

**MANAJEMEN REDAKSIONAL PEMBERITAAN FILM DI
RUANG REDAKSI TRIBUN JOGJA**

NASKAH PUBLIKASI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu
Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh
PRISMA ANGRINI
20140530053

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2018

HALAMAN PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

**Naskah Publikasi dengan Judul:
MANAJEMEN REDAKSIONAL PEMBERITAAN FILM DI
RUANG REDAKSI TRIBUN JOGJA**

Oleh:

**PRISMA ANGGRIINI
20140530053**

Yang Disetujui,
Dosen Pembimbing



**Budi Dwi Arifianto, S. Sn., M.Sn
NIP: 19801104201204 163 133**

MANAJEMEN REDAKSIONAL PEMBERITAAN FILM DI RUANG REDAKSI TRIBUN JOGJA

Prisma Anggrini¹, Budi Dwi Arifianto²

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya
Kasihani Tamantirto Bantul Yogyakarta
Alamat Email : anggraini.prisma@gmail.com, Buditobon@yahoo.com

ABSTRACT

Tribun Jogja is one of the local printed media company that qualified in managing news material, which starting from photo layout until placement of rubric. Tribun Jogja also have a film's rubric that especially attest local and national cinemas. Therefore focus in this research is to analyze the editorial management of film's articles in the Tribun Jogja's editorial room. Purposely to cognize the process of editorial supervision of film's articles, to describe every stages in planning the local or national film's articles and the mapping of local and national film's articles in Tribun Jogja's editorial room. This research used descriptive qualitative as the research methodology. Data was obtained by observation, documentation and interviews. The interviews were conducted with 4 (four) participants Tribun Jogja. The data analysis method used triangulation source. The result shows that the editorial management that implemented by Tribun Jogja is indirectly to be business management. It's shows from the use of "manager" in redactional section so there's only thin line which divide business management and redactional management. Tribun Jogja has mapped the local film and national film articles. Local films placed in the Kine Tribun rubric and directly covered by journalists from Tribun Jogja, while national films or commercial films are placed in the Gossip rubric and covered by journalists from Jakarta.

Keywords: Editorial Management, Cinema, Local Printed Media, News Production

ABSTRAK

Tribun Jogja adalah salah satu media cetak yang cukup lihai dalam mengolah materi pemberitaan sedemikian rupa, mulai dari tata letak foto sampai penempatan rubrik. Tribun Jogja merupakan media cetak lokal yang mempunyai rubrik film dan selalu aktif memberitakan film lokal maupun film nasional. Maka dari itu fokus utama dalam penelitian ini adalah menganalisis manajemen redaksional pemberitaan film di ruang redaksi Tribun Jogja yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen redaksional pemberitaan film di ruang redaksi, untuk mendeskripsikan tahapan dalam proses penyusunan pemberitaan film lokal maupun nasional dan pemetaan pemberitaan film lokal dan nasional di media cetak Tribun Jogja. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini diperoleh dari observasi, dokumentasi dan wawancara kepada 4 (empat) narasumber Tribun Jogja. Metode analisis data yang digunakan adalah triangulasi sumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen redaksional yang diterapkan oleh media cetak Tribun Jogja lebih mengarah kepada manajemen bisnis. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan nama “manajer” yang digunakan pada bagian redaksi sehingga tidak terlihat garis yang membatasi antara manajemen bisnis dan redaksional. Tribun Jogja telah memetakan berita film lokal dan berita film nasional, pemberitaan film lokal berada pada rubrik Kine Tribun yang diliput langsung oleh wartawan khusus film Tribun Jogja sedangkan film nasional atau film komersil di letakan pada rubrik Gossip yang diliput oleh wartawan yang bertugas di Jakarta.

Kata kunci: Manajemen Redaksional, Film, Media Cetak Lokal, Produksi Berita

Pendahuluan

Semua orang membutuhkan berita, baik itu berita politik, ekonomi, hiburan dan yang lainnya. Pemberitaan dari suatu berita itu sendiri sangat dinanti oleh khalayak yang membutuhkan informasi terlebih lagi apabila berita tersebut berita yang baru, terkini, atau hangat (*up to date*).

Adapun aspek penting agar sebuah informasi tersebut layak untuk memenuhi kebutuhan masyarakat maka diperlukan manajemen redaksional pemberitaan yang baik di ruang redaksi dalam mengelola informasi tersebut. Media massa cetak berbentuk surat kabar, tabloid, majalah, dan buletin. Seluruh organisasi yang bergerak di bidang pers, dalam mengolah informasi menggunakan proses kerja jurnalistik. Adapun tahapan-tahapan proses kerja jurnalistik yang berlaku dalam media cetak yaitu rapat redaksi, reportase, penulisan berita, *editing*, *setting* dan *layout*.

Disini peneliti akan fokus terhadap media cetak Tribun Jogja. Hal yang menarik dari media cetak ini, yaitu Tribun Jogja yang selalu aktif memberitakan film – film lokal mulai dari produksi, eksibisi dan distribusi dalam hari tertentu dan pada rubrik khusus. Berdasarkan uraian diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah mencari tahu bagaimana manajemen redaksional pemberitaan film di ruang redaksi Tribun Jogja, sehingga film tersebut menarik untuk diberitakan.

Menurut Sam Abede Pareno (2003:46), manajemen redaksional adalah penerapan fungsi-fungsi manajemen yang dilakukan oleh bidang redaksi melalui tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan dalam mengelola materi

pemberitaan yang mencakup proses peliputan, penulisan sampai dengan *editing* (penyuntingan).

Berita adalah hasil akhir dari sebuah proses yaitu produksi berita. Proses pengelolaan berita dilakukan oleh bagian redaksional. Bagian redaksional ini dipimpin oleh seorang pemimpin redaksi dan membawahi jabatan redaksional lainnya seperti redaktur pelaksana, redaktur desk (bidang pemberitaan tertentu), dan wartawan. (Pramesti,2014:68).

Jurnalistik mengenal apa yang dinamakan nilai berita. Nilai berita menurut Santana (2005:18) adalah sesuatu yang memenuhi unsur layak berita. Unsur layak berita dibagi menjadi 10 kategori, yaitu *Immediacy*/Timeliness terkait dengan kesegaran peristiwa yang dilaporkan, *Proximity* terkait dengan kedekatan peristiwa dengan pembaca dalam keseharian mereka, *Consequence* berkaitan dengan peristiwa yang mengandung konsekuensi bagi publik, *Conflict* terkait dengan peristiwa yang mengandung unsur-unsur konflik seperti perang, demonstrasi, kriminal, dan sebagainya, *Oddity* merupakan peristiwa yang tidak bisa terjadi di masyarakat, *Sex* menyangkut peristiwa yang dibubuhi elemen seks, *Emotion / Human Interest* merupakan peristiwa yang berkaitan dengan empati orang, *Prominence* berkaitan dengan unsur keterkenalan dari *public figure*, tempat, benda, dan sebagainya, *Suspense* berkaitan dengan peristiwa yang ditunggu-tunggu oleh masyarakat, *Progress* merupakan elemen perkembangan peristiwa yang ditunggu masyarakat.

Santana (2005:71) memaparkan proses produksi berita ini dimulai dengan pencarian fakta oleh reporter atau jurnalis di lapangan. Pencarian fakta ini bisa dilakukan dengan banyak hal seperti observasi, wawancara, studi dokumentasi, dan sebagainya.

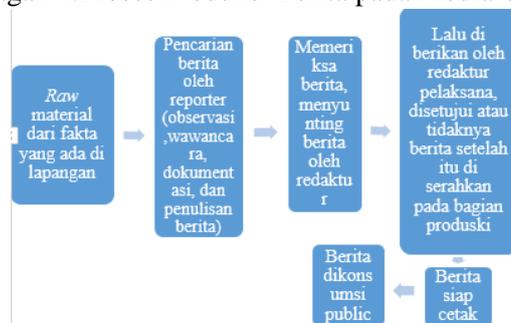
Setelah melakukan peliputan, jurnalis akan melakukan penulisan berita sesuai dengan konstruksi yang ada dalam dirinya. Santana dalam buku Sport Komunikasi, dan Audiens (Pramesti, 2014: 72-73) membagi kategori berita menjadi delapan kategori, yaitu, *Hard news* menyangkut hal – hal penting yang langsung terkait dengan kehidupan pembacanya. Berita *hard news* ini biasa disebut dengan berita *straight news*. Berita ini memiliki kecenderungan berisi berita yang keras dan padat terkait dengan isu – isu yang tengah berkembang, *Feature news* berkaitan dengan kisah peristiwa yang menimbulkan kegemparan atau imaji-imaji (pencitraan). Kisah peristiwa didesain untuk menghibur masyarakat, namun tetap terkait dengan hal – hal yang menjadi perhatian atau mengandung informasi bagi khalayak berita. Berita – berita *feature news* biasanya akan mengupas lebih dalam sisi dibalik narasumber berita misalnya pengalaman hidup, jati diri dan sebagainya, *Sport news* berkaitan dengan berita – berita yang mengupas soal isu–isu olahraga. Berita ini meliputi hasil pertandingan, kompetisi, pemain, kegemaran pemain, *supporter* dan sebagainya, *Social news* berkaitan dengan kehidupan sosial masyarakat, *Interpretive* berkaitan dengan berita–berita dianalisis lebih mendalam, *Science* merupakan berita yang menjelaskan soal kemajuan perkembangan keilmuan dan teknologi, *Consumer* merupakan berita yang membantu khalayak untuk membeli kebutuhan sehari–hari, *Financial* merupakan berita yang memfokuskan diri pada bidang–bidang bisnis, komersial atau investasi,

Setelah penulisan berita, reporter akan melaporkan berita kepada redaktur. Setelah itu masuk kedalam proses *gatekeeping*, dalam proses ini berita akan diseleksi

kelayakannya untuk dimuat. Setelah penyeleksian berita selesai, maka berita siap di-*layout*, dicetak, dan dipublikasikan.

Dari penjelasan di atas proses produksi berita dapat digambarkan dalam sekema berikut:

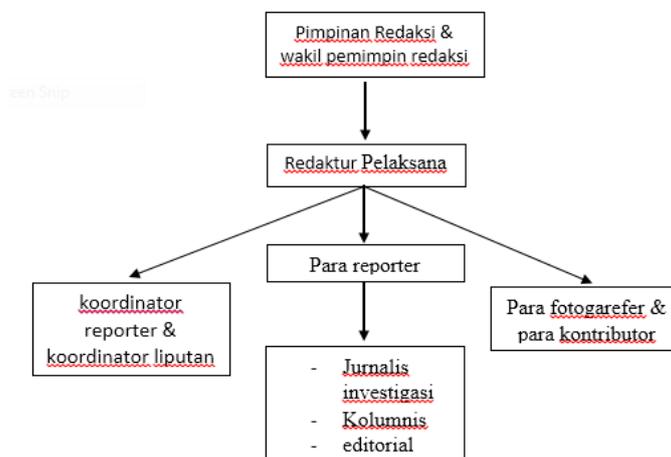
Bagan 1. Proses Produksi Berita pada Media Cetak



Sumber: Diolah dari berbagai sumber

Adapun struktur redaksional yaitu, bagian redaksional diketuai oleh pemimpin redaksi (pemred) yang bertanggung jawab pada keseluruhan isi pemberitaan media yang dipimpinnya. Pada hakikatnya, dalam sudut pandang manajemen, pemimpin redaksi adalah manajer bagi pemberitaan media. Fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan dalam manajemen pemberitaan menjadi tanggung jawab pemimpin redaksi (Junaedi 2014:59).

Dalam penjelasan di atas bahwa bagian redaksional disini yang mencari berita lalu menuliskan berita secara subyektif lalu di tempatkan pada halaman atau rubrik tertentu. Adapun Struktur redaksional yang dipaparkan oleh Schement dalam Junaedi (2014) yaitu:



Bagan 2. Struktur Redaksional Media Massa

Metode Penelitian

Penelitian ini mengacu pada penelitian jenis kualitatif, penelitian kualitatif merupakan suatu strategi *inquiry* yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang adanya suatu fenomena yang terjadi bersifat fokus dan multimetode, bersifat alami dan holistik, dan mengutamakan kualitas yang kemudian disajikan secara naratif (Yusuf, 2014:329). Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif merupakan penelitian yang menggambarkan secara sistematis dan akurat, fakta dan karakteristik mengenai populasi atau bidang tertentu (Moleong, Lexy J 1998:3).

Peneliti menggunakan paradigma interpretif untuk mengamati realitas yang bersifat holistik khususnya dalam fenomena yang akan diteliti. Penelitian interpretif percaya bahwa data kualitatif dapat menggambarkan proses realitas sosial yang sangat cair secara akurat (Neuman, 2007: 43). Adapun pihak yang dijadikan informan dan sumber data dalam penelitian ini adalah:

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari narasumber. Dalam hal ini adalah pemimpin redaksi, dan staf bagian redaksional.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari catatan atau dokumen Tribun Jogja.

Pembahasan

Acuan yang dilakukan untuk melihat bagaimana terapan manajemen dalam keredaksian Tribun Jogja yaitu dengan menggunakan teori yang telah di kemukakan Sam Abede Pareno (2003:46) mengenai fungsi-fungsi manajemen bidang redaksi melalui tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan, dan pengawasan dalam mengelola materi pemberitaan yang mencakup proses peliputan, penulisan sampai dengan *editing* (penyuntingan). Terkait dengan definisi diatas, berikut akan dijelaskan lebih dalam lagi bagaimana penerapan fungsi manajemen redaksi pemberitaan film yang dijalankan oleh Tribun Jogja, baik dari fungsi perencanaan hingga berita siap diterbitkan.

Perencanaan

Fungsi perencanaan, sebagaimana telah diurai pada bagian sebelumnya yaitu merupakan kegiatan penyusunan atau penetapan visi, misi, nama media, moto, rubrikasi, segmentasi pasar (*positioning*) yang mencerminkan visi dan misi media tersebut (Romli, 2005:19).

Proses perencanaan Tribun Jogja dan penetapan ada beberapa langkah, berikut ialah proses perencanaan Tribun Jogja menetapkan visi dan misi. Tribun Jogja mengedepankan visi menjadi kelompok usaha penerbitan surat kabar, media online dan percetakan daerah terbesar dan tersebar di DIY dan Jateng, serta misi untuk menciptakan informasi yang terpercaya.

Tribun telah berinovasi untuk membuat rubrikasi khusus untuk berita film. Melihat masyarakat Yogyakarta sangat antusias dengan film, terutama anak muda. Hal tersebut berlandaskan *tagline* yang dimiliki oleh Tribun yaitu “Spirit Baru DIY Jateng”. Dengan adanya rubrikasi yang mendukung sineas-sineas Yogyakarta, setidaknya hal ini telah memberikan *spirit* baru kepada masyarakat Yogyakarta.

Dalam merencanakan peliputan berita film, wartawan akan diberi pengarah pada awal mula bergabung dalam wartawan film yang bertanggung jawab pada Kine Tribun. Pengarahan tersebut dilakukan oleh pimpinan redaksi atau editor yang bertugas mengenai hal berita apa saja yang harus diangkat dan karakteristik penulisan berita.

Rubrik khusus pemberitaan film terdapat pada rubrik Kine Tribun, Berita film yang disajikan oleh Kine Tribun bertujuan untuk mengapresiasi sineas muda Yogyakarta yang mempunyai prestasi dalam bidang film. Rubrik Kine terbit setiap hari Minggu. Sehingga dapat dikatakan rubrik tersebut termasuk dalam terbitan berkala karena diterbitkan secara teratur atau terus menerus. Hal ini ditunjang oleh terori yang yang dikemukakan oleh Margono (2014) mengatakan bahwa berdasarkan ketentuan ISO 3297:2007, terbitan berkala adalah sebagai publikasi yang diterbitkan secara teratur (terus menerus) dan berurutan dalam

media apapun selama waktu yang tidak ditentukan. Jumlah atau oplah pada terbitan berkala sudah ditentukan, batas waktu penerbitannya tidak ditentukan, dan mempunyai nomor urut berupa angka atau kronologi. Adapun karakteristik terbitan berkala, Lasa (1994) mengatakan ada beberapa ciri atau karakteristik yang membedakan antara terbitan berkala/berseri dengan koleksi yang lain, yaitu dalam satu kali terbit memuat beberapa tulisan yang ditulis oleh beberapa orang dengan topik dan gaya bahasa yang berbeda, artikel atau tulisan pada umumnya tidak terlalu panjang sebagaimana pada buku teks, menyampaikan berita, peristiwa, penemuan dan ide baru atau sesuatu yang dianggap menarik perhatian masyarakat pada umumnya, dikelola oleh sekelompok orang, yang kemudian membentuk perkumpulan, organisasi maupun susunan redaksi, merupakan bentuk arsip ilmiah yang telah diketahui oleh masyarakat umum, terbit terus menerus dengan memiliki kala, waktu, frekuensi terbit tertentu.

Hari Minggu dianggap hari yang tepat untuk menampilkan rubrik Kine tersebut, karena film dianggap berita hiburan dimana orang santai sehingga tepat untuk mengupas suatu film terutama film *indie* karya sineas Yogyakarta.

Rubrik hiburan termasuk dalam fungsi media, seperti yang dijelaskan menurut Wright fungsi media dibagi menjadi empat yaitu:

- a) Fungsi pengawasan (*surveillance*), yaitu memberikan informasi berita seperti ekonomi, laporan bursa pasar, lalu lintas, cuaca dan lain sebagainya.
- b) Fungsi pembangunan (*correlation*), media seringkali memasukan kritik dan cara bagaimana seorang harus beraksi terhadap kejadian tertentu. Karena itu korelasi menjadi bagian media yang berisi editorial dan propaganda.
- c) Fungsi pentransferan budaya (*transmission*), yaitu dimana media menyampaikan informasi, nilai, norma dari satu generasi ke generasi berikutnya atau dari anggota masyarakat ke kaum pendatang.
- d) Fungsi hiburan (*entertainment*), media hiburan dimaksudkan untuk mengisi waktu luang. Media mengekspos budaya massa berupa seni dan musik pada berjuta-juta orang dan sebagian orang merasa senang karena bisa meningkatkan rasa dan pilihan publik dalam seni (Saverin, 2009:386)

Rubrik Kine Tribun pada media cetak Tribun Jogja dianggap sebagai fungsi hiburan (*entertainment*) seperti yang telah dijelaskan oleh Wright. Oleh karena itu pengemasan berita pada rubrik Kine Tribun dikemas dalam bentuk *soft news* dan *easy reading*.

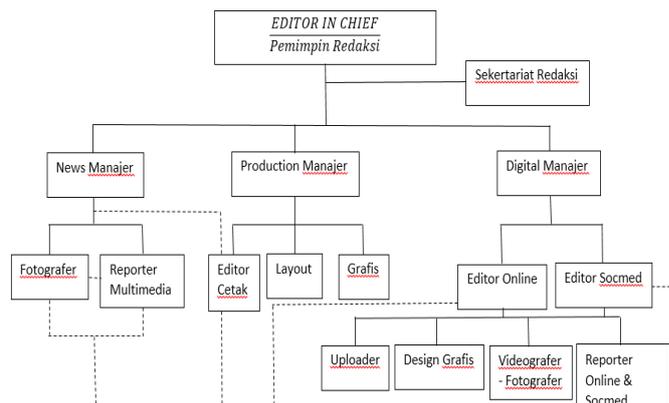
Sebelum melakukan penelitian lebih jauh peneliti menemukan keunikan yang terdapat pada perencanaan pencarian berita film bila dibandingkan dengan teori yang telah dijabarkan oleh peneliti, pola kerja bidang redaksional yaitu merencanakan, melaksanakan, dan menghasilkan peristiwa yang diberitakan, sehingga jajaran ini disibukan oleh rapat redaksi yang memutuskan peristiwa apa yang diangkat atau peristiwa mana yang ditanggguhkan (Santana, 2005:188).

Bidang redaksional Tribun Jogja dalam pencarian berita film tidak pernah diadakan rapat untuk pencarian berita atau isu yang ingin diangkat, dikarenakan wartawan sudah mendapatkan pengarahan dalam hal pemberitaan pada awal wartawan bergabung. Tribun Jogja telah mempunyai wartawan khusus untuk meliput berita film.

Pengorganisasian

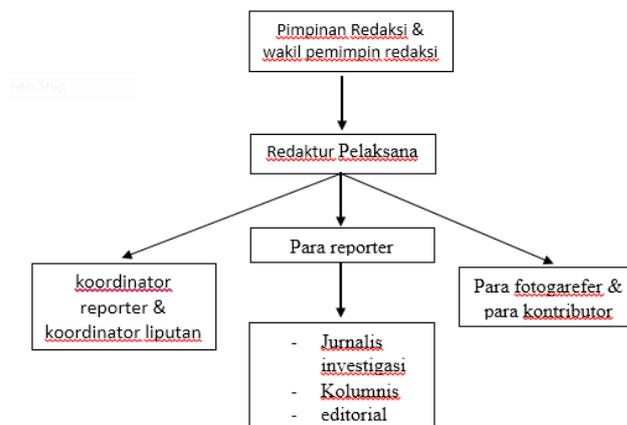
Secara garis besar manajemen media cetak terbagi dalam dua ruang lingkup manajemen yaitu manajemen perusahaan yang mengatur aspek bisnis. Kedua manajemen redaksional, yaitu manajemen dalam media yang mengurus pada aspek jurnalistik (Junaedi, 2014:56). Hal tersebut seperti pengorganisasian yang terdapat pada media cetak Tribun Jogja. Fungsi pengorganisasian yang diterapkan pada Tribun Jogja di bidang redaksi beda dari media pada umumnya.

Terlihat pada bagan tersebut terdapat dua jenis garis yaitu garis putus-putus dan garis



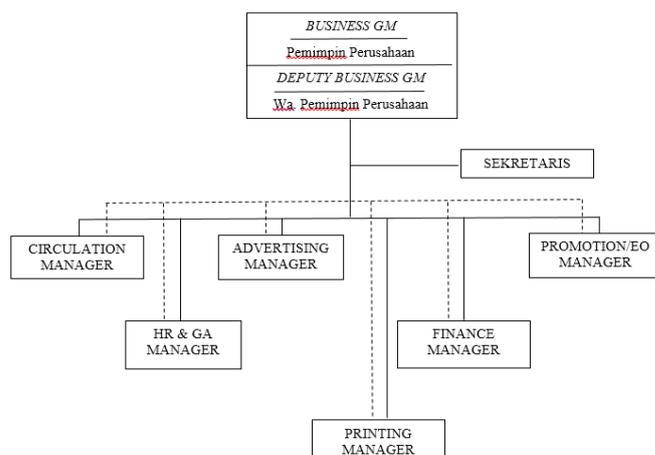
Bagan 3. Struktur Organisasi Redaksi Tribun Jogja

yang menyambung. Tribun Jogja telah membuat alur organisasi redaksi yang beda dari media lain yaitu ada alur koordinasi langsung dan tidak langsung, ini bertujuan untuk keefisienan dalam berkoordinasi sehingga dapat memenuhi informasi bagi masyarakat. Jika dilihat dari struktur organisasi Tribun Jogja, bahwa sistem organisasi redaksi sangatlah berbeda dengan apa yang dipaparkan oleh Schement (2002:657). Sebelum melakukan penelitian lebih jauh mengenai struktur organisasi redaksi Tribun Jogja. Untuk lebih jelasnya peneliti akan melakukan perbandingan antara alur organisasi Tribun Jogja dengan alur organisasi menurut Schement, yakni sebagai berikut:



Bagan 4. Struktur redaksional media massa menurut Schement

Ditemukan beberapa keunikan yang membuat sistem organisasi redaksi Tribun Jogja ini tidak dapat diterapkan pada organisasi redaksi media cetak lainnya yaitu, tidak ada wakil pemimpin redaksi dan redaktur pelaksana. Pemimpin redaksi tribun Jogja dibantu langsung oleh sekretaris redaksi. Sekretaris redaksi sekaligus bertugas membantu manajer-manajer dalam hal koordinasi dan mengurus surat-surat yang masuk berkaitan dengan kunjungan dari sekolah atau mahasiswa. Tribun Jogja memiliki beberapa manajer dalam organisasi redaksi Tribun Jogja, hampir semua bagian yang dibawah oleh manajer terhubung dengan garis putus-putus. Garis putus-putus tersebut dapat diartikan sebagai proses organisasi langsung tanpa harus laporan kepada manajer. Hal tersebut bertujuan agar lebih efisien dalam hal waktu sehingga sistem kerja lebih cepat. Tribun mempunyai sistem organisasi bisnis, organisasi bisnis pada Tribun Jogja fokus terhadap sistem oplah media cetak Tribun Jogja.



Bagan 5. Struktur Organisasi Bisnis Tribun Jogja

Pada bagian bisnis terdapat dua jenis garis yaitu garis putus-putus dan garis yang menyambung. Artinya dalam struktur organisasi bisnis juga memiliki sistem organisasi langsung dan tidak langsung yang bertujuan memperlancar proses kerja sehingga tujuan bisa lebih mudah tercapai. Bidang bisnis tersebut lebih fokus terhadap iklan dan sistem oplah media cetak Tribun Jogja. Tribun Jogja telah memaksimalkan pemanfaatan sumber daya yang ada dan dianggap mampu dalam bidang yang sudah ditetapkan untuk mencapai suatu tujuan yang telah direncanakan. Seperti yang telah dijelaskan oleh Fayol dalam Djuroto (2004:96) pengorganisasian ini meliputi pembentukan bagian-bagian, pembagian tugas, pengelompokan pegawai, dan lain-lain.

Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dalam manajemen redaksional adalah aktivitas yang menggerakkan orang-orang beserta fasilitas penunjang untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan, yaitu menghasilkan produk jurnalistik. Aktivitas tersebut meliputi peliputan, penulisan, dan penyuntingan berita.

Adapun alur peliputan berita pada Tribun Jogja yaitu, seperti yang dijelaskan pada bagan berikut:



Bagan 6. Proses liputan pemberitaan film di Tribun Jogja

Proses peliputan pemberitaan film Tribun Jogja dilaksanakan oleh seorang reporter atau wartawan khusus yang memang sudah ahli dalam bidang film. Sebelum terjun ke lapangan wartawan akan diarahkan terlebih dahulu dalam hal gaya penulisan, jenis atau konten berita yang akan ditulis. Pengarahan ini tidak dilakukan terus menerus. Pengarahan ini akan dilakukan pada awal bergabung dalam wartawan film. Biasanya yang melakukan pengarahan adalah pimpinan redaksi atau editor yang ditugaskan. Lalu wartawan akan mencari bahan berita melalui media sosial, *press release*, *press conference* serta liputan langsung dan menuliskan berita yang ada di lapangan berdasarkan hasil riset melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara. Selanjutnya wartawan akan mengirimkan berita kepada editor melalui email sehingga berita siap untuk diolah dari segi isi dan tampilan.

Dalam pembuatan judul Tribun Jogja tetap berpegangan pada ilmu jurnalistik. Membuat judul yang terdapat nilai berita dan sisi kemenarikan. Tribun Jogja telah menganut paham *news magazine* dengan dibuktikannya tampilan *layout* yang mengeluarkan jiwa majalah. Dalam berita edisi Minggu Tribun Jogja menampilkan berita-berita yang sifatnya *easy reading*. Tribun Jogja menganut paham *news magazine*. Hal ini dapat dibuktikannya dengan gambar sebagai berikut:



Gambar 1. Tampilan *layout* dengan mengeluarkan jiwa majalah

Menurut pengamatan peneliti fungsi pelaksanaan yang dilakukan Tribun Jogja telah sesuai dengan teori yang peneliti jelaskan menurut Alam yang mendefinisikan bahwa dalam tahap ini semua bagian bekerja sesuai dengan perencanaan (*palnning*) dan pengorganisasian (*organizing*) yang telah disusun termasuk rubrikasi, karakteristik berita layak muat, tema-tema yang diangkat, kriteria dan narasumber dan lain sebagainya. Terdapat perbedaan tahapan pelaksanaan Tribun Jogja dibandingkan tahapan yang dikemukakan oleh Romli (2005:19-20) bahwasanya tahapan ini diawali dengan rapat redaksi. Tribun tidak melakukan rapat redaksi untuk pemberitaan film, dikarenakan pada awal mula wartawan bergabung wartawan sudah diberi pengarahan atau pelatihan untuk karakteristik berita yang akan dimuat dalam rubrik Kine Tribun. Sehingga pimpinan redaksi dan editor sepenuhnya poercaya kepada wartawan untuk meliput suatu pemberitaan film di Yogyakarta.

Pengawasan

Pengawasan dalam manajemen media massa menjadi penting agar kualitas media tetap terjaga. Penurunan kualitas media akan membuat kekecewaan khalayak sehingga mereka beralih ke media massa lain. Dengan pengawasan yang baik, kualitas media akan terjaga sehingga kebutuhan khalayak terpenuhi (Junaedi, 2014:47).

Tribun Jogja selalu mengadakan evaluasi setiap tahunnya. Evaluasi selalu diadakan oleh Tribun Jogja setiap tahun agar dapat mengetahui bagian bisnis dan redaksi tetap seimbang. Sistem alur evaluasi pada media cetak Tribun yaitu, pada awalnya Tribun melakukan evaluasi pada setiap departemen yang hasilnya akan di bawa pada tahap manajerial dan pemimpin perusahaan lalu hasil *meeting* tersebut akan di bawa ke pusat Jakarta oleh pemimpin perusahaan.

Tribun Jogja melakukan evaluasi pada isi pemberitaan melalui kolom informasi format kritik dan saran. Kolom tersebut terdapat pada rubrik Public Service.



Gambar 2. Format kritik dan saran pada sebuah pemberitaan, yang terdapat pada rubrik public service

Melalui kolom kritik dan saran Tribun Jogja dapat merespon kebutuhan masyarakat sehingga setiap tahunnya Tribun Jogja selalu mengadakan *regrouping* terhadap rubrik-rubrik yang masih dalam satu konten. Tujuan *regrouping* tersebut adalah agar dapat menambahkan rubrik baru sesuai kebutuhan masyarakat. Seperti yang terlihat pada gambar berikut:



Gambar 3. Rubrik Kine Tribun pada tahun 2017 dan rubrik Musik Kine pada tahun 2018

Evaluasi selalu diadakan oleh Tribun Jogja setiap tahun agar dapat mengetahui bagian bisnis dan redaksi tetap seimbang. Sesuai apa yang dikemukakan oleh Junaedi (2014:47) dalam buku Manajemen Media Massa bahwa, dalam manajemen media massa pengawasan menjadi penting agar kualitas media tetap terjaga.

Produksi berita

Tribun Jogja telah melihat perkembangan sineas Jogja yang sangat pesat dan banyak anak muda yang tertarik pada film dengan diadakannya nonton bareng dan diskusi film di Tribun Jogja. Sehingga dalam diadakannya nonton bareng dan diskusi film, Tribun berinovasi untuk membuat rubrik khusus film yang diberi nama Kine Tribun.

Seperti yang telah dijelaskan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese (1996:71) bahwa sebuah produksi teks media dipengaruhi oleh lima faktor yaitu *individual level*, *media routine level*, *organization level*, *extra media level*, dan *ideology level*. Jika dilihat dari penjelasan sebelumnya, peneliti menemukan faktor teks media yang mempengaruhi Tribun Jogja menciptakan Kine Tribun yaitu, bahwa Tribun Jogja melahirkan rubrik Kine Tribun karena dipengaruhi oleh lingkungan sekitar yaitu untuk merespon dan menjadi wadah sineas muda berbakat dan berprestasi di Yogyakarta. Jika dikaitkan dengan teori maka produksi teks media Kine Tribun masuk kedalam faktor ekstramedia (*extramedia level*) yang memiliki penjelasan bahwa faktor ekstramedia ini berhubungan dengan faktor lingkungan diluar media. Faktor luar media terdiri dari berbagai pihak, diantaranya sumber berita yang memiliki kepentingan tertentu.

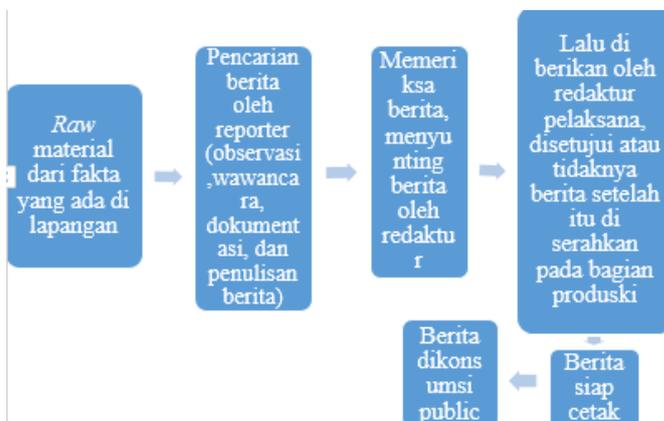
Dalam produksi berita, wartawan akan menuliskan berita lalu wartawan akan melaporkan berita kepada redaktur untuk kelayakan berita atau disebut dengan *gatekeeping* setelah itu berita siap di-*layout*, dicetak dan dipublikasikan (Pramessti, 2014:73). Dalam menentukan kelayakan berita atau *gatekeeping* dalam produksi berita Tribun adalah editor. Peneliti akan melakukan perbandingan dilihat dari bagan produksi berita yang didapatkan melalui beberapa sumber dan produksi berita Tribun Jogja.

Produksi berita di media cetak Tribun Jogja dapat digambarkan seperti bagan dibawah ini:



Bagan 7. Model produksi berita Tribun Jogja

Sedangkan bagan poduksi media cetak yang diolah dari berbagai sumber adalah sebagai berikut:



Bagan 8. Produksi berita media cetak yang diolah dari berbagai sumber

Keunikan yang ditemukan setelah melakukan perbandingan alur produksi media cetak Tribun Jogja dan alur produksi media pada umumnya yaitu, Tahap terakhir pengecekan berita di Tribun Jogja dilakukan oleh manajer produksi berbeda dengan yang didapat dari berbagai sumber yaitu tahap penyeleksian berita dilakukan oleh redaktur pelaksana dan Sebelum melakukan pengecekan berita oleh manajer produksi, bagian *layout man* akan melakukan *print out* dan diberikan ke manajer produksi untuk pengecekan judul dan tata wajah. Jika ada perubahan dalam hal penulisan ataupun tata wajah akan segera dilakukannya revisi lalu setelah itu *layout man* akan segera mengirim kepercetakan dan berita siap untuk dicetak dan dipublikasi. Dalam produksi berita Tribun Jogja telah mempunyai konsep *micro people* dan menganut paham *news magazine*. Pada edisi Minggu, Tribun Jogja telah menganut paham *news magazine* dengan tampilan *layout* yang menarik, yaitu dengan cara mengeluarkan jiwa

majalah dan *easy reading*. Konsep *micro people* ditonjolkan oleh Tribun pada sisi lain yang mungkin tidak diketahui oleh pembacanya. Konsep *micro people* sering digunakan untuk berita-berita harian. Dalam pembuatan judul *micro people* adalah pembuatan judul yang mengarah pada sudut pandang orang. Berikut adalah salah satu contoh berita film pada rubrik Kine Tribun dengan menggunakan konsep *micro people*.



Gambar 4. Contoh judul konsep *micro people* pada media cetak Tribun jogja

Dalam pemberitaan film pada rubrik Kine Tribun peneliti melihat bahwa ternyata teori-teori dalam nilai berita yang dikelompokkan oleh Santana (2005:18) sudah tidak semuanya aktual dalam kehidupan sehari-hari. Berita-berita film di Tribun Jogja dibingkai ringan oleh redaksi sehingga lebih mengarah pada karakter berita *soft news*. Berita film di Tribun Jogja tidak hanya melihat dari sisi film, tempat maupun artisnya saja tetapi dari sisi bagaimana *sounding film*, pendanaan film, diskusi film, sampai dengan pemutaran film. Pemberitaan film di rubrik Kine Tribun seperti data dokumentasi yang telah peneliti dapatkan sebagai berikut:



(a)

(b)



(c)



(d)

Gambar 5. (a) Maksud dan tujuan film, (b) Pemutaran dan diskusi film, (c) Pendanaan film, (d) Festival bioskop FKY

Tribun Jogja telah memetakan pemberitaan film nasional dan pemberitaan film lokal. Film nasional atau film komersil masuk dalam rubrik Gossip. Pemberitaan pada rubrik Gossip ditulis oleh wartawan Tribun yang bertugas di Jakarta (Tribunnews.com atau TribunJakarta.com) dan bersifat *entertainment*. Berita ini diambil dari Jakarta mulai dari *layout*-nya sampe isi berita, lalu dikirim melalui PDF dan dipasang di rubrik Gossip. Peneliti menemukan data dokumentasi pemberitaan film pada rubrik Gossip seperti berikut:



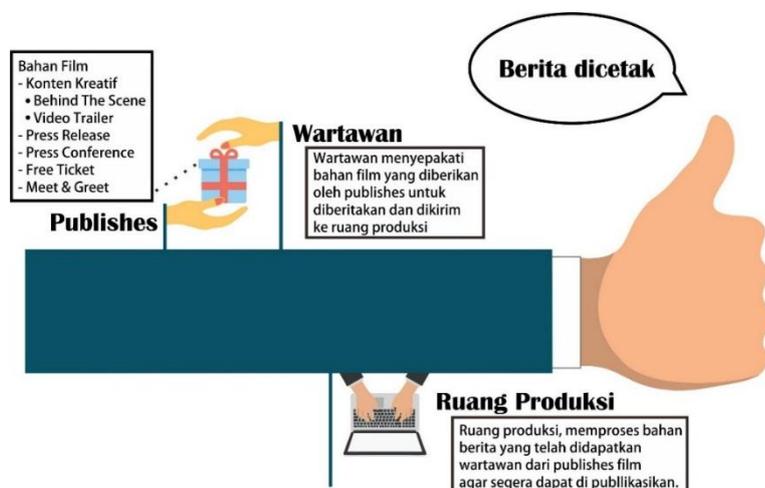
Gambar 6. Penulisan nilai berita film komersil dalam rubrik Gossip

Pemberitaan film tersebut dibingkai dalam bentuk *feature news*, karena lebih melihat dari sisi keterkenalan *public figure*. Pada rubrik Gosip 10 kategori nilai berita yang dijelaskan oleh Santana (2005:18) masih berlaku sehingga nilai berita yang digunakan pada rubrik Gosip yaitu *prominence* yang artinya berkaitan dengan unsur keterkenalan dari *public figure*, tempat, benda, dan sebagainya.

Publishes film dan media

Film membutuhkan promosi melalui media tersebut, tidak jarang para *publishes* film menggunakan media tersebut untuk mempromosikan film. Untuk melakukan promosi film di media cetak seperti koran sedikit berbeda dengan media massa lainnya. Hasil dari wawancara yang telah peneliti lakukan dengan pihak Tribun, bahwasanya ada beberapa syarat yang harus dipenuhi untuk melakukan kerjasama *publishes* film dengan media.

Berikut peneliti memaparkan alur kerja sama *publishes* film dengan media cetak Tribun Jogja.



Bagan 9. Model kerja sama *publishes* film dengan media dalam memberitakan film

Pada dasarnya *publishes* film harus teliti dalam memilah-milah. Pada media cetak *publishes* bisa melihat ruang atau rubrik untuk pemberitaan film atau *event* dan biasanya untuk media sosial *publishes* bekerja sama dengan *buzzer-buzzer* seperti info seni, info pemutaran film, film *update* dan lain sebagainya. Media *online* seperti itulah sangat membantu untuk mendatangkan penonton dari *followers* mereka yang sudah terbukti banyak.

Sistem kerja *publishes* yaitu mulai dari pra-produksi sampai dengan *pasca*-produksi. Kegiatan yang dilakukan oleh *publishes* film untuk menarik media yaitu mulai dari tahap penulisan naskah film *publishes* sudah mulai memberitakan di media sosial bahwa akan rilis film tersebut setelah itu *publishes* membuat konten-konten kreatif seperti *behind the scene*, *video trailer* tanggal *launching*, gambar potongan adegan yang menarik dan lain sebagainya hal tersebut untuk bahan pemberitaan media sosial.

Publishes membuat *press release* untuk media cetak yang berisikan 5W+1H. Mengadakan *press conference*, disini *publishes* akan mengundang media untuk datang dan bertemu langsung dengan narasumber untuk mendapatkan data dan biasanya disini *publishes* sudah menyediakan *press release* untuk di berikan media, *publishes* wajib menyediakan *free* tiket dan tempat khusus untuk wartawan, agar mereka bisa menonton film sehingga bisa lebih mudah mengulas pemberitaan, lalu mengadakan nonton bareng yang mendatangkan produser, sutradara, artis dan *meet and greet* khusus media.

Penutup

Dari uraian penelitian yang telah dipaparkan pada bab tiga, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Tribun Jogja telah memfasilitasi sineas muda Yogyakarta, dengan dibuktikan hadirnya Kine Tribun sebagai wadah untuk mempublikasikan film karya sineas Yogyakarta. Kine Tribun juga memuat berita tentang aktifitas film di Yogyakarta.

Aktifitas film yang telah diselenggarakan di Yogyakarta yaitu seperti festival film JAFF-NETPAC, FFD (festival film dokumenter), FFI (festival film Indonesia) ke-31, dan bioskop FKY. Selain itu Kine Tribun juga memuat berita pemutaran film yang diadakan oleh

suatu organisasi kampus seperti Movieland (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta), Sewon Screening (Institut Seni Indonesia), Jama'ah Cinema (UIN Sunan Kalijaga), KDM (klub DIY menonton).

Kine Tribun terbit setiap hari Minggu sehingga pemberitaan tersebut dibingkai ringan oleh bagian redaksi Tribun Jogja. Hal ini dapat dilihat dalam penulisan yang telah disajikan Kine Tribun yaitu dalam bentuk *softnews* dan *layout* yang menarik. Hal ini adalah sebagai salah satu bentuk bahwa Tribun Jogja telah menganut paham news magazine pada edisi Minggu.

Tribun Jogja telah memisahkan antara pemberitaan film lokal dan film nasional. Film lokal terletak pada rubrik Kine Tribun yang mempunyai wartawan khusus, adapun nilai berita yang terkandung pada rubrik Kine Tribun yaitu sudah tidak mengikuti teori nilai-nilai berita yang ada karena Kine Tribun memberitakan film mulai dari diskusi film, alasan film itu lahir sampai dengan festival yang ada di Yogyakarta. Adapun film nasional atau film komersil terletak pada rubrik Gossip, sumber pemberitaan tersebut diambil melalui wartawan yang bertugas di Jakarta dan dibingkai dalam bentuk *feature news* sedangkan nilai berita yang digunakan yaitu *prominence*. Hal tersebut bertujuan untuk menarik minat pembaca sehingga mendapatkan pembaca yang banyak.

Selain itu peneliti juga menemukan fakta baru dalam pengelolaan manajemen Tribun Jogja, yaitu terdapat pembagian struktur yang tidak sesuai pada bagian manajemen redaksional dan manajemen perusahaan. Penggunaan nama manajer apabila digunakan pada bagian redaksi tidak tepat, karena nama manajer lebih mengarah kepada manajemen bisnis. Menurut pengamatan peneliti tidak terlihat struktur organisasi yang membatasi garis manajemen bisnis dan redaksional sehingga prinsip manajemen yang dianut oleh media cetak Tribun Jogja lebih berorientasi pada bisnis, dimana lebih mengedepankan keuntungan secara komersial.

Menurut pengamatan peneliti korelasi antara publishes film dan wartawan agar berita dapat dimuat di rubrik Kine Tribun adalah publishes harus membawa bahan-bahan berita seperti konten video trailer, *behind the scene*, *press release*, *press conference* dan mengadakan *meet and greet* serta memberi tiket gratis kepada wartawan. Sehingga pada kasus ini terlihat wartawan menerima amplop dalam bentuk tiket gratis dari publishes film, jika dikaitkan dengan etika jurnalistik hal tersebut telah melanggar etika jurnalistik pada Bab 1 tentang kepribadian dan integritas pasal 4 yang berbunyi wartawan Indonesia tidak menerima imbalan untuk menyiarkan atau tidak menyiarkan berita, tulisan atau gambar yang dapat menguntungkan atau merugikan seseorang atau sesuatu pihak.

Peneliti menyimpulkan bahwa terdapat kekeliruan mengenai prosedur publishes film yang langsung berhubungan dengan pihak wartawan Tribun Jogja, sehingga tidak melalui alur yang tepat dalam proses kerjasama antara publishes film dengan media.

Referensi

- Aryanto, I. K. (2015). *Festival Film di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Yogyakarta. Dinas Kebudayaan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta
- Junaedi, Fajar [ed]. 2016. *Menikmati Budaya Layar, Membaca Film*. Yogyakarta: Litera
- Cresswell, J. W. 2010. *Research Design: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

- Carter, Cynthia, Stuart Allan, Barbara Adam. 1999. *Environmental Risk and The Media*. New York: Routledge
- Djuroto, Totok. 2004. *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya
- Hadi, Sutrisno. 1994. *Statistik dalam Basic Jilid I*. Yogyakarta: Andi Offset
- Junaedi, Fajar. 2014. *Manajemen Media Massa: Teori, Aplikasi dan Riset*. Yogyakarta: Litera
- Lasa, HS. 1994. *Pengelolaan Terbitan Berkala*. Yogyakarta: Kanisius
- Morissan. 2008. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Kencana
- Morissan. 2011. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana
- Milkhelsen, Britha. 1999. *Metode Penelitian Partisipatoris dan Upaya-upaya Pemberdayaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Moleong, Lexy J. 1998. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Noeng, Muhadjir. 1985. *Metodologi Penelitian Ilmiah (Dasar Metode Teknik)*. Bandung: Tarsito
- Neuman, W. L. 2007. *Basics of Social Research Quantitative and Qualitative Approach*. Boston: Pearson Education
- Ndaraha, Taliziduhu. 1985. *Teori Metodologi Administrasi*. Jakarta: PT Bina Aksara
- Nasution, S, Thomas, M. 1994. *Buku Penentuan Membuat Tesis Skripsi Disertai Makalah*. Jakarta: Bumi Aksara Metode Teknik
- Novita, E. Y. (2004). *Bicaralah dengan film. Gong: Media, Seni dan Pendidikan Seni 24*. Yogyakarta: Yayasan Media dan Seni Tradisi.
- Nugroho, Garin dan Dyna Herlina Suwanto. (2013). *Krisis dan Paradok Film Indonesia*. Jakarta: FFTV-IKJ Press dan Penerbit Buku Kompas
- Pareno, Sam Abede. 2003. *Manajemen Berita Antara Idealisme dan Realita*. Surabaya: Papyrus
- Romli, Asep Syamsul M. 2005. *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Santosa, Hedi Pudjo, Turnomo Rahardjo, Olivia Lewi Pramesti dkk. 2014. *Sport Komunikasi dan Audiens: Arena Olahraga dalam Diskursus Ekonomi – Politik, Bisnis, dan Cultural Studies*. Yogyakarta: ASPIKOM.
- Santana, Septiawan. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta, Yayasan Obor Indonesia
- Sterling, Christopher H. 2009. *Encyclopedia of Journalism*. SAGE Publication.
- Suwanto, Dyna herlina, Firly Annisa, dkk. (2015). *Pemetaan Pembuat Film Yogyakarta 2015*. Yogyakarta: Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta
- Sen, Krishna. (2013). *Sinema Indonesia Membingkai Orde Baru*. Yogyakarta: Rumah Sinema
- Yusuf, Muri. 2015. *Metode Penelitian: Kuantitati, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana
- Fitria, Dwi Cendikia. 2016. *Manajemen Redaksional Tribun Pekan Baru.com Dalam Menentukan Berita yang Layak*. JOM FISIP Vol. 3 No. 2 Tahun 2016 Hlm 1-13
- Fazryansyah, M. Irfan, Heriyani Agustina, dan Nuruzzaman. 2014. *Manajemen Redaksional pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon (Studi Deskriptif Kualitatif Manajemen Redaksional pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon Periode Januari – Mei 2013)*. Jurnal ASPIKOM Vol. 2 No 2 Januari 2014 Hlm 85-102

- Junaedi, Fajar, Filosa Gita Sukmono. 2018. *Jurnalisme Sensitif Bencana Dalam Manajemen Pencarian, Pengelolaan, Informasi dan Pemberitahuan*. Jurnal ASPIKOM Vol 3 No 4 Januari 2018 Hlm 712-721
- Perman, Adi Trisna, Lilid Puspitasari. 2015. *Strategi Pemasaran Public Realation MD Entertainment Pada Pemasaran Film Habibie & Ainun*. Jurnal Kajian Komunikasi Vol 3 No 1 Juni 2015 Hlm 33-40
- Rumyeni. 2014. *Manjemen Redaksional Surat Kabar Harian Umum Haluan Riau dalam Meningkatkan Kualit5as Pemberitaan*. JOM FISIP Vol 1 No 2 – Oktober 2014 Hlm 1-14
- <https://nasional.kompas.com/read/2012/12/08/14013867/yogya.jadi.saksi.penganugerahan.in-san.film.indonesia> (diakses pada tanggal 26 Jauari 2018)
- <http://jogja.tribunnews.com/2017/07/25/festival-kesenian-yogyakarta-2017-akan-dipusatkan-di-bantul> (diakses pada tanggal 29 Januari 2018)
- <http://e-journal.uajy.ac.id/157/3/2TA12920.pdf> (diakses pada tangga 5 Maret 2018)
- <http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/7391/3394>
- http://www.plazainformasi.jogjaprov.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=907:tribun-jogja&catid=71:media-cetak&Itemid=134
- <http://www.landasanteori.com/2015/10/pengertian-film-definisi-menurut-para.html> (diakses pada tanggal 19 Maret 2018)
- Severin, Warne J. (2009). *Teori Komunikasi Sejarah Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Prenada Media Group dalam
- <http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/40605/Chapter%20II.pdf;jsessionid=3B8DF310D0A0AF1FA4AE571987936A22?sequence=4>
- UU No 33 Tahun 2009 di unduh dari:*
- <http://ditjenpp.kemenkumham.go.id/arsip/ln/2009/uu33-2009pjl.pdf>
- Margono, Tri. 2014. *Prosedur Layanan ISSN*. Jakarta:PDII-LIPI dalam
- https://www.researchgate.net/publication/316786070_analisis_terbitan_berkala_bidang_ilmu_perpustakaan_yang_terbit_di_indonesia