana (Effendy, 1996: 39).

Balikpapan Pos sendiri umumnya juga melakukan pengorganisasian, yaitu membagi tugas-tugas agar tugas itu lebih efektif dan efisien. Hasilnya memang bahwa Balikpapan Pos berkerja dengan desk nya masing-masing, seperti sekretaris yang mengatur seluruh administrasi, kemudian redaktur pelaksana yang merupakan tangan kedua pemimpin redaksi jika memang pemimpin redaksi tidak bisa hadir, kemudian redaktur yang membagi tugasnya dan ditempatkan dimasing-masing desk nya, hingga bagaimana hubungan dengan Samarinda Pos dalam berbagi berita.

Namun semua itu tidak lepas dari peran pemimpin redaksi, pemimpin redaksi yang bertanggung jawab besar dalam hal keredaksian harus bisa berkerja lebih keras karena dalam surat kabar berita itulah yang akan disampaikan kepada masyarakat.

*Ya kalo tanggung jawab saya itu intinya bahwa saya bertanggung jawab dengan seluruh redaksi, redaksi itu berita saja, berbeda dengan iklan itu memang tanggung jawab mereka sebagai bagian pemasaran* (Azwar, wawancara 19 Januari 2017).

Dibawah itu ada seorang redaktur yang bertanggung jawab untuk mengerjakan isu-isu berita yang sudah direncanakan sebelumnya. Di Balikpapan Pos sendiri ada ada redaktur olahraga, kriminal, ekonomi dan juga kota, setiap redaktur memang berfokus pada desk itu masing-masing, namun terkadang rolling juga diadakan karena memang tidak setiap redaktur bisa mengerjakan dua desk secara bersamaan dengan kata lain saling membantu redaktur lainnya, kemudian redaktur juga bertanggung jawab untuk mengoreksi berita-berita yang memang masih bermasalah, baik dalam hal materi maupun penulisannya.

*Jadi tugas dari redaktur itu, dia memastikan seluruh perencanaan terdistribusi, terus mengawal perencanaannya, sampai beritanya dating, dan kemudian melakukan evalusai harian juga, misalkan ini perencanaan ini belum jalan nih, misalkan ini kmaren beritanya masih dangkal mungkin, masih harus dilengkapi dari sisi ini dan lain-lain nah itu tugas redaktur. Dan tugass-tugas redaktur yang lain adalah bikin berita nah biasanya kan kalau malam begini masih punya tanggungan ya mereka bikin berita, mengedit berita, kan terkadang kalau ada orang yang masih magan kan tulisannya masih belepotan, nah itu diedit kembali, bagaimana mengikuti kaidah bahasa Indonesia, nah itu tugasnya dari redaktur (Azwar, wawancara 19 Januari 2017).*

Sedangkan untuk wartawan koresponden sendiri memang ada di Balikpapan, namun mereka semua itu terdata sebagai wartawan Balikpapan Pos atau berkerja sebagai Wartawan Balikpapan Pos

*Kalau di kami memang seluruh wartawan itu statusnya terdaftar sebagai wartawan Balikpapan Pos, nah berkerja sebagai dari tim redaksi. Nah jadi wartawan-wartawan kami ini ditempatkan di kota-kota tersebut, seperti di Samarinda satu, di Paser sana ada dua juga disana (Azwar, wawancara 19 Januari 2017).*

Balikpapan Pos sendiri berkerja sama dengan wartawan luar namun masih satu grup hubungannya biasa saja, tidak ada memang kerjasama dengan resmi, bereka kerja sama dalam hal berbagi berita saja, baik itu mengasih informasi berita maupun meminta informasi berita.

*Oh tidak, itu tidak diperbolehkan, tapi kalau satu grup itu kita tidak papa mengambil, dan memang bersamaan misalkan wartawan Kaltim Post ini lagi terkendala atau gak memang acara itu dadakan tapi acara itu menarik namun acara sudah selesai, nah kita akan liat siapa yang meliput disitu dulu apakah masih satu grup, tapi kalau masih satu grup kita akan minta berita di grup sama-sama kita, tanpa menghilangkan inisial dari wartawan dan media yang kita ambil (Rusli, wawancara Januari 2017).*

Sedangkan untuk meminta ataupun mananyakan berita itu sendiri ada dua cara jika di Balikpapan Pos, mereka mempunyai forum besar di online yang itu isunya berita-berita dari seluruh wartawan satu grup yaitu Jawa Pos Group, dari situ biasanya berita itu langsung diambil namun tetap tidak dengan menghilangkan hak cipta dari sipembuatnya itu sendiri.

*Ini ada dua, kalau memang dianya satu grup bisanya dia tarok di forum itu memang untuk kita ambil, jadi itu pilihan misalkan berminat silahkan, begitu juga berita kita diambil orang silahkan. Nah tapi kalau yang memang tidak ditawar di forum kita telfon, kita minta izin, barangkali ada fotonya tapi bagaimana fotonya itu beda begitu, tapi kita tidak menghilangkan hak cipta, foto mislakkan fotografernya Kaltim Post misalkan, berita ya beritanya Kaltim Post misalnya, itu sebagai tanda kalau kita ambil seperti itu (Rusli, wawancara Januari 2017).*

### **c. Proses Pelaksanaan**

Setelah melakukan perencanaan dan mengorganisir selanjutnya melaksanakan tugasnya yaitu terjun ke lapangan dalam mencari berita, maka tahapan selanjutnya adalah tahapan pelaksanaan atau realisasi, dimana reporter yang telah mendapatkan tugas mencari berita kemudian melaksanakan tanggung jawabnya berdasarkan dengan apa yang telah disepakati pada proses perencanaan yang terdapat dalam rapat tema.

Tahap penggerakkan dalam manajemen redaksional adalah aktifitas yang menggerakkan orang-orang beserta fasilitas penunjangnya untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan yaitu menghasilkan produk jurnalistik (Suhandang, 2004: 45)

Di Balikpapan sendiri pada umumnya sama seperti media lain untuk proses pencarian berita, yaitu dimana berita atau isu-isu yang sebelumnya sudah direncanakan pada rapat redaksi.

*Kalau saya, saya kan wartawan kriminal, macam-macam sih, kadang kita kan ada kejadian ada liputan berita, yang sudah jelas beritanya, kalau liputan kejadian ya misalnya ada kejadian ya kita langsung dating ke TKP, biasanya dalam arti kalau misalkan yang tentang kriminal kita langsung ke TKP, kemudian mendatangi pihak kepolisian, bingung sih, yang pertama pasti kelokasi kemudian ke pihak petugas sih, karena memang seperti itu. Kalau yang diencanakan sih juga ada, tetapi itu ketentuan redaksi, karena kan perencanaan redaksi, misalkan nih ada kejadian ini kemarin, nah itu kan untuk kebesokannya kan direncanakan, kayak seperti kita harus mewawancarai Koran dan sebagai macam (Esa, wawancara Januari 2017).*

Selain yang direncanakan, ada juga yang sifatnya tidak terduga, jika di Balikpapan disebut insidental, kejadian-kejadian yang memang

tidak diketahui, biasanya sifatnya kecelakaan, musibah dan juga sebagainya. Wartawan harus siap untuk dating kelokasi kejadian guna meliputi itu, baik mendatangi korban maupun pihak berwajib jika dibutuhkan.

*Ya itu biasanya isunya kejadian, kecelakaan, kebakaran, itu istilahnya insidental lah, nah itu setiap wartawan harus aktif 24jam HP nya, nah lebih khusus lagi yang dihalaman utama, jadi dihalaman utama itu wartawan-wartawan terbaik jadi dia itu harus tau bahwa saya ini ditarok dihalaman utama jadi harus lebih ekstra seperti itu. Biasanya kan informasi-informasi seperti itu kan mudah dicari, bisa lewat Facebook atau apalah, nah itu dia biasanya harus cepat untuk mencari tahu informasi yang sebenarnya (Rusli, wawancara Januari 2017).*

Ada pula berita yang dimiliki dari Balikpapan Pos sendiri yaitu dari sisi kriminalnya, begitu pula seperti Samarinda Pos yang merupakan surat kabar bergenre kriminal, karena dengan berita kriminal yang dijadikan headline akan menarik pembaca untuk membaca berita tersebut.

*Nah biasanya kita ambil dari sisi kriminal itu mas, karena memang disitu konten utama kita, keunggulannya disitu, dari berita Kecamatan itu berita konten utamanya Balikpapan memang kita saja yang punya halaman itu, seperti itu. Nah ada juga olahraga lokanya itu, kan kita Persiba jadi kadang porsinya itu kadang lebih didepankan, karena kita tau pasar-pasarnya itu sendiri (Rusli, wawancara Januari 2017).*

Balikpapan pos sendiri yang merupakan surat kabar dikhususkan di Balikpapan sangat jarang jika mengirim wartawannya guna mengangkat isu-isu yang berkaitan dengan dua kota, jikapun mengirim wartawan keluar dilihat dulu apakah berita itu memang besar dan layak untuk diangkat, jika hanya sekedar insidental sangat jarang dan biasanya hanya mengambil informasi tersebut dari grup Jawa Pos atau satu grup yang lainnya, namun tidak jika tim sepak bola Kota Balikpapan menjalankan pertandingan di luar kota, wartawan Balikpapan Pos akan dikirim untu meliputinya, ini dikarenakan memang tim sepak bola Balikpapan sangat di jual disini informasinya.

*Nah biasanya kalau ada beda kota ya, dilihat berita kejadiannya, misalnya kalau misalkan kejadian yang isidentil kita tidak mengirim, kita mengambil berita saja dari forum itu saja. Tapi memang kalau ada kegiatan yang diluar kota yang memang ada perencanaan gitu, misalkan persiba keluar kota itu biasanya kita kirim Wartawan apalagi berita itu konten lokal (Rusli, wawancara Januari 2017).*

Balikpapan Pos juga selalu mengontrol kembali jika mengambil berita-berita dari grup tersebut, baik itu isi berita, pengubahan judul hingga mengganti lead agar menarik.

*Nah biasanya yang begitu kita cek kembali, biasanya kan berita yang dikirim itu kadang sudah jadi dan juga ada yang belum, nah itu kita harus control, apakah ada yang terbalik kah hurufnya, ada penempatan tanda bacanya begitu (Rusli, wawancara Januari 2017).*

Ada pula sebuah sayarat agar naskah berita itu layak terbit, yang pasti menjaga kode etik jurnalistik yang ada, dengan itu informasi yang disampaikan cukup jelas kepada masyarakat.

*Jadi seperti yang saya bilang, jadi kontennya ya paling layak, karena berita seperti itu selalu ditunggu, walaupun tidak terbit menarik masyarakat buat membaca, itu satu, dan kejadiannya itu benar-benar terjadi di masyarakat, kejadian-kejadian yang waw lah beritanya, kemudian juga harus mengikuti kode etik, jadi 5W+1H nya itu harus ada, jadi berita itu harus berimbang, berimbang itu lengkap, berita yang lengkap itu layak terbit (Rusli, wawancara Januari 2017).*

Ada pula strategi dari masing-masing wartawan maupun redaktur untuk mempermenarik isi berita, dimana penulis mengkomposisikan dia sebagai pembaca, kemudian isi berita juga bersifat besar, dan kejadiannya dimasyarakat.

*Kalau yang aku tahu sih, aku mengkomposisikan aku sebagai pembaca, jadi misalkan aku jadi pembaca apa yang aku pengen tahu, nah misalkan kecelakaan yang tadi saja kan gampang, kan itu aku pengen tahu kejadiannya bagaimana, korbanya siapa nah kan aku pengen tahu tuh, terus misalkan meninggal tuh nah itu tuh hukumannya apa, si penabrak ini gimana, korbannya tuntutan apa aku pengen tahu tuh, nah jadi kita datangin keluarganya, terus bercerita tentang keluarga korban (Esa, wawancara Januari 2017).*

Selain strategi isi berita, ada juga strategi menentukan judul, ini diakrenakan meamng masyarakat membaca dimulai dari judulnya, bagaimana sipenulis membuat judul lebih menarik agar masyarakat itu sendiri tertarik untuk membacanya.

*Ada, jadi redaktur itu sama kayak wartawan, jadi punya gaya masing-masing, ada yang tegas ada yang sedang-sedang saja, tapi kita membuat judul itu melihat dari isi berita, setegas apa wartawan, selengkap apa datanya, dan juga disesuaikan dengan komposisi halaman, nah jadi berita ini harus pendek nih judulnya, nah bagaimana kita memilih kosak katanya tuh, dengan tidak mengurangi arti dari judul. Nah ada juga berita yang harus dijadikan kaki, kaki itu brita penempatannya dibawah halaman, itu biasanya memang agak panjang, jadi bagaimana kita akan memanjangkan judul (Rusli, wawancara Januari 2017).*

Setiap pencarian maupun penulisan pastilah mempunyai kendala masing-masing, baik dari sisi wartawannya maupun dari sisi redaktur, kalau dari sisi penncarian berita yaitu narasumber, karena kita mencari berita pastilah harus mempunyai narasumber yang berani mempertanggung jawabkannya.

*Kendala sih kalau misalnya, kita butuh informasi tapi beberapa orang tidak mau diwawancara, misalkan mengambil isu yang berhubungan dengan intense tertentu kan, kan gak ada yang berani ngomong tuh, sedangkan kita sudah tahu isunya banyak yang berani ngomong tapi misalkan gausah ditulis ya gitu sih. Kemudian susahny menemukan sumber yang berani mempertanggung jawabkan omongannya istilahnya kayak masalah kayak gitu kan nah itu juga termasuk sih, untuk mendapatkan info cepatnya itu nah kadang agak susah (Esa, wawancara Januari 2017).*

Sedangkan kalau dari segi penulisan khususnya wartawannya yaitu

*Kalau dari kendala penulian, jadi SDM wartawan itu kan beragam, jadi mereka tidak bisa disamakan, nah ceirta masing-masing, jadi kalau ada wartawan itu yang terlalu cepat puas dengan tulisannya, kita mengedit itu kan memperbaiki menyesuaikan alurnya bagaimana enak dibaca (Rusli, wawancara Januari 2017).*

#### **d. Proses Pengawasan dan Evaluasi**

Setelah melaksanakan seluruh proses dimulai dari proses perencanaan kemudian pengorganisasian dan selanjutnya pelaksanaan, maka proses terkakhir yang dilakukan adalah proses pengawasan dan evaluasi. Proses ini dilakukan untuk melihat apakah produk tulisan yang siap untuk terbit.

Dalam Balikpapan Pos sendiri preoses pengawasan dilakukan oleh seruh pihak yang ikut serta membuat surat kabar tersebut, termasuk direktur, ini diakrenakan semua atasan pada Balikpapan Pos dahulunya merupakan warwatan maupun direktur yang memang sudah lama berkecinumbung dijurnalistik.

*Kalau secara umum kan keredaksian, karena Koran kan kontennya lebih ke redaksi, nah kalau redaktur sendiri lebih mengawasi kehalamannya masing-masing, kita juga saling mengontrol kehalaman yang lain, tapi kita harus mengawasi halaman kita dulu, dikarenakan semua dari isu berita itu kan merupakan tanggung jawab redaktur secara bersama-sama, walaupun kita kerjanya dibagi-bagi (Rusli, wawancara Januari 2017).*

Ada pula kegiatandalam tahap pengawasan bermacam-macam, baik itu dari segi isi berita, judul, maupun kata-kata yag typo, sedangkan kalau dari sisi redaktur, pengawasan yang dilakukan biasanya menjaga deks masing-masing, apakah sudah sempurna, lalu megoreksi deks redaktur yang lainnya.

*Memperhatikan halamann saja, biasanya kan setelah tahap pengeditan kan kami baca dulu terllebih dahul sampai tuntas, kemana arah berita ini, misalkan disitu ada kekurangan nah kami langsung sampaikan kepada wartawannya. Kemudian kalo ada narasumber yang salah atau tersudutkan itu kan harus di konfirmasi ulang kembali, nah itulah fungsi dari pengawasan. kan jangan sampai berita yang sudah terbit itu menyudutkan orang, jangan sampai nanti ini memfitnah saya dan sebagainya (Azwar, wawancara 19 Januari 2017).*

Setelah produk terbit pun biasanya setiap pagi mengadakan evaluasi, bagaimana pemimpin redaksi melihat kembali isi-isi berita itu sendiri, melihat apakah ada berita yang tidak jalan atau tidak berkembangm selain itu juga membahas berita itu apakah masih layak untuk diangkat kembali berita tersebut untuk keseokan harinya.



*Jadi evalusainya setiap hari untuk redaktur, tapi kalau secara umum itu seminggu sekali, jadi berita seminggu itu kita bedah, mana yang masih menarik untuk dilanjutkan kembali, dan mana yang sudah cukup dilanjutkan sampai sini saja, nah kita angkat isu baru lagi dengan rapat itu dengan wartawan yang tahu dilapangan, kemudian redaktur yang tahu menang kap isu, nah kita komunikasi lagi apa yang masih menarik untuk diangkat lagi (Rusli, wawancara Januari 2017).*

Adapula kejadian yang harus menghentikan cetak karena ada kealahan cetak, ini biasanya dilakukan pada saat sesi terakhir yaitu mencetak. Pada saat mencetak pemimpin redaksi sambil melihat kembali kesalahan-kealahan yang ada, jika memang ada kesalahan langsung dihentikan produksi cetak itu. Ada juga dikonfirmasi beritanya ke esokan harinya sebagai ralat, ini jika memang perlu dilakukan jika memang berita yang salah itu benar-menera sangat berpengaruh, kalau hanya sekedar typo judul biasanya tidak apa-apa.

*Nah itu juga menjadi salah satu yang dibahas dalam rapat mingguan itu, itu dibahas secara detail, tapi biasanya setelah terbit kalau ada kesalahan kita kan transparan ada media grup kan itu, itu langsung dirilis juga kesalahannya. Kalau misalkan ada kesalahan dari judul ataupun nama narasumber itu tidak papa. Seperti itulah evaluasi jangan sampai salah lagi, karena ini kan kita sajikan ke masyarakat, nah kalau ada kesalahan dari isu berita itu biasanya diralat, apalagi itu bersifat insinuentil di masyarakat gitu kan, nah itu biasanya diralat (Rusli, wawancara Januari 2017).*

Hak jawab yang biasa diberikan kepada orang-orang yang merasa dirugikan juga ada, karena hak jawab ini ada dalam undang-undang jurnalistik, untuk complain bisa saja langsung datang ke kantor, sedangkan complain yang memang menyangkut pribadi biasanya langsung ke wartawannya.

*Biasanya kan kalau dia complain kan datang ke kantor, kalau tidak ke kantor mungkin langsung ke wartawannya, tetapi di media itu dibuka ruang untuk memberikan hak jawabnya, tetapi memang kita sarankan untuk datang ke kantor (Rusli, wawancara Januari 2017).*

Ada dua tipe pengawasan yang dilakukan oleh Balikpapan Pos, ada yang harian, biasanya mengevaluasi berita di hari itu, dan ada juga yang mingguan biasanya mengevaluasi Koran selama seminggu terakhir.

*Kalau pengawasan yang sudah cetak itu biasanya harian, nah kalau yang pengawasan dalam seminggu itu biasanya senin, itu namanya rapat redaksi, mengevaluasi Koran selama seminggu (Rusli, wawancara Januari 2017).*

### **C. Manajemen Redaksional Samarinda Pos**

Dalam praktik jurnalisme dibutuhkan manajemen redaksional yang mempunyai fungsi untuk mengatur atau mengelola kegiatan keredaksian untuk menghasilkan produk jurnalistik. Manajemen redaksional dapat diartikan proses antar orang yang merupakan satu kesatuan secara efektif dalam sebuah organisasi media cetak untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditentukannya.

Dalam proses manajemen redaksional sendiri merupakan strategi yang diterapkan dalam melakukan produksi berita. Sebelum melakukan produksi berita terlebih dahulu biasanya dimulai dengan melakukan pembuatan ketetapan, atau membuat perencanaan bagi organisasi tersebut dalam menjalankan praktik jurnalistiknya untuk bisa menjadi pegangan dalam merencanakan bagaimana tahapan-tahapan yang akan dilakukan pada saat menjalankan proses liputan, lalu untuk kemudian mengorganisir dan memberikan tugas kepada siapa saja untuk melakukan peliputan berita, dan selanjutnya tahap akhir dari proses ini adalah pengawasan dan evaluasi.

Menurut Fink (Seperti dikutip Juwairiyah, 2008: 10), dalam memproduksi pemberitaan yang berkualitas, kekuatan dan daya tarik sebuah media cetak dimata pembaca terletak pada berita dan informasi yang disajikan. Untuk membuat berita yang layak, ada kalanya untuk mempersiapkan terlebih dahulu proses-proses yang nantinya akan membuat berita akan lebih layak untuk disebar kepada masyarakat. Adapun proses-proses yang harus dilakukan yakni:

#### **a. Proses Perencanaan**

Perencanaan merupakan sebuah kegiatan yang nantinya menentukan bagus tidaknya dan juga tercapainya yang telah ditentukan sebelumnya atau direncanakan, perencanaan sendiri merupakan langkah

awal yang dilakukan dalam suatu organisasi pers untuk menentukan apa yang akan diangkat nantinya dalam keredaksian.

Berita yang baik adalah hasil dari perencanaan yang baik, begitu yang diucapkan Haris Sumadiria (2005: 94). Proses pencarian dan pembuatan berita dimulai di ruang redaksi melalui forum seperti rapat atau bias disebut perencanaan berita. Rapat biasanya diselenggarakan sore atau malam karena mengingat dini harinya berita harus udah mulai cetak. Rapat biasanya diharidiri beberapa redaktur dan juga pemimpin redaksi , rapat pada umumnya diadakan setiap hari atau rutin.

Hasilnya memang perencanaan itu sangat berperan penting sekali di Samarinda Pos, karena dari perencanan itu sendiri sebagai acuan atau target dari pada anggotanya, terkadang perencanaan juga bisa membantu jika memang seorang wartawan tidak tahu harus mengangkat atau mencari berita apalagi, dengan adanya perencanaan isu-isu atau berita-berita itu muncul dan biasanya akan dibedah dalam rapat redaksi.

*Sangat berpengaruh, jadi kita bagi ada tiga poin didalam manajemen redaksional, yang pertama 33,33% itu adalah perencanaan 33,33% itu adalah penugasan dan 33,33% itu insidentil yang ditemukan wartawan dilapangan, selain menunggu isu kita juga sudah merencanakan untuk dimuat* (Bagus, wawancara 16 Januari 2017).

Dalam industry media cetak Samarinda Pos sendiri manajemen redaksional yang diterapkan pada umumnya sama dengan Balikpapan Pos, yaitu perencanaannya, perencanaan itu sendiri bentuknya dalam kegiatan rapat, yang dibahas sendiri biasanya menentukan isu-isu, menentukan tema, hingga menentukan letak berita.

*Ya kalo perencanaan tiap harian biasanya sih lewat WA saja, tapi kalau yang mingguan ada biasanya langsung hadir di kantor* (Rahman, Wawancara 16 Januari 2017).

Ada pula dalam kegiatan yang menghadiri rapat perencanaan di Balikpapan Pos sendiri sedikit berbeda, pada umumnya rapat perencanaan akan dihadiri oleh bagian keredaksian saja.

*Semua hadir, dari wartawan, redaktur, saya, sekretaris juga* (Rahman, wawancara 16 Januari 2017).

Samarinda Pos yang berfokus dalam kegiatan jurnalistik yang membuat produk Koran juga selalu memperhatikan isi beritanya, khususnya headlinenya, dalam wawancara peneliti menemukan bahwa headline Samarinda Pos sendiri mempunyai kesamaan dengan Balikpapan Pos

*Ya karena genre kami kriminal, jadi hal-hal yang menyangkut kriminal, kejadian-kejadian terkini dan terupdate, terus kemudian kualitas kejadiannya itu harus besar, jadi memang dalam satu hari kita menemukan beberapa kejadian dan itu kita pilih, yang mana yang lebih layak, yang mana yang lebih bombastis, yang mana yang lebih waw dan itulah yang kita pilih untuk headlinennya. Untuk headline itu sendiri sebisa mungkin beritanya memang berasal dari Samarinda, jika memang tidak ada kita mengambil dari berita luar dilingkup Provinsi Kalimantan Timur* (Bagus, wawancara 16 Januari 2017).

Di Samarinda Pos sendiri untuk mengangkat sebuah berita agar layak muat sendiri harus dalam lingkungan masyarakat, khususnya di kota Samarinda.

*Yang pertama khususnya harus besar, menyangkut khalayak ramai tapi kalau sekedar satu pihak itu kurang menjualkan, jadi besar dan itu juga ada nilai sosial yang menjadi pertimbangan kami* (Bagus, wawancara 16 Januari 2017).

Samarinda Pos sendiri yang merupakan saudara dari Balikpapan Pos dalam naungan Kaltim Post tidak ada yang namanya kerja sama, walaupun kerja sama hanya sebatas biasa aja tanpa status, karena memang hal seperti itu sangat dibutuhkan guna untuk berbagi berita. Berita nya pun terkadang sama dengan surat kabar di tempat lain yang masih satu grup, namun ada beberapa perbedaan yang membuat berita itu tidak seperti copy paste, seperti perubahan judul, lead hingga isi berita. Contohnya saja seperti berita kilang minyak yang mengeluarkan asap pada tanggal 15 Januari 2017, Balikpapan Pos dan Samarinda juga meliputnya dan juga dijadikan Headline, namun ada beberapa perbedaan baik itu judul maupun isi berita, karena bisa saja ada pengeditan kembali.

*Konteks beritanya sama umpunya seperti ini, tadi malam ada gas kilang minyak, semua wartawan meliput itu tapi proses penggarapannya masing-masing, mungkin Balikpapan Pos melihat dari sudut pandang yang berbeda kita juga melihat dari sudut pandang yang berbeda (Bagus, wawancara 16 Januari 2017).*

Dalam perencanaan sendiri susunan layout, porsi berita dan semua yang menyakup didalam Koran sudah diatur, di Balikpapan sendiri memiliki 3 kloter yang masing-masingnya udah terporisi sebelumnya.

*Samarinda sendiri menjadi tiga kloter, masing-masing kloter itu sendiri terdiri dari delapan halaman, kloter pertama itu tentang Metropolis, di kloter pertama itu terdiri dari delapan halaman yang isinya kebanyakan berita kota, terka di kloter peit dengan kota, politik, sosial, budaya itu masuk di kloter pertama yang mulai dari halaman 9 sampai 16. Kemudian untuk kloter keduanya sport atau olah raga, hal-hal yang berkaitan dengan dunia olahraga masuk di kloter kedua. Kemudian di kloter ketiga yaitu yang Utama yang mulai dari halaman satu sampai halaman delapan, disitu memuat tentang berita-berita kriminal, karena memang genre kami itu kriminal, ada beberapa berita kriminal didalamnya namun dikloter ketiga juga memuat berita bisnis termasuk aketorial dan societ didalamnya (Bagus, wawancara 16 Januari 2017).*

#### **b. Proses Pengorganisasian**

Menurut Wilujeng (Seperti Dikutip Putra, 2014: 13), tahapan ini merupakan suatu proses dimana sebuah pekerjaan diatur dan juga dibagikan kepada para anggota organisasi, tujuan dari kegiatan ini merupakan untuk membuat sebuah pekerjaan itu sendiri lebih efisisensi dikarenakan pembagian tugas dan dikerjakan oleh banyak orang.

Tahap pengorganisasian merupakan pembagian tugas-tugas serta penempatan orang berikut jabatannya didalam struktur organisasi. Pada proses redaksional terdapat *staffing* yang berfungsi untuk melaksanakan aktifitas redaksional, fungsinya sendiri adalah menempatkan orang-orang yang terlibat langsung ke dalam unti kerja bidang redaksional, yang merupakan fungsi vital karena menyangkut dari pelaksana (Effendy, 1996: 39).

Samarinda Pos sendiri umumnya juga melakukan pengorganisasian, yaitu membagi tugas-tugas agar tugas itu lebih efektif dan edisien. Hasilnya memang bahwa Balikpapan Pos berkerja dengan desk nya masing-masing, seperti sekretaris yang mangatura seluruh administrasi, kemudian redaktur yang membagi tugasnya dan ditempatkan dimasing-masing desk nya, hingga bagaimana hubungan dengan Samarinda Pos dalam berbagi berita.

Namun semua itu tidak lepas dari peran pemimpin redaksi, pemimpin redaksi yang bertanggung jawab besar dalam hal keredakian harus bisa berkerja lebih keras karena dalam surat kabar berita itulah yang akan disampaikan kepada masyarakat. Ditambah dengan menjaga hubugnan dengan anggota lain sangat menjadi tanggung jawab pemimpin redaksi Samarinda Pos ini.

*Biasanya menjaga motifasi, menjaga mood nya para anggota, karena dengan mood yang baik kualitas berita juga baik (Rahman, wawancara 16 Januari 2017).*

Dibawah itu ada seorang redaktur yang bertanggung jawab untuk mengerjakan isu-isu berita yang sudah direncanakan sebelumnya. Di Samarinda Pos sendiri ada ada redaktur kota, kriminal dan olahraga, setiap redaktur memang berfokus pada desk itu masing-masing, namun terkadang rolling juga diadakan karena memang tidak setiap redaktur bisa mengerjakan dua desk secara bersamaan dengan kata lain saling membantu redaktur lainnya, kemudian redaktur juga bertanggung jawan untuk mengkoreksi berita-berita yang memang masih bermasalah, baik dalam hal materi maupun penulisannya.

*Yang melaksanakan perencanaan kan dari redaktur, berkerja sama dengan masing-masing wartawan, kemudian pembagian halaman perhalaman kan dari redaktur (Rahman, wawancara 16 Januari 2017).*

Sedangkan untuk wartatawan koresponden sendiri memang ada, namun tidak tahu keberadaaanya apakah wartawan itu statusnya sebagai wartawan Samarinda Pos.

*Ada, kita ada di Balikpapan, Bontang, Berau, tugasnya ya mencari berita juga diwilayah-wilayahnya, apa yang mereka dapat akan dikumpulkan (Rahman, wawancara 16 Januari 2017).*

Samarinda Pos sendiri berkerja sama dengan wartawan luar namun masih saatu grup hubungannya biasa saja, kerja sama itu memang tidak direncanakan atau resmi, bereka kerja sama dalam hal berbagi berita saja, baik itu mengasih informasi berita maupun meminta informasi berita.

*Kerjasama yang direncanakan sih tidak ada, tapi misalnya langsung minta ke wartawannya sih kita sering (Rahman, wawancara 16 Januari 2017).*

Sendangkan untuk meminta ataupun mananyakan berita itu sendiri biasanya melalui grup, karena memang Samarinda Pos juga tergabung dengan Jawa Pos Group. Selain itu selain meminta biasanya ada proses pengechekan lagi dari isi berita terebut.

*Biasanya redaktur itu melihat dulu komposisi dari wartawan, kalau misal ada yang terluput dari liputan biasanya kita langusng hubungi si wartawannya saja (Rahman, wawancara 16 Januari 2017).*

### **c. Proses Pelaksanaan**

Setelah melakukan perencanaan dan mengorganisir sleanjutnya melaksanakan tugasnya yaitu terjun ke lapangan dalam mencari berita, maka tahapan selanjutnya adalah tahapan pelaksanaan atau realisasi, dimana reporter yang telah mendapatkan tugas mencari berita kemudian melaksanakan tanggung jawabnya berdasarkan dengan apa yang telah disepakati pada proses perencanaan yang terdapat dalam rapat tema.

Tahap penggerakkan dalam manajemen redaksional adalah aktifitas yang menggerakkan orang-orang beserta fasilitas penunjangnya untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan yaitu menghasilkan produk jurnalistik (Suhandang, 2004: 45)

Di Samarinda Pos sendiri pada umumnya sama seperti media lain untuk proses pencarian berita, yaitu dimana berita atau isu-isu yang sebelumnya sudah direncanakan pada rapat redaksi.

*Kalau saya, misalkan liputnya hari ini saya siapkan tadi malam, minimal narasumber siap untuk ditemui, biasanya ditelfon dulu pak*

*besok ada dikantor gak bisa ketemu, seperti itu (Hafid, wawancara 16 Januari 2017).*

Selain yang direncanakan, ada juga yang sifatnya tidak terduga, jika di Samarinda Pos disebut insidental, kejadian-kejadian yang memang tidak diketahui, biasanya sifatnya kecelakaan, musibah dan juga sebagainya. Wartawan harus siap untuk dating kelokasi kejadian guna meliputi itu, baik mendatangi korban maupun pihak berwajib jika dibutuhkan, slain itu juga wartawan juga wajib melaporkan kepada penanggung jawab halam guna untuk dikembangkan kembali informasi tersebut.

*Iya biasanya langsung diliput sja sih langsung terjun kelapangan, biasanya kan berita kayak gitu yang berbau bencana alam, kayak kebakaran, banjir, tabrakan. Nah karena saya desk nya liputan kota jdai kebanyakan bisa direncanakan sih (Hafid, wawancara 16 Januari 2017).*

Ada pula berita yang agak khusus dimiliki dari Samarinda Pos yaitu yang bersidat eksklusif, dan juga kriminal, karena memang segmen kami kriminal rata-rata.

*Mungkin lebih keberita yang update dan juga eksklusif. Kalau seperti rubrik sejauh ini tulisan yang menunjukkan identitas bahwa itu Samarinda Pos adalah Bujur-bujur, didalamnya menggunakan bahasa Banjar, itu lebih kepada tulisan-tulisan komedi yang dibuat oleh wartawan sendiri (Bagus, wawancara 16 Januari 2017).*

Samarinda pos sendiri yang merupakan surat kabar dikhususkan di Samarinda sangat jarang jika mengirim wartawannya guna mengangkat isu-isu yang berkaitan dengan dua kota, jikapun mengirim wartawan keluar dilihat dulu apakah berita itu memang besar dan layak untuk diangkat, jika hanya sekedar insidental sangat jarang dan biasanay hanya mengambil informasi tersebut dari grup Jawa Pos atau satu grup yang lainnya.

*Kalau saya sih memang difokuskan disamarinda aja, kalau ursan mengambil berita diluar itu ursan dari redaktornya, karena memang tidak terjangkau kesana (Hafid, wawancara 16 Januari 2017).*



Samarinda Pos juga selalu mengontrol kembali jika mengambil berita-berita dari grup tersebut, baik itu isi berita, perubahan judul hingga mengganti lead agar menarik.

*Harus diedit lagi, jadi satu contoh kayak berita yang baru-baru ini harga cabai, harga cabai di setiap wilayah kan berbeda-beda, jadi kita ambil dari Balikpapan Pos, Berau, dll yang kita satukan dan ada perbedaan, dan perbedaan itu yang menjadi angel misalkan di Samarinda berapa dan di ini berapa dan itu melalui editing ulang pastinya (Bagus, wawancara 16 Januari 2017).*

Ada pula sebuah syarat agar naskah berita itu layak terbit, yang pasti menjaga kode etik jurnalistik yang ada, dengan itu informasi yang disampaikan cukup jelas kepada masyarakat.

*Yang jelas kode etik jurnalistiknya terpenuhi, kemudian penyampaian informasinya akurat dan tepat, terus kemudian dia mewakili pembaca untuk mengetahui sebuah hal gitu, jadi berita itu bukan sekedar keinginan penulis untuk menulis tapi dia juga harus menjiwai pembaca, apasih yang dipingin tahu masyarakat (Bagus, wawancara 16 Januari 2017).*

Ada pula strategi dari masing-masing wartawan maupun redaktur untuk mempermenarik isi berita, menurut wartawan Samarinda Pos menentukan angel akan menentukan layaknya berita itu terbit.

*Terkadang kita sih cari angel yang berbeda (Hafid, wawancara 16 Januari 2017).*

Selain strategi isi berita, ada juga strategi menentukan judul, ini diakrenakan meamng masyarakat membaca dimulai dari judulnya, bagaimana sipenulis membuat judul lebih menarik agar masyarakat itu sendiri tertarik untuk membacanya.

*Kadang kita mengambil judul yang konteksnya lucu, kritikan, terus kemudian yang bisa dikatakan ambigu dalam masih tanda tanya, itu bakal orang-orang akan bertanya-tanya apasih ini, terus kemuidan kita terkadang menentukan judul itu harus nakal, jadi minimal orang itu baca lead nya langsung tertarik (Bagus, wawancara 16 Januari 2017).*

Setiap pencarian maupun penulisan pastilah mempunyai kendala masing-masing, baik dari sisi wartawannya maupun dari sisi redaktur,

kalau dari sisi pencarian berita yaitu narasumber, karena kita mencari berita pastilah harus mempunyai narasumber yang berani mempertanggung jawabkannya.

*Deadline, wartawan itukan untuk media harian dibatasin 24 jam tidak seperti tabloid yang harus sepekan atau sebulan gitu kan, kadang kloter 1 itu berada dipukul 19:00, kemudian ada kejadian dipukul 18:00 dimana ada jarak satu jam dari proses peliputan, menulis sampai editing, nah dalam kondisi-kondisi tertentu wartawan bisa mengetik dari luar menggunakan handphone dengan kondisi yang mungkin ala kadarnya karena memang waktunya gak bisa untuk menulis cantik kan, nah disitu peran redaktur untuk kembali mengulang tulisannya sampai jadi berita. Wartawan juga mempunyai target harus menulis 90 berita dalam satu bulan, jadi kalau dibagi 30 hari plus dikurangnya libur sabtu minggu, berarti wartawan minimal harus membuat 4 berita dalam sehari (Bagus, wawancara 16 Januari 2017).*

#### **d. Proses Pengawasan dan Evaluasi**

Setelah melaksanakan seluruh proses dimulai dari proses perencanaan kemudian pengorganisasian dan selanjutnya pelaksanaan, maka proses terakhir yang dilakukan adalah proses pengawasan dan evaluasi. Proses ini dilakukan untuk melihat apakah produk tulisan yang siap untuk terbit.

Dalam Samarinda Pos sendiri proses pengawasan dilakukan oleh seluruh pihak yang ikut serta membuat surat kabar tersebut, seluruh keredaksian

*Jadi ada 3 lapis untuk melihat bahwa berita itu layak atau tidak, yang tulisannya sudah benar atau tidak. Yang pertama dari wartawan yang diediting oleh redaktur, kemudian naik lagi ke redaktur pelaksana, kemudian filter terakhir itu ada pimred, jadi mereka baca ini layak atau tidak (Bagus, wawancara 16 Januari 2017).*

Ada pula kegiatan dalam tahap pengawasan bermacam-macam, baik itu dari segi isi berita, judul, maupun kata-kata yang typo, sedangkan kalau dari sisi redaktur, pengawasan yang dilakukan biasanya menjaga deks masing-masing, apakah sudah sempurna, lalu mengoreksi deks redaktur yang lainnya.

*Pertama kalau teknis adalah EYD yitu ejaan yang disempurnakan, dari typo-typonya dulu gitu kan, terus kemudian isi beritanya apakah berdampak kepada satu orang atau berdampak pada satu kalangan kalau sudah berdampakpun kita harus pertimbangkan karena disitu ada hak jawab karena sangat penting (Bagus, wawancara 16 Januari 2017).*

Setelah produk terbit pun biasanya setiap pagi mengadakan evaluasi, bagaimana pemimpin redaksi melihat kembali isi-isi berita itu sendiri, melihat apakah ada berita yang tidak jalan atau tidak berkembang selain itu juga membahas berita itu apakah masih layak untuk diangkat kembali berita tersebut untuk keseokan harinya.

*Ada setiap hari, ya dilakukan kalau habis edit berita gitu, kalau misal ada yang kurang langsung kita sampaikan kepada si penulisnya. Biasanya malam evaluasinya kalau memang masih bisa ngejar sebelum cetak, kalau emang tidak sempat paling dimasukan ke besok beritanya (Rahman, wawancara 16 Januari 2017).*

Ada pula kejadian yang harus menghentikan cetak karena ada kealahan cetak, ini biasanya dilakukan pada saat sesi terakhir yaitu mencetak. Pada saat mencetak pemimpin redaksi sambil melihat kembali kesalahan-kealahan yang ada, jika memang ada kesalahan langsung dihentikan produksi cetak itu. Ada juga dikonfirmasi beritanya ke esokan harinya sebagai ralat, ini jika memang perlu dilakukan jika memang berita yang salah itu benar-menera sangat berpengaruh, kalau hanya sekedar typo judul biasanya tidak apa-apa.

*Kalau biasanya kesalahan ketik misalnya nama, biasanya kita bikin ralat, kalau kesalahannya yg lainnya sih aman saja (Rahman, wawancara 16 Januari 2017).*

Hak jawab yang biasa diberikan kepada orang-orang yang merasa dirugikan juga ada, karena hak jawab ini ada dalam undang-undang jurnalistik, untuk complain bisa saja langsung datang ke kantor, sedangkan complain yang memang menyangkut pribadi biasanya langsung ke wartawannya.

*Biasanya kita kasih hak jawab, kan dalam undang-undang kan emang ada (Rahman, wawancara 16 Januari 2017).*

Ada dua tipe pengawasan yang dilakukan oleh Samarinda Pos, ada yang harian, biasanya mengevaluasi berita dihari itu, dan ada juga yang mingguan biasanya mengevaluasi Koran selama seminggu terakhir.

*Pengawasan nonformal itu biasanya kita lakukan setiap hari yang dilakukan malam hari, sedangkan yang formal tadi itu kita lakukan setiap minggu, jadi ngebahas semua hal, tidak hanya redaksi tapi juga manajemennya (Bagus, wawancara 16 Januari 2017).*



## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

Bab ini akan memaparkan mengenai temuan yang didapat oleh peneliti selama berada di lapangan dan kemudian dianalisis dengan teori dan kerangka pemikiran yang telah disebutkan sebelumnya dalam BAB I. Dalam pembahasan ini akan mempertemukan antara temuan fakta penelitian di lapangan yang akan dianalisis menggunakan teori dan kerangka pemikiran yang peneliti anggap relevan dan sesuai.

Berdasarkan pemaparan terkait tahapan-tahapan dalam penerapan manajemen redaksional yang telah disebutkan sebelumnya, maka dalam BAB IV ini peneliti akan memaparkan pembahasan yang berkaitan dengan temuan penelitian pada BAB III dengan berlandaskan dari pemikiran atau kerangka teori yang telah dijabarkan pada BAB I.

#### **A. Manajemen Redaksional Balikpapan Pos dan Samarinda Pos**

Manajememen yang merupakan arti dari sebuah mengatur dan mengelola pada sebuah organisasi, manajemen merupakan sebuah proses suatu organisasi untuk mengatur dan memberdayakan sumber daya yang ada pada organisasi tersebut. Seperti yang dikatakan Handoko (2002: 8), manajemen merupakan sebuah cara yang sistematis untuk melakukan sebuah pekerjaan di sebuah yang dinamakan organisasi yang umumnya berkaitan dengan kerja sama sebuah tim untuk menjapai sebuah tujuan yang ingin dicapai.

Bedasarkan penjelasan manajemen diatas, organisasi khususnya dalam bidang pers pastilah mempunyai sebuah manajemen juga, dimana sebuah manajemen didalam organisasi pers dilakukan gunta untuk mengelola dan juga melakukan praktik jurnalistik didalam organisasi tersebut, dengan cara membagi tugas-tugas kesetiap anggota bertujuan untuk membuat sebuah berita lebih efektif dan efisien dikarenakan dikerjakan oleh beberapa orang yang memang ahli didalam bidangnya.

Definisi manajemen redaksional adalah penerapan fungsi-fungsi dari sebuah kegiatan manajemen yang dilakukan dengan tahapan-tahapan seperti *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* dalam bidang keredaksian (Pareno, 2003: 10).

Sama layaknya seperti penjelasan Pareno, Fink juga beranggapan yang sama dengan definisi yang dijelaskan oleh Pareno, menurut Fink (seperti dikutip Juwairiyah, 2008: 10) dalam memproduksi pemberitaan yang berkualitas, kekuatan dan daya tarik sebuah media cetak dimata pembaca terletak pada berita dan informasi yang disajikan. Untuk membuat berita yang layak, ada kalanya untuk mempersiapkan terlebih dahulu proses-proses yang nantinya akan membuat beritak akan lebih layak untuk disebar kepada masyarakat.

Tahapan manajemen redaksional yang dijelaskan pada diatas juga diterapkan dalam aktivitas jurnalistik, yaitu Balikpapan Pos dan Samarinda Pos, berikut proses beserta kegiatan yang membedakan dari kedua surat kabar:

Dengan perbedaan manajemen redaksioan pada tabel diatas, maka dapat dibahas proses-proses manajemen redaksional pada surat kabar harian Balikpapan Pos dan Samarinda Pos menurut Fink, berikut inipembahasan dilakukan :

### **1. Tahap Perencanaan**

Sebelum membuat berita seharusnya merencanakan sebuah berita terlebih dahulu agar isi berita lebih baik, merencanakan berita itu sendiri harus mencari berita yang layak untuk diangkat dalam berita tersebut, bisa saja kita merapatkan pada anggota-anggota maupun langsung terjun observasi kelapangan untuk mencari berita secara langsung.

Berita yang baik adalah hasil dari perencanaan yang baik, begitu yang diucapkan Haris Sumadiria (2005: 94). Proses pencarian dan pembuatan berita dimulai di ruang redaksi melalui forum seperti rapat atau bias disebut perencanaan berita. Rapat biasanya diselenggarakan

sore atau malam karena mengingat dini harinya berita harus udah mulai cetak. Rapat biasanya diharidiri beberapa redaktur dan juga pemimpin redaksi , rapat pada umumnya diadakan setiap hari atau rutin.

Pada proses perencanaan biasanya bertujuan untuk menentukan berita apa saja yang nantinya akan diangkat dan mungkin dijadikan deadline di bagian depan koran itu sendiri.

Pada tahapan perencanaan ini surat kabar harian Balikpapan Pos dan Samarinda Pos pada umumnya memiliki tahapan-tahapan yang sama didalamnya, proses didalam masing-masing surat kabar yakni pemilihan berita.

Pada proses pemilihan berita ini, proses perencanaan yang terdapat pada surat kabar Balikpapan Pos dan Samarinda Pos memiliki kesamaan didalamnya, yakni dengan mengadakan rapat redaksi sebagai tahapan awal guna untuk menyusun dan mendiskusikan segala sesuatunya pada saat mengangkat sebuah isu yang nantinya akan diterbitkan.

Pada saat rapat redaksi sendiri Balikpapan Pos dan Samarinda Pos mempunyai jadwal rapat yang sama, yaitu rapat redaksi yang dilakukan setiap hari yang berguna untuk membahas berita-berita atau isu-isu yang akan dicari dilapangan nantinya, rapat yang dilakukan setiap hari ini biasanya sifat beritanya insidental yang memang tidak bisa direncanakan sebelumnya, untuk membahas isu-isu yang insidental biasnya dilakukan dengan menggunakan aplikasi social media contohnya seperti WA, disana mereka saling berbagi informasi mengenai isu-isu yang terjadi yang sifatnya insidental. Kemudian ada juga rapat yang dilakukan per-minggu, rapat ini dilakukan guna untuk membahas surat kabar dalam kurun waktu seminggu kedepan, dimana didalamnya membahas isu-isu yang memang digulirkan untuk beberapa hari kedepan.

Kemudian dalam proses tahap perencanaan juga membahas headline apa yang diangkat nantinya, dalam hal menentukan berita

yang layak untuk dijadikan headline, Balikpapan Pos dan Samarinda memiliki kesamaan. Dalam kurun waktu tiga bulan terakhir, peneliti melihat bahwa Balikpapan Pos dan Samarinda pos selalu menampilkan headline yang berbau criminal, criminal itu sendiri bermacam-macam, mulai dari pembunuhan, pemerkosaan, kemalingan dan tak jarang juga menampilkan kejadian yang sifatnya musibah seperti kebakaran. hal ini memang dijelaskan oleh salah satu narasumber, bahwa memang dengan mengangkat berita yang sifatnya criminal sangat menjual untuk dibaca oleh warga sekitar, karena memang kejadian tersebut terjadi dilingkungan warga sekitar itu sendiri.

Selain itu dalam segi layaknya berita dimuat di headline sendiri mempunyai syarat yang memang syarat tersebut sebagai acuan bahwa berita tersebut layak tidaknya untuk dimuat dan dijadikan headline. Kedua surat kabar ini sendiri mempunyai kesamaan dalam mengambil keputusan guna untuk mengangkat atau menerbitkan berita yang layak untuk dijadikan headline, yaitu berita tersebut berada dilingkungannya sendiri, hal ini karena memang kedua surat kabar ini merupakan surat kabar daerah sehingga harus memberitakan berita-berita yang memang sedang terjadi didaerahnya tersebut yang memang masyarakat daerah tersebut perlu tahu informasi didaerahnya sendiri, selanjutnya yaitu bahwa berita tersebut menyangkut khalayak yang luas yang memang berita itu sifatnya besar, dan yang terakhir yaitu peristiwanya baru terjadi, karena masyarakat pada umumnya menginginkan berita-berita yang bersifat baru yang terjadi didaerahnya masing-masing.

Tak jarang juga Balikpapan Pos dan Samarinda Pos memuat berita dengan topic yang sama, hal in dikarenakan memang Balikpapan Pos dan Samarinda Pos merupakan satu grup dari Jawa Pos, terkadang surat kabar Balikpapan Pos menyisipkan beberapa berita yang memang berasal dai kota Samarinda, begitu pula sebaliknya terkadang Samarinda Pos menyisipkan beberapa berita yang berasal dari kota Balikpapan yang dimasukan di surat kabar Samarinda Pos.



Pada tahap perencanaan ini peneliti melihat bahwa tahap perencanaan ini cukup terlaksana dengan baik dalam kedua perusahaan surat kabar ini, yaitu Balikpapan Pos dan Samarinda Pos, kedua surat kabar Balikpapan Pos dan Samarinda Pos selalu merencanakan isu-isu yang nantinya akan diangkat untuk menjadi berita. Untuk merencanakan sebrita-berita tersebut, Balikpapan Pos dan Samarinda Pos selalu mengadakan rapat redaksi setiap harinya, tujuan rapat redaksi harian ini guna untuk membahas isu-isu yang akan dicari informasinya dan diangkat menjadi berita. Namun selain rapat harian, Balikpapan Pos dan Samarinda Pos juga mengadakan rapat mingguan, dimana rapat mingguan ini membahas isu-isu yang memang isu tersebut masih layak untuk dimuat beberapa hari kedepan, selain itu juga rapat mingguan ini berguna untuk ajang evaluasi, evaluasi didalamnya yaitu melakukan evaluasi surat kabar selama satu minggu terakhir, baik itu Balikpapan Pos dan Samarinda Pos.

Di sini peneliti melihat kelemahan pada tahap perencanaan yaitu, kedua surat kabar ini melakukan rapat harian secara tidak langsung, maksud dari tidak langsung yaitu setiap anggota tidak secara langsung bertatap muka dalam mengadakan rapat, kedua surat kabar ini melakukan rapat harian dengan menggunakan aplikasi messenger yang berada pada handphone, hal ini berguna untuk mempermudah komunikasi satu dengan yang lainnya, padahal rapat menggunakan aplikasi massanger menurut peneliti kurang efektif, melakukan rapat menggunakan text message dirasa sangat terbatas, karena setiap text massage selalu mempunyai batasan-batasan, selain itu juga rawan terjadinya miss communication, hal ini cukup berbahaya bagi setiap anggota jika melakukan hal yang sebenarnya tidak diinginkan, bisa saja informasi yang didapat bukan dari narasumber yang tepat, hal seperti inilah yang terjadi jika miss communication.

Selain itu nilai-nilai berita yang ada pada kedua surat kabar juga berpengaruh terhadap proses perencanaan ini, seperti data yang didapat bahwa pada tahap perencanaan masing-masing surat kabar mencari isu-isu untuk diangkat menjadi berita, dan kemudian bagaimana sebuah

nilai-nilai berita itu juga sebagai acuan untuk membantu dalam hal mencari isu.

Kemudian bagaimana pada tahap penentuan headline juga akan mengacu kepada hal-hal atau isu-isu yang sifatnya baru, pada tahap penentuan headline ini juga nilai berita lagi-lagi menjadi sebuah acuan agar berita pada headline itu sendiri tepat sasaran, tepat sasaran dalam arti berita tersebut berhubungan dengan masyarakat daerah masing-masing.

Dari pembahasan tersebut bahwa nilai-nilai berita ini juga berdampak pada proses perencanaan khususnya pada surat kabar Balikpapan Pos dan Samarinda Pos, dimana nilai-nilai tersebut membantu dalam proses penentuan-penentuan untuk memilih berita yang layak akan diangkat dan juga layak untuk dijadikan headline. Maka nilai-nilai ini juga berdampak khususnya pada berita yang akan diangkat dan disebarluaskan kepada masyarakat.

## **2. Tahap Pengorganisasian**

Menurut Wilujeng (Seperti Dikutip Putra, 2014: 13), tahapan ini merupakan suatu proses dimana sebuah pekerjaan diatur dan juga dibagikan kepada para anggota organisasi, tujuan dari kegiatan ini merupakan untuk membuat sebuah pekerjaan itu sendiri lebih efisien dikarenakan pembagian tugas dan dikerjakan oleh banyak orang.

Tahap pengorganisasian merupakan pembagian tugas-tugas serta penempatan orang berikut jabatannya didalam struktur organisasi. Pada proses redaksional terdapat *staffing* yang berfungsi untuk melaksanakan aktifitas redaksional, fungsinya sendiri adalah menempatkan orang-orang yang terlibat langsung ke dalam unit kerja bidang redaksional, yang merupakan fungsi vital karena menyangkut dari pelaksana (Effendy, 1996: 39).

Ke dua surat kabar ini mempunyai struktur organisasi yang berbeda, pada umumnya struktur organisasi pada bidang jurnalistik yaitu *pemimpin redaksi, redaksi pelaksana, sekretaris, redaktur,*

wartawan, dan *bidang percetakan*. Untuk di Balikpapan Pos sendiri struktur organisasi khususnya dalam bidang keredaksian cukup lengkap seperti contoh diatas, namun berbeda dengan di Samarinda Pos, di Samarinda Pos mereka tidak ada seorang redaktur pelaksana.



(Gambar 4.1 Struktur Keredaksian Balikpapan Pos)



(Gambar 4.2 Struktur Keredaksian Samarinda Pos)

Tahap pengorganisasian khususnya dalam proses atau pembuatan berita pada surat kabar Balikpapan Pos dan Samarinda Pos pada umumnya sama seperti organisasi pada bidang jurnalistik yang lainnya, tahap organisasi di bidang jurnalistik bertujuan untuk membagi tugas dari hasil perencanaan yang sudah dibuat sebelumnya, yaitu seperti pembagian berita kepada wartawan, pembagian redaktur hingga produksi.

Pada pembagian berita kepada berita wartawan bermula dari perencanaan, dimana pada saat perencanaan akan dibagikan tugas-tugas kepada setiap wartawan. Baik pada surat kabar Balikpapan Pos dan Samarinda Pos wartawan itu sendiri mempunyai desk nya masing-masing, hal ini bertujuan guna untuk memperingan masing-masing guna untuk meliput berita maupun mencari berita, namun tak jarang juga desk mereka saling bertukaran untuk meliput berita, hal ini berguna untuk membantu yang mempunyai desk yang sedang mencari berita di desk nya, karena tidak setiap wartawan selalu santai dalam arti banyak tugas mencari berita pada hari itu.

Setelah berita itu didapat dan dibuat selanjutnya akan melewati tahap redaktur, tahap ini bertugas untuk mengoreksi kembali berita yang telah dibuat sebelumnya dari wartawan, dalm arti melihat kembali apakah ada kesalahan-kesalahan dalam penulisannya dan keseluruhannya.

Setelah semua berita selesai diedit dan dilayout, terakhir yaitu masuk ke bagian produksi, dimana bagian ini kan mencetak berita-berita tersebut kedalam bentuk sebuah surat kabar atau koran yang nantinya akan dijual ke masyarakat daerah tersebut yaitu Balikpapan dan Samarinda.

Dalam tahap organisasi, Balikpapan Pos cukup baik dari segi strukturnya, dimana melihat dari struktur organisasi jurnalistik, Balikpapan mempunyai semua anggota tersebut, sehingga proses organiasinya lebih baik, dimana kelebihan tersebut yaitu Balikpapan Pos mempunyai seorang redaktur pelaksana, seorang redaktur pelaksana cukup berperan penting dalam organisasi jurnalistik, dimana tugas dari redaktur pelaksana yaitu membantu mewujudkan tahap perencanaan yang ada, kemuda ia mmembagi tugas kepada setiap anggota atau mebagi setiap isu-isu yang direncanakan kepada wartawan, dan juga melokasikan wartawan.

Sedangkan untuk di Balikpapan Pos mereka tidak mempunyai seorang redaktur pelaksana, sehingga seorang pemimpin redaksi harus

berkerja lebih ekstra guna untuk mengawasi setiap anggotanya, belum lagi harus mengawasi isi beritanya atau isi surat kabarnya itu sendiri.

Namun di sini peneliti melihat ada sedikit perbedaan dalam segi pemabagian tugas khususnya pada saat peliputan berita nantinya, seperti yang didapat bahwa setiap redaktur dari Balikpapan Pos, setiap redaktur hanya melaksanakan atau meliput dengan genre yang mereka dapatkan, sehingga tidak bisa meliput jika genre dari kasus itu berbeda dengan yang ia pegang. Sedangkan menurut hasil wawancara dari Samarinda Pos, setiap redaktur sifatnya fleksibel, dimana setiap redaktur dapat berganti-ganti genre informasinya tergantung kondisi yang sedang terjadi, dengan keadaan seperti ini sangat menguntungkan bagi karyawan Samarinda Pos jika ada redaktur yang sedang dekat dengan tempat kejadian, sehingga tidak membuang-buang waktu harus menyuruh redaktur dengan genre yang pas dengan genre informasinya.

Kemudian bagaimana sebuah produk tersebut berhubungan dengan manajemen redaksional khususnya media cetak, seperti yang diketahui bahwa sebuah produk jurnalistik yang berbentuk koran di produksi oleh sumber daya yang ada, dalam proses pengerjaan produk tersebut melalui bidang redaksi. Kedua surat kabar Balikpapan Pos dan Samarinda Pos melakukan hal tersebut, dimana produk koran tersebut dikerjakan oleh sumber daya yang ada.

Dari sini dapat dilihat bahwa pada proses pengorganisasian ini juga berdampak pada konten atau produk yang akan dihasilkan nantinya, dimana seharusnya produk surat kabar atau koran ini dikerjakan sesuai dengan bidang keredaksian yang ada, sehingga apa yang direncanakan sebelumnya dapat berjalan dengan baik. Selain itu pada proses ini juga bermanfaat bagi kedua surat kabar khususnya Balikpapan Pos dan Samarinda Pos agar dalam memproduksi produk surat kabar dapat terlaksana dengan efektif dan efisien.

### 3. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dalam manajemen redaksional adalah aktifitas yang menggerakkan orang-orang beserta fasilitas penunjangnya untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan yaitu menghasilkan produk jurnalistik (Suhandang, 2004: 45)

Di dalam sebuah produksi program ataupun jurnalistik, pengarahan berperan sangat penting, ini bertujuan untuk menjalankan produksi itu sendiri agar apa yang ingin diharapkan bisa tercapai dengan adanya kerja sama team yang baik dan nantinya akan menghasilkan hasil yang lebih baik dan layak untuk masyarakat.

Tahapan pelaksanaan pada surat kabar Balikpapan Pos dan Samarinda Pos tidak jauh berbeda seperti proses pelaksanaan pada umumnya, ada beberapa komponen dalam melaksanakan proses pembuatan berita itu menjadi berita yang dimuat pada surat kabar masing-masing.

Ada beberapa aktivitas pelaksanaan pembuatan berita menurut Kustadi Suhandang, yaitu:

#### a. Peliputan

Proses ini dalam manajemen redaksional adalah mencari berita, ataupun meliput bahan berita di lapangan. Aktivitas ini dilakukan setelah melewati proses perencanaan sebelumnya. Setiap surat kabar harus melakukan peliputan berita guna untuk mendapatkan berita-berita yang sebelumnya sudah direncanakan pada saat rapat redaksi, begitu pula seperti Balikpapan Pos dan Samarinda Pos. Dalam meliput berita ada tiga teknik, yaitu reportase dan wawancara, dan riset kepustakaan.

Reportase dan Wawancara adalah kegiatan dimana si jurnalistik meliput langsung ke lapangan dimana tempat terjadi perkara itu terjadi, tugasnya mengumpulkan fakta dan data seputar peristiwa tersebut (Syamsul, 2003:7).

Sedangkan untuk wawancara, kegiatan ini merupakan kegiatan tanya jawab yang dilakukan oleh wartawan atau reporter tersebut dengan narasumber yang berada pada tempat kejadian tersebut atau bisa dibilang saksi dari kejadian tersebut tujuannya untuk menggali informasi sebanyak mungkin (Sumadiria, 2005: 103-104).

Untuk reportase dan wawancara peneliti melihat Balikpapan Pos dan Samarinda Pos pada umumnya sama layaknya jurnalistik yang lainnya, dimana disini melihat bahwa kegiatan ini merupakan kegiatan mencari berita dengan cara langsung mendatangi tempat kejadian perkara.

Ada dua proses untuk mencari berita itu sendiri dari Balikpapan Pos dan Samarinda Pos, yang pertama yaitu menentukan terlebih dahulu berita apa yang ingin diangkat, proses ini dilakukan pada saat rapat redaksi di tahap perencanaan, dalam rapat tersebut biasanya membahas isu-isu yang sedang hangat yang terjadi di daerah tersebut, yaitu kota Balikpapan dan Samarinda, dengan cara direncanakan maka akan mempermudah informasi-informasi yang akan mau dicari saat terjun kelapangan nantinya. Yang kedua yaitu berita atau informasi yang sifatnya tidak terduga, sifat berita seperti ini biasanya berita-berita yang bersifat insidental, dimana kejadian-kejadian yang mendadak, kejadian seperti bermacam-macam, seperti kebakaran, kecelakaan, hingga banjir yang dimana sifatnya musibah.

Dari dua proses tersebut secara garis besar cara peliputannya pun sama, dimana sama-sama langsung terjun ke tempat kejadian guna untuk mendapatkan informasi-informasi, informasi yang didapat pun biasanya bisa langsung mencari narasumber, dengan narasumber maka dapat mendapatkan informasi yang diinginkan, untuk mendapatkan informasi dari narasumber biasanya menggunakan proses wawancara, proses ini merupakan proses tanya jawab terkait informasi yang diinginkan.

Menurut Balikpapan Pos dan Samarinda Pos ada dua tipe narasumber itu, yaitu narasumber primer dan narasumber sekunder, dimana narasumber primer merupakan narasumber yang benar-benar memegang peran penting dalam musibah tersebut, biasanya seperti pelaku maupun korban, sedangkan narasumber sekunder merupakan narasumber yang berguna untuk memperkuat informasi-informasi yang ada, contohnya seperti saksi, ataupun aparat penegak hukum yang bertanggung jawab.

Namun ada juga kelemahan dari teknik reportase dan wawancara seperti ini, menurut Balikpapan Pos dan Samarinda Pos, kelemahan yang paling sering didapati yaitu dimana seorang narasumber yang memang berperan penting dalam informasi tersebut enggan untuk diwawancarai terkait informasi yang ada, dimana narasumber kurang berani untuk memberikan informasi guna untuk menutup-nutupi kepribadiannya.

Selain itu ada juga teknik kepustakaan, teknik ini merupakan teknik peliputan atau pengumpulan data dengan mencari dari beberapa koran yang dikumpulkan, mencari di buku maupun mencari di internet (Syamsul, 2003: 10).

Tak jarang Balikpapan Pos dan Samarinda Pos menggunakan teknik kepustakaan seperti ini, dimana disetiap surat kabar masing-masing saling melengkapi berita-berita yang memang bukan berasal dari daerahnya. Hal ini karena memang Balikpapan Pos dan Samarinda Pos merupakan keluarga dari Jawa Pos, sehingga tidak memungkinkan untuk mengggkat berita-berita yang sedang naik diluar sana.

Terkadang Balikpapan Pos dan Samarinda Pos saling bertukar berita, bertukar berita dalam arti saling mengasih informasi-informasi yang sedang terjadi dikotanya masing-masing. Bertukar berita ini dilakukan dengan cara mengambil berita yang memang sudah ada di portal Jawa Pos Grup, portal ini memang disediakan guna untuk memberikan berita-berita atau informasi-



informasi untuk surat kabar diluar daerah yang tidak terjangkau untuk meliput berita tersebut, portal tersebut bisa diakses seluruh surat kabar daerah yang memang merupakan keluarga dari Jawa Pos Grup.

Namun untuk mengambil berita dari portal tersebut harus melalui seleksi kembali, dimana melihat dari nilai beritanya, setidaknya nilai berita yang ingin diangkat harus besar. Setelah memilah berita-berita yang diambil, kemudian akan masuk keproses pengeditan kembali, proses pengeditan ini berguna untuk menghindari dari namanya copy paste atau jiplak, dalam proses pengeditan ini biasanya yang diubah yaitu judul besarnya, kemudian ke lead dan isi beritanya. Walaupun banyak yang harus diubah namun tidak memungkinkan untuk menghilangkan sumber dari berita tersebut, seperti wartawan yang meliput berita tersebut harus tetap ditampilkan.

Balikpapan Pos dan Samarinda Pos juga beranggapan yang sama mengenai peliputan berita diluar daerah, mereka sangat jarang untuk mengirim wartawannya masing-masing guna untuk meliput berita yang ada diluar kota baik itu di luar kota Balikpapan maupun kota Samarinda, walaupun harus untuk mengirim wartawannya akan dilihat kembali berita yang ingin diliput tersebut, kalau memang berita itu cukup besar dan sangat penting maka wartawan akan dikirim untuk meliput berita tersebut, namun kalau beritanya bersifat insidental maka tidak akan diliput langsung dan mengirim wartawannya keluar kota.

#### b. Penulisan

Tahapan penulisan yang dilakukan bertujuan untuk menghasilkan berita maupun tulisan yang berasal dari hasil reportase yang dilakukan sebelumnya. Sebelum memasuki tahapan penulisan, alur atau proses perjalanan yang harus dilalui yakni dengan melakukan rapat redaksi sebagai awal dari perencanaan pemberitaan yang diberikan, kemudian melakukan pengorganisasian

terkait pembagian tugas yang diberikan kepada reporter, dan selanjutnya yakni melakukan reportase atau peliputan untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan.

Pada tahap penulisan surat kabar Balikpapan Pos dan Samarinda Pos pastilah mempunyai kesamaan dalam menulis berita, dimana dalam menulis berita selalu mengikuti kaidah-kaidah jurnalistik yang telah ada, karena hal ini sangat membantu dalam proses penulisan berita, dengan adanya kaidah tersebut cukup membantu untuk memperkuat isi berita yang ada.

Kemudian dari segi isi berita, Balikpapan Pos dan Samarinda Pos pun mempunyai strategi masing-masing guna untuk menarik agar tertarik membaca berita tersebut. Untuk di Balikpapan Pos, mereka melakukan dengan cara si penulis mengkomposisikan sebagai pembaca, dimana penulis menjadi lebih tahu apa yang sebenarnya pembaca itu inginkan, sedangkan untuk di Samarinda Pos mereka melakukan dengan cara menulis berita tersebut dari angle yang berbeda, sehingga membuat pembaca tertarik karena isi beritanya yang berbeda dengan yang lainnya.

Menentukan judul juga sangat berpengaruh untuk menarik perhatian agar pembaca tertarik, dimana masing-masing surat kabar Balikpapan Pos dan Samarinda Pos mempunyai strategi masing-masing. Balikpapan Pos sendiri mempunyai strategi membuat judul yang membuat penasaran, dengan demikian pembaca akan tertarik membacanya. Begitu pula dengan Samarinda Pos mereka membuat judul berita dengan kata-kaya yang lucu, terkadang juga judul yang ambigu, dimana dengan judul yang ambigu pembaca akan beranggapan berita apakah ini.

Melihat pembahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa memang adanya perbedaan dari masing-masing surat kabar dalam proses pelaksanaan, proses yang paling terlihat yaitu dari segi menentukan berita, isinya hingga judulnya, karena mengiat bahwa

setiap penulis berita itu berbeda-beda sehingga memiliki gayanya yang berbeda-beda juga.

Selain itu, peneliti juga melihat ada faktor yang sangat menguntungkan dari Balikpapan Pos dibandingkan di Samarinda Pos, dimana disini dapat dilihat bahwa berita-berita dari Balikpapan Pos lebih baru. Balikpapan Pos yang merupakan anakan dari Kaltim Post disini cukup diuntungkan dengan adanya jam waktu cetak yang lebih lama dibandingkan Kaltim Post, melihat bahwa berita-berita yang tidak sempat dimasukkan kedalam surat kabar Kaltim Post biasanya akan langsung dipublish kedalam surat kabar Balikpapan Pos. Biasanya berita-berita yang akan dilempar kepada Balikpapan Pos tersebut yang memang kejadiannya sangat baru-baru saja terjadi dan baru saja diliput oleh wartawannya, sehingga berita tersebut dimasukkan kedalam Balikpapan Pos.

Pada proses pelaksanaan ini juga berhubungan dengan konten atau produk berita, seperti yang diketahui bahwa proses pelaksanaan merupakan proses dimana perencanaan-perencanaan sebelumnya akan dilakukan, baik itu mencari maupun mengedit naskah. Konten yang akan diproduksi pastilah melewati proses ini, begitu pula Balikpapan Pos dan Samarinda Pos, dimana konten-konten yang ada pada koran akan dikerjakan pada saat proses pelaksanaan.

Hasilnya adalah produk itu sendiri yaitu koran, bagaimana koran tersebut memberikan berita-berita yang sudah direncanakan sebelumnya dengan melihat kembali nilai-nilai yang ada pada berita tersebut. Di proses ini lah nilai-nilai berita yang tadinya direncanakan akhirnya akan diangkat menjadi sebuah berita yang akan di tayangkan di surat kabar Balikpapan Pos dan Samarinda Pos.

Dengan hasil tersebut bahwa nilai berita juga berperan dalam berita yang nantinya akan diberikan kepada masyarakat, dengan nilai-nilai tersebut maka masyarakat akan mengkonsumsi berita yang memang layak menurut Balikpapan Pos dan Samarinda Pos untuk dibaca sebagai sebuah berita.

#### **4. Tahap Pengawasan**

Tahap terakhir yaitu tahap pengawasan, dalam manajemen redaksional kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui apakah pelaksanaan kerja pada bidang redaksional telah sesuai dengan rencana semula atau tidak, dengan kata lain melihat kembali proses produksi agar tidak adanya kesalahan dalam proses produksi contohnya saja seperti pada isi berita yang nantinya tidak akan salah pada saat proses cetak.

Untuk Balikpapan Pos dan Samarinda Pos pada tahap ini, orang yang sangat bertanggung jawab yaitu pemimpin redaksi, karena memang pemimpin redaksi yang memegang penuh atas apa yang berada pada surat kabar tersebut, pemimpin redaksi harus berani mempertanggung jawabkan apa yang ia buat untuk masyarakatnya sendiri. Namun tak jarang pada tahap pengawasan ini juga dihadiri oleh anggota yang lainnya, seperti sekretaris, redaktur dan juga wartawan, hal juga sebagai ajang evaluasi bagi para anggota untuk membahas surat kabar yang telah terbit hari itu juga.

Pada tahap pengawasan ini Balikpapan Pos dan Samarinda Pos mempunyai kesamaan, inti besar dari pengawasan yaitu mewasai kembali berita-berita yang ada sebelum dicetak. Pengawasan tersebut biasanya dilakukan sebelum surat kabar harian itu dicetak. Ada pula dalam pengawasan ini yang selalu jadi pointnya ialah isi berita, diaman isi berita akan dibaca kembali dikoreksi kembali, apakah informasi yang didapat sudah betul, ataukah masih ada kekurangan dalam berita tersebut. Setelah itu lanjut ke pengawasan EYD, disini biasanya akan dikoreksi kembali guna untuk mencari kata-kata yang salah ataupun tidak benar, kemudian setelah semua sudah benar barulah masuk ke tahap produksi.

Namun ada saja dalam informasi tersebut yang sudah terlanjur cetak namun ada kesalahan, misalkan seperti kesalahan nama atau informasi yang memang merugikan kelain pihak, maka dari itu Balikpapan Pos dan Samarinda Pos selalu memberikan hak jawab

kepada masyarakatnya yang memang merasa dirugikan untuk bisa complain ke kantornya masing-masing, karena memang hak jawab tersebut sudah ada padakode etik jurnalistik di Indonesia.

Dengan adanya pengawasan ini sangat membantu dalam hal kegiatan jurnalistik khususnya surat kabar, karena dengan adanya pengawasan Balikpapan Pos dan Samarinda Pos lebih baik dalam hal memberikan berita karena memang isi berita tersebut lebih terjaga.

Di akhir proses ini, sebuah konten yang ada pada surat kabar akan disebarkan kepada masyarakat daerah, tepatnya Balikpapan dan Samarinda, sebagai proses akhir akan di lihat kembari apakah konten tersebut sudah sesuai kembali dengan yang sudah direncanakan atau belum, begi pulan surat kabar Balikpapan Pos dan Samarinda, mereka akan melihat kembali berita-berita yang sudah ditayangkan, baik itu pengecekan kesalahan kata-kata hingga pengecekan konten yang ada pada berita itu sendiri.

Maka dapat dilihat bahwa konten atau produk dalam bentuk nilai-nilai berita juga turut berhubungan dengan proses pelaksanaan ini, seperti yang telah dibahas di atas, bahwa adanya pengecekan sebelum cetak maupun setelah cetak.

Dari pembahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa setiap proses terkadang ada kesamaan maupun ada juga perbedaan, proses yang berbeda tersebutlah yang nantinya akan membuat perbedaan masing-masing surat kabar Balikpapan Pos dan Samarinda Pos, tabel dibawah ini merupakan perbedaan-perbedaan yang terjadi pada saat manajemen redaksioanl berlangsung.

Tabel 4.1 Proses Manajemen Redaksional Balikpapan Pos dan Samarinda Pos

<b>Tahapan Manajemen Redaksional</b>	<b>Balikpapan Pos</b>	<b>Samarinda Pos</b>
<b>Perencanaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengadakan rapat redaksi harian</li> <li>- Melihat nilai-nilai berita untuk diangkat sesuai rukun iman Jawa Pos</li> <li>- Penentuan headline tidak selalu kriminal</li> <li>- Mengangkat isu yang sama namun membuat judul yang berbeda</li> <li>- Pembagian kloter atau kelompok pada koran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengadakan rapat redaksi harian</li> <li>- Melihat nilai-nilai berita, seperti berita bersifat besar dan berada pada lokasi sendiri</li> <li>- Headline berbau kriminal selalu diangkat</li> <li>- Mengangkat isu dari angel yang berbeda dari group sebelah</li> <li>- Pembagian kloter atau kelompok pada koran</li> </ul>
<b>Pengorganisasian</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berkerja dengan tanggung jawab masing-masing</li> <li>- Adanya seorang redaktur pelaksana</li> <li>- Tidak ada wartawan koresponden, semua wartawan di BPP Pos statusnya terdatur sebagai wartawan BPP Pos</li> <li>- Bekerja sama dengan wartawan lain itu tidak diperbolehkan. Namun mengambil berita dari pembuat di perboleh kan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berkerja dengan tanggung jawab masing-masing</li> <li>- Tidak ada seorang redaktur pelaksana</li> <li>- Memiliki wartawan koresponden di beberapa daerah yang sifatnya terkait</li> <li>- Kerja sama dengan wartawan yang direncanakan tidak ada, minta berita langsung hubungi ke pembuat berita</li> </ul>
<b>Pelaksanaan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meliput berita baik yang direncanakan maupun yang tak terduga</li> <li>- Tidak mengirim wartawan keluar kota jika sifatnya hanya insidental</li> <li>- Mengambil berita dari wartawan lain dilihat kembali nilai-nilai beritanya, selanjutnya melalui proses pengeditan, seperti mengganti judul,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meliput berita baik yang direncanakan maupun yang tak terduga</li> <li>- Tidak mengirim wartawan keluar kota jika sifatnya hanya insidental</li> <li>- Mengambil berita dari wartawan lain dilihat kembali nilai-nilai beritanya, selanjutnya melalui proses pengeditan, seperti mengganti judul, menata</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>menata ulang bahasa yang salah maupun huruf-huruf</li> <li>- Membuat judul yang menarik yang ambigu</li> <li>- Kode etik jurnalistik terpenuhi</li> <li>- Kendala peliputan dan menyunting berita informan yang tidak mau atau takut berbicara, dan wartawan yang terlalu cepat puas dengan karyanya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ulang bahasa yang salah maupun huruf-huruf</li> <li>- Mengedit berita kembali jika mengambil berita dari wartawan lain, mengubah judul, lead</li> <li>- Kode etik jurnalistik terpenuhi</li> <li>- Membuat judul yang lucu</li> <li>- Kendala pada saat peliputan yang dikejar deadline, sehingga tidak bisa maksimal dalam menuliskan</li> </ul>
<b>Pengawasan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Redaktur mengawasi halamannya masing-masing sebelum cetak</li> <li>- Memperhatikan halaman, melihat kembali apakah ada bahasa atau kata-kata yang salah atau tidak sesuai</li> <li>- Evaluasi harian untuk melihat perencanaan sebelumnya</li> <li>- Memberikan hak jawab bagi masyarakat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Semua anggota terjun langsung untuk mengevaluasi berita guna melihat kembali berita-beritanya</li> <li>- Memperhatikan halaman, mencari kesalahan yang ada atau EYD</li> <li>- Evaluasi harian untuk melihat perencanaan sebelumnya</li> <li>- Memberikan hak jawab bagi masyarakat</li> </ul>

Pada empat proses tersebut bahwa dapat dilihat kedua surat kabar Balikpapan Pos dan Samarinda Pos melaksanakan manajemen redaksional sesuai yang Fink kemukakan, namun ada beberapa kegiatan yang di dalam proses tersebut menjadikan sebuah ciri khas dari surat kabar tersebut, baik itu pada proses perencanaan hingga pengawasan.

Pada proses perencanaan peneliti melihat bahwa proses ini berjalan atau dilaksanakan setiap harinya guna untuk membahas berita-berita yang nantinya diangkat di kedua surat kabar ini, yaitu Balikpapan Pos dan Samarinda Pos. Pada proses ini peneliti juga melihat adanya perbedaan pada pemilihan headline pada masing-masing surat kabar, jika melihat Balikpapan pos mereka memilih headline tidak terlalu terpacu dengan berita-berita yang bersifat kriminal, sedangkan Samarinda lebih mengedepankan berita-berita yang berbau kriminal untuk dijadikan

headline, maka dapat dilihat ada sedikit perbedaan dalam proses perencanaan khususnya pemilihan headline.

Proses pengorganisasian dari kedua surat kabar dapat dilihat bahwa sama seperti struktur-struktur perusahaan media cetak pada umumnya, mulai dari pemimpin redaksi hingga redaktur-redaktornya, pembagian tugasnya juga mempunyai kesamaan kedua surat kabar ini, yaitu mengerjakan dengan masing-masing jobdesk nya. Namun pada proses pengorganisasian, peneliti juga melihat adanya perbedaan sehingga mengakibatkan kekurangan pada proses manajemen redaksional khususnya pada Samarinda Pos, dimana pada surat kabar Samarinda Pos peneliti tidak menemukannya adanya seorang redaktur pelaksana, sebagai mana yang diketahui, peran dari redaktur pelaksana itu sendiri cukup penting didalam organisasi atau perusahaan media cetak, tugasnya yang cukup berpengaruh pada hasil yang dibuat membuat seorang redaktur pelaksana cukup bereperan penting dalam sebuah organisasi. Tugas dari redaktur pelaksana itu sendiri ada banyak, namun yang paling penting dimana yang bertanggung jawab terhadap mekanisme kerja redaksi sehari-hari, contohnya bertanggung jawab terhadap rubrik yang ada pada surat kabar dan juga mengontrol pemberitaan yang akan dikeluarkan oleh surat kabar tersebut. Maka secara tidak langsung, adanya redaktur pelaksana cukup membantu efisiensi proses kerja dalam organisasi media.

Selanjutnya pada proses pelaksanaan pada umumnya kedua surat kabar ini sama saja dalam tugas melaksanakan produksi berita, seperti mencari berita, wawancara hingga membuat naskah berita. Namun perbedaan yang paling terlihat yaitu pada saat mengedit naskah berita, seperti yang diketahui bahwa membuat berita harus mengedit naskah mulai dari menentukan judul hingga isinya, di sisi tersebutlah yang membuat adanya perbedaan kedua surat kabar ini. Bahwa setiap masing-masing wartawan di kedua surat kabar ini mempunyai trik masing-masing dalam menentukan judul hingga isi dari berita tersebut, karena memang masing-masing wartawan mempunyai skill-skill yang berbeda-beda guna untuk membuat berita yang bagus dan juga menarik.



Sedangkan pada proses akhir yaitu pengawasan pada umumnya Balikpapan Pos dan Samarinda Pos sama seperti penjelasan pada teori yang digunakan, yaitu bertujuan untuk mengetahui apakah pelaksanaan kerja pada bidang redaksional telah sesuai dengan rencana semula atau tidak, dengan kata lain melihat kembali proses produksi agar tidak adanya kesalahan dalam proses produksi contohnya saja seperti pada isi berita yang nantinya tidak akan salah pada saat proses cetak. Selain itu kedua surat kabar ini juga membuka hak suara kepada pihak-pihak yang merasa dirugikan terhadap berita atau informasi-informasi yang dikira kurang pas dengan kenyataannya.

#### **B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Redaksional**

Dalam sebuah perusahaan media khususnya surat kabar atau koran, proses manajemen redaksional pastilah dilakukan yang bertujuan untuk mempermudah melakukan pekerjaan, dimana setiap pekerjaannya tersebut sudah di rencanakan matang-matang sebelumnya.

Namun disisi lain, ada pula faktor-faktor yang menghambat jalannya manajemen redaksional dengan baik, seperti yang dilangsir pada Iwan Awaluddin (269) bahwa manajemen media seharusnya tidak hanya mementingkan sebuah keterampilan dalam memproduksi media, namun juga harus memikirkan konteks dari sebuah media itu berkerja, hal ini karena manajemen media juga berhubungan dengan sumber daya dan hasil produksi dari media itu sendiri. Sumber daya itu sendiri meliputi :

##### **1. Dana**

Seperti yang kita ketahui bahwa sebuah perusahaan media tidak lepas dari dana yang dibutuhkan, karena memang produksi yang dibutuhkan oleh perusahaan media itu sangat besar, sehingga tidak memungkinkan untuk perusahaan media berusaha untuk membuat dana cukup.

Khususnya pada perusahaan media cetak lokal seperti Balikpapan Post dan Samarinda Post, dimana setiap harinya harus memproduksi berita dalam bentuk koran yang tidak sedikit

membutuhkan dana, walaupun Balikpapan Post dan Samarinda Post merupakan surat kabar harian daerah tidak memungkinkan juga bahwa peminat baca dari daerah kepada surat kabar tersebut rendah, karena biasanya masyarakat daerah membaca koran untuk mengetahui informasi-informasi atau berita yang ada disekitarnya khususnya didaerah tersebut.

Dari sini dapat dilihat bahwa faktor dana ini juga dapat mempengaruhi proses dari manajemen redaksional, yaitu perencanaan, dimana biasanya dalam tahap perencanaan pihak perusahaan pastilah sudah merencanakan dana-dana apa saja yang harus dikeluarkan sehingga proses produksi tersebut bisa berjalan lancar.

Dalam kasusnya, peneliti melihat bahwa Balikpapan Post dan Samarinda Post mempunyai perencanaan yang cukup baik, dimana tidak adanya masalah dalam hal dana, dapat dilihat bahwa produksi dari Balikpapan Post dan Samarinda Post berjalan cukup lancar tanpa adanya hambatan dana, karena Balikpapan Post dan Samarinda Post masih memproduksi berita atau koran setiap harinya, dimana setiap memproduksi koran membutuhkan dana.

Selain itu, sebuah perusahaan media khususnya cetak seperti Balikpapan Post dan Samarinda Post bisanya mencari sebuah dana dari jasa memasang iklan di koran, karena sumber utama dana dari surat kabar cetak itu ialah iklan-iklan yang dipasang.

Menurut Effendi Siregar dalam (Awaluddin, : 272) pentingnya sebuah modal dalam perusahaan media atau industry media jalan tidaknya perusahaan tersebut bisa dilihat dari segi modal atau dana.

Selain itu, dana jga dapat mempengaruhi dari segi pelaksanaan. Seperti yang diketahui di kedua perusahaan surat kabar ini pelaksanaan berjalan dengan lancar, dilihat bahwa setiap harinya Balikpapan Pos dan Samarinda Pos masih memproduksi berita dan menyebarkan berita tersebut dalam bentuk koran.

## 2. Pekerja Media/SDM

Pekerja media atau sumber daya manusia merupakan hal terpenting dalam sebuah instansi media, hal ini dikarenakan sumber dayalah yang melaksanakan tugas-tugas dalam sebuah perusahaan media, tanpa adanya sumber daya manusia maka tidak adanya hal yang dikerjakan oleh perusahaan media tersebut.

Dalam kasusnya, pekerja media biasanya mempunyai tugas yang berbeda-beda, layaknya seperti pada konsep manajemen redaksional pada tahap pengorganisasian, dimana para pekerja media diberikan tugas sesuai pada bidangnya masing-masing dalam produksi surat kabar.

Seperti yang diketahui Balikpapan Post dan Samarinda Post yang bergerak pada bidang media cetak juga mempunyai para pekerja media, seperti dari hasil yang didapat bahwa Balikpapan Post dan Samarinda Post mempunyai perbedaan struktur, dimana pada Samarinda Post masih belum adanya pekerja yang berposisi pada redaktur pelaksana, dampaknya yaitu kurangnya tahap pengorganisasian yang maksimal.

Sebagai mana yang diketahui, peran dari redaktur pelaksana itu sendiri cukup penting didalam organisasi atau perusahaan media cetak, tugasnya yang cukup berpengaruh pada hasil yang dibuat membuat seorang redaktur pelaksana cukup berperan penting dalam sebuah organisasi. Tugas dari redaktur pelaksana itu sendiri ada banyak, namun yang paling penting dimana yang bertanggung jawab terhadap mekanisme kerja redaksi sehari-hari, contohnya bertanggung jawab terhadap rubrik yang ada pada surat kabar dan juga mengontrol pemberitaan yang akan dikeluarkan oleh surat kabar tersebut. Maka secara tidak langsung, adanya redaktur pelaksana cukup membantu efisiensi proses kerja dalam organisasi media, sehingga tidak membuat pemimpin redaksi berkerja atau bertanggung jawab lebih banyak.

Jika dikaitkan dengan proses manajemen redaksional, tidak adanya redaktur pelaksana maka kurang optimalnya pada proses pengorganisasian, dimana pada proses pengorganisasian akan terjadinya tidak terkontrolnya berita-berita yang akan dimuat pada surat kabar, dampaknya sendiri akan terjadi pada surat kabar itu, seperti rubric-rubrik berita yang tidak lengkap.

Jika dilihat dari segi proses pelaksanaan, proses pelaksanaan memproduksi berita cukup terlaksana dengan baik seperti tahap-tahap pada umumnya, yaitu peliputan berita, pengeditan berita atau naskah, hingga produksi mencetak.

Selain itu dari segi pengawasan SDM sangat berpengaruh pada proses tersebut, dimana pada SDM selalu mengadakan evaluasi guna untuk membahas hasil koran yang terbit pada hari itu, hal ini bertujuan untuk mengoreksi kembali kesalahan-kesalahan yang ada. Proses ini sendiri terlaksana pada kedua surat kabar tersebut, bukan hanya evaluasi harian, kedua surat kabar ini juga ada mengadakan evaluasi mingguan yang bertujuan untuk membahas koran selama sepekan terakhir.

### 3. Informasi

Pada dasarnya surat kabar atau koran merupakan tempat dimana informasi-informasi dikumpulkan, sehingga informasi dalam sebuah surat kabar merupakan hal terpenting yang harus ada pada isi surat kabar. Informasi itu sendiri pada dasarnya bermacam-macam didalam surat kabar, mulai dari informasi atau berita yang berat hingga berita yang santai, hal ini tergantung dari rubrik-rubrik yang telah direncanakan sebelumnya.

Dalam sebuah perencanaan informasi ini ada dua sifatnya, baik itu informasi yang direncanakan maupun informasi yang dadakan, seperti yang diaplikasikan pada Balikpapan Post dan Samarinda Post kedua sifat informasi ini digunakan pada kedua surat kabar tersebut. Cara memperlakukannya kedua surat kabar ini sama, yaitu

merencanakan terlebih dahulu pada saat rapat redaksi harian yang dilakukan, dan juga langsung terjun ke TKP untuk sifat informasi yang dadakan atau tidak terencana.

Jika dikaitkan pada konsep manajemen redaksional, maka informasi ini masuk pada bagian proses pelaksanaan, dimana informasi-informasi yang telah didapatkan yang sebelumnya telah direncanakan maupun informasi yang sifatnya tidak terduga akan diaplikasikan pada proses perencanaan, dimana seorang wartawanlah yang bertugas mencari berita tersebut. Tahapan pelaksanaan pada surat kabar Balikpapan Pos dan Samarinda Pos menurut hasil yang didapat mempunyai kesamaan, ada beberapa komponen dalam melaksanakan proses pembuatan berita itu menjadi berita yang dimuat pada surat kabar masing-masing.

Jika melihat dari segi informasi, Balikpapan Pos sendiri memiliki sebuah masalah perihal informasi, dimana seperti data yang didapat bahwa Balikpapan Pos memiliki kendala informasi jika narasumber yang tahu dengan informasi tersebut tidak berani berbicara maupun tidak bisa mempertanggung jawabkan informasinya.

Sedangkan dari Samarinda Pos tidak terlalu mempermasalahkan perihal informasi, mereka lebih mementingkan perihal deadline, dimana para SDM selalu dikejar dengan berita-berita yang dikejar deadline, dengan keadaan tersebut tak jarang para SDM mengerjakan atau membuat naskah dengan cara apa adanya, dan dari segi isi berita pun juga tidak bisa menulis cantik.

#### 4. Teknologi

Sebuah teknologi juga menjadi sebuah alat yang sangat berpengaruh untuk melakukan pekerjaan didalam sebuah perusahaan media, pasalnya teknologi merupakan alat dimana informasi atau berita itu dibuat oleh media tersebut.

Jika melihat pada teknologi pada perusahaan surat kabar cetak koran, ada bermacam-macam teknologi yang dibutuhkan yang bertujuan untuk membantu proses pengerjaan atau mengolah berita, seperti alat recording atau perekam, personal computer atau laptop yang berfungsi untuk mengetik informasi yang telah didapatkan agar menjadi berita hingga sebagai alat untuk mendesai layout dari koran tersebut, dan alat cetak yang dimana apa yang telah dikerjakan tersebut menjadi sebuah produk yang nantinya akan diedarkan kepada masyarakat.

Melihat teknologi ini, kedua surat kabar Balikpapan Pos dan Samarinda Pos sudah mempunyai teknologi-teknologi ini dengan cukup, sehingga teknologi seperti ini akan membantu dalam hal proses penggarapan dari apa yang ingin diproduksi yaitu koran.

Maka dari segi teknologi, berhubungan dengan konsep pelaksanaan, dimana setiap para sumber daya mengerjakan tugasnya masing-masing dengan teknologinya masing-masing juga, seperti wartawan menggunakan alat perekam untuk merekam wawancara dengan narasumber dan pada redaktur mengedit naskah dengan komputer begitupula layouters yang mengedit tata letak rubrik-rubrik pada surat kabar, dan orang yang bertugas untuk mencetak koran itu sendiri dengan alat pencetak. Maka peneliti tidak ada melihat kekurangannya teknologi yang digunakan sehingga proses pelaksanaan berjalan dengan lancar.

Dengan adanya keempat faktor-faktor tersebut akan berdampak pada efisiensi dari proses manajemen redaksional maupun perusahaan, semakin baik faktor-faktor tersebut ada maka semakin bagus tingkat efisiensinya. Efisiensi ini juga dapat dilihat dari hasil yang telah dibuat, bagusnya produk itu dinilai oleh masyarakat maka bagus juga efisiensi dari proses produksi yang telah dilakukan.

Sama seperti yang dikemukakan oleh Iwan Awaluddin, Mastroem dalam (Awaluddin : 272) juga mempunyai faktor-faktor yang sama yang

dikemukakan oleh Iwan Awaluddin, namun Mastoem menambahkan faktor lagi yaitu Metode dan Market atau pasar.

Metode merupakan sebuah strategi khususnya pada bidang redaksi merupakan cara yang bertujuan untuk memproduksi sebuah berita dengan baik seperti data yang didapat bahwa pada bidang redaksi ini ada perbedaan pada segi SDM di Balikpapan Pos dan Samarinda Pos, dimana pada Samarinda Pos tidak ada seorang redaktur pelaksana yang cukup penting didalam sebuah redaksi. Di sini peneliti melihat bahwa ketidakadaannya redaktur pelaksana pada Samarinda Pos bisa saja bagian dari perusahaan untuk menghemat dana keluar, karena seperti yang kita ketahui Samarinda Pos sendiri merupakan perusahaan daerah yang tidak terlalu besar.

Metode dalam sebuah perusahaan surat kabar yaitu manajemen redaksional, dimana sebuah kegiatan untuk melakukan kegiatan redaksi dengan mengerjakan tugas yang saling terorganisir sehingga yang dikerjakan lebih efektif dan efisien, walaupun kegiatan dibagi-bagi setiap orang, namun dari keseluruhan tersebut mempunyai tujuan yang sama, yaitu sama-sama untuk memproduksi sebuah hasil, hasil tersebut yaitu koran. Seperti yang diketahui bahwa manajemen redaksional pada kedua surat kabar Balikpapan Pos dan Samarinda Pos berlangsung dengan baik, walaupun ada kelemahan dari masing-masing perusahaan.

Market atau pasar dalam sebuah perusahaan media merupakan tempat dimana perusahaan itu menjual produknya, seperti Balikpapan Pos dan Samarinda Pos, mereka menargetkan pasar yaitu didaerahnya masing-masing seperti Balikpapan dan Samarinda, hal ini memang dikarenakan bahwa kedua surat kabar tersebut merupakan surat kabar daerah.

Selain itu seperti yang telah diketahui bahwa Balikpapan Pos dan Samarinda Pos merupakan anakan dari Jawa Post, proses berdirinya Balikpapan Pos dan Samarinda Pos sendiri tidak lepas dari peran Jawa Post, Jawa Post berinisiatif untuk membangun Kaltim Post antara lain Balikpapan Pos dan Samarinda Pos karena dianggap bahwa kedua perkotaan ini memungkinkan untuk dibangun sebuah perusahaan surat

kabar, mengignat bahwa kedua kota tersebut merupakan kota dengan penduduk yang cukup lumayan banyak, sehingga dapat memungkinkan untuk mendapatkan peminat pembaca yang banyak.

Seperti yang diketahui bahwa surat kabar identik dengan pembaca dari golongan orang tua, untuk mendapatkan minat baca sendiri kedua surat kabar ini sudah memiliki cara-cara sendiri, contohnya saja seperti rubrik-rubik yang ada pada kedua surat kabar tersebut, seperti di Balikpapan Pos mereka lebih memilih konten-konten anak muda agar anak muda di Kota Balikpapan tertarik membaca Balikpapan Pos, sedangkan di Samarinda sendiri lebih ke-konten komedi degan bahasa Banjar, karena memang kebanyakan penghuni dari Samarinda itu sendiri berasal dari Banjar.

Pasar ini juga berhubungan dengan dana atau pendapatan dari perusahaan, semakin baik perusahaan produk mereka ke pasar semakin banyak juga pendapatan yang didapatkan, sehingga kedua surat kabar ini tidak tercap sebagai media tidak sehat, dimana media tidak sehat yakni perusahaan yang belum dapat menutupi biaya produksi itu sendiri.

Berkaitan dengan media yang sehat maupun tidak sehat, menurut Asep Syamsul (2003: 105) ada tiga kunci dalam membuat sebuah media itu sukses, yaitu:

1. SDM

Sumber daya manusia merupakan hal terpenting dalam sebuah instansi media, hal ini dikarenakan sumber dayalah yang melaksanakan tugas-tugas dalam sebuah perusahaan media, tanpa adanya sumber daya manusia maka tidak adanya hal yang dikerjakan oleh perusahaan media tersebut.

Dalam kasusnya, SDM biasanya mempunyai tugas yang berbeda-beda, layaknya seperti pada konsep manajemen redaksional pada tahap pengorganisasian, dimana para SDM diberikan tugas sesuai pada bidangnya masing-masing dalam produksi surat kabar.



Seperti yang diketahui Balikpapan Post dan Samarinda Post yang bergerak pada bidang media cetak juga mempunyai para SDM, seperti dari hasil yang didapat bahwa Balikpapan Post dan Samarinda Post mempunyai perbedaan struktur, dimana pada Samarinda Post masih belum adanya pekerja yang berposisi pada redaktur pelaksana, dampaknya yaitu kurangnya tahap pengorganisasian yang maksimal.

Sebagai mana yang diketahui, peran dari redaktur pelaksana itu sendiri cukup penting didalam organisasi atau perusahaan media cetak, tugasnya yang cukup berpengaruh pada hasil yang dibuat membuat seorang redaktur pelaksana cukup bereperan penting dalam sebuah organisasi. Tugas dari redaktur pelaksana itu sendiri ada banyak, namun yang paling penting dimana yang bertanggung jawab terhadap mekanisme kerja redaksi sehari-hari, contohnya bertanggung jawab terhadap rubrik yang ada pada surat kabar dan juga mengontrol pemberitaan yang akan dikeluarkan oleh surat kabar tersebut. Maka secara tidak langsung, adanya redaktur pelaksana cukup membantu efisiensi proses kerja dalam organisasi media, sehingga tidak membuat pemimpin redaksi berkerja atau bertanggung jawab lebih banyak.

Jika dikaitkan dengan proses manajemen redaksional, tidak adanya redaktur pelaksana maka kurang optimalnya pada proses pengorganisasian, dimana pada proses pengorganisasian akan terjadinya tidak terkontrolnya berita-berita yang akan dimuat pada surat kabar, dampaknya sendiri akan terjadi pada surat kabar itu, seperti rubric-rubrik berita yang tidak lengkap.

## 2. Manajemen

Dalam sebuah perusahaan media, manajemen sangat diperlukan, dengan manajemen para pekerja lebih dapat mengatur pekerjaannya lebih baik. Fungsi dari manajemen itu sendiri bertujuan untuk membuat para pekerja lebih efektif dan efisien, dimana dalam tahap manajemen semua kegiatan-kegiatan telah diatur dengan konsep dari manajemen redaksional. Semua kegiatan-kegiatan dalam

keredaksian diatur sedemikian agar membuat proses pekerjaan lebih teratur sehingga apa yang diinginkan akan tercapai.

Jika konsep dari manajemen ini berjalan dengan baik, terencana, terarah, dan terkendali maka akan membuat apa yang ada dalam perusahaan itu menjadi baik juga, baik cara bekerjanya hingga baik dalam segi hasil produk yang dibuatnya. Peneliti melihat bahwa konsep manajemen ini sendiri sudah terapkan dalam perusahaan Balikpapan Pos dan Samarinda Pos, dimana kedua surat kabar ini selalu mengedepankan dari konsep manajemen ini, dimana konsep manajemen dalam sebuah perusahaan media khususnya surat kabar itu sifatnya penting diadakan.

Balikpapan Pos dan Samarinda Pos sama-sama mengemukakan, dengan adanya manajemen ini tugas-tugas yang dilakukan lebih tertata sehingga apa yang dikerjakan lebih efektif dan efisien, hal ini dikarenakan adanya pembagian-pembagian tugas dari masing-masing divisi.

### 3. Sarana/Fasilitas

Seperti pembahasan yang dikemukakan oleh Iwan Awaluddin, sarana atau fasilitas ini juga berpengaruh terhadap hasil yang nantinya akan disebarluaskan, jika sarana atau fasilitas ini tidak cukup memadai maka tidak memungkinkan proses produksi itu tidak dapat berjalan dengan baik, dimana tidak adanya sarana maupun fasilitas yang dapat membantu proses kerja dari para SDM.

Maka dari segi teknologi berhubungan dengan konsep pelaksanaan, dimana setiap para sumber daya mengerjakan tugasnya masing-masing dengan teknologinya masing-masing juga, seperti wartawan menggunakan alat perekam untuk merekam wawancara dengan narasumber dan pada redaktur mengedit naskah dengan komputer begitupula layouters yang mengedit tata letak rubrik-rubrik pada surat kabar, dan orang yang bertugas untuk mencetak koran itu sendiri dengan alat pencetak. Maka peneliti tidak ada melihat

kekurangannya teknologi yang digunakan sehingga proses pelaksanaan berjalan dengan lancar.

Dari pembahasan diatas, peneliti mendapatkan sebuah kekurangan pada konsep manajemen redaksional di surat kabar Samarinda Pos, dimana dalam proses pengorganisasiannya masih belum cukup maksimal dalam berkerja. Hal ini dikarenakan faktor SDM, dimana tidak adanya seorang redaktur pelaksana dalam perusahaan Samarinda Pos. Dengan tidak adanya redaktur pelaksana dapat menimbulkan sebuah masalah diproduk yang nantinya akan dibuat.

Seperti yang sudah dibahas diatas, sebagai mana yang diketahui peran dari redaktur pelaksana itu sendiri cukup penting didalam organisasi atau perusahaan media cetak, tugasnya yang cukup berpengaruh pada hasil yang dibuat membuat seorang redaktur pelaksana cukup bereperan penting dalam sebuah organisasi. Tugas dari redaktur pelaksana itu sendiri ada banyak, namun yang paling penting dimana yang bertanggung jawab terhadap mekanisme kerja redaksi sehari-hari, contohnya bertanggung jawab terhadap rubrik yang ada pada surat kabar dan juga mengontrol pemberitaan yang akan dikeluarkan oleh surat kabar tersebut. Maka secara tidak langsung, adanya redaktur pelaksana cukup membantu efisiensi proses kerja dalam organisasi media, sehingga tidak membuat pemimpin redaksi berkerja atau bertanggung jawab lebih banyak.

Jika dikaitkan dengan proses manajemen redaksional, tidak adanya redaktur pelaksana maka kurang optimalnya pada proses pengorganisasian, dimana pada proses pengorganisasian akan terjadinya tidak terkontrolnya berita-berita yang akan dimuat pada surat kabar, dampaknya sendiri akan terjadi pada surat kabar itu, seperti rubrik-rubrik berita yang tidak lengkap.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara dan observasi terhadap kedua objek penelitian yakni Balikpapan Pos, dan Samarinda Pos, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa proses manajemen redaksional yang terdapat pada surat kabar harian masing-masing Balikpapan Pos dan Samarinda Pos tidak berbeda jauh dengan proses manajemen redaksional yang dilakukan untuk pengelolaan media cetak, dimulai dengan proses perencanaan, kemudian proses pengorganisasian, selanjutnya proses pelaksanaan dan terakhir yakni proses pengawasan dan evaluasi.

Pada proses *Perencanaan* peneliti melihat bahwa proses ini berjalan atau dilaksanakan setiap harinya guna untuk membahas isu-isu yang akan diangkat di kedua surat kabar ini, yaitu Balikpapan Pos dan Samarinda Pos. Pada proses ini peneliti juga melihat adanya perbedaan pada pemilihan headline pada masing-masing surat kabar, jika melihat Balikpapan pos mereka memilih headline tidak terlalu terpacu dengan berita-berita yang bersifat fleksibel, sedangkan Samarinda lebih mengedepankan berita-berita yang berbau kriminal untuk dijadikan headline.

Proses *Pengorganisasian* dari kedua surat kabar dapat dilihat bahwa sama seperti struktur-struktur perusahaan media cetak pada umumnya, mulai dari pemimpin redaksi hingga redaktur-redaktornya, pembagian tugasnya juga mempunyai kesamaan kedua surat kabar ini, yaitu mengerjakan dengan masing-masing jobdesk nya. Namun pada proses pengorganisasian, peneliti juga melihat adanya perbedaan sehingga mengakibatkan kekurangan pada proses manajemen redaksional khususnya pada Samarinda Pos, dimana pada surat kabar Samarinda Pos peneliti tidak menemukannya adanya seorang redaktur pelaksana, sebagai mana yang diketahui, peran dari redaktur pelaksana itu sendiri cukup penting didalam organisasi atau perusahaan media cetak, tugasnya yang cukup berpengaruh pada hasil yang dibuat

membuat seorang redaktur pelaksana cukup bereperan penting dalam sebuah organisasi. Tugas dari redaktur pelaksana itu sendiri ada banyak, namun yang paling penting dimana yang bertanggung jawab terhadap mekanisme kerja redaksi sehari-hari, contohnya bertanggung jawab terhadap rubrik yang ada pada surat kabar dan juga mengontrol pemberitaan yang akan dikeluarkan oleh surat kabar tersebut. Maka secara tidak langsung, adanya redaktur pelaksana cukup membantu efisiensi proses kerja dalam organisasi media.

Selanjutnya pada proses *Pelaksanaan*, umumnya proses ini sama seperti layaknya proses memproduksi berita, dimana melakukan peliputan berita dan pembuatan naskah, namun yang membedakan hanyalah strategi masing-masing dalam tahap penulisan.

Sedangkan pada proses akhir yaitu *Pengawasan* pada umumnya Balikpapan Pos dan Samarinda Pos sama seperti penjelasan pada teori yang digunakan, yaitu bertujuan untuk mengetahui apakah pelaksanaan kerja pada bidang redaksional telah sesuai dengan rencana semula atau tidak, dengan kata lain melihat kembali proses produksi agar tidak adanya kesalahan dalam proses produksi contohnya saja seperti pada isi berita yang nantinya tidak akan salah pada saat proses cetak.

Peneliti melihat bahwa konsep dari manajemen redaksional di masing-masing surat kabar berjalan dengan baik diakrenakannya adanya faktor-faktor yang dapat membantu dari proses manajemen redaksional itu sendiri. Faktor-faktor tersebut diantaranya yaitu; dana, SDM, informasi dan juga teknologi, namun disini peneliti melihat dari faktor yang paling berperan dalam manajemen redaksional ialah sumber daya manusianya, tanpa adanya sumber daya manusia kedua perusahaan surat kabar ini tidak mungkin bisa bergerak dan yang pasti tidak dapat memproduksi surat kabar setiap harinya, dimana seperti yang diketahui bahwa para dari sumber daya manusialah yang berkerja untuk melakukan kegiatan-kegiatan jurnalistik.

## B. Keterbatasan Penelitian

1. Keterbatasan data yang didapat. Penulis hanya mendapatkan apa yang hanya dibutuhkan, tanpa berfikir lebih kritis bahwa masih banyak yang masih bisa dibahas pada saat wawancara berlangsung.
2. Penulis hanya memilih dua surat kabar saja. Akan lebih baik jika peneliti akan meneliti di seluruh objek yang ada pada keluarga Kaltim Post, karena bukan Balikpapan Pos dan Samarinda Pos saja yang hanya berada pada provinsi Kalimantan Timur.

## C. Saran

1. Akademis
  - a. Untuk penelitian selanjutnya dapat dikembangkan mengenai *Manajemen Redaksional* yang ada pada surat kabar khususnya surat kabar harian, karena masih banyak yang bisa dibahas dalam fokus tersebut dengan sifat yang lebih terbaru.
  - b. Penelitian selanjutnya bisa mengambil objek yang lebih baik lagi yang memang surat kabar tersebut memegang di kota yang cukup besar dan terkenal.
  - c. Pemahaman peneliti mengenai *Manajemen Redaksional* harus dimatangkan lagi, seperti yang sudah dikatakan bahwa konteks *Manajemen Redaksional* tidak hanya pada proses itu saja, ada yang lain-lain di dalamnya yang terjadi.
2. Praktis
  - a. Media cetak khususnya surat kabar harian dalam menyajikan sebuah berita seharusnya menyampaikan fakta secara menyeluruh tanpa adanya yang di ubah-ubah sendiri, kemudian narasumber yang didapat juga bisa ditambah, jadi tidak hanya narasumber *Primer* dan *Sekunder*.
  - b. Wartawan diharapkan untuk tetap memegang teguh pada prinsip dan etika jurnanisme, tidak perlu takut dengan kebenaran karena setiap

wartawan di lindung dengan Undang-Undang Dasar Negara Indonesia.

### 3. Masyarakat

Masyarakat sebagai pembaca surat kabar atau berita, seharusnya lebih kritis terhadap isu-isu yang memang tidak *layak* untuk diterbitkan, sebagai masyarakat seharusnya menyampaikan kebenaran-kebenaran yang diakrenakan setiap surat kabar mempunyai hak jawab masyarakat.



## DAFTAR PUSTAKA

### **Cetak**

- Bastian, Mayelus Dori. (2014). "Manajemen Redaksional dan Eksistensi Surat Kabar Lokal (Studi Kasus Tentang Manajemen Keredaksian Harian Umum Plores Pos Tahun 2013)". Skripsi Sarjana, S2 Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- DjuROTO, Totok, (2002). *Manajemen Penerbitan Pers, Cetakan 2*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Effendy, Manullah. (1996). *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Fazryansyah, Irfan. (2013). "Manajemen Redaksioan Pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon (Studi Deskriptif Kualitatif Manajemen Redaksional pad Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon Periode Januari-Mei 2013)." Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon.
- Handoko, T. Hani. (2003). *Manajemen Edisi II*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Indardi, Aditya Wahyu. (2015). "Manajemen Redaksional Media Online Surat Kabar Lokal (Studi Perbandingan Situs Online *solopos.com* dan *krjogja.com*)". Skripsi Sarjana, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Junaedhi, Kurniawan. (1991). *Ensiklopedia Pers Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Juwairiyah. (2008). "Manajemen Redaksional Pada Surat Kabar Harian Radar Kudus." Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Lestari, Tatik Dwi. (2014). "Manajemen Redaksional Program Berita Jateng Hari Ini". Skripsi Sarjana, Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.



- Maryanto, Imam. (2014). "Manajemen Redaksional Surat Kabar Harian Umum Haluan Riau dalam Meningkatkan Kualitas Pemberitaan". Skripsi Sarjana, FISIP Universitas Riau, Pekanbaru.
- Moleong, Lexy. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Pareno, San Abede. (2003). *Manajemen Berita Antara Idealisme dan Realita*, Surabaya: Papyrus.
- Putra, Oktia Dwi. (2014). "Manajemen Redaksional Televisi Lokal Studi Pada RBTB Bengkulu dan ESA TV Bengkulu". Skripsi Sarjana, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Sari, Sapta. Potret Surat Kabar Lokal Di Indonesia Sebagai Basis Informasi,” *Jurnal*, Volume 11 (Juli 2013), hal. 59-73.
- Sholahuddin. “Strategi Pengembangan Produk Di Industri Media Cetak Di Indonesia (Bertahan di Tengah Persaingan Media Online),” *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume 17 (Juni, 2013), hal. 9-17.
- Suhandang, Kustadi. (2004). *Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi*. Bandung: Nuansa.
- Sumadiria, Haris. (2005). *Jurnalistik Indonesia, Cetakan 1*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Suhandang, Kustadi (2004). *Pengantar Jurnalistik: seputar organisasi, produk, & kode etik*. Bandung: Penerbit Nuansa.
- Syamsul, Asep. (2003). *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula*, edisi revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Wulandari, Ulin. (2008). “Strategi Redaksi Harian Nonstop Dalam Menentukan Berita Pada Rubrik Pilkada Jakarta”. Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Yusuf, Iwan Awaluddin (2010). “Mengagas Kajian Manajemen Media, Menyoal Kontibusi Ilmu Komunikasi” dalam D.H. Rahmitasari (Editor) Potret Manajemen Media di Indonesi. Yogyakarta: Total Media.

### Online

“6 Nilai Berita, Penerapan dan Sejarah Kemunculan.” <http://www.telunjukjempol.com/6-nilai-berita-penerapan-dan-sejarah/> 24 Februari 2017.

[http://eprints.ums.ac.id/18656/2/BAB\\_I.pdf](http://eprints.ums.ac.id/18656/2/BAB_I.pdf), diakses 4 Desember 2016.

“Jawa Pos Koran dengan Pembaca Terbanyak.” <http://www.radarcirebon.com/jawa-pos-koran-dengan-pembaca-terbanyak.html>, 20 November 2016.

“Nielsen: Konsumsi Media Lebih Tinggi di Luar Jawa.” <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html>, diakses 4 Desember 2016.

“Paling Meriah Sepanjang Sejarah”, <http://kaltim.prokal.co/read/news/52577-paling-meriah-sepanjang-sejarah>, diakses 20 November.

“Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers.” <https://pwi.or.id/index.php/uu-kej>, diakses 19 November 2016).

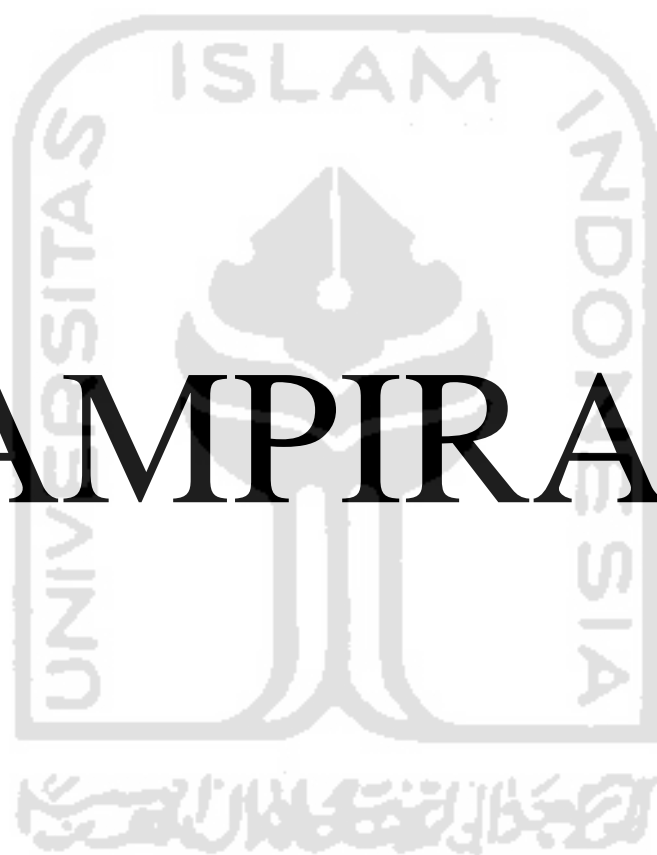
Astqolani, A. Hakim. “Laporan Penelitian – Keberlangsungan Koran Cetak di Era Multi Digital.” [https://www.academia.edu/10702521/LAPORAN\\_PENELITIAN\\_KEBERLANGSUNGAN\\_KORAN\\_CETAK\\_DI\\_ERA\\_MULTI\\_DIGITAL](https://www.academia.edu/10702521/LAPORAN_PENELITIAN_KEBERLANGSUNGAN_KORAN_CETAK_DI_ERA_MULTI_DIGITAL), diakses 19 November 2016.

Firmansyah. “Digempur Media Online, Pertumbuhan Pers Cetak Hanya 0,25 Persen.” <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2014/02/06/1800231/Digempur.Media.Online.Pertumbuhan.Pers.Cetak.Hanya.0.25.Persen>, diakses 4 Desember 2016.

Hidayat, Wicak. “Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia.”  
[https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enamdunia/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enamdunia/0/sorotan_media), diakses 19 November 2016.



# LAMPIRAN



# BALIKPAPAN POS

*Terbesar dan Inovatif*

@ Jl. Soekarno - Hatta Km 3.5 Telp. (0542) 419793 Fax. (0542) 417387 Balikpapan

No : 002/HRGA-BalPos/BPP/I/2017  
Perihal : Pengambilan Data

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia  
Di- Tempat

Dengan hormat,  
Kami dari Manajemen PT Duta Margajaya Perkasa, SKH Balikpapan Pos dengan ini mengeluarkan surat keterangan pengambilan data untuk penelitian skripsi dengan atas nama :

Nama : Novian Aldy Prakoso  
NIM : 12321037  
Judul : Manajemen Redaksional Surat Kabar Harian di Kaltim (SKH Balikpapan Pos)  
Lama Penelitian : 19 s/d 20 Januari 2017

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Balikpapan, 21 Januari 2017

  
**BALIKPAPAN POS**  
Telp. (0542) 419793, 735359

Nur Indriyanti Siastuti, ST  
Manager HRGA

# Samarinda Pos

Kelompok Kaltim Post  
Grup Jawa Pos

Samarinda, 17 Januari 2017

Perihal : Surat Keterangan Pengambilan Data  
Nomor : 016-SKL/SDM&Umum/Sapos/Januari/2017

Kepada Yth,  
**Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya**  
**Universitas Islam Indonesia**

Di-  
Tempat.

Dengan hormat,

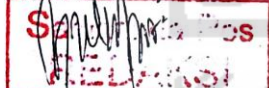
Kami dari Manajemen PT Duta Media Kaltim Press, SKH Samarinda Pos dengan ini mengeluarkan surat keterangan pengambilan data untuk penelitian skripsi. Atas nama :

Nama : Novian Aldy Prakoso  
NIM : 12321037  
Judul : Manajemen Redaksional Surat Kabar Harian di Kaltim  
(SKH Samarinda Pos)

Lama Penelitian/Tanggal : 1 (satu) hari/16 Januari 2017.

Demikian surat keterangan pengambilan data ini kami keluarkan. Atas Perhatiannya diucapkan terima kasih.

Hormat Kami,



**Endang Murtiningsih, SE**  
HRGA

Kantor Samarinda : Komp. Pertokoan MAHAKAM SQUARE Jl. Untung Suropati Telp. 0541-272000, Fax. (0541) 272454  
E-mail : [sapos@sapos.co.id](mailto:sapos@sapos.co.id) Website : <http://www.sapos.co.id>  
Kantor Balikpapan : Jl. Soekarno-Hatta Km. 3,5 Telp.(0542) - 419793

## **TRANSKIP WAWAMCARA**

### **Pemimpin Redaksi Balikpapan Pos**

**Nama : Azwar Halim**

**No Hp : 085233577123**

1. Kapan rapat perencanaan itu dilakukan?

J : biasa kami lakukan rapat redaksi itu setiap hari senin, senin pasti itu kan biasanya kita menentukan beberapa tajuk utama, tajuk utama itu tentang isu-isu yang memang harus kita gulirkan ke beberapa hari kedepan nah itu biasanya kita bahas di hari senin. Nah kalau perencanaan yang regular biasanya kan ada berita-berita yang memang misalnya berita yang insidental atau apakah yang berkenaan dengan kegiatan-kegiatan atau apa itu kita bahas harian, biasanya setiap pagi dan disampaikan ke masing-masing wartawan.

2. Siapa saja yang hadir dalam rapat perencanaan tersebut?

J : itu biasa direktur juga hadir, kan rata-rata kami disini yang di manajemen, misalnya kayak yang direktur utama dan direktur itu memang orang-orang yang dulunya wartawan, orang-orang yang dulunya lama juga dikeredaksi, ya lebih paham lah bagaimana mengolah berita, bagaimana merencanakan dan mengeksekusinya.

3. Peristiwa seperti apa yang layak diangkat untuk menjadi headline?

J : jadi memang Balikpapan Pos ini berbeda dengan Samarinda Pos, kalau Samarinda Pos memang di desain untuk yang kriminal, begitupun dengan Post Metro sebenarnya, jadi dulu kami itu Post Metro Balikpapan sebelum menjadi Balikpapan Pos, nah sejak ganti nama menjadi Balikpapan Pos itulah Balikpapan Pos tidak semerah seperti Samarinda Pos yang kesukaannya itu ya kriminal banget, pembunuhan seperti itulah. Tapi sekarang kita tidak terlalu ke kriminal sekali, terkadang di halaman depan kita sudah ada sisipan-sisipan berita-berita yang segmennya umum dari duni kesehatan, pendidikan itu biasanya kalau memang nilainya layak kita angkat, tetapi memang kalau headline kita masih ada segmen kriminal, kita di halaman masih banyak halaman kriminalnya, tetapi tidak sebanyak dulu lagi.

4. Apa yang menjadi standar atau ukuran bahwa berita tersebut menjadi layak muat?

J : kita melihat itu layak nya dinilai dari skoring, aku tidak bisa sebutkan satu-satu, kadang-kadang aku ingat kadang-kadang aku lupa. Jadi kalau di Jawa Pos itu ada 13 standar rukun iman,, nah ini salah satu contohnya ya apakah dia berkenaan dengan masyarakat banyak nah itu satu, nambah skor kan, nah selanjutnya apakah dia ditengah-tengah kita disekitar kita, kan gak mungkin misalnya berita Jakarta menjadi sebuah Headline disini, nah dua misalnya, apakah itu melibatkan tokoh misalnya, nah itulah yang dimaksud skoring, biasanya berkenaan dengan rukun iman, kuat berita itu, nah ini bakal banyak dibaca orang nah yakan, nah seperti itulah penentuan skoring.

5. Seperti yang diketahui Balikpapan Pos/Samarinda Pos merupakan satu group, bisa dijelaskan bagaimana untuk pembagian beritanya? Apakah ada kesamaan dalam memuat berita?

J : biasa sama, kami terkadang bertukar berita, kalau dulu sebelum ada Samarinda Pos dan Balikpapan Pos cumin ada Kaltim Post disini, itu kan kayak daerah-daerah yang jauh itu kan korannya masih dari sini, tapi kan berjalannya waktu munculah anak-anak perusahaan, maksudnya media-media dibawah naungan KPB nah tapi itu wilayah peredarannya bukan dibatasi terbagi dengan sendiri, misalnya Samarinda Pos itu terbitnya cumin di Samarinda, meskipun berita kami sama tetapi mungkin disana headlinenya lain mungkin ambil dari Samarinda jadi berita-berita dari Balikpapan itu untuk disisipkan dihalaman nya, nah begitupun terbit di Balikpapan kita terkadang menyisipkan berita dari Samarinda tapi tidak pada halaman depan kami.

6. Seberapa besar pengaruh fungsi perencanaan dalam menghasilkan kualitas berita yang akan dimuat nanti?

J : ya pengaruh besar, karena satu; wartawan itu tidak bisa dilepas begitu saja, kan lebih banyak analisan lebih banyak masukan dari orang lain kan itu lebih baik, maksudnya nilai itu kan untuk mengangkat berita itu kan kadang kita sendiri berfikir mungkin berita ini sampai disini aja, padahal ada banyak hal-hal yang bisa kami gali nah itu kan bisannya dari yang lain.

7. Bagaimana proses untuk pencarian berita?

J : berita-berita yang kami terbitkan ada banyak ya, biasanya teman-teman pagi, pagi setelah perencanaan mereka jalan mencari sumbernya, ada yang memang langsung face



to face dengan narasumber, ada juga yang mereka menginvestigasi mendatangi langsung ke TKP mengamati dan sebagainya, dan ada juga menganalisis dari riset-riset yang ada.

8. Bagaimana mekanisme melakukan peliputan berita yang sifatnya tidak terduga?

J : nah iya itu tetap dibackup, langsung jalan aja di hari itu juga. Sekarang kan lebih mudah berkomunikasi via WA via pesan via apa, jadi kami kadang memberikan informasi itu via itu.

9. Seperti yang diketahui pemimpin redaksi bertanggung jawab terhadap keseluruhan bidang redaksional, tanggung jawab seperti apakah itu?

J : ya kalo tanggung jawab saya itu intinya bahwa saya bertanggung jawab dengan seluruh redaksi, redaksi itu berita saja, berbeda dnegan iklan itu memang tanggung jawab mereka sebagai bagian pemasaran.

10. Apa sajakah tugas dari sekretaris disini?

J : biasanya tugasnya itu mengakomodasi, jadi membagi penugasan, jadi penugasan itu biasanya dari kami, dari para redaktur, untuk dia sampaikan kepada masing-masing wartawan, kadang juga kami langsung kewartawannya, tapi sejauh ini sekretaris banyak mengurus tentang masalah administarsi di keredaksian , serta pengdokumentasian, contoh misalnya ada rapat nah itu bisa diambil sekretaris redaksi, dan biasanya juga menjadi orang pertama ynag menghadapi kalau ada orang yang complain.

11. Apa sajakah tugas dari redaktur pelaksana disini?

J : itu mempunyai tanggung jawab yang besar di kami, secara praktis dia yang turut mengorganisasi seluruh perencanaan, pembagian wartawan, penglokasian wartawan .

12. Redaktur apa saja yang berada disini?

J : redakrut kami ada olahraga, kriminal, ekonomi dan kota.

13. Bisa dijelaskan apa saja tugas-tugasnya beserta pembagian tugasnya?

J : jadi tugas dari redaktur itu, dia memastikan seluruh perencanaan terdistribusi, terus mengawal perencanaannya, sampai beritanya dating, dan kemudian melakukan evalusai harian juga, misalkan ini perencanaan ini belum jalan nih, misalkan ini kmaren beritanya masih dangkal mungkin, masih harus dilengkapi dari sisi ini dan lain-lain nah itu tugas

redaktur. Dan tugas-tugas redaktur yang lain adalah bikin berita nah biasanya kan kalau malam begini masih punya tanggungan ya mereka bikin berita, mengedit berita, kan terkadang kalau ada orang yang masih magan kan tulisannya masih belepotan, nah itu diedit kembali, bagaimana mengikuti kaidah bahasa Indonesia, nah itu tugasnya dari redaktur.

14. Apakah ada koresponden pada perusahaan surat kabar ini, jika ada ditugaskan sebagai apa beliau?

J : kalau di kami memang seluruh wartawan itu statusnya terdaftar sebagai wartawan Balikpapan Pos, nah berkerja sebagai dari tim redaksi. Nah jadi wartawan-wartawan kami ini ditempatkan di kota-kota tersebut, seperti di Samarinda satu, di Paser sana ada dua juga disana.

15. Apakah ada kerja sama dengan wartawan luar namun masih satu grup guna untuk peliputan berita diluar daerah?

J : ya biasa aja, kamipun masih terhubung dengan wartawan luar, di kami kan misalkan kami butuh informasi nih di Berau, bisa gak dibantu, nah biasanya dia kasih itu informasi, boleh gak minta nomor siapa gitu, nah kita terhubung disini, biasa gitu.

16. Bagaimana koordinasi antar redaktur Balikpapan Pos dengan Samarinda Pos dalam hal berbagi berita? Apakah Balikpapan Pos memesan berita kepada Samarinda Pos atau sebaliknya?

J : kami kan punya portal sendiri, seperti apa ya, kayak aplikasi sendiri di Jawa Pos Group. Biasanya untuk berbagi berita bisa dari situ, bisa menghubungi langsung via Whatsapp, telfon, email.

17. Bagaimana proses penyuntingan berita atau hasil liputan yang berkaitan dengan dua kota? Apakah dilakukan pengeditan kembali?

J : ya masih di edit, kan belum tentu berita yang kami ambil dari luar itu belum tentu itu sudah melalui proses editing, nah kan misalnya dari Samarinda punya wartawan yang masih magang kan masih banyak salah-salah dalam penulisan dan sebagainya, biasanya kan berita yang mentah dikirim ke kita. Kalau diedit biasanya judulnya harus lebih menohok yang bisa dibaca orang, kan kami ini berkerja bagaimana membuat berita agar bisa dibaca orang dan orang kepengen membaca gitu kan, biasa kan kita ubah leap

pertama, kan biasanya wartawan yang masih baru itu kan buat judulnya biasa-biasa saja, kan kalau sudah lama pasti berbeda lah kalau membuat judul.

18. Apakah ada berita khusus yang dimiliki Balikpapan dan Samarinda Pos sebagai ciri khasnya?

J : iya, jadi kalau dikami kan ada yang bersifat harian jadi ada juga yang bersifat yang memang butuh dicari berhari-hari bahkan butuh berbulan-bulan kan, biasa itu dalam kemasan indepetrasing jadi informasi yang mendalam, informasi yang khusus, atau investigasi plus, nah kalau dia turun itu berita memang space nya pasti dilebihkan. Kalau rubric khusus itu kita ada Kreasi yang mengakomodasi anak-anak muda Balikpapan, tapi sejauh ini masih banyak diisi kegiatan-kegiatan positif anak muda.

19. Adakah strategi khusus agar isi dari berita itu dapat menarik bagi pembaca?

J : berita yang baik itu memang karena dia dianalisa maupun dikembangkan dengan cukup baik dan dieksekusi dengan baik. Jadi berita yang baik itu untuk dibaca adalah berita yang dalam.

20. Siapa saja yang ikut berpartisipasi pengawasan itu sendiri?

J : saya pemimpin redaksi, kemudian ada redaktur pelaksana

21. Apa saja yang dilakukan pada tahap pengawasan?

J : memperhatikan *halamann* saja, biasanya kan setelah tahap pengeditan kan kami baca dulu terlebih dahul sampai tuntas, kemana arah berita ini, misalkan disitu ada kekurangan nah kami langsung sampaikan kepada wartawannya. Kemudian kalo ada narasumber yang salah atau tersudutkan itu kan harus di konfirmasi ulang kembali, nah itulah fungsi dari pengawasan. kan jangan sampai berita yang sudah terbit itu menyudutkan orang, jangan sampai nanti ini memfitnah saya dan sebagainya.

22. Apakah mengadakan evaluasi setelah produk terbit? Bagaimana evaluasi yang dilakukan setelah produk terbit? Kapan dilakukannya?

J : iya ada evaluasi, biasanya pagi kita evaluasi beritanya, membahaas berita-berita yang gak jalan-jalan

23. Bagaimana jika ada kesalahan cetak namun surat kabar tersebut sudah terlanjur beredar pada hari itu?

J : disini ada orang trakhir, misalkan kesalahannya pas dicetak, nah langsung di stop cetakannya dihari itu atas penanggung jawab cetak dihari itu.

24. Bagaimana jika ada keluhan dari pihak-pihak yang merasa dirugikan dengan berita yang beredar yang telah dimuat?

J : biasanya kami konfirmasi kesalahannya diberita selanjutnya sih

25. Kapan pengawasan tersebut dilakukan?

J : kalau pengawasan itu biasanya kita lakukan syang pasti sebelum cetak, biasanya batas jam cetak itu sampai jam 3 pagi, nah kalau misalkan pengawasan yang telah dicetak itu biasanya di pagi, jadi kita evaluasi di pagi itu juga.

#### **Redaktur Balikpapan Pos**

**Nama : Rushli**

**No Hp : 081350400064**

1. Bisa jelaskan penentuan letak halaman yang ada dalam Balikpapan Pos/Samarinda Pos?

J : jadi disini itu ada tiga sesi atau kloter, kloter pertama itu kelompok C itu namanya, halaman utamanya C itu Paser Pos, jadi di kelompok C itu ada 4 halaman, c1, c2, c3 dan c4, itu harus ngetik lebih cepat diedit juga harus lebih cepat dan dicetak lebih cepat, karena dia yang menentukan deadline seluruh Koran. Nah setelah itu kloter B namanya. B itu halaman Metropolis berisikan halaman-halaman konten lokal, kalau pun lebih luas soal Kaltim biasanya isinya memang santai seperti politik, biasa juga masalah-masalah pemerintah Balikpapan, nah itu ada delapan halaman dari B1 hingga B8, nah di Bundle B itu didalamnya itu berisikan konten lokalnya Balikpapan lagi, nah itu yang berisikan Kecamatan di Balikpapan, nah di B2 itu ada dua Kecamatan, Balikpapan Kota dan Balikpapan Tengah, B3 itu Balikpapan Utara dan Barat, lalu B6 itu Balikpapan Selatan dan Timur, nah sisanya itu B4 dan B5 itu iklan regulernya Balikpapan Pos, kloter trakhir atau bundle Balikpapan Pos sama juga delapan halaman, ini lah yang paling dijual, halman satunya yaitu A1, itu menjaga halaman kriminal yang konten lokal juga, nah ini dia kloter cetaknya itu paling terakhir, ini karena mengantisipasi kejadian malam, jadi kita agak cetak itu lebih malam.

2. Peristiwa seperti apa yang layak diangkat untuk menjadi headline?

J : Biasanya pasti kriminal, itu kasus kriminal paling menjual, karena satu terjadi dilingkungan masyarakat dan itu berpengaruh lah dalam penjualan, makanya kita setiap ada kejadian kriminal yang heboh, misalnya pembunuhan, pemerkosaan pokoknya masyarakat itu bisa jadi isu-isu gitu kan nah itu wajib diangkat.

3. Apa yang menjadi standar atau ukuran bahwa berita tersebut menjadi layak muat?

J : satu memang nilai beritanya itu sudah ada, kedua memang wartawan juga harus berimbang, jadi misalkan ada kasus pemerkosaan di kampung gitu kan, nah itu kita dapat informasi bukan hanya dari Polis melainkan masyarakat disitu juga, kita datang rumahnya apakah kejadian itu benar.

4. Seperti yang diketahui Balikpapan Pos dan Samarinda Pos merupakan satu group, bisa dijelaskan bagaimana untuk pembagian beritanya? Apakah ada kesamaan dalam memuat berita? Dan apa perbedaannya dalam berita?

J : ya ada, jadi kita biasanya berita itu dimasukan di Kaltim Post Group atau Jawa Pos Group, jadi kita bisa mengintai berita dia dan juga sebaliknya, tapi itu kita ambil kalau memang berita itu benar-benar kurang dan nilai beritanya itu tinggi. Nah kalau untuk membedakannya kalau dari saya redaktur saya akan merubahnya, ubah judul dan lead berita diatasnya jadi tidak seperti copy paste.

5. Seberapa besar pengaruh fungsi perencanaan dalam menghasilkan kualitas berita yang akan dimuat nanti?

J : di Media perencanaan itu sangat penting, karena dari perencanaan itu redaktur sudah melihat isu-isu dilapangan, jadi itu yang diteruskan ke wartawan, nah jadi gitu perencanaan redaktur, jadi setelah dikasih tugas ke wartawan langsung bergerak, karena biasanya isu-isu yang direncanakan sudah terbaik lah.

6. Bagaimana proses untuk pencarian berita?

J : kalo itu awalnya si redaktur ini kan memberikan tugas ya perencanaan itu, itu sudah secara detail disampaikan ke wartawan, tugasnya apa, wawancara siapa, isunya apa, walaupun itu wawancara tidak bisa wartawan harus berkomunikasi, misalkan narasumber tiak ketemu, tapi itu headline yang ditunggu-tunggu masyarakat biasanya,

nah biasanya itu ada narasumber cadangan, tapi biasanya kita kasih narasumber inti dulu nanti kalau wartawan tidak dapat atau terkendala baru berkomunikasi ke redaktur.

7. Bagaimana mekanisme melakukan peliputan berita yang sifatnya tidak terduga?

J : ya itu biasanya isunya kejadian, kecelakaan, kebakaran, itu istilahnya insidental lah, nah itu setiap wartawan harus aktif 24jam HP nya, nah lebih khusus lagi yang dihalaman utama, jadi dihalaman utama itu wartawan-wartawan terbaik jadi dia itu harus tau bahwa saya ini ditarok dihalaman utama jadi harus lebih ekstra seperti itu. Biasanya kan informasi-informasi seperti itu kan mudah dicari, bisa lewat Facebook atau apalah, nah itu dia biasanya harus cepat untuk mencari tahu informasi yang sebenarnya.

8. Apakah ada kerja sama dengan wartawan luar namun masih satu grup guna untuk peliputan berita diluar daerah?

J : oh tidak, itu tidak diperbolehkan, tapi kalau satu grup itu kita tidak papa mengambil, dan memang bersamaan misalkan wartawan Kaltim Post ini lagi terkendala atau gak memang acara itu diadakan tapi acara itu menarik namun acara sudah selesai, nah kita akan liat siapa yang meliput disitu dulu apakah masih satu grup, tapi kalau masih satu grup kita akan minta berita di grup sama-sama kita, tanpa menghilangkan inisial dari wartawan dan media yang kita ambil.

9. Bagaimana koordinasi antar redaktur Balikpapan Pos dengan Samarinda Pos dalam hal berbagi berita? Apakah Balikpapan Pos memesan berita kepada Samarinda Pos atau sebaliknya?

J : ini ada dua, kalau memang dianya satu grup biasanya dia tarok di forum itu memang untuk kita ambil, jadi itu pilihan misalkan berminat silahkan, begitu juga berita kita diambil orang silahkan. Nah tapi kalau yang memang tidak ditarok di forum kita telfon, kita minta kita izin, barangkali ada fotonya tapi bagaimana fotonya itu beda begitu, tapi kita tidak menghilangkan hak cipta, foto mislakan fotografernya Kaltim Post misalkan, berita ya beritanya Kaltim Post misalnya, itu sebagai tanda kalau kita ambil seperti itu.

10. Apakah ada berita khusus yang dimiliki Balikpapan dan Samarinda Pos sebagai ciri khasnya?

J : nah biasanya kita ambil dari sisi kriminal itu mas, karena memang disitu konten utama kita, keunggulannya disitu, dari berita Kecamatan itu berita konten utamanya Balikpapan

memang kita saja yang punya halaman itu, seperti itu. Nah ada juga olahraga lokanya itu, kan kita Persiba jadi kadang porsinya itu kadang lebih didepankan, karena kita tau pasar-pasarnya itu sendiri.

11. Bagaimana proses liputan untuk isu-isu yang berkaitan dengan dua kota?

J : nah biasanya kalau ada beda kota ya, dilihat berita kejadiannya, misalnya kalau misalkan kejadian yang isidentil kita tidak mengirim, kita mengambil berita saja dari forum itu saja. Tapi memang kalau ada kegiatan yang diluar kota yang memang ada perencanaan gitu, misalkan persiba keluar kota itu biasanya kita kirim Wartawan apalagi berita itu konten lokal.

12. Bagaimana proses penyuntingan berita atau hasil liputan yang berkaitan dengan dua kota? Apakah dilakukan pengeditan kembali?

J : nah itu seperti yang tadi ya, jadi kita ambil di forum itu, nah biasanya itu kita edit judul, kita buat semenarik demikian pula sama tapi bagaimana ada perubahan, judul subjudul seperti itu, jadi tidak seperti copy paste, jadi leadnya kita ubah.

13. Bagaimana proses penulisan berita? Bagaimana proses penulisan berita yang merupakan kiriman dari Balikpapan Pos begitu pula sebaliknya?

J : nah biasanya yang begitu kita cek kembali, biasanya kan berita yang dikirim itu kadang sudah jadi dan juga ada yang belum, nah itu kita harus control, apakah ada yang terbalik kah hurufnya, ada penempatan tanda bacanya begitu.

14. Adakah kendala dalam mencari berita maupun penulisan berita?

J : jadi kalau biasanya kita sudah menguasai lapangan kemungkinan tidak ada kendala, jadi kalau kendala itu karena memang belum menguasai lapangan, biasanya kurangnya itu kekurangan jejaring, jejaring itu keluasan narasumber, jadi paling enak itu mendatangi langsung narasumber jadi memang tidak ada miss dari informasi yang didapat. Kalau dari kendala penulisan, jadi SDM wartawan itu kan beragam, jadi mereka tidak bisa disamakan, nah ceirta masing-masing, jadi kalau ada wartawan itu yang terlalu cepat puas dengan tulisannya, kita mengedit itu kan memperbaiki menyesuaikan alurnya bagaimana enak dibaca.

15. Seperti apa syarat yang dibutuhkan dalam suatu naskah berita untuk dapat layak

terbit?

J : jadi seperti yang saya bilang, jadi kontennya ya paling layak, karena berita seperti itu selalu ditunggu, kalau pun tidak terbit menarik masyarakat buat membaca, itu satu, dan kejadiannya itu benar-benar terjadi di masyarakat, kejadian-kejadian yang waw lah beritanya, kemudian juga harus mengikuti kode etik, jadi 5W+1H nya itu harus ada, jadi berita itu harus berimbang, berimbang itu lengkap, berita yang lengkap itu layak terbit.

16. Adakah strategi untuk menentukan judul berita agar menarik?

J : ada, jadi redaktur itu sama kayak wartawan, jadi punya gaya masing-masing, ada yang tegas ada yang sedang-sedang saja, tapi kita membuat judul itu melihat dari isi berita, setegas apa wartawan, selengkap apa datanya, dan juga disesuaikan dengan komposisi halaman, nah jadi berita ini harus pendek nih judulnya, nah bagaimana kita memilih kosak katanya tuh, dengan tidak mengurangi arti dari judul. Nah ada juga berita yang harus dijadikan kaki, kaki itu berita penempatannya dibawah halaman, itu biasanya memang agak panjang, jadi bagaimana kita akan memanjangkan judul.

17. Siapa saja yang ikut berpartisipasi pengawasan itu sendiri?

J : kalau secara umum kan keredaksian, karena Koran kan kontennya lebih ke redaksi, nah kalau redaktur sendiri lebih mengawasi kehalamannya masing-masing, kita juga saling mengontrol kehalaman yang lain, tapi kita harus mengawasi halaman kita dulu, dikarenakan semua dari isu berita itu kan merupakan tanggung jawab redaktur secara bersama-sama, walaupun kita kerjanya dibagi-bagi.

18. Apa saja yang dilakukan pada tahap pengawasan?

J : biasanya itu kan pagi kita kasih isu-isu tuh, nah kemudian itu siang koordinasi ke wartawan, dapat kah beritanya, dapat kendala atau tidak, nah tinggal kita menunggu listing disore hari jam 5, kan selain dapat itu kan dapatnya seperti apa, kan pasti sebelumnya ada perencanaan kan, misalkan a,b,c,d,e nah apakah dapat a,b,c nya aja, d,e nga gak dapat, nah dilisting itu kita lihat berita-berita apa saja yang mereka dapat.

19. Apakah mengadakan evaluasi setelah produk terbit? Bagaimana evaluasi yang dilakukan setelah produk terbit? Kapan dilakukannya?

J : jadi evalusainya setiap hari untuk redaktur, tapi kalau secara umum itu seminggu sekali, jadi berita seminggu itu kita bedah, mana yang masih menarik untuk dilanjutkan



kembali, dan mana yang sudah cukup dilanjutkan sampai sini saja, nah kita angkat isu baru lagi dengan rapat itu dengan wartawan yang tahu dilapangan, kemudain redaktur yang tahu menang kap isu, nah kita komunikasi lagi apa yang masih menarik untuk diangkat lagi.

20. Bagaimana jika ada kesalahan cetak namun surat kabar tersebut sudah terlanjur beredar pada hari itu?

J : nah itu juga menjadi salah satu yang dibahas dalam rapat mingguan itu, itu dibahas secara detail, tapi biasanya setelah terbit kalau ada kesalahan kita kan transparan ada media grup kan itu, itu langsung dirilis juga kesalahannya. Kalau misalkan ada kesalahan dari judul ataupun nama narasumber itu tidakpapa. Seperti itulah evaluasi jangan sampai salah lagi, karena ini kan kita sajikan ke masyarakat, nah kalau ada kesalahan dari isu berita itu basanya diralat, apalagi itu bersifat insinentil di masyarakat gitu kan, nah itu biasanya diralat.

21. Bagaimana jika ada keluhan dari pihak-pihak yang merasa dirugikan dengan berita yang beredar yang telah dimuat?

J : biasanya kan kalau dia complain kan datang ke kantor, kalau tidak ke kantor mungkin langsung ke wartawannya, tetapi dimedia itu dubuka ruang untuk memberikan hak jawabnya, tetapi memang kita sarankan untuk dating kekantor.

22. Kapan pengawasan tersebut dilakukan?

J : kalau pengawasan yang sudah cetak itu biasanya harian, nah kalau yang pengawasan dalam seminggu itu biasanya senin, itu namanya rapat redaksi, mengevaluasi Koran selama seminggu.

### **Wartawan Balikpapan Pos**

**Nama : Esa**

**No Hp : 0853878937172**

1. Bagaimana proses peliputan yang dilakukan untuk mencari berita?

J : kalau saya, saya kan wartawan kriminal, macam-macam sih, kadang kita kan ada kejadian ada liputan berita, yang sudah jelas beritanya, kalau liputan kejadian ya

misalnya ada kejadian ya kita langsung datang ke TKP, biasanya dalam arti kalau misalkan yang tentang kriminal kita langsung ke TKP, kemudian mendatangi pihak kepolisian, bingung sih, yang pertama pasti kelokasi kemudian ke pihak petugas sih, karena memang seperti itu. Kalau yang diencanakan sih juga ada, tetapi itu ketentuan redaksi, karena kan perencanaan redaksi, misalkan nih ada kejadian ini kemarin, nah itu kan untuk kebesokannya kan direncanakan, kayak seperti kita harus memewancarai Koran dan sebagai macam.

2. Bagaimana dengan peliputan berita yang sifatnya tidak terduga?

J : nah kalo begitu kan memang jelas tidak direncanakan, jadikan kalau misalnya ada ya langsung turun, misalkan kita dapat informasi paling lama misalnya beberapa jam setelah kejadian tapi paling cepet biasanya berapa menit kita langsung dapat informasi langsung ke TKP.

3. Bagaimana proses liputan untuk isu-isu yang berkaitan dengan dua kota?

J : jadikan aku memang wartawan kota asal, jadi ya itu aku focus disini, misalkan ada kejadian yang bersifat nasional yang berada di Samarinda, disini kita ambil informasi yang dari Samarinda itu sendiri yang sudah kita dapat dari mana misalkan, nah misalkan kita datang ke Kapolda yang memang membawahi Kalimantan Timur nih, jadikan kita yang punya wewenang berbicara kan beliau dari kapolda seperti itu, jadi kita tidak perlu ke Samarindanya karena kita angkat isunya Kaltim itu kita tarikke Balikpapan kayak gitu sih.

4. Bagaimana proses penulisan berita? Bagaimana proses penulisan berita yang merupakan kiriman dari Balikpapan Pos begitu pula sebaliknya?

J : jadikan memang kita mengambil isu-isunya saja, jadi ya seperti biasa misalkan kita ke Kapolda, kemungkinan kan beliau sudah tau kronologis seperti apa, kita Tanya gini-gini, jadi kita Tanya kronologisnya kemarin, gimana kejadian sebenarnya itu seperti apa kan itu jada di masyarakat kan yang tahu, nah itu yang kita tanyakan. Ya mungkin kemungkinan-kemungkinan narasumber lah, gak cuman dari dari Kapolda, masyarakat-masyarakat yang tahu bisa juga kita tanyain gitu.

5. Bagaimana proses penyuntingan berita atau hasil liputan yang berkaitan dengan dua kota? Apakah dilakukan pengeditan kembali?

J : iya, jadi kalau misalnya kita dapat informasi kan itu bentuknya hanya informasi, bukan berita, jadi kita tulis ulang semuanya kembali, jadi informasi aja bentuknya sama saja seperti wawancara, kan bentuknya informasi, untuk beritanya kita tulis ulang sendiri, begitu.

6. Adakah strategi khusus agar isi dari berita itu dapen menarik bagi pembaca?

J : kalau yang aku tahu sih, aku mengkomposisikan aku sebagai pembaca, jadi misalkan aku jadi pembaca apa yang aku pengen tahu, nah misalkan kecelakaan yang tadi saja kan gampang, kan itu aku pengen tahu kejadiannya bagaimana, korbanya siapa nah kan aku pengen tahu tuh, terus misalkan meninggal tuh nah itu tuh hukumannya apa, si penabrak ini gimana, korbannya tuntutan apa aku pengen tahu tuh, nah jadi kita datengin keluarganya, terus bercerita tentang keluarga korban.

7. Adakah kendala dalam mencari berita maupun penulisan berita?

J : kendala sih kalau misalnya, kita butuh informasi tapi beberapa orang tidak mau diwawancara, misalkan mengambil isu yang berhubungan dengan intese tertentu kan, kan gak ada yang berani ngomong tuh, sedangkan kita sudah tahu isunya banyak yang berani ngomong tapi misalkan gausah ditulis ya gitu sih. Kemudian susahny menemukan sumber yang berani mempertanggung jawabkan omongannya istilahnya kayak masalah kayak gitu kan nah itu juga termasuk sih, untuk mendapatkan info cepatnya itu nah kadang agak susah.

8. Seperti apa syarat yang dibutuhkan dalam suatu naskah berita untuk dapat layak terbit?

J : sebenarnya semuanya layak, asalkan menarik, terus perlu untuk diketahui orang, yang pentingkan orang perlu tahu contohnya kayak harga kebutuhan, itu kan simple sebenarnya tapi kan orang perlu tau, intinya sih penting terus menarik aja sih.

9. Adakah strategi untuk menentukan judul berita agar menarik?

J : judul yang menarik adalah judul yang bikin penasaran pembaca, jadi kayak misalnya kayak kasus korupsi, jadi judulnya yg bikin penasaran, apa kayak 300 juta malah buat jalan-jalan, ya apa ya yang bikin orang tertarik aja sih.

**Pemimpin Redaksi Samarinda Pos**

**Nama : Arrahman Amin**

**No Hp : 085288826660**

1. Kapan rapat perencanaan itu dilakukan?

J : ya kalo perencanaan tiap harian biasanya sih lewat WA saja, tapi kalau yang mingguan ada biasanya langsung hadir di kantor.

2. Siapa saja yang hadir dalam rapat perencanaan tersebut?

J : semua hadir, dari wartawan, redaktur, saya , sekretaris juga

3. Peristiwa seperti apa yang layak diangkat untuk menjadi headline?

J : yang pasti peristiwa kriminal, itu karena memang genre dari Samarinda Pos kriminal

4. Apa yang menjadi standar atau ukuran bahwa berita tersebut menjadi layak muat?

J : biasanya kalau untuk menjadi headline ukuran kita yang tragis pokoknya

5. Seperti yang diketahui Balikpapan Pos/Samarinda Pos merupakan satu group, bisa dijelaskan bagaimana untuk pembagian beritanya? Apakah ada kesamaan dalam memuat berita?

J : kalau kesamaan berita tidak masalah, karena memang segeman kita kan berbeda, biasanya isinya sih sama yang membedakannya hanya dari judul saja, kan judul memang selera wartawan

6. Seberapa besar pengaruh fungsi perencanaan dalam menghasilkan kualitas berita yang akan dimuat nanti?

J : iya, perencanaan yang baik menjadikan berita yang baik juga

7. Bagaimana proses untuk pencarian berita?

J : masing-masing wartawan kan punya desk, yang ini di pengadilan, yang ini di pemkot jadi masing-masing punya tanggung jawab sendiri. Biasanya tugas itu juga dirolling, jadi bisa berganti-gantian mengambil beritanya.

8. Bagaimana mekanisme melakukan peliputan berita yang sifatnya tidak terduga?

J : sebagian besar kan yang di Samarinda itu tidak terduga, komposisinya ya mungkin 60/40 lah, 60 perencanaan, 40 tidak terduga, nah yang tidak terduga itu yang ada di halaman utama.

9. Seperti yang diketahui pemimpin redaksi bertanggung jawab terhadap keseluruhan bidang redaksional, tanggung jawab seperti apakah itu?

J : biasanya menjaga motivasi, menjaga mood nya para anggota, karena dengan mood yang baik kualitas berita juga baik.

10. Apa sajakah tugas dari sekretaris disini?

J : biasanya lebih meliput jumlah berita, mendistribusikan tugas, kan reaktur tidak mencakup semua wartawan, belum lagi undangan-undangan, seperti undangan liputan.

11. Apa sajakah tugas dari redaktur pelaksana disini?

J : Redaktur pelaksana kebetulan kita tidak ada.

12. Redaktur apa saja yang berada disini?

J : Redaktur kota, redaktur kriminal, redaktur olahraga

13. Bisa dijelaskan apa saja tugas-tugasnya beserta pembagian tugasnya?

J : yang melaksanakan perencanaan kan dari redaktur, berkerja sama dengan masing-masing wartawan, kemudian pembagian halaman perhalaman kan dari redaktur.

14. Apakah ada koresponden pada perusahaan surat kabar ini, jika ada ditugaskan sebagai apa beliau?

J : ada, kita ada di Balikpapan, Bontang, Berau, tugasnya ya mencari berita juga di wilayah-wilayahnya, apa yang mereka dapat akan dikumpulkan,

15. Apakah ada kerja sama dengan wartawan luar namun masih satu grup guna untuk peliputan berita diluar daerah?

J : kerjasama yang direncanakan sih tidak ada, tapi misalnya langsung minta ke wartawannya sih kita sering.

16. Bagaimana koordinasi antar redaktur Balikpapan Pos dengan Samarinda Pos dalam hal berbagi berita? Apakah Balikpapan Pos memesan berita kepada Samarinda Pos atau sebaliknya?

J : biasanya redaktur itu melihat dulu komposisi dari wartawan, kalau misal ada yang terluput dari liputan biasanya kita langsung hubungi si wartawannya saja

17. Bagaimana proses penyuntingan berita atau hasil liputan yang berkaitan dengan dua kota? Apakah dilakukan pengeditan kembali?

J : biasanya ada, tapi kalau di edit itu tergantung selera wartawannya, kalau emang sudah pas sih tidak diedit lagi, lebih flexible sih

18. Apakah ada berita khusus yang dimiliki Balikpapan dan Samarinda Pos sebagai ciri khasnya?

J : kalo yang khas banget sih ya memang kriminal, itu ngebahas semua kejadian yang berada kejadian di Samarinda

19. Adakah strategi khusus agar isi dari berita itu dapat menarik bagi pembaca?

J : biasanya sih kita memberikan tips yang unik-unik, kayak judulnya dibikin lucu gitu

20. Siapa saja yang ikut berpartisipasi pengawasan itu sendiri?

J : ya kita semua, biasanya dari manajemen, redaktur.

21. Apasaja yang dilakukan pada tahap pengawasan?

J : biasanya sih typo gitu, kayak kesalahan pengetikan, kesalahan informasi

22. Apakah mengadakan evaluasi setelah produk terbit? Bagaimana evaluasi yang dilakukan setelah produk terbit? Kapan dilakukannya?

J : ada setiap hari, ya dilakukan kalau habis edit berita gitu, kalau misal ada yang kurang langsung kita sampaikan kepada si penulisnya. Biasanya malam evaluasinya kalau memang masih bisa ngejar sebelum cetak, kalau emang tidak sempat paling dimasukan ke besok beritanya.

23. Bagaimana jika ada kesalahan cetak namun surat kabar tersebut sudah terlanjur beredar pada hari itu?

J : kalau biasanya kesalahan ketik misalnya nama, biasanya kita bikin ralat, kalau kesalahannya yg lainnya sih aman saja.

24. Bagaimana jika ada keluhan dari pihak-pihak yang merasa dirugikan dengan berita yang beredar yang telah dimuat?

J : biasanya kita kasih hak jawab, kan dalam undang-undang kan memang ada.

25. Kapan pengawasan tersebut dilakukan?

J : pengawasan harian biasanya langsung menyampaikan ke wartawannya dihari itu juga, kalau yang perminggu itu biasa rapat keseluruhan, tapi bukan mengoreksi perberita, tapi secara keseluruhan.

#### **Redaktur Samarinda Pos**

**Nama : Bagus Arya Susanto**

**No Hp : 085249258958**

1. Bisa jelaskan penentuan letak halaman yang ada dalam Balikpapan Pos/Samarinda Pos?

J : samarinda sendiri menjadi tiga kloter, masing-masing kloter itu sendiri terdiri dari delapan halaman, kloter pertama itu tentang Metropolis, di kloter pertama itu terdiri dari delapan halaman yang isinya kebanyakan berita kota, terkait di kloter ini yaitu membahas kota, politik, sosial, budaya itu masuk di kloter pertama yang mulai dari halaman 9 sampai 16. Kemudian untuk kloter keduanya sport atau olah raga, hal-hal yang berkaitan dengan dunia olahraga masuk di kloter kedua. Kemudian di kloter ketiga yaitu yang Utama yang mulai dari halaman satu sampai halaman delapan, disitu memuat tentang berita-berita kriminal, karena memang genre kami itu kriminal, ada beberapa berita kriminal didalamnya namun dikloter ketiga juga memuat berita bisnis termasuk aketorial dan societ didalamnya.

2. Peristiwa seperti apa yang layak diangkat untuk menjadi headline?

J : Ya karena genre kami kriminal, jadi hal-hal yang menyangkup kriminal, kejadian-kejadian terkini dan terupdate, terus kemudian kualitas kejadiannya itu harus besar, jadi memang dalam satu hari kita menemukan beberapa kejadian dan itu kita pilah, yang mana yang lebih layak, yang mana yang lebih bombastis, yang mana yang lebih waw dan itulah yang kita pilih untuk headlinennya. Untuk headline itu sendiri sebisa mungkin

beritanya memang berasal dari Samarina, jika memang tidak ada kita mengambil dari berita luar dilingkup Provinsi Kalimantan Timur.

3. Apa yang menjadi standar atau ukuran bahwa berita tersebut menjadi layak muat?

J : yang pertama khususnya harus besar, menyangkut khalayak ramai tapi kalau sekedar satu pihak itu kurang menjual kan, jadi besar dan itu juga ada nilai sosial yang menjadi pertimbangan kami.

4. Seperti yang diketahui Balikpapan Pos dan Samarinda Pos merupakan satu group, bisa dijelaskan bagaimana untuk pembagian beritanya? Apakah ada kesamaan dalam memuat berita? Dan apa perbedaannya dalam berita?

J : konteks beritanya sama umpamanya seperti ini, tadi malam ada gas kilang minyak, semua wartawan meliput itu tapi proses penggarapannya masing-masing, mungkin Balikpapan Pos melihat dari sudut pandang yang berbeda kita juga melihat dari sudut pandang yang berbeda.

5. Seberapa besar pengaruh fungsi perencanaan dalam menghasilkan kualitas berita yang akan dimuat nanti?

J : sangat berpengaruh, jadi kita bagi ada tiga poin didalam manajemen redaksional, yang pertama 33,33% itu adalah perencanaan 33,33% itu adalah penugasan dan 33,33% itu insidentil yang ditemukan wartawan dilapangan, selain menunggu isu kita juga sudah merencanakan untuk dimuat.

6. Bagaimana proses untuk pencarian berita?

J : ya tergantung dari point tadi, kan sudah ada 33,33% yang memang ada berita yang harus dicari oleh wartawan, contoh 33,33% penugasan seperti ini, redaktur punya isu tolong digarap dong ini, nah yang 33,33%nya itu diserahkan oleh wartawan, ada temuan apa dilapangan, ada insiden apa dilapangan.

7. Bagaimana mekanisme melakukan peliputan berita yang sifatnya tidak terduga?

J : ya itu masuk ke point 3 insidentil, jadi itu murni tugas wartawan dilapangan, tapi wartawan juga wajib melaporkan kepada penganggung jawab halaman atau redaktur ada kejadian ini, fungsinya untuk mengembangkan, jadi jika wartawan melihat satu sudut pandang bisa dijabarkan lebih luas.



8. Apakah ada kerja sama dengan wartawan luar namun masih satu grup guna untuk peliputan berita diluar daerah?

J : jadi umpamanya gini, katakan saja ini kaltim post, ini wartawan Balikpapan Pos, Samarinda Pos, Radar Tarakan, Berau dan sebagainya gitu dimana semua berita masuk ke Kaltim Post yang dinamakan Prokal, dimana kita membutuhkan satu berita semua surat kabar tersebut metransfer ke Kaltim Post, jadi seumpama wartawan dari berau tidak dapat bisa mengambil dari Kaltim Post ini.

9. Bagaimana koordinasi antar redaktur Balikpapan Pos dengan Samarinda Pos dalam hal berbagi berita? Apakah Balikpapan Pos memesan berita kepada Samarinda Pos atau sebaliknya?

J : biasanya mengambil beritanya langsung dari website.

10. Apakah ada berita khusus yang dimiliki Balikpapan dan Samarinda Pos sebagai ciri khasnya?

J : mungkin lebih keberita yang update dan juga eksklusif. Kalau seperti rubrik sejauh ini tulisan yang menunjukkan identitas bahwa itu Samarinda Pos adalah Bujur-bujur, didalamnya menggunakan bahasa Banjar, itu lebih kepada tulisan-tulisan komedi yang dibuat oleh wartawan sendiri.

11. Bagaimana proses liputan untuk isu-isu yang berkaitan dengan dua kota?

J : kita lebih memfokuskan berita-berita yang berada di Samarinda sendiri, jika memang membutuhkan informasi dari luar kota kita mengambil dari pusat.

12. Bagaimana proses penyuntingan berita atau hasil liputan yang berkaitan dengan dua kota? Apakah dilakukan pengeditan kembali?

J : harus diedit lagi, jadi satu contoh kayak berita yang baru-baru ini harga cabai, harga cabai di setiap wilayah kan berbeda-beda, jadi kita ambil dari Balikpapan Pos, Berau, dll yang kita satukan dan ada perbedaan, dan perbedaan itu yang menjadi angel misalkan di Samarinda berapa dan di ini berapa dan itu melalui editing ulang pastinya.

13. Bagaimana proses penulisan berita? Bagaimana proses penulisan berita yang merupakan kiriman dari Balikpapan Pos begitu pula sebaliknya?

J : pertama kita pasti baca, kemudian judul pasti itu diubah, lead, konteks beritanya diubah sama penambahan inisial dibelakang tapi tidak menghilangkan inisial dari yang sebelumnya.

14. Adakah kendala dalam mencari berita maupun penulisan berita?

J : deadline, wartawan itukan untuk media harian dibatasi 24 jam tidak seperti tabloid yang harus sepekan atau sebulan gitu kan, kadang kloter 1 itu berada dipukul 19:00, kemudian ada kejadian dipukul 18:00 dimana ada jarak satu jam dari proses peliputan, menulis sampai editing, nah dalam kondisi-kondisi tertentu wartawan bisa mengetik dari luar menggunakan handphone dengan kondisi yang mungkin ala kadarnya karena memang waktunya gak bisa untuk menulis cantik kan, nah disitu peran redaktur untuk kembali mengulang tulisannya sampai jadi berita. Wartawan juga mempunyai target harus menulis 90 berita dalam satu bulan, jadi kalau dibagi 30 hari plus dikurangi libur sabtu minggu, berarti wartawan minimal harus membuat 4 berita dalam sehari.

15. Seperti apa syarat yang dibutuhkan dalam suatu naskah berita untuk dapat layak terbit?

J : yang jelas kode etik jurnalistiknya terpenuhi, kemudian penyampaian informasinya akurat dan tepat, terus kemudian dia mewakili pembaca untuk mengetahui sebuah hal gitu, jadi berita itu bukan sekedar keinginan penulis untuk menulis tapi dia juga harus menjiwai pembaca, apasih yang dipingin tahu masyarakat.

16. Adakah strategi untuk menentukan judul berita agar menarik?

J : kadang kita mengambil judul yang konteksnya lucu, kritikan, terus kemudian yang bisa dikatakan ambigu dalam masih tanda tanya, itu bakal orang-orang akan bertanya-tanya apasih ini, terus kemudian kita terkadang menentukan judul itu harus nakal, jadi minimal orang itu baca lead nya langsung tertarik.

17. Siapa saja yang ikut berpartisipasi pengawasan itu sendiri?tuk

J : jadi ada 3 lapis untuk melihat bahwa berita itu layak atau tidak, yang tulisannya sudah benar atau tidak. Yang pertama dari wartawan yang diediting oleh redaktur, kemudian naik lagi ke redaktur pelaksana, kemudian filter terakhir itu ada pimred, jadi mereka baca ini layak atau tidak.

18. Apa saja yang dilakukan pada tahap pengawasan?

J : pertama kalau teknis adalah EYD yitu ejaan yang disempurnakan, dari typo-typonya dulu gitu kan, terus kemudian isi beritanya apakah berdampak kepada satu orang atau berdampak pada satu kalangan kalau sudah berdampakpun kita harus pertimbangkan karena disitu ada hak jawab karena sangat penting.

19. Apakah mengadakan evaluasi setelah produk terbit? Bagaimana evaluasi yang dilakukan setelah produk terbit? Kapan dilakukannya?

J : biasanya rapat evaluasi kita lakukan seminggu sekali, terkait ada kesalahan berita, kesalahan typo dan sebagainya dan komplain dari narasumber atau komplain dari luar, itu biasanya ditangani personalia, mereka yang sampaikan di rapat mingguan.

20. Bagaimana jika ada kesalahan cetak namun surat kabar tersebut sudah terlanjur beredar pada hari itu?

J : itu biasanya kita kasih kesempatan objek yang dianggap keberantan untuk melakukan klarifikasi, jadi ada box klarifikasi disitu yang kita sediakan, seperti kesalahan nama, atau istilah. Tapi kita sebisa mungkin untuk tidak ada yang diklarifikasi karena kode etik jurnalistik itu harus memang dipenuhi.

21. Bagaimana jika ada keluhan dari pihak-pihak yang merasa dirugikan dengan berita yang beredar yang telah dimuat?

J : bisa langsung datang ke kantor menemui pihak manajemen atau bisa langsung ke redaksinya, jadi mereka menjelaskan kesalahannya dimana harusnya bagaimana itu pasti kita akomodir.

22. Kapan pengawasan tersebut dilakukan?

J : pengawasan nonformal itu biasanya kita lakukan setiap hari yang dilakukan malam hari, sedangkan yang formal tadi itu kita lakukan setiap minggu, jadi ngebahas semua hal, tidak hanya redaksi tapi juga manajemennya.

### **Wartawan**

**Nama : Hafid**

**No Hp : 081256312080**

1. Bagaimana proses peliputan yang dilakukan untuk mencari berita?

J : kalau saya, misalkan liputnya hari ini saya siapkan tadi malam, minimal narasumber siap untuk ditemui, biasanya ditelfon dulu pak besok ada dikantor gak bisa ketemu, seperti itu.

2. Bagaimana dengan peliputan berita yang sifatnya tidak terduga?

J : iya biasanya langsung diliput sja sih langsung terjun kelapangan, biasanya kan berita kayak gitu yang berbau bencana alam, kayak kebakaran, banjir, tabrakan. Nah karena saya desk nya liputan kota jdai kebanyakan bisa direncanakan sih,

3. Bagaimana proses liputan untuk isu-isu yang berkaitan dengan dua kota?

J : kalau saya sih memang difokuskan disamarinda aja, kalau urusan mengambil berita diluar itu urusan dari redaktornya, karena memang tidak terjangkau kesana.

4. Bagaimana proses penulisan berita? Bagaimana proses penulisan berita yang merupakan kiriman dari Balikpapan Pos begitu pula sebaliknya?

J : ya kalau saya menulis yang memang berita yang dari Samarinda saja, nah misalkan nih Jokowi datang, ya saya liputan pas Jokowi di Samarinda saja, Balikpapan ya di Balikpapan saja, kalau memang mau digabungin sih itu urusan redaktur.

5. Bagaimana proses penyuntingan berita atau hasil liputan yang berkaitan dengan dua kota? Apakah dilakukan pengeditan kembali?

J : nah kalau itu sih biasanya sih urusan redaktur, kita memang tugasnya mencari berita saja dan menyeter saja.

6. Adakah strategi khusus agar isi dari berita itu dapan menarik bagi pembaca?

J : terkadang kita sih cari angle yang berbeda.

7. Adakah kendala dalam mencari berita maupun penulisan berita?

J : kalau pencarian ya narasumber yang gak bisa ditemuin, biasanya menolak ditulis namanya. Terus kalau untuk menulisnya mati lampu hehe, ya terus misalkan dikejar deadline yang mepet biasanya kita mengetik pakai apa adanya seperti pakai HP, misalkan rumah Walikota kemalingan atau dijemput KPK ya terpaksa kita nulis pakai HP.

8. Seperti apa syarat yang dibutuhkan dalam suatu naskah berita untuk dapat layak terbit?

J : menarik, kejadian yang luar biasa sama yang berbau kepentingan masyarakat, kayak BBM naik, Elpiji langka, tarif PDAM naik.

9. Adakah strategi untuk menentukan judul berita agar menarik?

J : memang ada sih strategis khusus, tapi kalau saya menulis dengan fakta yang ada aja sih, ya bahasa-bahasanya aja yang dibikin menarik sih.

