

### **BAB III**

#### **SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab tiga ini, penulis akan membahas tentang penyajian data dan analisis data terkait manajemen redaksional pemberitaan film disurat kabar *Harian Jogja*. bidang keredaksian merupakan salah satu dari tiga bidang dari sebuah organisasi penerbitan pers. Redaksional merupakan bagian yang berperan penting dalam sebuah pembuatan suatu berita di media massa, seperti media cetak *Harian Jogja*.

#### **A. Sajian Data**

##### **1. Terbentuknya Rubrik Pergelaran**

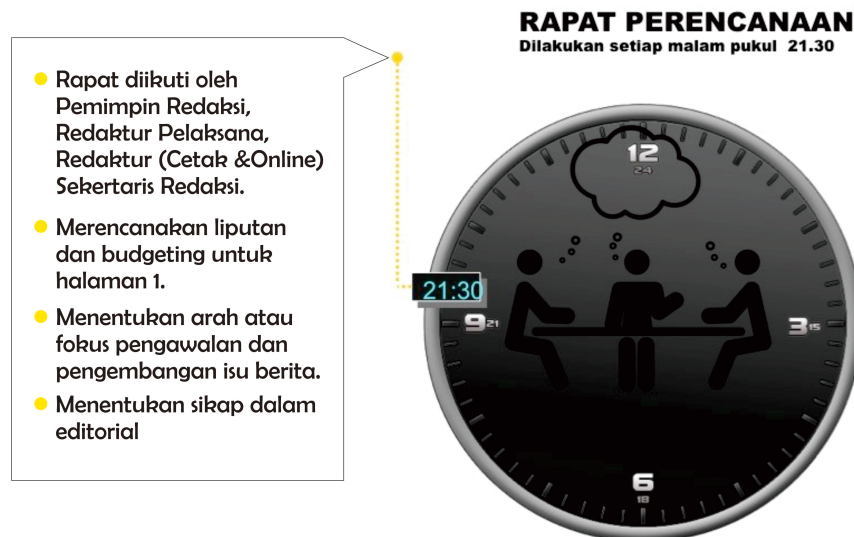
Surat Kabar *Harian Jogja* adalah salah satu media cetak yang sama dengan *Solopos* yang berada dibawah naungan manajemen Bisnis Indonesia. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa informasi media cetak, Surat Kabar *Harian Jogja* banyak memberikan pelayanan informasi kepada pembacanya, baik itu sebuah berita *hardnews* maupun *softnews*.

“Kalo kita mengacu pada undang undang pers 40 tahun 99 tentang pers. Ada fungsi edukasi, informatif, hiburan dan fungsi kontrol sosial, itu kalau tidak salah ada di pasal 3 undang undang pers nomor 40. Pers itu menjalankan fungsi tersebut. Nah dari sini kita menjalankan peran sebagai media hiburan. Maka dari itu, tidak semua konten yang ada di *Harian Jogja* ini tentang kritik kritik saja. Berita tentang straight news saja, makanya ada halaman pergelaran sebagai fungsi entertain, media sebagai fungsi hiburan” (Wawancara dengan Anton Wahyu Prihartono pada tanggal 02-Mei-2018).

Menurut Anton selaku Pimpinan Redaksi *Harian Jogja*, sebagai media cetak, surat kabar *Harian Jogja* ingin memberikan suatu kesan kepada pembacanya sebagai media yang informatif, edukatif, inspiratif dan

kritik sosial. Hal tersebut tidak lepas dari filosofi pemberitaan surat kabar *Harian Jogja* yang selalu membawa spirit bagaimana surat kabar *Harian Jogja* memberikan sesuatu yang edukatif dan inspiratif.

“Rapat perencanaan diikuti oleh Pemred, Redpel, Redaktur (Cetak & Online), Sekretaris Redaksi yang dilakukan pada pukul 21.30 WIB setiap malam. Hal tersebut meliputi rencana liputan dan budgeting halaman depan, bottom up atau top down, Menentukan arah/fokus pengawalan dan pengembangan isu berita” (Wawancara dengan Anton Wahyu Prihartono pada tanggal 02-Mei-2018).



Bagan 3.1 Perencanaan liputan surat kabar *Harian Jogja* (sumber : Pimpinan Redaksi *Harian Jogja* dengan modifikasi penulis)

Dalam rapat tersebut membahas tentang budgeting dan membahas berita apa saja yang akan diberikan untuk dikonsumsi oleh publik. Selain itu rapat tersebut juga membahas tentang tata letak berita dalam koran tersebut dalam memberitakan sebuah berita, dan bagaimana sikap surat kabar *Harian Jogja* dalam menanggapi sebuah peristiwa yang akan diangkat menjadi sebuah berita.

Anik Sulistyawati menambahkan

“Kita punya dua kali mekanisme rapat. Kalo sore jam tiga itu rapat sore kemudian ada rapat malem jam 07.00 WIB (Wawancara dengan Anik Sulistyawati pada tanggal 06-Agustus-2018)

Anik menjelaskan siapa yang menjadi target pembaca rubrik

#### Pergelaran

“Untuk rubrik pergelaran. Target kita itu anak muda, makanya kita menyesuaikan isi berita yang kita beritakan pada rubrik pergelaran. Kalo menurut beberapa sineas di Jakarta, Solo ini menjadi tempat lapis 2 tempat mereka promosi film, kalo dilapis pertama itu kan ada Jakarta, Bandung, Jogja. karena minatnya disini banyak, anak mudanya yang melek media sosial juga banyak. Makanya saya menangkap pembaca juga butuh informasi informasi seputar film film terbaru. Kadang mereka yang lagi promo film di Solo sering mampir di kantor kita ini, untuk promosi film di media” (Wawancara dengan Anik Sulistyawati pada tanggal 06-Agustus-2018)

Rubrik Pergelaran adalah sebuah rubrik yang terdapat di surat kabar

*Harian Jogja* yang memberitakan berita seputar kesenian dan perfilman yang sedang hangat diperbincangkan oleh semua kalangan.

“Kita punya rubrik Pergelaran edisi harian juga, tapi tidak selalu memberikan tentang film. Kadang kami memberitakan kehidupan selebriti, dan tidak semua berita tentang film masuk pada rubrik Pergelaran. Kalo itu memang dari sisi nilai berita kuat, kami para redaksi bisa memasukan berita tersebut untuk feature di halaman pertama” (Wawancara dengan Anton Wahyu Prihartono Pimpinan Redaksi Harian Jogja pada tanggal 02-Mei-2018).



Gambar 3.1 Rubrik Pergelaran edisi Minggu 11 Maret 2018

Anik Sulistyawati yang bertanggung jawab sebagai redaktur rubrik Pergelaran menambahkan, Ia mengikuti kemauan pembaca, seperti yang kita tau perfilman tanah air sekarang boleh dikatakan mengalami peningkatan signifikan dari tahun ke tahun. Oleh karena itu hal tersebut menjadi sebuah keharusan yang diberikan oleh redaktur untuk pembaca agar pembaca yang membutuhkan informasi seputar film terbaru.

Anik menambahkan jika rubrik Pergelaran pada surat kabar Harian Jogja telah dibuat sejak tahun pertama surat kabar Harian Jogja terbit yaitu pada tahun 1997 tepatnya 21 tahun yang lalu.

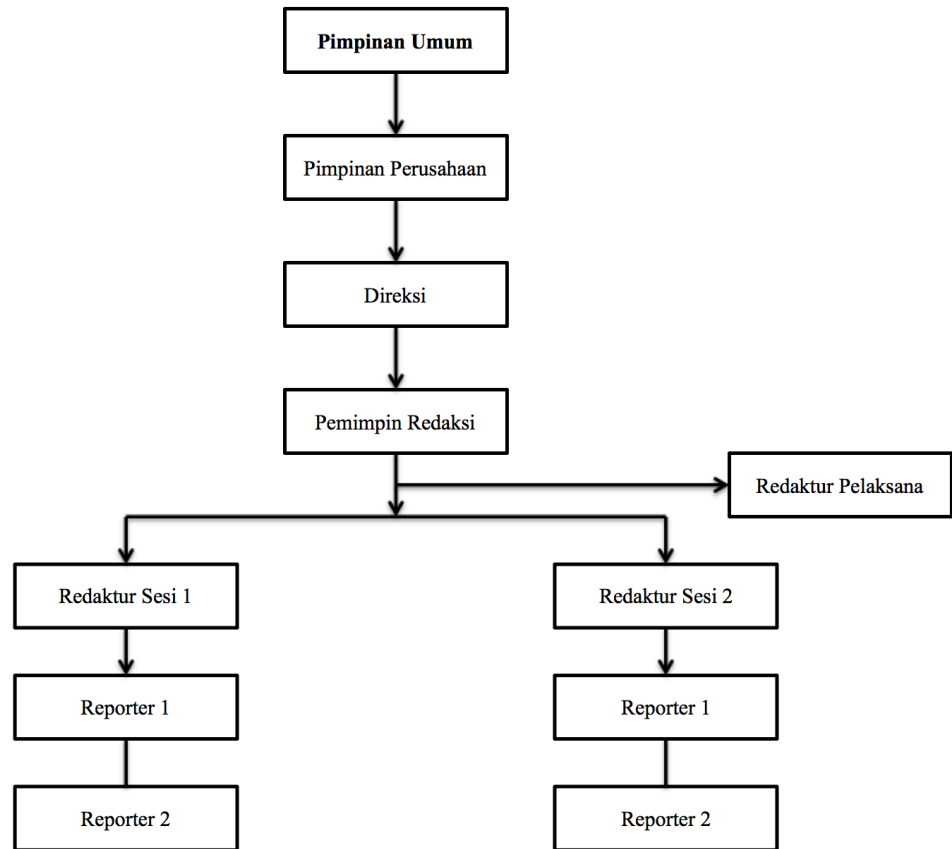
“Rubrik itu kalo gak salah sejak kita lahir. Dari awal sudah ada sekitar 21 tahun yang lalu, kebetulan awalnya itu 97 ini mulai terbit, saya termasuk yang mengerjakan rubrik pergelaran ketika masih mahasiswa” (Wawancara dengan Anik Sulistyawati pada tanggal 06-Agustus-2018)

## **2. Pengorganisasian Rubrik Pergelaran**

Pengorganisasian dalam sebuah manajemen redaksional suatu media cetak sangat penting untuk mencapai visi dan misi yang menjadi tujuan bersama. Menurut Anton selaku Pimpinan Redaksi surat kabar Harian Jogja mengatakan

Kami Harian Jogja sering merotasi tugas liputan kepada mereka, misal ada reporter yang bekerja meliput berita tentang ekonomi, lalu kita rotasi tugasnya yang semula meliput berita ekonomi menjadi reporter olahraga. Tujuan dari rotasi tersebut untuk memberikan pengalaman baru terhadap mereka. Terutama mereka yang baru terjun ke dunia jurnalistik. Kita terus mengasah mereka yang diibaratkan seperti berlian agar terus berkembang. (Wawancara dengan Anton Wahyu Prihartono pada tanggal 02-Mei-2018).

Dalam struktur organisasi redaksional. Surat kabar harian jogja dipimpin oleh Prof. DR. H. Sukamdani S. Gitosardjono yang membawahi pimpinan perusahaan Bambang Natur Rahadi yang juga merangkap jabatan sebagai direksi dengan Lulu Terianto sebagai presiden direktornya. Kemudian terdapat pimpinan redaksi yang dipegang oleh Anton Wahyu Prihartono yang bertanggung jawab atas segala pemberitaan yang diterbitkan oleh surat kabar Harian Jogja.



Bagan 3.2 Struktur organisasi Surat Kabar Harian Jogja Pada surat kabar Harian Jogja terdapat dua sesi pemberitaan. Yaitu sesi Harian Jogja dan sesi Jogja Politan.

Kalo di Harjo cetaknya ada delapan redaktur untuk menggarap mungkin 18 halaman ditambah edisi mingguan, ada dua sesi yaitu sesi satu ada sesi dua . sesi Harian Jogja dan sesi Jogja Politan” (Wawancara dengan Anton Wahyu Prihartono pada tanggal 02-Mei-2018)

Harian Jogja merupakan sebuah *holding* media yang bernaung dibawah Bisnis Indonesia Group, satu perusahaan dengan Solopos. Oleh karena itu berita yang terbit di surat kabar Harian Jogja juga terbit di surat kabar Solopos.



Gambar 3.2 Rubrik Pergelaran edisi harian, Sabtu 16 Januari 2016.

“Semua pemberitaan itu murni inisiatif dari masing masing koran, you mau pakai silahkan, tidak dipakai juga silahkan, atau mungkin sebaliknya, redaktur atau pemimpin redaktur atau redaktur pelaksana Solo, bisa meminta bantuan liputan ke teman teman Harjo, atau sebaliknya, saya atau redaktur pelaksana Harian Jogja bisa meminta bantuan liputan ke teman teman Solo, nggak mungkin saya. Mungkin saya tidak perlu mengirimkan orang ke Solo” (Wawancara dengan Anton Wahyu Prihartono pada tanggal 02-Mei-2018)

### 3. Proses Liputan Berita Rubrik Pergelaran

Dalam proses liputan berita yang dilakukan oleh surat kabar Harian Jogja, Anton Wahyu Prihartono selaku pimpinan redaksi surat kabar Harian Jogja mengatakan karena surat kabar Harian Jogja merupakan sebuah Holding Media dari Bisnis Indonesia Group yang menaungi surat kabar Harian Jogja itu sendiri dengan surat kabar Solopos.

“Berhubung Harian Jogja dan Solopos merupakan satu group dengan Bisnis Indonesia. Biasanya reporter kita itu ketika setelah meliput sebuah berita dan menulis berita tersebut untuk dikirim ke redaktur untuk editing. Kemudian berita tersebut kita kirim ke sebuah server besar yang namanya *newsroom*. Dimana *newsroom* tersebut merupakan sebuah tempat dimana kita Harian Jogja bisa mengambil berita dari daerah lain untuk kita angkat kemudian kita cetak” (Wawancara dengan Anton Wahyu Prihartonopada tanggal 02-Mei-2018).

Biasanya berita yang diterbitkan oleh Harian Jogja tidak berbeda jauh objeknya beritanya dengan berita dari surat kabar Solopos. Namun Anton menambahkan walau isi beritanya dari surat kabar Harian Jogja sama dengan surat kabar Solopos, ia kadang mengubah gaya bahasa dari pemberitaan surat kabar Solopos ke bahasa yang lebih mudah diterima untuk pembaca surat kabar Harian Jogja. Anton berpendapat bahwa perubahan gaya bahasa tersebut karena tidak semua pembaca surat kabar Harian Jogja bisa menerima gaya bahasa dari surat kabar Solopos.

“Mungkin saya ketika menurunkan berita, saya gak mungkin menurunkan berita yang rasanya solo banget, sebaliknya solo, gak mungkin menurunkan berita yang tastanya jogja banget, artinya kami harus menyesuaikan audience kami, bahwa pembaca kami harus orang jogja, maka mau tidak mau kami harus mengemasnya, menyampaikan pesan ini sesuai dengan cita rasa yang dibutuhkan warga jogja, begitu juga Jakarta, kami nggak mungkin mengambil berita berita yang sangat sangat teknis sesuai dengan standar yang ada di Bisnis Indonesia, kami mengambil berita ekonomi bisnis yang ada di Bisnis tapi mungkin tentu saja dengan, eee bahasa yang mungkin bisa dipahami oleh temen temen atau pembaca warga jogja, kalo kami plek ngambil disini, saya yakin itu tidak akan mengena karena pemberitaan yang dipilih sudah sangat murni sekali, sangat teknis” (Wawancara dengan Anton Wahyu Prihartonopada tanggal 02-Mei-2018).

Untuk proses pembuatan berita yang akan diterbitkan pada rubrik

Pergelaran Anton mengatakan

“Kebetulan Solopost memiliki halaman yang lebih variatif, halaman olahraga dia bagus, halaman olahraga internasional 2 halaman, halaman lokal 1 halaman. Kemudian internasional dan pergelaran, sekarang gini, ngapain kita 1 group saya harus menempatkan orang



untuk mengerjakan 2 halaman internasional, lokal atau pergelaran? Untuk mengerjakan semua itu perlu 8 personil, high cost kan? reporter, redaktur dan tim design. Saya cukup mengambil berita yang ada di *newsroom*. Berita nya sama yg ada di reuters, ini kami samakan beritanya dengan solo, kontennya sama . template sama. Mereka punya saos ya kita pake aja. Bahkan ada satu saos kami yang dipakai tim Solo dalam rangka untuk lebih efektif” (Wawancara dengan Anton Wahyu Prihartonopada tanggal 02-Mei-2018).

Tya yang merupakan panggilan akrab dari Anik Sulistyawati selaku redaktur rubrik Pergelaran mengemukakan sebagai berikut :

“Reporter ngambil berita pagi sampai sore kemudian dia ngirim berita maksimal jam 5 sore. Dikirim ke *newsroom* dan melewati proses editing, kita memasukan layout atau tata letaknya di koran, itu tugasnya redaktur. Kita punya waktu nyusun layout sampai jam 11 malam. Khusus untuk reporter pergelaran, kadang ada berita yang liputannya malam. Kalo berita itu benar benar bagus kita tunggu sampai selesai acara. Tapi berita harus dikirim jam 10 malam” (Wawancara dengan Anik Sulistyawati pada tanggal 06-Agustus-2018)

Tya mengatakan, Tidak ada reporter khusus yang meliput film, akan tetapi reporter yang meliput tentang film adalah reporter khusus dari rubrik pergelaran.

“Setiap daerah kita ada 2, ada juga 1. Tapi itu tidak meliput berita film, lebih tepatnya itu reporter rubrik kita tadi. Kadang juga misalnya kita dikasih undangan untuk *press conference* pemutaran kita minta reporter kita untuk menghadiri. Undangan tersebut dan kita angkat juga jadi berita. Biasanya kita kalo ngangkat berita film itu kadang misal kalo artis yang menjadi pemeran dalam sebuah film itu datang ke kantor kita untuk keperluan promo. Itu yang kita angkat jadi berita film” (Wawancara dengan Anik Sulistyawati pada tanggal 06-Agustus-2018)

Menurut penuturan Tya di atas, pemberitaan film tidak hanya karena ada undangan *press conference* dari pembuat film tersebut, akan tetapi juga ketika para pemeran yang tampil di film tersebut menyambangi kantor redaksi untuk keperluan promo film tersebut dan diangkat menjadi sebuah berita pada rubrik Pergelaran.

Dalam pelaksanaannya, terkadang reporter memiliki beberapa kendala dalam peliputan sebuah berita. Baik faktor waktu dan tempat hingga kurang jelasnya siapa narasumber yang akan di wawancara. Selain dari kendala dari reporter, Tya yang juga menyunting berita untuk diterbitkan dalam rubrik Pergelaran menambahkan hanya sedikit kendala yang ditemuinya ketika sedang dalam proses penyuntingan berita yang ia terima dari reporter,

“Kalo dari reporter itu relatif ga ada, mungkin di lapangan kali ya ? kalo di editing setau saya tidak ada. Paling soal typo, tapi kadang reporter juga kesulitan untuk wawancara, kadang narasumbernya tidak bisa diwawancarai” (Wawancara dengan Anik Sulistyawati pada tanggal 06-Agustus-2018)

Selain itu Tya mengaku ia bertanggung jawab dengan berita yang diberitakan pada rubrik Pergelaran dan penyuntingan naskah berita, hingga pembuatan judul dari sebuah berita. Tya menambahkan

“Proses jam terbang, beda kalo rubrik rubrik yang lain, kalo pergelaran itu susah susah gampang, kalo saya kadang membuat judul yang menggelitik, mungkin bisa dibilang genit. Kadang juga saya kait kaitkan dengan kejadian baru baru ini yang hangat” (Wawancara dengan Anik Sulistyawati pada tanggal 06-Agustus-2018)

Dari penuturan Tya di atas, pembuatan sebuah judul berita yang menarik dalam rubrik Pergelaran tersebut tergantung proses dari redaktur dan reporter, pengalaman yang sudah Ia alami selama menjadi redaktur rubrik Pergelaran. Pembuatan judul yang menarik tersebut agar pembaca penasaran dengan isi judul tersebut jelasnya.



“Kalo dari Buyer (antara / liputan 6) kendalanya ga langsung terjun ke lapangan mereka hanya liputan mengambil dari media sosial” (Wawancara dengan Anik Sulistyawati pada tanggal 06-Agustus-2018)

Namun tidak semua berita tentang hiburan ia kutip untuk diangkat menjadi berita pada rubrik Pergelaran, Ia berpendapat bahwa peliputan berita hiburan pada media yang telah menjalin kerja sama dengan Bisnis Indonesia Group tersebut terkadang hanya bersumber dari media sosial dari objek tersebut, tanpa ada wawancara dan fakta yang terjadi di lapangan tentang objeknya tersebut

#### **4. Sistem Evaluasi Rubrik Pergelaran**

Pengawasan merupakan proses untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan perusahaan sudah tercapai atau belum. Hal ini berkenaan dengan proses kegiatan yang telah dilakukan sudah sesuai atau belum dengan yang telah direncanakan. Hal ini juga menunjukkan adanya hubungan yang sangat erat antara perencanaan dan pengawasan. Pengawasan membantu penilaian apakah perencanaan, pengorganisasian dan pengarahan telah dilaksanakan secara efektif.

“Secara struktural, ada reporter ada redaktur, redaktur memang bertugas untuk mengedit berita yang layak muat untuk di masukan ke media cetak, tapi setelah redaktur itu selesai, kemudian diawasin lagi oleh redaktur pelaksana, dia bertugas untuk meneliti apa yang saya kerjakan, memeriksa data di lapangan sudah benar apa belum. Memeriksa judulnya apakah akan membuat kontroversi di khalayak umum. Kemudian pemred mungkin mengawasin secara holistic, tapi keputusan akhir berada di redpel.” (Wawancara dengan Anik Sulistyawati pada tanggal 06-Agustus-2018)

Untuk pengawasan atau tahap evaluasi berita yang akan diterbitkan pada rubrik Pergelaran pada surat kabar Harian Jogja, Tya mengemukakan

“Jadi setiap hari sebelum terbit, ketika proses editing setelah selesai pengerjaan layout, kemudian di print, kita saling mengoreksi dengan redaktur lain. Misalnya saya dengan redaktur rubrik yang lain, kami saling mengoreksi, saya koreksi jobdesknya dia, dia periksa punya saya” (Wawancara dengan Anik Sulistyawati pada tanggal 06-Agustus-2018)

Selain dikoreksi oleh redaktur rubrik yang lain, Tya menambahkan

“Selama berita itu belum dinaikan ke koran, itu redaktur yang menyeleksi. Tapi kalo sudah dimasukan untuk cetak itu redaktur pelaksana, kita menyaring berita yang diterima masyarakat yang tidak mengandung isu isu sensitif yang menyinggung SARA dan mengandung konten pornografi, kami ingin membuat rubrik pergelaran itu bukan hanya hiburan, bukan hanya bacaan tapi juga ada nilai edukasi dan inspiratif tadi” (Wawancara dengan Anik Sulistyawati pada tanggal 06-Agustus-2018)

Pengawasan yang dilakukan oleh para redaktur dan redaktur pelaksana bertujuan agar proses produksi dapat berjalan dengan lancar dan tanpa ada hambatan. Melalui pengawasan maka setiap permasalahan yang muncul dapat langsung diketahui dan ditangani sehingga dapat dicarikan solusi untuk mengatasinya. Pengawasan yang dilakukan oleh redaktur pelaksana tersebut dilaksanakan dengan baik, akan tetapi juga sifatnya tidak untuk membatasi reporter sehingga mengurangi semangat dalam bekerja. Pengawasan yang dilakukan tersebut juga bermanfaat bagi reporter, hal tersebut dikarenakan dengan adanya pengawasan maka kinerja reporter selalu diawasi sehingga reporter dapat bekerja dengan maksimal untuk kepentingan perusahaan.

Menurut Anton jika *gate keeper* untuk masing masing halaman itu adalah redaktur bersangkutan, Anton menambahkan

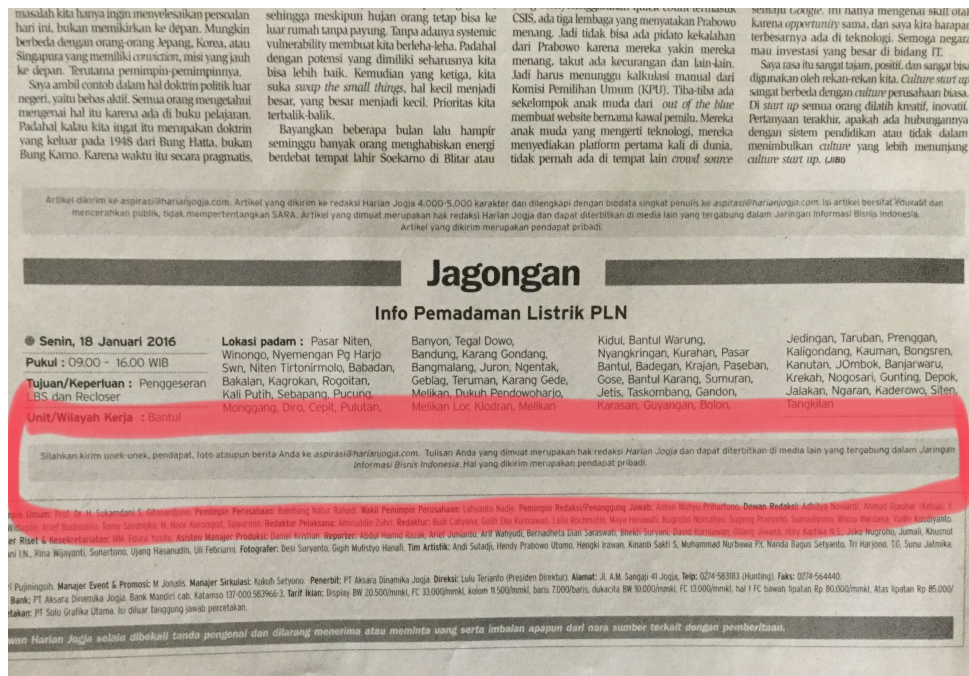
“Mungkin redaktur pelaksana mungkin dia bisa menjadi second *gate keeper*, tapi itu tidak wajib, artinya ketika redaktur pelaksana ada kesibukan tetap ada yang menjadi *gate keeper*. Yang vital itu di redaktur *gate keeper*. Kalo halaman satu mungkin redaktur pelaksana dan saya, saya pasti selalu mengecek semuanya sampai

kontennya” (Wawancara dengan Anton Wahyu Prihartono pada tanggal 02-Mei-2018).

Tya menambahkan jika berita yang telah dicetak dan diberitakan ke dalam surat kabar itu menjadi tanggung jawab redaktur yang memberitakan.

“Karena berita yang telah terbit di koran itu menjadi tanggung jawab redaktur, bukan tanggung jawab reporter lagi, reporter hanya meliput berita di lapangan, sisanya redaktur yang melakukan eksekusi terhadap berita tersebut” (Wawancara dengan Anik Sulistyawati pada tanggal 06-Agustus-2018)

Selain itu surat kabar Harian Jogja membuat kolom komentar dan saran untuk pembaca surat kabar Harian Jogja yang ingin memberikan kritik dan saran.



Gambar 3.4 Kolom kritik dan saran pada surat kabar Harian Jogja

Pada lingkaran merah yang terdapat pada gambar tersebut tertulis, “Silahkan kirim unek-unek, pendapat, foto ataupun berita anda ke [aspirasi@harianjogja.com](mailto:aspirasi@harianjogja.com) Tulisan Anda yang dimuat merupakan hak redaksi Harian Jogja dan dapat diterbitkan di media lain yang tergabung

dalam *Jaringan Informasi Bisnis Indonesia*. Hal yang dikirim merupakan pendapat pribadi.

## 5. Pengelolaan Berita Film Pada Rubrik Pergelaran

Pengelolaan berita dalam sebuah media merupakan langkah yang tepat untuk mempertahankan kualitas suatu berita yang telah dirasa cukup baik bagi publik, pengelolaan sebuah berita pada sebuah media meliputi bagaimana nilai dalam berita yang akan diterbitkan dan apa karakteristik berita tersebut yang akan diberikan kepada publik untuk dikonsumsi.

Anton yang menjabat pimpinan redaktur surat kabar Harian Jogja menjelaskan

Dari Bisnis Indonesia, begitu juga ada kejadian yang ada di Solo. Misalnya ada kecelakaan dengan menewaskan banyak orang di daerah tawangmangu, kami tinggal meminta berita – berita yang ada di solo. Sebaliknya, teman teman Solo maupun Jakarta ketika ada berita demo yang bentrok buruh di depan UIN, mereka tinggal ngambil aja *source* (sumber) yang kita miliki, jadi inilah kolaborasi sinergi atau mungkin konvergensi diantara group ini, nah jadi secara keredaksionalan, penanggung jawab berada di tangan PEMRED, kemudian masing masing PEMRED ini juga punya kebijakan-kebijakan sendiri sendiri, saya tidak mungkin bisa campur tangan dengan Solo, ataupun Jakarta tidak bisa campur tangan dengan kami, ataupun solo seperti itu tidak bisa mencampuri kami, walaupun kadang kadang kami selalu duduk bersama, bertemu untuk membicarakan hal hal yang berkaitan dengan keredaksian. (Wawancara dengan Anton Wahyu Prihartonopada tanggal 02-Mei-2018).

Dalam mengelola berita film dalam rubrik Pergelaran Tya menjelaskan bahwa:

“Tergantung berita itu *prominence* atau tidak, dinanti nanti atau tidak, tetap kita sajikan karena pergelaran itu berita *softnews*, jadi *timeliness*, bisa di pending. Tapi kalo straight news kita harus up to date. Kalo pergelaran bisa ditoleransi kecuali ada event besar yang memiliki nilai berita yang kuat” (Wawancara dengan Anik Sulistyawati pada tanggal 06-Agustus-2018)

Berita yang diterbitkan dalam rubrik Pergelaran pada surat kabar Harian Jogja adalah berita yang bersifat *softnews*. Berita yang dimuat juga mengandung unsur *timelines*, unsur *prominence*. Selain itu, Tya juga menambahkan

“Ada juga dia belum terkenal tapi karyanya bagus itu juga ada kemungkinan untuk kita beritakan. Mungkin juga ia punya misi, misi tentang kepedulian sosial dan lain lain” (Wawancara dengan Anik Sulistyawati pada tanggal 06-Agustus-2018)

Dari penuturan Tya di atas, selain karena faktor *timeliness* dan faktor *prominence*, rubrik Pergelaran juga meliput sebuah berita yang dapat memberikan inspiratif bagi semua orang.

“Pergelaran itu memberitakan berita yang bersifat *softnews*, tetapi jika beritanya *review*? Ini kan berita yang akan datang, belum dimulai acaranya, biasanya berita seperti itu kita bikin berita *straightnews* karena memang belum ada pertunjukan. Contohnya misal ada artis yang akan tampil dalam suatu pertunjukan artisnya siapa, tempatnya dimana, kapan eventnya dimulai, itu akan kita jadikan *straightnews*, akan tetapi jika acaranya telah selesai, kita akan mengulasnya dengan gaya dan bahasa yang *softnews* banget” (Wawancara dengan Anik Sulistyawati pada tanggal 06-Agustus-2018)





Gambar 3.5 Berita film yang mengangkat guyonan bahasa Jawa.

Berita yang diterbitkan pada rubrik Pergelaran pada surat kabar Harian Jogja merupakan berita yang bersifat *softnews*, yaitu berita yang penting dan menarik namun dikemas dengan gaya dan bahasanya yang santai. Terkait dengan pemberitaan, Anton menambahkan

“Tipikal hari minggu ini kan karakter pembaca minggu kan secara psikologis membutuhkan sesuatu yang lebih ringan ringan saja, lebih leisure lah, santai, makanya di hari minggu banyak halaman kita mungkin hampir 70% berita tentang yang santai, 30%nya straight news. Halaman 1,2,3 gitu sisanya halaman olahraga 2 halaman, dan berita berita yang mungkin ada tips griya, dan itulah rubrik rubrik yang kita sajikan pada hari minggu. Tapi kalo hari biasa senin – sabtu lebih banyak pada berita straight news dan berita harian. Walaupun di dalamnya juga ada berita yang santai, dan olahraga tapi tidak sebanyak hari minggu” (Wawancara dengan Anton Wahyu Prihartono pada tanggal 02-Mei-2018).

## 6. Taktik *Publishes* Film Terhadap Media

Dalam mendistribusikan suatu film untuk tujuan promosi atau memperkenalkan suatu film, seorang *publishes* dituntut untuk memiliki strategi dalam mempromosikan film dalam sebuah media. Terutama di Yogyakarta yang banyak melahirkan *filmmaker* dalam beberapa tahun terakhir.

Media yang memiliki peranan penting dalam kegiatan promosi film menjadi sasaran bagi *publishes* film untuk memperkenalkan ke publik dalam bentuk pemberitaan yang mengulas isi tentang film tersebut sebelum film disebarluaskan pada layar lebar atau bioskop. Lidya yang merupakan seorang *publishes* mengemukakan :

“Setiap film kalau mau launching atau festival itu kan pasti punya *press conference*, nah dari situ kan tim *publishes* pasti bikin *press realese*. Mereka (media) juga diundang datang buat ketemu langsung narasumber gitu kan, jadi mereka punya data lain selain yang kita tulis, biasanya itu sih yang ditayangkan, tapi ada juga yang males kerja, yaudah copy paste dari yang *press realese* dari *publishes* bikin gitu” (Wawancara Lidya, 28-04-2018)

Selain membuat *press release*, *press conference* dan konten kreatif untuk kebutuhan promosi suatu film. Seorang *publishes* juga bertugas untuk mencari relasi dari media, seperti yang disampaikan oleh Lidya berikut :

“Dari awal, kita ketemu, ngobrol film itu mau keluar tanggal berapa, nah itu yang jelas kita juga bikin konten kan buat, kayak “28 januari 2016 sama gambarnya Siti”, terus *hastagnya* Siti dibioskop, itu yang kita keluarin duluan. Nah, selain membuat konten-konten kreatif lainnya *publishes* juga kerjanya nyari media partner, nah media partner itu kan kalau buat kita kerja sama ya. Kerjasama biar kita punya slot pemberitaan di media mereka, kaya gitu, nah biasanya sih kemaren waktu disiti tuh sebulan atau tiga minggu sebelum yah, eh desember tayangnya Januari, ya satu bulan lah anggep lah” (Wawancara Lidya, 28-04-2018)

Ketika melakukan sebuah kegiatan promosi film, *publishes* memberikan *press release*, *press conference*, *free ticket* dan undangan *meet and greet* kepada reporter media agar media tersebut memberitakan film mereka dalam rubrik hiburan atau film yang terdapat pada surat kabar mereka.

Menurut Lidya masa kerja seorang *publishes* dimulai tiga bulan sebelum film tersebut memasuki masa pra produksi hingga selesai pra produksi. Seperti pola kerja *publishes* di luar negeri pada film *Spiderman Home Coming* yang akan rilis pada tahun 2019. Namun mereka telah melakukan promosi empat bulan sebelum film tersebut rilis. Dalam promosi film tersebut mereka memberikan sedikit bocoran tentang judul sequel film *super hero* dari Marvel Studio tersebut.



Gambar 3.6 Pemeran *Spiderman*, Tom Holland membocorkan judul sequel film tersebut

Adapun yang harus dilakukan oleh para *publishes* film dalam melakukan kegiatan promosi adalah :

- a. Membuat konten kreatif seperti
  - *Behind The Scene*
  - Video Trailer
- b. Mengadakan kegiatan seperti
  - *Press Release*
  - *Press Conference*
  - *Free Ticket*
  - *Meet & Greet*

Selain bekerja sama dengan media, Lidya menambahkan bahwa seorang *publishes* juga harus memiliki relasi dengan *buzzer* di media sosial yang memiliki basis *follower* yang banyak. Harapannya para *publishes* film bisa mendapatkan *feedback* dapat penonton dari *follower* mereka.

“Kemudian kemaren juga sempet ngemanfaatin temen-temen *buzzer* kayak misalnya info seni, beranda, jogja update kayak gitu kan, karena kan mereka basis *follower* yang banyak gitu kan dan harapannya emang kita dapat *feedback* dapat penonton dari *follower* mereka” (Wawancara Lidya, 28-04-2018)

Seorang *publishes* juga mengawasi pemberitaan terbaru tentang filmnya yang akan diberitakan oleh suatu media, seperti yang dikatakan oleh Lidya berikut :

“Aku megang sosmednya kan, aku harus mengupdate terus. Ini masih ada di layar mana, di layar mana dan itu kadang aku nge updatenya malem sebelum aku *update*, besok masih ada gak, kayak gitu kan, aku udah bikin nih. yang mau aku posting, tapi aku harus *double check*, pagi jam Sembilan aku harus *check* lagi ke *website* mereka, karena kadang malemnya aku bikin kadang, anggeplah masih ada 20 layar pagi jam Sembilan aku *check* itu mungkin tinggal 15, gak semuanya lagi muter, gitu. jadi emang *publishes* harus *check and recheck* terus sih sama kayak kalau kamu nanya

tadi tentang pemberitaan itu kan, kayak habis *press conference*, nah itu udah ngutak ngatik laptop aja isinya, sama kalau di jogja aku karena punya langganan loper koran, aku beli dari dia, terus kita nyari berita kita masuk gak” (Wawancara Lidya, 28-04-2018)

Menurut Lidya, menjalin kerjasama dengan media *online* lebih mudah dibanding melakukan kerjasama dengan media cetak seperti yang Lidya sampaikan sebagai berikut :

“Kalau di *online* kan, mereka gak punya, apa ya. Anggeplah, kalau koran gitu kan mereka punya batasan 30 halaman, sedangkan mereka punya berita deadline yang harus wajib tanyang dan kemudian sponsor, iklan kayak gitu kan, kan ada iklannya yang satu, gede-gede, kan udah habis kan, jadi kan *slot* yang di punya kan sangat terbatas” (Wawancara Lidya, 28-04-2018)

Selain itu, *publishes* wajib mengkonfirmasi kembali dengan reporter melalui media sosial atau menghubungi langsung via telepon. Jika telah mencapai kesepakatan, lalu kedua belah pihak membuat perjanjian tertulis.

“MOU ada yang bertanda tangan pihak satu pihak dua terus pasal-pasalnya gitu, terus tukerannya apa nih, barternya apa nih. Pihak mereka memberikan apa, pihak kita ngasih apa” (Wawancara Lidya, 28-04-2018)

Tak jarang Lidya sebagai *publishes* menemui media partner yang tidak dengan perjanjiannya untuk memberitakan sebuah film pada media.

“Biasanya kita kontak lagi sih “mas gimana ya, kok belum naik, ini naiknya kapan?” sampai nyamperin dan kemudian sampai ini kan diperjajian kita udah ada loh kayak gini, aku udah memenuhin janjiku untuk menempatkan kalian logo apa segala macem, free ticket segala macem itu, mana nih berita ku, kayak gitu, ya tetep harus konfirmasi kembali sih” (Wawancara Lidya, 28-04-2018)

Selain itu kesulitan Lidya sebagai seorang *publishes* film adalah reporter yang pindah rubrik pemberitaan seperti yang disampaikannya berikut

“Wartawan tuh di media cepet banget gantinya, enam bulan kemudian udah beda orang, atau enam bulan kemudian dia udah gak di bagian film, itu yang agak sulit makanya kadang harus tetep keep contact kayak “mas masih disitu gak?” ataupun ngejaga

silaturahmi tuh harus penting banget karena kan ketika dia udah gak disitu kita bisa nanya ada kontaknya gak sih mas, temenmu yang sekarang gantiin kamu atau bisa ditanyain dong mas kayak gitu, yang sekarang megang siapa”(Wawancara Lidya, 28-04-2018)

## **B. Analisis Data**

### **1. Manajemen Redaksional**

Pada media penyiaran, seorang manajer bertanggung jawab kepada seluruh bawahannya dalam melaksanakan koordinasi sumber daya yang ada (manusia dan barang) sehingga tujuan media penyiaran yang bersangkutan dapat tercapai. Pemimpin Redaksi pada dasarnya bertanggung jawab dalam setiap aspek operasional suatu media cetak. Dalam melaksanakan tanggung jawabnya, Pemimpin Redaksi *Harian Jogja* melaksanakan empat fungsi dasar yaitu :

- a. Perencanaan (*Planning*)
- b. Pengorganisasian (*Organizing*)
- c. Pelaksanaan (*Actuating*)
- d. Pengawasan (*Controlling*)

Dengan adanya keempat fungsi dasar manajemen tersebut, tim redaksi *Harian Jogja* dimudahkan dalam menjalani kegiatannya. Dengan adanya sistem manajemen dalam redaksional rubrik pergelaran akan membantu perusahaan agar mencapai tujuan yang diharapkan. Berikut pembahasan semua fungsi yang berkaitan dengan Manajemen Redaksional dalam Rubrik Pergelaran pada surat kabar *Harian Jogja*.

#### **a. Perencanaan (*planning*)**

Pada prinsipnya perencanaan merupakan suatu proses yang tidak mengenal akhir dan untuk mencapai hasil yang memuaskan,

maka perencanaan harus mempertimbangkan kondisi-kondisi waktu yang akan datang dimana perencanaan tersebut dilaksanakan dan juga memperhatikan kondisi saat sekarang ketika perencanaan akan dibuat. Rencana diperlukan untuk memberikan gambaran kepada organisasi. Perencanaan dimaknai dengan menentukan sebelumnya apa yang harus dilakukan dan bagaimana cara melaksanakannya. Perencanaan dapat dianggap sebagai suatu kumpulan keputusan-keputusan dalam hubungan mana perencanaan tersebut dianggap sebagai tindakan mempersiapkan tindakan-tindakan untuk sesuatu yang akan datang dengan menyiapkan keputusan sebelum melaksanakan suatu tindakan.

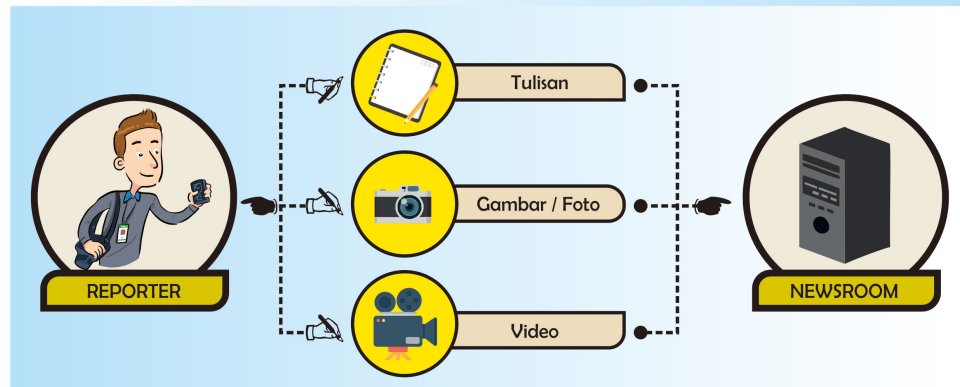
Dalam perencanaannya, Rapat perencanaan dilakukan pada pukul 21.30 WIB setiap malam. Pada rapat tersebut membahas tentang rencana liputan dan budgeting halaman depan, bottom up atau top down, dan menentukan sikap terhadap suatu peristiwa yang sedang terjadi di khalayak umum sebelum diangkat menjadi sebuah berita.

Selain diadakan pada malam, rapat budgeting juga diadakan setiap pukul 15.00 WIB. Rapat tersebut diikuti oleh pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, redaktur dan sekretaris redaksi. Rapat ini menindaklanjuti rapat malam, apakah ada pergeseran isu atau berita. Artinya, bisa jadi rapat malam untuk halaman satu berubah jika pada hari itu ada berita bagus dan nilai beritanya kuat. Rapat tersebut juga membahas tentang evaluasi atas terbitan surat kabar

pada hari tersebut apakah terdapat kesalahan atau ketertinggalan berita dibanding surat kabar kompetitor.

## Model Konvergensi

- ▶ Materi yang semula dikirim ke masing-masing redaktur kemudian semuanya dikirim ke newsroom baik berupa tulisan atau foto. Semua materi harus terkumpul dalam satu wadah yang memudahkan semua pihak mengaksesnya



Bagan 3.3 Perencanaan liputan surat kabar Harian Jogja (sumber : Pimpinan Redaksi Harian Jogja dengan modifikasi penulis)

Sebelum turun ke lapangan, terjadi komunikasi 2 arah yang dilakukan oleh redaktur dengan reporter tentang apa saja bahan berita yang akan diangkat pada sebuah rubrik pada surat kabar Harian Jogja. Hal tersebut dilakukan untuk menemukan solusi yang terbaik bagi pemberitaan pada rubrik tersebut.

Rubrik Pergelaran pada surat kabar Harian Jogja memiliki dua edisi, yaitu edisi harian dan edisi mingguan. Perbedaan dari kedua edisi rubrik Pergelaran tersebut terdapat dalam bentuk tampilan, rubrik Pergelaran pada edisi mingguan memiliki tampilan berwarna. Sedangkan rubrik Pergelaran edisi harian dicetak dalam tampilan hitam putih.

Rubrik Pergelaran menargetkan pembaca dari kalangan anak muda yang perlu akan informasi hiburan terkini. oleh karena itu



rubrik Pergelaran selalu berusaha memberitakan sesuatu yang berbeda bagi para pembaca surat kabar Harian Jogja.

Dari uraian di atas, rapat perencanaan dilakukan untuk menentukan sikap terhadap pemberitaan suatu peristiwa sesuai visi surat kabar Harian Jogja yaitu mengawal dinamika dan nilai luhur budaya masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya dan misi surat kabar Harian Jogja yang ingin meningkatkan daya kritis masyarakat untuk mencapai cita-cita menuju bangsa yang cerdas.

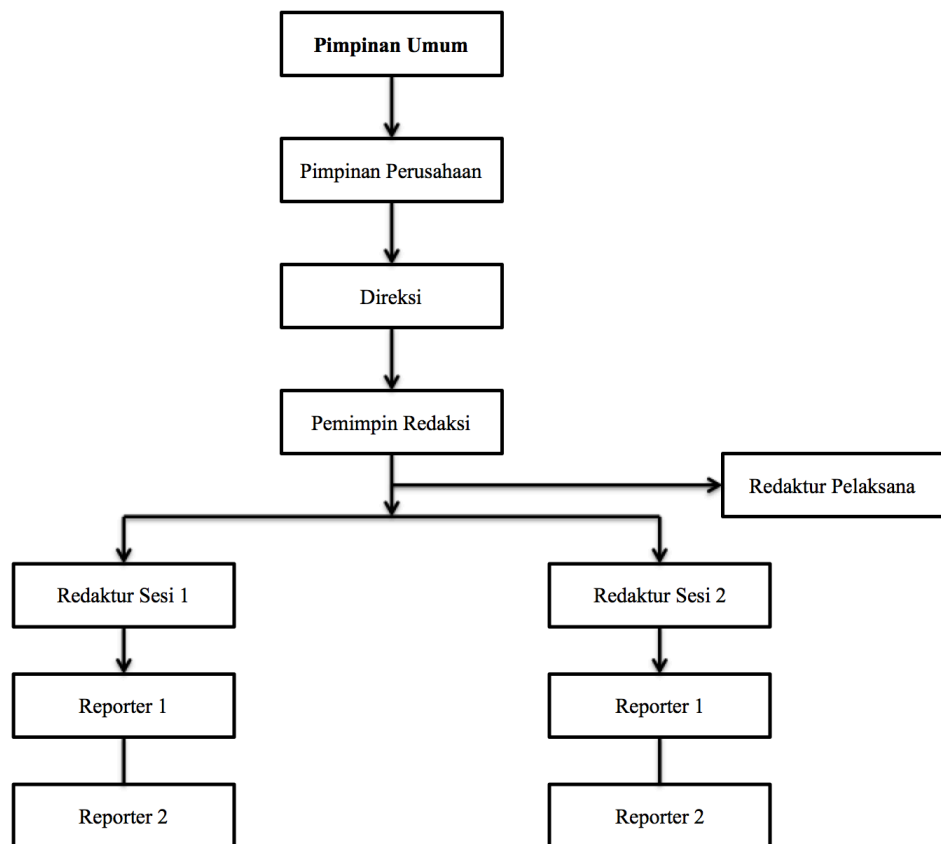
Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Junaidi (2014:38) bahwa perspektif yang berorientasi kemasamendatang dalam fungsi perencanaan ini berhubungan dengan visi dan misi organisasi, karena fungsi perencanaan yang selalu berkaitan dengan tujuan organisasi. Tujuan organisasi yang baik adalah yang berasal dari visi dan misi organisasi.

**b. Pengorganisasian (*organizing*)**

Pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki, dan lingkungan yang melingkupinya. Aspek utama proses susunan struktur organisasi yaitu pembagian kerja. Pembagian kerja adalah rincian tugas pekerjaan agar setiap individu pada organisasi bertanggung jawab dalam melaksanakan sekumpulan kegiatan. Aspek ini merupakan dasar proses pengorganisasian suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efisien dan efektif.

Harian Jogja merupakan sebuah Holding media yang bernaung dibawah Bisnis Indonesia Group, satu perusahaan dengan Solopos. Oleh karena itu berita yang terbit di surat kabar Harian Jogja dapat mengambil bahan berita yang ada disurat kabar Solopos.

Pimpinan redaksi surat kabar Harian Jogja membuat kebijakan untuk merotasi tugas reporter. Contohnya seperti reporter rubrik tentang bisnis dipindah tugaskan untuk meliput berita tentang pemerintahan dan rubrik rubrik lainnya. Hal tersebut memiliki tujuan untuk menambah wawasan dan memberikan pengalaman terhadap reporter yang bertugas disurat kabar Harian Jogja



Bagan 3.4 Struktur organisasi Surat Kabar Harian Jogja

Dari bagan di atas, bisa dilihat bahwa Harian Jogja dipimpin oleh Pimpinan Umum yaitu Prof. DR. H. Sukamdani S.

Gitosardjono yang bertugas dan bertanggung jawab memantau seluruh kinerja perusahaannya. Di bawahnya ada Pimpinan Perusahaan yaitu Bambang Natur Rahadi.

Lalu, jajaran Direksi Lulu Terianto dan Bambang Natur Rahadi yang juga merangkap sebagai direksi, dan Pemimpin Redaksi yaitu Anton Wahyu Prihartono yang bertugas dengan keredaksian dan isi berita. Selain itu, Anton juga memiliki tugas untuk memantau kelayakan berita yang akan diterbitkan pada surat kabar Harian Jogja setiap harinya. Anton membawahi semua redaktur dan reporter yang bertugas di surat kabar Harian Jogja.

Terdapat delapan orang redaktur pada surat kabar Harian Jogja. Delapan orang tersebut bertugas untuk mengerjakan dua sesi pemberitaan yang terdapat pada surat kabar Harian Jogja, yaitu sesi Harian Jogja dan sesi Jogja Politan. Setiap redaktur bertugas mengerjakan dua rubrik dan setiap rubriknya terdapat 2 wartawan yang meliput tentang berita yang diperlukan untuk rubrik tersebut.

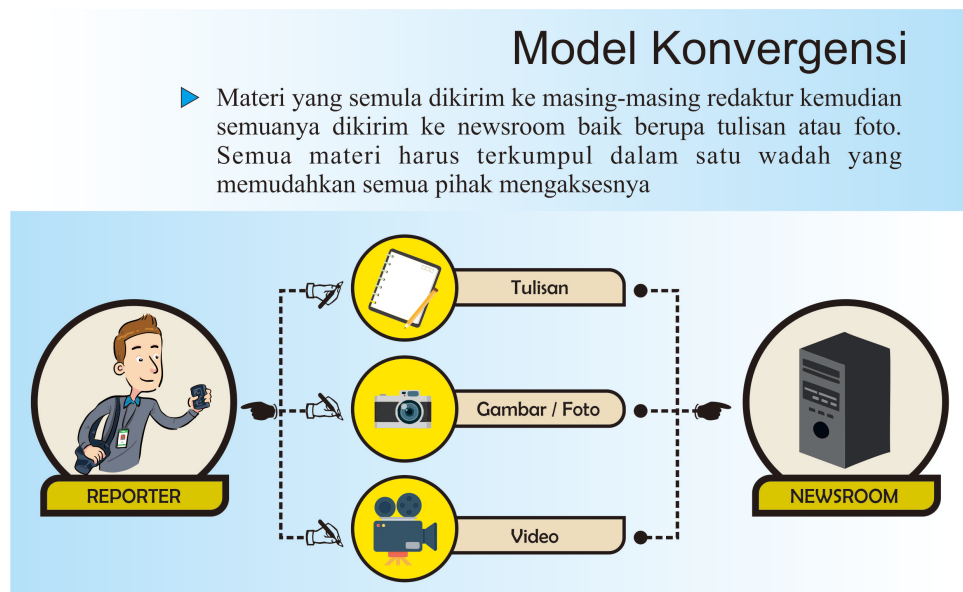
Menurut Tya selaku redaktur rubrik Pergelaran, Ia mengatakan tidak ada reporter khusus terkait berita film pada rubrik Pergelaran, hanya terdapat redaktur dan reporter saja walaupun rubrik pergelaran memiliki 1 atau 2 orang reporter di setiap daerahnya (Jakarta, Jogja, Soloraya).

Agar pembagian kerja mudah dipahami dan dilakukan oleh individu-individu dalam organisasi maka dibuatlah *job description* (deskripsi pekerjaan). Deskripsi pekerjaan ini berisi paparan kerja yang harus dilakukan dan menjadi tanggung jawab dari setiap posisi

di organisasi. (Junaedi, 2014:43). Hal tersebut sesuai dengan pembagian deskripsi kerja yang terdapat pada redaksi surat kabar Harian Jogja untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efisien dan efektif.

c. **Pelaksanaan (*actuating*)**

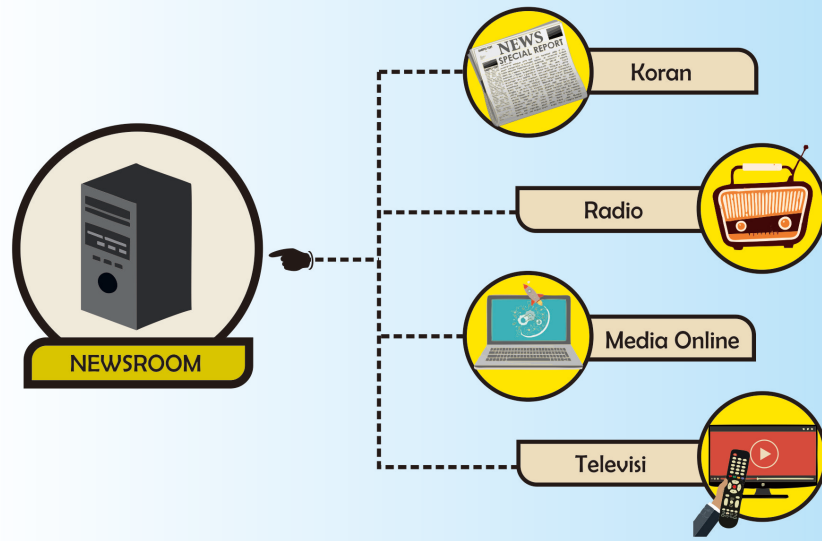
Fungsi pelaksanaan dalam surat kabar Harian Jogja untuk mencapai tujuan bersama, Anton menjelaskan bahwa setelah reporter meliput sebuah berita dan melengkapi kelengkapan berita tersebut dari foto peristiwa, wawancara dengan narasumber yang terlibat pada sebuah peristiwa tersebut, lalu mengirimkannya ke *newsroom* atau mengirim bahan berita tersebut ke redaktur bersangkutan untuk dilakukan proses editing.



Bagan 3.5 Alur Pemberitaan surat kabar Harian Jogja (sumber : Pimpinan Redaksi Harian Jogja dengan modifikasi penulis)

## Model Konvergensi

- ▶ Semua pihak yang terlibat baik pengelola Harian Jogja, harianjogja.com, radio dan group mengambil materi dari newsroom. ini jelas memudahkan dalam proses kerja dan memangkas alur komunikasi di antara divisi. Semua materi tinggal di ambil di newsroom.



Bagan 3.6 Alur Pemberitaan surat kabar Harian Jogja (sumber : Pimpinan Redaksi Harian Jogja dengan modifikasi penulis)

Dari bagan di atas reporter, fotografer, dan perekam kejadian mengirimkan berita yang diliput ke *newsroom* untuk diambil bahan beritanya oleh media yang berada di bawah naungan Bisnis Indonesia. Sebelum reporter turun ke lapangan, Tya menjelaskan terjadi komunikasi dua arah antara oleh redaktur dengan reporter untuk berdiskusi dan memberikan saran oleh kedua belah pihak dalam meliput sebuah peristiwa yang akan diangkat pada surat kabar Harian Jogja.

Kemudian para redaktur mengambil bahan berita yang diperlukan pada *newsroom* kemudian redaktur menyunting berita tersebut dan melengkapi bahan berita yang akan diangkat

dandiperiksa penulisan dan tata letaknya oleh redaktur pelaksana dan pimpinan redaktur.



Bagan 3.7 Proses produksi berita pada surat kabar Harian Jogja

Sebelum sebuah berita dimuat kedalam surat kabar Harian Jogja. Redaktur rubrik Pergelaran memuat judul yang sedemikian rupa agar menarik perhatian pembaca. Menurut Tya sebagai

redaktur rubrik Pergelaran, pembuatan judul tersebut berdasarkan jam terbang dan pengalamannya sebagai redaktur rubrik Pergelaran.

Pelaksanaan ini meliputi bagaimana manajer memberikan pengarahan dan pengaruhnya pada individu-individu dalam organisasi untuk melakukan kewajiban mereka masing-masing sesuai dengan paparan perkerjaannya. Pelaksanaan dalam fungsi manajemen tidak bisa dilakukan hanya dengan memberikan pengarahan saja. Aspek penting dalam pengarahan adalah kemampuan untuk melakukan komunikasi secara efektif (Junaedi, 2014:44). Hal tersebut telah sesuai dengan proses pelaksanaan yang dilakukan dalam manajemen rubrik Pergelaran pada surat kabar Harian Jogja. Redaktur melakukan pengarahan kepada reporter sebelum melakukan proses peliputan kerja untuk mendapatkan berita yang sesuai dengan ketentuan perusahaan.

**d. Pengawasan (*controlling*)**

Fungsi pengawasan pada surat kabar Harian Jogja dilakukan oleh seluruh divisi kerja. Namun, fungsi pengawasan dalam hal pemberitaan dilakukan oleh pimpinan redaksi yaitu Anton Wahyu Prihartono beserta redaktur pelaksana sebelum berita disajikan kepada publik.

Dalam rubrik Pergelaran redaktur juga berperan penting dalam mengawasi sebuah berita yang akan disajikan pada rubrik Pergelaran, setelah pengerjaan selesai melalui *layout* dalam bentuk

*print out*, redaktur Pergelaran mengoreksi isi pemberitaan bersama redaktur rubrik lain.

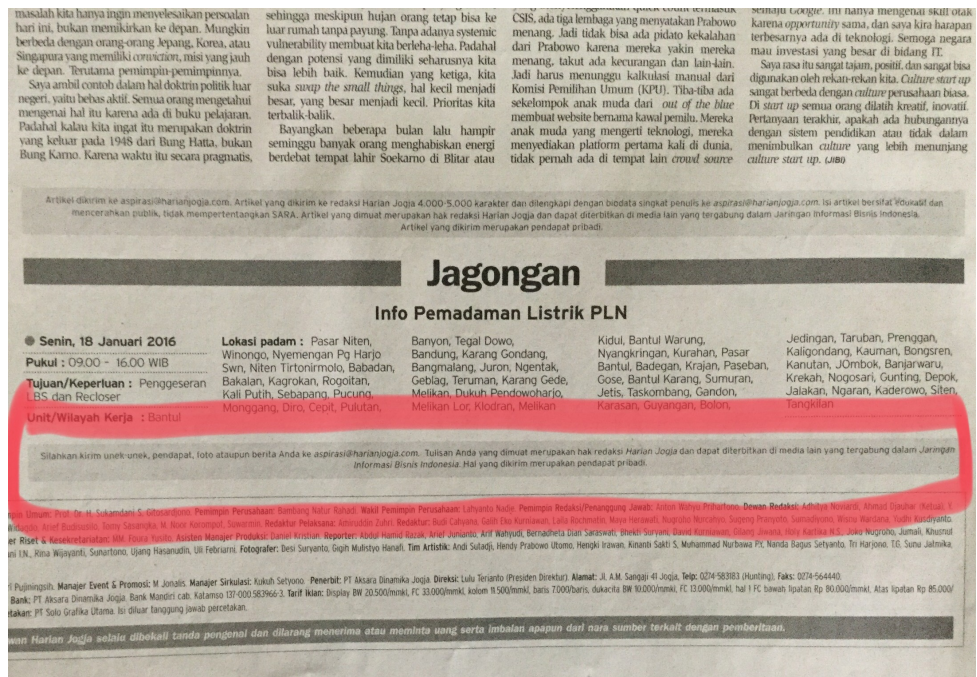
Lebih lanjut, Tya menjelaskan jika berita belum dimasukkan kedalam surat kabar, redaktur menyeleksi berita yang tidak mengandung unsur SARA dan tidak mengandung unsur pornografi. Kemudian pimpinan redaksi dan redaktur pelaksana yang menentukan layak atau tidaknya sebuah berita yang akan disajikan pada surat kabar Harian Jogja.

Evaluasi dilakukan setiap harinya sebelum proses penerbitan surat kabar Harian Jogja bersama para redaktur rubrik yang ada pada surat kabar Harian Jogja. Jika menemui suatu masalah, masalah tersebut akan dibawa dan diselesaikan ke dalam rapat redaksi.

Fungsi pengawasan dilakukan dengan mengevaluasi fungsi fungsi manajemen yang telah dilakukan dalam organisasi. Pengawasan tidak hanya dilakukan pada akhir pelaksanaan suatu proses, pengawasan juga dilakukan sejak fungsi–fungsi manajemen seperti fungsi perencanaan, fungsi pengorganisasian dan fungsi pelaksanaan dilakukan.

Selain itu, surat kabar Harian Jogja juga melibatkan para pembaca dalam mengawasi berita yang disajikan pada surat kabar Harian Jogja dengan membuat kolom kritik dan saran pada surat kabar tersebut.





Gambar 3.7 Kolom kritik dan saran pada surat kabar Harian Jogja

Pada lingkaran merah yang terdapat pada gambar tersebut tertulis, “Silahkan kirim unek-unek, pendapat, foto ataupun berita anda ke [aspirasi@harianjogja.com](mailto:aspirasi@harianjogja.com) Tulisan Anda yang dimuat merupakan hak redaksi Harian Jogja dan dapat diterbitkan di media lain yang tergabung dalam *Jaringan Informasi Bisnis Indonesia*. Hal yang dikirim merupakan pendapat pribadi. Tulisan tersebut terdapat di rubrik Aspirasi, yaitu sebuah rubrik yang memuat komentar pembaca surat kabar Harian Jogja.

Pengawasan yang dilakukan oleh para redaktur dan redaktur pelaksana bertujuan agar proses produksi dapat berjalan dengan lancar dan tanpa ada hambatan. Melalui pengawasan maka setiap permasalahan yang muncul dapat langsung diketahui dan ditangani sehingga dapat dicarikan solusi untuk mengatasinya. Pengawasan yang dilakukan oleh redaktur pelaksana tersebut dilaksanakan

dengan baik, akan tetapi juga sifatnya tidak untuk membatasi reporter sehingga mengurangi semangat dalam bekerja. Pengawasan yang dilakukan tersebut juga bermanfaat bagi reporter, hal tersebut dikarenakan dengan adanya pengawasan maka kinerja reporter selalu diawasi sehingga reporter dapat bekerja dengan maksimal untuk kepentingan perusahaan.

Fungsi pengawasan dilakukan dengan mengevaluasi fungsi-fungsi manajemen yang telah berlangsung dalam organisasi. Pengawasan dilakukan bukan hanya diakhir proses manajemen, namun pada hakikat pengawasan melekat dilakukan sejak fungsi perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan. Secara lebih operasional, aktivitas dalam organisasi diukur dengan indikator yang jelas agar mudah menjalankan pengawasan. Menjadi tugas manajer untuk menjalankan pengawasan dalam organisasi. Pengawasan dilakukan secara teratur memberi manfaat bagi organisasi dalam rangka mengetahui dengan segera tantangan dan hambatan yang dialami organisasi. Dalam manajemen media massa, pengawasan menjadi penting agar kualitas media tetap terjaga (Junaedi, 2014:37-47)

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen redaksi pada rubrik Pergelaran telah melakukan pengawasan dengan baik. Karena pengawasan telah dilakukan sejak awal proses manajemen dilaksanakan. Selain itu, pembaca surat kabar Harian Jogja juga ikut terlibat dalam pengawasan berita yang disajikan oleh

surat kabar Harian Jogja. kritik dan saran oleh pembaca bisa langsung diterima oleh redaksi surat kabar Harian Jogja.

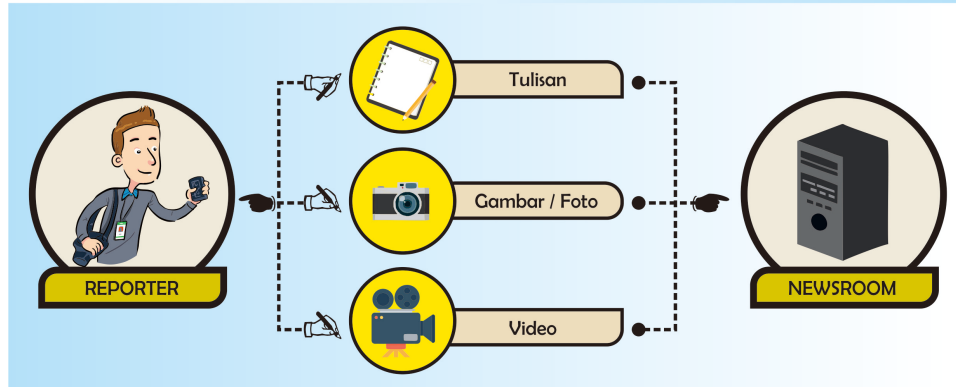
## 2. Produksi Berita

Dari segi nilai berita dalam rubrik Pergelaran pada surat kabar Harian Jogja, mengandung unsur *timeliness* yaitu terkait dengan kesegaran berita yang disajikan, unsur *suspense* terkait dengan peristiwa yang ditunggu-tunggu oleh masyarakat dan unsur *prominence* yaitu berkaitan dengan unsur keterkenalan dari *public figure*, tempat, benda, dan sebagainya. Hal tersebut sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Santana (2005) tentang unsur kelayakan berita.

Hal tersebut bertujuan untuk memberikan sesuatu yang bersifat menyegarkan bagi pembaca rubrik pergelaran. jenis berita yang terdapat pada rubrik Pergelaran bersifat Softnews, hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Morrisson (2008) yaitu *Softnews* adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Berita yang masuk kategori ini ditayangkan pada suatu program tersendiri diluar program berita.

## Model Konvergensi

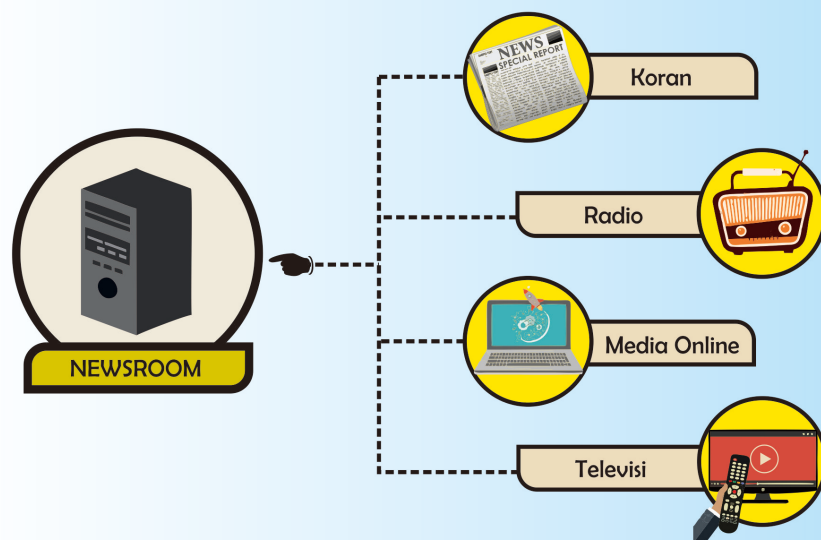
- ▶ Materi yang semula dikirim ke masing-masing redaktur kemudian semuanya dikirim ke newsroom baik berupa tulisan atau foto. Semua materi harus terkumpul dalam satu wadah yang memudahkan semua pihak mengaksesnya



Bagan 3.8 Alur Pemberitaan surat kabar Harian Jogja (sumber : Pimpinan Redaksi Harian Jogja dengan modifikasi penulis)

## Model Konvergensi

- ▶ Semua pihak yang terlibat baik pengelola Harian Jogja, harianjogja.com, radio dan group mengambil materi dari newsroom. ini jelas memudahkan dalam proses kerja dan memangkas alur komunikasi di antara divisi. Semua materi tinggal di ambil di newsroom.



Bagan 3.9 Alur Pemberitaan surat kabar Harian Jogja (sumber : Pimpinan Redaksi Harian Jogja dengan modifikasi penulis)



Gambar 3.8 Contoh berita *proximity* pada surat kabar Harian Jogja

Dalam berita yang terdapat pada gambar di atas, surat kabar Harian Jogja memberitakan tentang film yang dibuat oleh seorang *youtuber* yaitu Bayu Skak, yang membuat film dengan menggunakan bahasa Jawa, dilihat dari isi berita, hal tersebut mengandung unsur *prominence*, yang memiliki penjelasan yaitu kedekatan peristiwa tersebut dengan pembaca surat kabar Harian Jogja dengan bahasa yang digunakan dalam kesehariannya.



Gambar 3.9 Pada judul berita di atas, terlihat bahwa judul tersebut menjelaskan berita film yang akan datang pada bioskop Indonesia.



Gambar 3.10 Contoh berita *prominence* pada surat kabar Harian Jogja

Pada berita yang terdapat pada gambar di atas, surat kabar Harian Jogja memberitakan tentang kehidupan mahasiswa menurut Soleh Solihun, seorang *stand-up* komedi yang sering muncul pada layar kaca.



Gambar 3.11 Contoh berita *timeliness* pada surat kabar Harian Jogja

Berita yang disajikan dalam rubrik Pergelaran pada gambar di atas memberitakan tentang sekuel film Fast and Furious ke delapan yang sempat menjadi topik hangat dimasyarakat.

Selain mengandung unsur *timeliness* unsur *prominence*, unsur *proximity*, dan unsur *suspense*, rubrik pergelaran juga memberitakan unsur *proximity* yaitu kedekatan peristiwa dalam kesehariannya. Serta, rubrik pergelaran juga meliputi berita yang dapat memberikan inspirasi bagi semua pembaca surat kabar Harian Jogja, tanpa melihat unsur keterkenalan objek berita tersebut.

Judul yang menggelitik menjadi ciri khas pemberitaan film dalam rubrik pergelaran pada surat kabar Harian Jogja untuk menarik perhatian pembaca dan membuat pembaca penasaran terhadap isi berita tersebut.

### 3. Publishes Film dan Media

Seorang *publishes* berperan penting dalam kegiatan promosi suatu film yang akan rilis, *publishes* juga harus memiliki relasi dengan reporter yang bekerja pada suatu media untuk tujuan promosi film tersebut.

Seorang *publishes* dituntut untuk membuat konten kreatif dalam kegiatan promosi film, seperti *Behind The Scene* dan *Video Trailer*. seperti bts dan trailer. selain itu *publishes* film juga mengadakan kegiatan lainnya untuk para reporter, agar menjadikan film tersebut sebagai bahan berita bagi media. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara *Press Release*, *Press Conference*, *Free Ticket*, *Meet & Greet*.

Selain bekerja sama dengan media, seorang *publishes* juga harus memiliki relasi dengan *buzzer* di media sosial yang memiliki basis pengikut yang banyak. Harapannya para *publishes* film bisa mendapatkan *feedback* dari pengikut mereka.

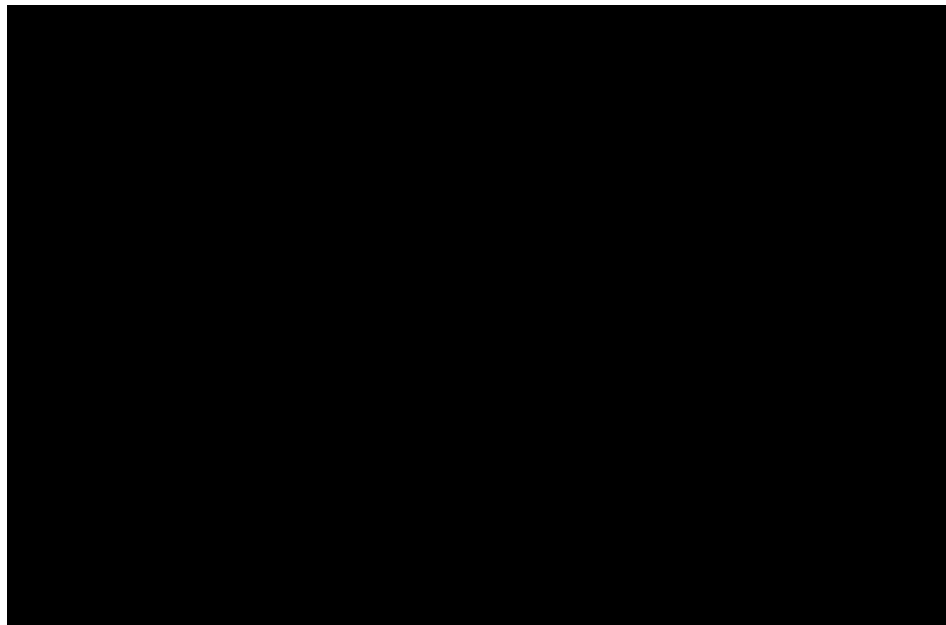
Masa kerja seorang *Publishes* untuk mempromosikan suatu film dimulai sejak tiga bulan sebelum film tersebut memasuki masa pra produksi hingga selesai pasca produksi. *Publishes* juga harus mendapatkan informasi terbaru tentang pemberitaan film yang dipromosikannya pada media baik cetak ataupun *online*.

Menurut Lidya yang merupakan seorang *publishes* film, menjalin kerjasama dengan media online lebih mudah dibanding menjalin kerjasama



dengan media cetak. Lidya berpendapat bahwa media cetak memiliki keterbatasan halaman karena adanya berita yang wajib diberitakan dan produsen yang mengiklankan produk mereka, sehingga memiliki keterbatasan tempat dalam jumlah halaman pemberitaan.

Seorang *publishes* wajib mengkonfirmasi kembali reporter untuk membuat kesepakatan dalam hal pemberitaan film. Jika telah mencapai kesepakatan, kedua belah pihak membuat perjanjian tertulis yang berisikan keuntungan kedua belah pihak tersebut dalam kegiatan promosi. Kemudian ditanda tangani kedua belah pihak yakni *publishes* dan media tersebut



Bagan 3.10 Proses kerjasama *publishes* film dengan media.

Jika terjadi kendala dalam perjanjian kedua belah pihak tersebut, *publishes* harus mengkonfirmasi kembali pihak media yang telah menyepakati perjanjian tersebut dan terus mengikuti perkembangan pemberitaan film pada media tersebut.

Selain itu kesulitan lain seorang *publishes* adalah reporter yang berpindah rubrik pemberitaan atau berhenti dari media tersebut. Seorang *publishes* harus tetap menjalin komunikasi dengan reporter tersebut atau melakukan komunikasi langsung dengan media tersebut agar tetap terhubung dan tidak menemui hambatan jika ingin melakukan kerjasama dikemudian hari.