

## MANAJEMEN PERS MAJALAH MINIMAGZ



### SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Sosial Islam (S. Sos. I)**

**Oleh:**

**Turcham  
NIM: 05210083**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH UIN SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2009**



### **SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR**

Hal : Persetujuan Skripsi

Lamp :

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Dakwah  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Turcham

NIM : 05210083

Judul Skripsi : Manajemen Pers Majalah Minimagz

sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah/Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Sosial Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 4 November 2009

Pembimbing

**Drs. Hamdan Daulay, M. Si**

NIP. 19661209 199403 1 004



DEPARTEMEN AGAMA RI  
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
**FAKULTAS DAKWAH**  
Jl. Marsda Adisucipto, Telepon (0274) 515856 Fax (0274) 552230  
Yogyakarta 55221

**PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR**

Nomor : UIN.02/DD/PP.00.9/222/2010

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul :

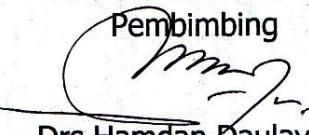
**MANAJEMEN PERS MAJALAH MINIMAGZ**

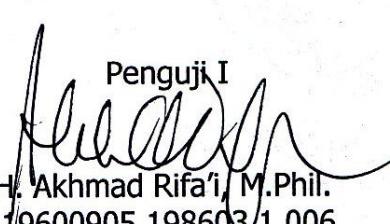
Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

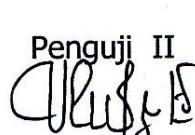
Nama : Turcham  
NIM : 05210083  
Telah dimunaqasyahkan pada : Senin, 14 Desember 2009  
Nilai Munaqasyah : **B-**

dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

**TIM MUNAQASYAH :**

Pembimbing  
  
Drs Hamdan Daulay, M.Si.  
NIP. 19661209 199403 1 001

Pengaji I  
  
Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.  
NIP. 19600905 198603 1 006

Pengaji II  
  
Dra. Hj. Evi Septiani, M.Si.  
NIP. 19640923 199203 2 001

Yogyakarta, 15 Februari 2010  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
FAKULTAS DAKWAH

DEKAN

Prof. Dr. H. M. Fahri Ghazali, MA  
NIP. 19561123 198503 1 002

## **MOTTO**

**الْحَقُّ بِلَا نَظَامٍ يَغْلِبُ الْبَاطِلَ بِنَظَامٍ**

“Kebaikan yang tidak terorganisir, akan dapat dikalahkan oleh kejelekan yang terorganisir”.

**(Ali bin Abi Thalib)**

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

*Almamater Tercinta  
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
Yogyakarta.*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah. Puji syukur ke hadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan segala rahmat dan nikmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Shalawat dan salam selalu tercurah kepada baginda Muhammad SAW., keluarga, sahabat, dan orang-orang yang senantiasa mengikuti jejaknya.

Dalam proses penyusunan skripsi jurusan KPI Fakultas Dakwah ini, penulis telah menjalani proses dan menekuni prosedur penulisan sebuah karya ilmiah skripsi. Dari hal tersebut, penulis telah banyak belajar tentang manajemen, mulai dari prosedur administratif hingga menjadi karya skripsi ini.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan para pihak yang telah ikut membantu mensukseskan dan melancarkan kegiatan tersebut. Oleh karena itu, sudah sepantasnya penyusun sampaikan ucapan terima kasih kepada:

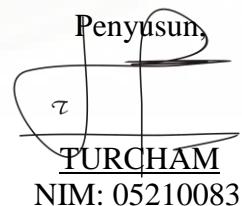
1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dekan Fakultas Dakwah Prof. Dr. H.M. Bahri Ghazali, MA.
3. Ibu Hj. Dra. Evi Septiani TH, M. Si selaku Ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam serta Pembimbing Akademik.
4. Bapak Drs. Hamdan Daulay, M.Si selaku dosen Pembimbing Skripsi, yang telah banyak memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini. Semoga Allah berkenan memberikan pahala.
5. Saudari Dalilah selaku Pemimpin Umum Majalah Minimagz.
6. Saudari Tri Wulandari selaku Pemimpin Redaksi Majalah Minimagz beserta seluruh Direksi Majalah Minimagz di Yogyakarta (A'Radith, A'Arif, A' Rian, A'Bongky, serta yang lainnya) yang telah mengijinkan penulis untuk meng-

adakan penelitian di lembaga tersebut dan telah memberikan keterangan yang penulis perlukan.

7. Bapakku Maskun dan Ibuku Isrohah tercinta di rumah, atas segala dukungan moril dan materiil yang sungguh sangat luar biasa perjuangan dan pengorbanan keduanya. Kasih sayang, ketulusan serta keridhoannya, semoga Allah membalasnya dengan balasan Syurga.
8. Kakakku Azib, Habib, Wasith Lc., serta adik-adikku Zahid dan Showab yang menjadi inspirasi tersendiri bagi penulis serta orang yang selalu menemaniku dengan lantuan do'a yang tulus. Semoga cita-cita kita dapat meghantarkan kepada kebaikan di dunia dan akhirat.
9. Sahabat-sahabatku di wajihah dakwah kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, KAMMI yang telah melahirkan, Partai PAS yang telah mendewasakan, serta KMC yang telah menjadi rumahku. Saya merindukan Antum. *Jazakumullah Khoiron Katsiron.*
10. Teruntuk semuanya yang dengan sabar membantu, mendoakan serta memotivasi penyusun tanpa kenal lelah. Dan seluruh pihak-pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu. Terima kasih atas doa dan motivasinya.

Semoga segala bantuan dan partisipasi yang telah diberikan menjadi amal saleh dan diterima di sisi Allah SWT. Amin.

Yogyakarta, 17 Dzulqo'dah 1430 H  
05 November 2009 M



Penyusun  
τ  
TURCHAM  
NIM: 05210083

## ABSTRAK

**TURCHAM.** Manajemen Pers Majalah Minimagz. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2009.

Kebutuhan akan manajemen sering diidentikkan dengan organisasi bisnis. Selanjutnya, dalam perkembangan ilmu sebuah manajemen dibutuhkan dalam semua tipe organisasi. Dalam praktiknya, manajemen dibutuhkan dimana saja orang-orang bekerja bersama (organisasi) untuk mencapai suatu tujuan bersama. Oleh karena itu, manajemen bersifat universal dengan mencakup semua situasi manajerial, termasuk mencakup media massa atau surat kabar.

Secara spesifik, salah satu contoh media massa tersebut adalah majalah. Majalah merupakan salah satu contoh media komunikasi yang cukup efektif karena majalah merupakan media cetak yang dapat dibaca oleh masyarakat luas, dimana saja dan kapan saja.

Sebagai media massa cetak, tentunya majalah yang baik adalah majalah yang mampu memberikan kontribusi kepada para khalayak sebagaimana fungsi dan perannya. Karena itu, aspek manajerial menjadi penting dalam penataan dan pengelolaan. Salah satu aspek tersebut adalah adanya sebuah manajemen pers yang baik. Adanya manajemen yang baik hampir dipastikan sebuah perusahaan pers akan hidup, maju, dan berkembang, demikian pula sebaliknya.

Hal inilah yang akan menjadi pembahasan di dalam skripsi ini. Majalah Minimagz menjadi obyek penelitian. Karena majalah ini dalam perkembangannya telah mampu eksis dalam sebuah persaingan dengan media-media yang lain. Majalah Minimagz cukup lihai dalam menarik perhatian pembaca dengan menampilkan bentuk yang berbeda, dengan format mini yang menonjolkan kekuatan gambar (*grafis*) serta dengan bahasa yang sederhana sehingga menarik untuk dilihat serta dibaca.

Oleh karena itu, peneliti menganggap penting untuk meneliti tentang manajemen pers majalah Minimagz. Selanjutnya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen pers majalah MM dalam pengelolaan media dengan penerapan fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pengetahuan dan menambah wawasan yang berkaitan dengan manajemen pers (jurnalistik Islami).

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif artinya menganalisa keadaan dan menginterpretasikan data dengan cara menggambarkan serta melukiskan keadaan subyek, obyek dan data-data yang lain dalam penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta yang ada, dengan mengacu pada obyek penelitian.

Setelah mengadakan pengumpulan data dan berbagai bahan terkait, maka secara garis besar penulis mendapatkan kesimpulan bahwa bahwa majalah Minimagz telah menerapkan fungsi manajemen secara baik, dengan berjalannya fungsi tiga bagian yang ada; Pertama, segi keredaksian. Kedua, segi produksi, dan Ketiga, segi marketing.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR .....	iii
SURAT PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI .....	x

### BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	3
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	6
F. Kajian Pustaka .....	7
G. Kerangka Teoritik .....	8
1. Tinjauan Manajemen .....	8
a. Pengertian Manajemen .....	8
b. Fungsi Manajemen .....	10
2. Tinjauan Pers .....	18
a. Pengertian Pers .....	18
b. Fungsi Pers .....	19
c. Karakteristik Pers .....	21
d. Pilar Utama Pers .....	22
e. Prinsip-prinsip Pers dalam Islam .....	23
H. Metode Penelitian .....	25

1. Metode Penelitian Subyek dan Obyek Penelitian .....	26
2. Metode Pengumpulan Data .....	26
3. Metode Analisa Data .....	27
I. Sistematika Pembahasan .....	28

## **BAB II GAMBARAN UMUM MAJALAH MINIMAG**

A. Sejarah Berdirinya Majalah Minimag .....	30
B. Sejarah Perkembangan Majalah Minimagz .....	31
C. Perkembangana Oplah tiap edisi .....	33
D. Visi dan Misi .....	37
E. Spesifikasi Data Media .....	37
F. Sasaran .....	38
G. Sponsorship .....	38
H. Distribusi .....	39
I. Prosentase Data Penyebaran .....	40
J. Struktur Organisasi dan Personalia .....	40
K. Profil Pembaca .....	41
L. Sirkulasi dan Jangkauan Penyebaran .....	41
M. Rubrik-rubrik Majalah Minimagz .....	42

## **BAB III PENERAPAN MANAJEMEN PERS MAJALAH MINIMAG**

1. Tahapan Penencanaan .....	45
2. Tahapan Pengorganisasian .....	53
3. Tahapan Penggerakan .....	60
4. Tahapan Pengawasan .....	65

## **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	74
B. Saran .....	75
C. Kata Penutup .....	75

## **DAFTAR PUSTAKA**

Lampiran-Lampiran

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Penegasan Judul**

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul skripsi ini, maka perlu dijelaskan beberapa pernyataan atau istilah yang berkaitan dengan judul. Judul skripsi ini adalah: Manajemen Pers Majalah Minimagz. Maka penulis akan menjelaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul tersebut.

#### 1. Manajemen Pers

Manajemen adalah proses menginterpretasikan serta mengkoordinasikan sumber daya, sumber dana, dan sumber-sumber lainnya untuk mencapai tujuan dan sasaran.<sup>1</sup> Sedangkan pers berarti cetak atau penyiaran secara tercetak atau publikasi secara dicetak (*printed publications*).<sup>2</sup> Tetapi, sekarang kata pers ini digunakan untuk merujuk semua kegiatan jurnalistik, terutama kegiatan yang berhubungan dengan menghimpun berita, baik oleh wartawan media elektronik maupun media cetak.<sup>3</sup>

Adapun yang dimaksud manajemen pers adalah proses pengelolaan media cetak (majalah) yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan untuk mencapai hasil yang ditentukan.

---

<sup>1</sup> Totok Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 96.

<sup>2</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 145.

<sup>3</sup> Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik Teori dan Praktik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 17.

## 2. Majalah Minimagz

Majalah adalah format penerbitan pers berukuran kertas kuarto, folio, atau setengah tabloid. Ada juga yang berukuran buku atau setengah kuarto (*mini magazine*). Umumnya, mingguan, dwi mingguan, bulanan, atau terbit berkala (periodik), dengan segmen berita khusus--politik, ekonomi, hiburan, agama, ataupun umum.<sup>4</sup> Sementara itu Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu Komuniasi, Teori dan Praktek, mendefinisikan majalah adalah suatu pengelolaan laporan harian yang menarik minat khalayak mulai dari peliputan sampai penyebarannya kepada masyarakat.<sup>5</sup> Sedangkan Minimagz adalah nama sebuah majalah dwi bulanan yang digarap oleh divisi media Smart Syuhada' sebagai media alternatif bagi dunia pelajar Yogyakarta.

Majalah Minimagz ini (selanjutnya ditulis majalah MM), digarap oleh sekumpulan para pelajar Yogyakarta yang semangat dalam jurnalistik Islami dan dakwah *bil qolam*. MM hadir menawarkan ruang dan warna tesendiri dalam lika-liku kehidupan akademis pelajar Yogyakarta dengan bentuk yang mungil, serta slogan yang bernas “satu majalah berjuta inspirasi”.

Dari pelbagai penegasan istilah di atas, yang dimaksud dengan judul **Manajemen Pers Majalah Minimagz** adalah yaitu suatu penelitian yang mencoba melihat dan mendeskripsikan bagaimana manajemen pers majalah MM sebagai media massa cetak yang memberikan terobosan baru dalam pengembangan pengelolaan penerbitan pers kepada khalayak pembaca.

---

<sup>4</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Op. Cit.*, hlm. 84.

<sup>5</sup> Onong Uchjana Effendy, *Op. Cit* hlm. 151.

## **B. Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini, banyak bermunculan media massa yang melengkapi kehidupan kita sehari-hari. Media massa sebagai sumber informasi, inspirasi, hiburan, dan sebagainya. Surat kabar adalah salah satu media massa yang hadir di tengah kehidupan kita. Surat kabar, telah diakui sebagai sarana untuk mendapatkan informasi yang cukup popular bagi masyarakat. Selain harganya terjangkau, surat kabar juga dapat dengan mudah didapatkan di pasaran luas.

Media massa merupakan media komunikasi yang mampu menimbulkan keserempakan atau pengaruh kepada khalayak dalam jumlah yang relatif banyak. Majalah merupakan salah satu contoh media komunikasi yang cukup efektif karena majalah merupakan media cetak yang dapat dibaca oleh masyarakat luas, kapan saja dan di mana saja. Sebagai unsur dari proses komunikasi, majalah mempunyai ciri-ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya. Majalah memiliki keunikan tersendiri. Salah satunya, dari segi bentuk yang berbeda dengan koran, buletin, jurnal, tabloid, dan lain-lain. Oleh karena itu, majalah mempunyai kelebihan yang tidak dimiliki oleh media massa lainnya.

Sebagai media massa cetak, tentunya majalah yang baik adalah majalah yang mampu memberikan kontribusi kepada para khalayak sebagaimana fungsi dan perannya. Karena itu, penataan dan pengelolaan menjadi aspek yang sangat penting dalam dunia majalah. Dengan kata lain, sebuah manajemen pers yang baik mutlak diperlukan. Maju mundurnya sebuah perusahaan pers sangat ditentukan oleh pengelolaan manajemen yang berlangsung di dalamnya.

Manajemen dalam hal ini dapat memberikan solusi dalam mengelola suatu perusahaan atau organisasi. Menurut Henry Fayol, manajemen terbagi atas empat bagian, yaitu: *Planning*, *Organizing*, *Acting*, dan *Controlling*.<sup>6</sup> Keempat hal tersebut merupakan sekelompok kegiatan yang satu sama lain terdapat hubungan erat dan sebagai sarana untuk mencapai tujuan organisasi.

Secara langsung, penerapan fungsi manajemen dalam suatu kegiatan dapat memberikan konsep atau aturan pengelolaan yang jelas, sehingga tujuan dari kegiatan tersebut dapat tercapai. Oleh karena itu, maksud dari pelaksanaan manajemen pers adalah penerapan fungsi manajemen sesuai dengan visi dan misi pers tersebut.

Upaya peningkatan sebuah majalah agar mampu menjadi *trendsetter* harus dibangun melalui sebuah manajemen yang baik. Terlebih, pada majalah yang memuat tema tentang keislaman (baca: pers islam). Majalah seperti ini memiliki banyak tantangan, karena pers Islam umumnya kalah unggul dan kalah pamor oleh pers umum<sup>7</sup>. Terlebih lagi, majalah yang digarap dengan tujuan dakwah (*non profit*) yang mengembangkan misi ‘*amar ma’ruf nahi munkar*’.

MM adalah salah satu media jurnalistik islami; yang dalam proses atau aktivitasnya memuat nilai-nilai kebenaran yang sesuai dengan ajaran Islam. Oleh karena itu, penyebarluasan informasi tentang perintah dan larangan Allah SWT dilakukan dengan kemasan yang cantik dan profesional. Tujuannya, untuk mempengaruhi komunitas (khalayak, massa) agar berperilaku sesuai dengan ajaran Islam.

---

<sup>6</sup> Totok Djuroto, *Op. Cit.*, hlm. 96.

<sup>7</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Dakwah Visi dan Misi Dakwah bil Qalam* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), hlm. 49.

Salah satu *dakwah bil qolam* yang dilakukan MM terangkum dalam hadirnya sebuah gagasan untuk mengaktualisasikan pesan dakwah yang tidak monoton. Terbukti, majalah ini cukup sukses meramaikan jagat media massa pelajar di Yogyakarta hingga saat ini. Bentuk majalah ini mini, namun banyak kalangan pelajar yang mencarinya, mulai dari tingkatan kelas menengah atas sampai kelas menengah pertama. Misalnya, para pelajar SMA N 1, SMA N 2, SMA N 3, SMA N 4 Yogyakarta dan seterusnya. Bahkan, tidak hanya lokal Yogyakarta saja, MM telah merambah ke luar kota dan provinsi, hingga luar negeri. Seperti Jakarta, Solo, Semarang, Malaysia serta Thailand.

Perpaduan antara isi, gaya bahasa dan *lay out* majalah yang cantik menjadi daya tarik bagi para pembaca di tengah derasnya persaingan media. Hanya saja, derasnya persaingan tersebut, ternyata MM mengalami kendala dalam aspek penerapan manajemen; walaupun sudah cukup berhasil dalam jumlah oplah yang diraih. Kendala-kendala internal maupun eksternal pun masih banyak dijumpai.

Secara internal, kendala yang sering ditemukan adalah masalah pendanaan serta sumber daya manusia. Dalam perjalanannya, majalah ini sering mengalami kendala terbatasnya dana, atau kurang solidnya personil (*staffing*) majalah. Sedangkan secara eksternal, terjadi persaingan dengan surat kabar lain, baik lokal maupun nasional dalam memperebutkan pangsa pasar. Namun, keunggulan dari segi bentuk majalah ini (bentuk yang mini dan *grafis*-nya yang *cool*) mampu menjadi potensi tersendiri dan merupakan salah satu nilai jual andalan.

Melihat kenyataan yang ada, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: Manajemen Pers Majalah Minimagz. Penelitian ini

diharapkan dapat menjelaskan bagaimana pengelolaan manajemen pers majalah MM dengan penerapan fungsi manajemen.

### **C. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang dipaparkan di atas, penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut: bagaimana pengelolaan manajemen pers majalah MM dengan penerapan fungsi manajemen?

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah menemukan jawaban dari pertanyaan yang terdapat dalam rumusan masalah. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengelolaan manajemen pers majalah MM dengan penerapan fungsi manajemen?

### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis:

Dapat memberikan sumbangsih pengetahuan, khususnya pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang berhubungan dengan manajemen pers (jurnalistik Islami).

2. Secara Praktis:

Sebagai bahan masukan bagi insan pers pada umumnya dan MM pada khususnya dalam aspek pengelolaan majalah, serta sebagai bahan pertimbangan agar MM bisa lebih baik di masa yang akan datang.

## F. Kajian Pustaka

Penelitian yang membahas tema manajemen pers (media) secara khusus belum begitu banyak. Namun, sudah ada beberapa orang yang melakukan penelitian dalam hal tersebut. Yaitu, Iim Halimatussadiyah, Mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2005 dengan judul “*Manajemen Redaksi Pers Islam (Studi Terhadap Majalah Muslimah)*”. Dalam penelitian ini, penulis membahas tentang pers Islam, namun hanya sebatas pada segi keredaksi dalam hal berita dengan menerapkan fungsi manajemen pada umumnya.<sup>8</sup>

Muhammad Fuad Ansori, 2008 dengan judul “*Manajemen Redaksi Surat Kabar Dwi Mingguan “LENTERA” di Ngawi*”<sup>9</sup> dan Juwairiyah, 2009 dengan judul “*Manajemen Redaksional Pada Surat Kabar Harian Radar Kudus*”<sup>10</sup> yang sama-sama Mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Pembahasan dalam skripsi ini menunjukkan bahwa penelitian ini sebatas mendeskripsikan bagaimana proses pengelolaan materi pemberitaan. Artinya bahwa penelitian ini menitik-beratkan dalam hal materi atau keredaksi saja dalam pemberitaan yang dilakukan oleh surat kabar tersebut.

Dengan demikian, sepanjang penelusuran penulis belum ada kajian yang sama dalam sorotan ke media (media Islam). Meskipun sebenarnya, dalam hal manajemen telah ada. Oleh karena itu, selain dari kajian media, penelitian ini juga

---

<sup>8</sup> Iim Halimatussadiyah. 2005. “*Manajemen Redaksi Pers Islam (Studi Terhadap Majalah Muslimah)*”, Skripsi tidak dipublikasikan. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah, UIN Sunan Kalijaga. Yogyakarta.

<sup>9</sup> Fuad Ansori. 2008. “*Manajemen Redaksi Surat Kabar Dwi Mingguan “LENTERA” di Ngawi*”, Skripsi tidak dipublikasikan. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah, UIN Sunan Kalijaga. Yogyakarta.

<sup>10</sup> Juwairiyah. 2009 “*Manajemen Redaksional Pada Surat Kabar Harian Radar Kudus*”, Skripsi tidak dipublikasikan. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah, UIN Sunan Kalijaga. Yogyakarta.

berusaha melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya serta memberikan yang terbaik dalam pengelolaan media. Hal inilah akan menjadi menarik, ketika segala bidang manajemen diterapkan dalam sebuah pengelolaan media massa.

## **G. Kerangka Teoritik**

### **1. Tinjauan Manajemen**

Kebutuhan akan manajemen seringkali identik dengan organisasi bisnis, selanjutnya perkembangan ilmu manajemen dibutuhkan dalam semua tipe organisasi. Dalam prakteknya, manajemen dibutuhkan dimana saja orang-orang bekerja bersama (organisasi) untuk mencapai suatu tujuan bersama. Oleh karena itu, manajemen bersifat universal dengan mencakup semua situasi manajerial, termasuk mencakup surat kabar.

#### **a) Pengertian Manajemen**

Manajemen di lihat dari bahasanya berasal dari bahasa Inggris yaitu *management*. Semula dari Italia *manaj (iare)*, yang bersumber dari bahasa latin *mamis*, artinya tangan. *Management* atau *manaj (iare)*, berarti memimpin, membimbing dan mengatur. Sampai sekarang belum ada seorang pun yang mendefinisikan manajemen secara baku. Para ilmuwan masih mendefinisikan manajemen dengan bermacam-macam.<sup>11</sup> Namun, secara garis besar sudah ada persamaan tentang teori manajemen tersebut.

Henry Fayol (1841-1925) salah satu pelopor dan tokoh *Classical Organization Theory* (teori organisasi klasik) mendefinisikan manajemen sebagai: proses menginterpretasikan, mengordinasikan sumber daya

---

<sup>11</sup> Totok Djuroto, *Op. Cit.*, hlm. 95.

manusia, sumber dana, dan sumber-sumber yang lain untuk mencapai tujuan dan sasaran, melalui tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan, dan penilaian.<sup>12</sup> Begitu juga dengan Stoner—seperti yang dikutip oleh T. Hani Handoko—bahwa manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.<sup>13</sup>

Sedangkan manajemen secara operasional dapat diartikan sebagai pelaksanaan fungsi-fungsi unit-unit dalam organisasi untuk merencanakan, menganggarkan, mengorganisasikan, mengarahkan, melaksanakan, mengawasi, dan mengevaluasi pekerjaan unit masing-masing untuk mencapai tujuan keseluruhan organisasi secara efisien dan efektif.<sup>14</sup> Agama Islam pun menganjurkan agar segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, benar, tertib, dan teratur. Sesuatu tidak boleh dilakukan asal-asalan. Hal ini merupakan prinsip utama dalam ajaran Islam. Rasulullah SAW. bersabda dalam sebuah hadits yang diriwatkan Imam Thabranī,<sup>15</sup>

ان الله يحب إذا عمل أحدكم العمل إن يتقنه

“Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan sesuatu pekerjaan, dilakukan secara *itqan* (terarah, jelas, dan tuntas).”  
H.R Thabranī.

---

<sup>12</sup> *Ibid.*

<sup>13</sup> T.Hani Handoko, *Manajemen Edisi II*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 1991), hlm. 8.

<sup>14</sup> Zulkifli Amsyah, *Op.cit.* hlm. 2.

<sup>15</sup> Didin Hafidhuddin dan hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik*, (Jakarta: Gema insani Press, 2003), hlm. 1.

Dari beberapa definisi diatas terlihat menarik bahwa manajemen diartikan sebagai proses bukan seni karena manajemen bukanlah kerja *person* atau individu melainkan kerja kelompok. Manajemen mempunyai peran yang sangat penting dalam upaya untuk mencapai tujuan keseluruhan organisasi secara efisien dan efektif dengan berbagai tahapan-tahapan yang terarah.

### **b) Fungsi Manajemen**

Ditinjau dari segi prosesnya, manajemen terdiri dari serangkaian tindakan-tindakan tertentu yang selanjutnya disebut dengan fungsi manajemen. Fungsi manajemen adalah elemen-elemen dasar yang akan selalu ada dan melekat di dalam proses manajemen yang akan dijadikan acuan oleh manajer dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan.

Fungsi manajemen pertama kali diperkenalkan oleh seorang industrialis Prancis bernama Henry Fayol pada awal abad ke-20. Ketika itu, ia menyebutkan lima fungsi manajemen, yaitu merancang, mengorganisir, memerintah, mengordinasi, dan mengendalikan. Namun saat ini, kelima fungsi tersebut telah diringkas menjadi empat, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian.<sup>16</sup>

Setidaknya ada 14 asas dalam manajemen yang dikembangkan oleh Henry Fayol, yaitu: Pembagian tugas, Wewenang dan Tanggung jawab, Disiplin, Kesatuan perintah, Kesatuan pengarahan, Ketertiban, Keadilan, Prakarsa, Stabilitas masa jabatan, Kesatuan, Jenjang kepangkatan

---

<sup>16</sup> [http://id.wikipedia.org/wiki/fungsi\\_manajemen](http://id.wikipedia.org/wiki/fungsi_manajemen), akses 7 Juli 2009.

an, Penggantian pegawai, Pemindahan wewenang, Pengutamaan kepentingan umum daripada kepentingan pribadi.<sup>17</sup>

Dari empat belas asas tersebut diringkas menjadi empat hal yang disebut sebagai fungsi manajemen, yaitu: *Planning, Organizing, Acting, dan Controlling* yang kemudian disingkat menjadi POAC.<sup>18</sup>

### 1. *Planning* (perencanaan)

*Planning* dapat diartikan sebagai penetapan tujuan, penetapan aturan, penyusunan rencana, dan sebagainya.<sup>19</sup> Dalam perencanaan diperlukan tahapan-tahapan yang merupakan prosedur dalam sebuah manajemen. Dalam hal ini, Alex S. Nitinegoro menjelaskan tahapan atau langkah-langkah yang harus ditempuh dalam membuat perencanaan, yakni:

- a) Penetapan tujuan
- b) Pengumpulan data-data serta penetapan dugaan atau ramalan
- c) Menentukan alternatif cara bertindak
- d) Mengadakan penilaian alternatif
- e) Memilih alternatif<sup>20</sup>

### 2. *Organizing* (pengorganisasian)

Tahapan pengorganisasian yaitu pembentukan bagian-bagian, pembagian tugas, pengelompokan pegawai dan lain-lain.<sup>21</sup> Dalam tahapan

---

<sup>17</sup> Totok Djuroto, *Op. Cit.*, hlm. 96.

<sup>18</sup> *Ibid.*

<sup>19</sup> *Ibid.*

<sup>20</sup> Alex S. Nitinegoro, *Manajemen Suatu Dasar dan Pengantar*, (Jakarta: Ghilia Indonesia, 1982), hlm. 53.

<sup>21</sup> Totok Djuroto, *Op. Cit.*, hlm. 96.

pengorganisasian, pada umumnya masing-masing perusahaan menyusun organisasi dan tata kerjanya berdasarkan keadaan serta visi dan misi yang mereka miliki.

Secara sederhana, organisasi penerbitan pers dapat dibagi dalam beberapa bidang kegiatan. pada prinsipnya penerbitan pers merupakan perpaduan dari tiga bidang kegiatan, yaitu bidang redaksional (*editor department*), bidang percetakan (*printing department*) dan bidang usaha (*business department*). Ketiga bidang itu dalam melaksanakan kegiatannya, harus saling terkait dan terikat pada penyelesaian pekerjaan masing-masing sesuai aturan yang sudah ditentukan.<sup>22</sup> Dan yang mengendalikan serta bertanggung jawab terhadap maju dan mundurnya perusahaan adalah Pepimpin Umum (*Top Manager*). Pemimpin umum mempunyai kekuasaan yang luas, mengambil kebijaksanaan, menentukan arah perkembangan penerbitannya dan memperhitungkan laba atau rugi dari perusahaan.

Dalam mengembangkan perusahaannya, pemimpin umum memegang kendali ketiga bidang yang ada. Untuk itu, ia dapat mengangkat tiga pejabat yang ditugasi melaksanakan kegiatan ketiga bidang tersebut. Oleh karena itu, fungsi pengorganisasian mempermudah manajer dalam melakukan pengawasan dan menentukan orang yang dibutuhkan untuk melaksanakan tugas-tugas yang telah dibagi-bagi tersebut.

---

<sup>22</sup> Totok Djuroto, *Op. Cit.*, hlm. 15.

### 3. *Acting* (penggerakan)

Penggerakan terbagi atas melaksanakan tugas, memproduksi, mengemas produk, menjual produk dan seterusnya.<sup>23</sup> Dalam memanaj majalah diperlukan penggerakan atau langkah-langkah nyata dari apa yang dipersiapkan untuk sesuatu yang akan dijalankan berdasar dari perencanaan yang matang. Tahap penggerakan artinya adalah menggerakkan orang-orang agar mau bekerja dengan sendirinya atau penuh kesadaran secara bersama-sama untuk mencapai tujuan yang dikehendaki secara efektif.<sup>24</sup> Menurut Amiati Etzioni, penggerakan merupakan usaha untuk mendorong para anggota organisasi agar mau dan ikhlas bekerja dengan sebaik mungkin demi tercapainya tujuan organisasi yang efektif, efisien dan ekonomis.<sup>25</sup>

Proses penggerakan berfungsi untuk menciptakan, memelihara dan menerapkan sistem kerja yang proporsional dengan menumbuh kembangkan rasa kebersamaan diantara personil untuk mencapai tujuan kegiatan. Agar penggerakan berjalan dengan baik dan lancar maka diperlukan beberapa hal yang dapat menggerakkan seseorang melakukan tindakan atau pekerjaan, diperlukan beberapa hal yaitu:<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup> Totok Djuroto, *Op. Cit.*, hlm. 96.

<sup>24</sup> [http://id.wikipedia.org/wiki/fungsi\\_manajemen](http://id.wikipedia.org/wiki/fungsi_manajemen), akses 7 Juli 2009.

<sup>25</sup> Amiati Etzioni, *Organisasi-organisasi Modern*, penterjemah: Suryatim, (Jakarta: Universitas Indonesia, 1982), hlm. 128.

<sup>26</sup> Melayu S. P Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian dan Masalah*, (Jakarta: PT Gunung Agung, 1985), hlm. 170.

a) Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah suatu proses pemberian pengaruh dan pengarahan dari seseorang pemimpin terhadap orang lain (atau kelompok orang) untuk melakukan suatu aktivitas tertentu yang sesuai kehendaknya.

Kepemimpinan mempengaruhi kinerja dalam sebuah kelompok. Ketika dalam kepemimpinan tidak mampu memberikan semangat untuk memimpin kepada orang lain, maka yang terjadi adalah *stagnasi* yang dapat melemahkan dalam kelompok tersebut untuk lebih maju dan lebih baik.

b) Komunikasi

Komunikasi adalah pertukaran informasi dan penyampaian makna yang merupakan hal utama dari suatu sistem sosial atau organisasi. Artinya komunikasi merupakan basis untuk mengadakan kerjasama, interaksi dan mempunyai pengaruh di dalam manajemen, misalnya dalam hal pengambilan keputusan serta juga memegang peranan penting dalam penggerakan.

Komunikasi yang baik akan memberikan hal yang positif dalam sebuah sistem sosial atau organisasi, begitu pun sebaliknya. Oleh karena itu, komunikasi menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan ini.

c) Motivasi

Motivasi dimaksudkan untuk mendorong gairah kerja pengurus agar mereka mau bekerja keras dalam memberikan semua kemampuan

atau ketampilan untuk mewujudkan tujuan dari manajemen surat kabar tersebut. Motivasi sangatlah dibutuhkan karena pada dasarnya setiap orang membutuh-kan motivasi dan motivasi yang diberikan dapat berupa pemberian suplemen-suplemen seperti: training, *out bond*, dan sebagainya.

Selain hal-hal tersebut di atas dalam tahapan penggerakan perlu adanya fasilitas yang memadai untuk menggerakkan roda manajemen sehingga berjalan dengan baik. Keberadaan fasilitas tersebut dapat memacu semangat untuk mewujudkan prestasi kerja yang lebih baik dan profesional dalam bekerja. Selain fasilitas yang memadai, sumber daya manusia yang handal pun menjadi tolak ukur keberhasilan dalam tahapan penggerakan.

#### 4. *Controlling* (pengawasan)

*Controlling* atau pengawasan adalah melihat pelaksanaan tugas, menyeleksi produk, mengevaluasi penjualan dan sebagainya.<sup>27</sup> Pengawasan juga merupakan kegiatan mengetahui apakah pelaksanaan kerja telah sesuai dengan rencana semula atau tidak, serta untuk menjaga agar tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan dari pelaksanaan yang telah direncanakan dan bila terjadi penyimpangan atau kesalahan maka segera diadakan tindakan perbaikan atau pencegahan.

Menurut Zulkifli Amsyah, pengawasan juga berfungsi untuk mengetahui sejauh mana kemajuan yang dicapai dan perencanaan yang belum mencapai kemajuan, serta melakukan koreksi bagi pelaksanaan

---

<sup>27</sup> Totok Djuroto, *Op. Cit.*, hlm. 96.

yang belum terselesaikan sesuai rencana.<sup>28</sup> Pengawasan dalam sebuah pers secara menyeluruh akan dijadikan upaya perbaikan sebagai pengembangan untuk memajukan sebuah pers yang bagus.

Antara tahapan perencanaan dan pengawasan ada keterkaitan yang erat dan tidak dapat dipisahkan. Maka tidaklah berlebihan bila dikatakan perencanaan yang sempurna akan memberikan mekanisme kontrol yang efektif dan efisien.

Ada tiga tahapan proses dasar pengawasan, antara lain:<sup>29</sup>

- a) Menyusun standar kerja (*standar operating procedure* dan petunjuk pelaksanaan).
- b) Ukuran pelaksanaan atas dasar standar yang ada.
- c) Melakukan koreksi pada standar dan perencanaan.

Pada dasarnya langkah pengawasan adalah sistem atau mekanisme untuk mengetahui informasi tentang “apa yang terjadi pada saat proses pelaksanaan sedang berlangsung”. Data yang diperoleh merupakan data yang ada pada waktu tertentu dalam proses pelaksanaan.

Selain dari empat tahapan tersebut diatas, fungsi manajemen tidak dapat memisahkan dari unsur-unsur yang lainnya. Unsur tersebut merupakan sarana manajemen yang berupa alat-alat (*tools*) untuk mencapai sebuah tujuan. *Tools* merupakan syarat suatu usaha untuk

---

<sup>28</sup> Zulkifli Amsyah, *Op. Cit*, hlm. 65.

<sup>29</sup> James A.F Stoner dkk, *Manajemen*, Jilid I (Jakarta: PT. Prenhalindo, 1996), hlm. 12.

mencapai hasil yang ditetapkan. *Tools* tersebut dikenal dengan 6M, yaitu *men, money, materials, machines, method, dan markets.*<sup>30</sup>

Inti dari fungsi manajemen yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, serta pengawasan itu berkaitan dengan pengambilan keputusan untuk masa depan jangka pendek dan jangka panjang dengan cara memperhatikan lingkungan luar untuk berpeluang. Oleh karena itu, ketika fungsi manajemen tidak berjalan maksimal maka indikasi kemunduran dalam perusahaan akan terjadi, sehingga perusahaan akan mengalami kerugian besar.

Maju dan mundurnya sebuah media massa atau perusahaan, dapat diketahui dari beberapa faktor ketergantungan yang mempengaruhinya. Faktor tersebut adalah sebagai berikut:<sup>31</sup>

- a) *Product*, yaitu kualitas media, meliputi rubrikasi, isi berita, *layout* atau *setting*, artistik, perwajahan (*cover*), dan sebagainya sehingga menarik untuk dibeli atau dibaca orang.
- b) *Promotion*, yaitu upaya media tersebut menarik minat orang untuk membeli dan membaca (berlangganan).
- c) *Please*, yakni kualitas pelayanan media tersebut, dalam hal ini bagian sirkulasi, untuk menyenangkan, memudahkan orang mendapatkan media yang bersangkutan. Juga bisa berarti kualitas pelayanan redaksi atau bagian lain terhadap pembaca.

---

<sup>30</sup> [http://id.wikipedia.org/wiki/sarana\\_manajemen](http://id.wikipedia.org/wiki/sarana_manajemen), akses 7 Juli 2009.

<sup>31</sup> <http://jurusankomunikasi.blogspot.com/jurnalistik-tidak-sekedar-kebebasan>, akses 29 Juni 2009.

- d) *Price*, yaitu harga media tersebut, apakah terjangkau oleh pembeli, sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan, dan sebagainya.

Sebenarnya ada dua hal lagi yang turut pula menentukan eksistensi sebuah media, yakni People dan Power. People di sini adalah massa dan power adalah penguasa. Massa bisa membuat sebuah media mati, sedangkan power untuk konteks Indonesia adalah “hantu” pembredelan atau pencabutan SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan pers).

Satu hal penting lainnya, eksistensi media juga bergantung pada kondisi internal media itu sendiri. Media yang baik dan prospektif untuk maju dan besar, antara lain memperhatikan penuh tiga kerangka dasar sebuah media yaitu:

- a) Sehat SDM, yakni tenaga-tenaga pengelola media tersebut berkualitas dan profesional di bidangnya.
- b) Sehat manajemen, yakni manajemen media tersebut dilakukan dengan baik, terencana, terarah dan terkendali.
- c) Sehat sarana, yakni terpenuhinya sarana atau segala fasilitas yang diperlukan bagi kelancaran kerja di media tersebut.

## 2. Tinjauan Pers

### a) Pengertian Pers

Istilah pers berasal dari bahasa Belanda, yang dalam bahasa Inggris berarti *press*. Secara harfiah pers berarti cetak dan secara maknawiyyah berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara dicetak

(*printed publications*).<sup>32</sup> Tetapi, sekarang kata pers atau *press* ini digunakan untuk merujuk semua kegiatan jurnalistik, terutama kegiatan yang berhubungan dengan menghimpun berita, baik oleh wartawan media elektronik maupun media cetak.<sup>33</sup>

Berdasarkan uraian di atas, ada dua pengertian mengenai pers, yaitu pers dalam pengertian sempit dan pers dalam pengertian luas. Pers dalam arti sempit yaitu menyangkut kegiatan komunikasi yang hanya dilakukan dengan perantaraan barang cetakan seperti surat kabar, majalah, bulletin, brosur, pamphlet, dan leaflet. Sedangkan Pers dalam pengertian luas adalah yang menyangkut kegiatan komunikasi baik yang dilakukan dengan media cetak maupun media elektronik seperti radio, dan televisi, maupun internet.<sup>34</sup>

Meskipun pers mempunyai dua pengertian seperti yang diterangkan di atas, pada umumnya orang menganggap pers adalah media massa cetak: surat kabar dan majalah. Anggapan umum seperti itu disebabkan oleh ciri khas yang terdapat pada media itu, dan tidak dijumpai pada media lain.

### **b) Fungsi Pers**

Pada dasarnya, fungsi pers dapat dirumuskan menjadi 5 bagian, yaitu:<sup>35</sup>

---

<sup>32</sup> Onong Uchjana Effendy, *Op. Cit.*, hlm. 145.

<sup>33</sup> Hikmat Kusumaningrat & Purnama Kusumaningrat, *Op. Cit.*, hlm. 17.

<sup>34</sup> *Ibid.*

<sup>35</sup> AS Haris Sumadiria, *Menulis Artikel dan Tajuk Rencana* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2004), hlm. 6-8.

### 1. Pers sebagai informasi (*to inform*)

Fungsi pertama dari lima fungsi utama pers ialah menyampaikan informasi secepat-cepatnya kepada masyarakat yang seluas-luasnya. Setiap informasi yang disampaikan harus memenuhi kriteria dasar: aktual, akurat, faktual, menarik atau penting, benar, lengkap, utuh, jelas-jernih, jujur adil, berimbang, relevan, bermanfaat dan etis.

### 2. Pers sebagai edukasi (*to educate*).

Apa pun informasi yang disebarluaskan pers hendaklah dalam kerangka mendidik (*educate*). Sebagai lembaga ekonomi, pers memang dituntut berorientasi komersil untuk memperoleh keuntungan financial. namun orientasi dan misi komersil itu, sama sekali tidak boleh mengurangi, apalagi meniadakan fungsi dan tanggung jawab sosial, Seperti ditegaskan Wilbur Schramm dalam men, messages, dan media (1973), bagi masyarakat, pers adalah *watcher, teacher dan forum* (pengamat, guru dan forum).

### 3. Pers sebagai koreksi (*to influence*).

Pers adalah pilar demokrasi keempat setelah legislatif, eksekutif, dan yudikatif dalam kerangka ini, kehadiran pers dimaksudkan untuk mengawasi atau mengontrol kekuasaan legislatif, eksekutif dan yudikatif agar kekuasaan mereka tidak menjadi korup dan absolut.

### 4. Pers sebagai rekreasi (*to entertain*).

Fungsi keempat pers adalah mehibur, pers harus mampu memerankan dirinya sebagai wahana rekreasi yang menyenangkan

sekaligus yang menyehatkan bagi semua lapisan masyarakat. Artinya apa pun pesan rekreatif yang disajikan mulai dari cerita pendek sampai kepada teka-teki silang dan anekdot, tidak boleh bersifat negatif apalagi destruktif.

#### 5. Pers sebagai mediasi (*to mediate*)

Mediasi artinya penghubung atau sebagai fasilitator atau mediator. Pers harus mampu menghubungkan tempat yang satu dengan tempat yang lain, peristiwa yang satu dengan peristiwa yang lain, orang yang satu dengan peristiwa yang lain, atau orang yang satu dengan orang yang lain pada saat yang sama.

#### c) Karakteristik Pers

Setiap media memiliki karakteristik sendiri yang sekaligus membedakannya dengan media lain. Dari karakter itulah lahir sebuah identitas. Menurut Onong Uchjana Effendy, karakteristik pers memiliki empat ciri spesifik yang sekaligus menjadi identitas dirinya, yaitu.<sup>36</sup>

1. Periodicitas, artinya pers harus terbit secara teratur, periodik, misalnya setiap hari, seminggu sekali, dua minggu sekali, satu bulan sekali, atau tiga bulan sekali.
2. Publisitas, berarti pers ditujukan kepada khalayak sarana umum yang sangat heterogen, yaitu merujuk pada dua dimensi; geografis dan psikografis.

---

<sup>36</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aidya Bakti, 1993), hlm. 90-92.

3. Aktualitas, berarti informasi apa pun yang disuguhkan media pers harus mengandung unsur kebaruan, menunjuk kepada peristiwa yang benar-benar baru terjadi atau sedang terjadi.
4. Universalitas, yaitu berkaitan dengan kesemestaan pers dilihat dari sumbernya dan dari keanekaragaman materi isinya.

Namun, ada pula yang menambahkan bahwa unsur obyektifitas termasuk salah satu karakteristik pers. Karena obyektivitas merupakan nilai dan moral yang harus dipegang teguh oleh surat kabar dalam menjalankan profesi jurnalistiknya.

#### **d) Pilar Utama Pers**

Sebuah media massa berdiri di atas beberapa kepentingan. Kepentingan itulah yang dijadikan sebagai pilar utama media tersebut dalam bergerak. Ada beberapa pilar utama dalam pers, yaitu:<sup>37</sup>

1. Idealisme, berdasarkan Pasal 6 UU Tentang Pers No. 40/1999, pilar idealisme meliputi:
  - a. Memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui
  - b. Menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi/hak asasi manusia
  - c. Mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat dan benar
  - d. Melakukan pengawasan kritik, koreksi terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum

---

<sup>37</sup> Ahmad Munif, 2007, *Manajemen Pers*. Makalah Kuliah Manajemen Pers, Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, tidak dipublikasikan, Yogyakarta 13-09-07.

- e. Memperjuangkan keadilan dan kebenaran.
- 2. Komersialisme, sebagai lembaga ekonomi yang tidak bisa dilepaskan dari tuntutan pasar.
- 3. Profesionalisme, merupakan unsur dalam pengembangan sebuah media. Profesionalisme mencakup beberapa hal, yaitu: dalam organisasi, dalam melayani masyarakat, otonom, cinta pekerjaan, dan mengatur diri sendiri.

**e) Prinsip-prinsip Pers dalam Islam**

Sebelum memahami prinsip-prinsip pers dalam Islam, terlebih dahulu harus mengetahui tentang pers Islam itu sendiri. Pers Islam (i) adalah media massa umum yang bernafaskan Islam dan berpedoman pada nilai-nilai Islam.<sup>38</sup> Atau hakikinya pers Islam adalah yang tidak sekedar memiliki visi dan misi untuk Islam, tapi isi dan wajahnya tidak boleh bertentangan dengan Islam.<sup>39</sup>

Dalam prakteknya pers Islam perlu menerapkan prinsip-prinsip komunikasi menurut Al-Qur'an. Seperti yang ditulis seorang pakar komunikasi Jalaludin Rahmat dalam buku "Islam Aktual". Prinsip-prinsip itu adalah:<sup>40</sup>

---

<sup>38</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Op. Cit.*, hlm. 48. Definisi ini tidaklah baku, karena para pakar belum ada kesamaan secara utuh. Namun inti dari pers Islam adalah penerapan nilai-nilai Islam.

<sup>39</sup> Selengkapnya, silahkan baca artikelnya di [http://www.apokpak.blogspot.com/adakah\\_pers\\_islam/](http://www.apokpak.blogspot.com/adakah_pers_islam/), akses 31 Juli 2009.

<sup>40</sup> Ahmad Munif, 2007, *Manajemen Pers*. Makalah Kuliah Manajemen Pers, Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, tidak dipublikasikan, Yogyakarta 06-09-07.

1. Qawlan Sadidan (QS. 4:9, 33:70)

*Qawlan Sadidan* berarti pembicaraan yang benar, jujur, tidak bohong, tidak berbelit-belit. Jadi tidak bermain kata-kata untuk menutupi kebenaran. Menggunakan bahasa untuk menutupi kebenaran dapat dilakukan melalui penggunaan bahasa yang abstrak, ambigu dan multi tafsir. Cara lain adalah menggunakan istilah dengan makna berbeda seperti *aufimisme* atau pemutarbalikan fakta.

2. Qawlan Balighan (QS. 4:63)

*Qawlan Balighan* artinya efektif, sampai pada sasaran atau tujuan. Dengan kata lain prinsip ini berarti fasih, jelas maknanya, terang, tepat, mengungkap apa yang dikehendaki. Prinsip-prinsip yang terkandung dalam *Qawlan Balighan* antara lain: komunikator harus menyesuaikan dengan sifat dan bahasa serta tingkat pendidikan masyarakat. Berkommunikasi dengan melibatkan unsur akal dan perasaan masyarakat.

3. Qawlan Maysuran (QS. 17:28)

*Qawlan Maysuran* dapat diterjemahkan obyektif, bahasa yang tidak tendensius, faktual, berdasarkan data argumentasi yang kuat dan mudah diterima. Oleh sebab itu dalam menulis harus dipisahkan antara fakta dan opini, dan diutarakan dengan tepat agar tidak membingungkan masyarakat.

4. Qawlan Layyinan (QS. 17:23)

*Qawlan Layyinan* dapat diterjemahkan sebagai pemilik diksi yang tepat. Dengan menggunakan diksi yang tepat tidak terjadi disinformasi

atau informasi yang tidak benar dan informasi yang bisa memperkeruh suasana, mengadu domba dan provokasi bisa dihindarkan, termasuk penggunaan bahasa untuk sensasi.

#### 5. Qawlan Kariman (QS. 17:23)

*Qawlan Kariman* merupakan syarat penting bagi keberhasilan komunikasi. *Qawlan Kariman* merupakan bentuk komunikasi yang peduli pada nasib orang kecil. Bahasanya harus disesuaikan dengan audiens atau pembaca. Penyesuaian itu bisa menyangkut tingkat pendidikan, kadar emosi, budaya dan adat istiadat, serta kondisi sosial.

#### 6. Qawlan Ma'rufan (QS. 4:5)

*Qawlan Ma'rufan* dapat diterjemahkan sebagai kode etik berbahasa. Tidak menulis sesuatu yang dapat menimbulkan pertentangan dan permusuhan atau dapat mencemarkan nama dan martabat seseorang atau kelompok tertentu.

Dengan batasan tersebut diharapkan wartawan atau penulis muslim tetap mampu mengembangkan kreativitasnya.

## H. Metode Penelitian

Metode berasal dari bahasa yunani “*Methodos*” yang berarti cara atau jalan. Jadi, metode penelitian adalah cara kerja berdasarkan aplikasi ilmiah untuk mengumpulkan, mengklasifikasi, menganalisa, menafsirkan fakta-fakta dan rohani manusia.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Koentjaradiningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: Gramedia, 1997), hlm. 16.

Dalam penelitian ini, metode yang dipakai adalah:

### **1. Metode Penentuan Subyek dan Obyek Penelitian**

#### a) Penentuan subyek penelitian

Metode penentuan subyek bisa diartikan sebagai penentuan sumber data, artinya dari mana data penelitian itu di peroleh.<sup>42</sup> Subyek penelitian ini adalah pimpinan umum, pimpinan redaksi serta bidang kerja lainnya, seperti bidang produksi dan bidang marketing.

#### b) Penentuan obyek penelitian

Obyek penelitian adalah data-data apa saja yang dicari atau digali dalam penelitian, yaitu tentang manajemen pers yang diterapkan di majalah MM, mulai dari edisi perdana tahun 2006 sampai edisi ke lima belas tahun 2009.

### **2. Metode Pengumpulan Data**

#### a) Metode Interview (wawancara)

Yaitu metode pengumpulan data dengan dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara.<sup>43</sup>

Dalam penelitian ini jenis interview yang digunakan adalah interview bebas terpimpin, yaitu penanya membawa kerangka pertanyaan untuk disajikan, sedang bagaimana cara pertanyaan itu disajikan, terserah kepada penanya.

Dengan metode ini diharapkan permasalahan penelitian dapat ditanyakan dengan jelas, luwes dan mendalam. Dalam pelaksanaannya

---

<sup>42</sup> *Ibid*, hlm. 7.

<sup>43</sup> *Ibid*, hal. 11.

penggunaan metode ini penulis menyiapkan *interview guide* sesuai dengan subyek penelitian, yaitu pimpinan umum, pimpinan redaksi serta bidang kerja lainnya yang akan memberikan informasi.

b) Metode Observasi

Metode observasi adalah metode dengan cara pengamatan dan pencatatan secara sistematis tentang fenomena-fenomena yang diselidiki.<sup>44</sup> Dengan metode ini diharapkan dapat diperoleh gambaran secara obyektif keadaan yang diteliti, selain itu metode ini juga dapat digunakan sebagai kontrol terhadap hasil interview.

c) Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi sebagai metode penyelidikan yang ditujukan kepada pengurai dan penjelasan apa yang telah lalu dengan sumber dokumentasi.<sup>45</sup> Adapun sumber dokumentasi dalam penelitian ini adalah berupa dokumen dari edisi perdana tahun 2006 sampai edisi ke-15 tahun 2009.

### 3. Metode Analisa Data

Moleong mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian. Misinya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Secara *holistik* (menyeluruh) dan dideskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa,

---

<sup>44</sup> *Ibid*, hal. 149

<sup>45</sup> Komaruddin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1999), hal. 86.

pada suatu konteks khusus alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.<sup>46</sup>

Setelah data terkumpul metode analisa data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kualitatif artinya menganalisa keadaan dan menginterpretasikan data dengan cara menggambarkan dan melukiskan keadaan subyek, obyek dan data-data yang lain dalam penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta yang ada.<sup>47</sup>

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain.<sup>48</sup>

Dari beberapa uraian diatas penulis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif yaitu menguraikan data-data yang kita peroleh setelah melakukan observasi dengan mengumpulkan tulisan, ataupun hasil wawancara yang kita lakukan dengan cara menyusun secara rapi sehingga dapat melakukan penyusunan selanjutnya dengan menggunakan metode interview, observasi langsung ke lapangan dan dokumentasi.

## I. Sistematika Pembahasan

Penyusunan skripsi ini akan dituangkan ke dalam bab dan sub bab-bab berikut:

---

<sup>46</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kulaitatif*, Edisi Revisi, (Bandung: PT. Rosda Karya, 2006), hlm. 135.

<sup>47</sup> Handari Nawawi, *Metodologi Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1990), hlm. 63.

<sup>48</sup> Noeng Muhamadzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1998), hlm. 104.

Bab I: Pendahuluan, yang dijadikan sebagai acuan langkah dalam penulisan skripsi ini. Bab ini berisi tentang penegasan judul, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian dan sitematika pembahasan.

Bab II: Gambaran Umum MM mulai dari: Sejarah Sejarah Berdirinya MM, Sejarah Perkembangan Majalah MM, Perkembangan Oplah Tiap Edisi, Visi dan Misi, Spesifikasi Data Media, Sasaran, Sponsorship, Distribusi, Prosentase Data Penyebaran, Struktur Organisasi, Profil Pembaca, Sirkulasi dan Jangkauan Penyebaran, serta Rubrik-rubrik MM.

Bab III: merupakan analisis pembahasan mengenai manajemen pers MM.

Bab IV: merupakan penutup yang meliputi kesimpulan, saran dan penutup.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Pembahasan tentang manajemen pers majalah MM, telah terurai panjang lebar dengan analisis yang ada. Maka, setelah mencermati hal di atas, kiranya dapat diambil beberapa kesimpulan serta saran yang akan dijadikan sebagai upaya perbaikan berikutnya serta demi kemajuan dan perkembangan majalah MM, sehingga menjadi lebih baik dan profesional dimasa yang akan datang. Adapun kesimpulan dan saran untuk majalah MM adalah sebagai berikut:

#### **A. Kesimpulan**

1. Dalam proses penerapan fungsi manajemen, secara garis besar bahwa majalah MM telah mampu menerapkannya sebagai manajemen pers yang cukup profesional, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan serta pengawasan yang dilakukan. Proses penerapan fungsi manajemen di MM, dikelompokkan menjadi tiga bagian; *Pertama*, segi keredaksian. *Kedua*, segi produksi, dan *Ketiga*, segi marketing.
2. Majalah MM dalam kegiatan jurnalistiknya (jurnalistik islami), mampu mengemas muatan pesan dakwahnya dengan bahasa komunikasi yang sesuai pembacanya (*qoulan kariman*). Sehingga, pesan dakwah yang disampaikan mudah difahami dan diaplikasikan dalam keseharian.
3. Beberapa langkah atau cara majalah MM dalam pengelolaan media, tergambar dalam dua aspek, yaitu aspek redaksional dan aspek usaha. Aspek redaksional berkaitan dengan bahasa keredaksian yang dekat

dengan pelajar, sedangkan aspek usaha berhubungan dengan peningkatan kualitas SDM, penataan manajemen yang baik serta promosi yang berkualitas.

Beberapa kesimpulan di atas kiranya dapat memberikan gambaran serta informasi atas majalah MM.

## **B. Saran**

1. Majalah MM telah mengalami lika-liku perjalanan hidup sebuah media yang cukup dinamis, oleh karena itu dibutuhkan kekuatan SDM yang menyokongnya. Sehingga MM kedepan akan menjadi majalah yang bagus dan profesional.
2. Dipandang perlu untuk melakukan koordinasi yang baik antar struktur yang ada, misalnya koordinasi antar bidang yang ada di majalah MM.
3. Perlunya membangun jaringan (*network*) dengan instansi atau lembaga yang mempunyai peran penting, misalnya dalam bidang media ataupun bidang *public relation*, sehingga diharapkan dengan adanya jaringan yang ada, mampu meningkatkan majalah MM menjadi lebih besar dan lebih mandiri.

## **C. Kata Penutup**

*Hamdan wa syukurillah*, puji syukur kepada Allah SWT yang telah mendidik dengan penuh kasih sayang (*rahman* dan *rahim-Nya*) kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan penuh

perjuangan dan semoga mendapatkan Ridho-Nya.

Tak ada gading yang tak retak. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini hanyalah meneliti sekelumit dari permasalahan yang ada dan mungkin belum cukup ideal, sehingga masih diperlukan penelitian-penelitian selanjutnya guna memberikan kontribusi yang lebih baik bagi dunia manajemen pers, khususnya manajemen pers Islam.

Oleh karena itu besar harapan penulis, semoga skripsi ini bisa diterima dan bermanfaat bagi insan pers pada umunya dan majalah Minimagz pada khususnya terlebih lagi bagi masyarakat secara umum.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Sumber-sumber Buku

- Alex S. Nitinegoro, *Manajemen Suatu Dasar dan Pengantar*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1982.
- Amiati Etzioni, *Organisasi-organisasi Modern*, penterjemah: Suryatim, Jakarta: Universitas Indonesia, 1982.
- Ansyar Arsyad, *Pokok-pokok Manajemen*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002.
- AS Haris Sumadiria, *Menulis Artikel dan Tajuk Rencana*, Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2004.
- Asep Syamsul M. Romli, *Kamus Jurnalistik, Daftar Istilah Penting Jurnalistik Cetak, Radio, dan Televisi*, Bandung, Simbiosa Rekatama Media, 2008.
- \_\_\_\_\_, *Jurnalistik Dakwah Visi dan Misi Dakwah bil Qalam*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003.
- Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik*, Jakarta: Gema insani Press, 2003.
- Handari Nawawi, *Metodologi Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1990.
- Hikmat Kusumaningrat & Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik Teori dan Praktik*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005.
- James A.F Stoner dkk, *Manajemen*, Jilid I Jakarta: PT. Prenhalindo, 1996.
- Koentjaradiningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta: Gramedia, 1997.
- Komaruddin, *Metode Penelitian Kalitatif*, Yogyakarta: Tiara Wacana, 1999.
- Lasa HS, *Pengelolaan Penerbitan Berkala*, Yogyakarta: Kanisius, 1994.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kulaitatif*, Edisi Revisi, Bandung: PT. Rosda Karya, 2006.
- Melayu S. P Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian dan Masalah*, Jakarta: PT Gunung Agung, 1985.
- Noeng Muhamad, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Rake Sarasin, 1998.

Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005.

\_\_\_\_\_, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aidya Bakti, 1993.

Rosadi Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi (konsep dan aplikasi)*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998.

Suwardi Handayaningrat, *Pengantar Studi Administrasi dan Manajemen*, Jakarta: Gunung Agung, 1985.

T.Hani Handoko, *Manajemen Edisi II*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 1991.

Totok Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000.

Zulkifli Amsyah, *Manajemen Sistem Informasi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997.

## **B. Makalah**

Ahmad Munif, 2007, *Manajemen Pers*. Makalah Kuliah Manajemen Pers, Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, tidak dipublikasikan.

## **C. Browsing**

Wikipedia “Fungsi manajemen dan sarana manajemen”. (<http://id.wikipedia.org/wiki/>).

[http://www.apokpak.blogspot.com/adakah\\_pers\\_islam](http://www.apokpak.blogspot.com/adakah_pers_islam).

<http://jurusankomunikasi.blogspot.com/jurnalistik-tidak-sekedar-kebebasan>.

## **SURAT KETERANGAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dalilah  
Jabatan : Pimpinan Umum

Dengan ini menyatakan:

Nama : Turcham  
NIM : 05210083  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Alamat Jogja : Tegal Lempuyangan, DN III/247, Yogyakarta  
Judul Skripsi : Manajemen Pers Majalah Minimagz  
Pembimbing : Drs. Hamdan Daulay, M. Si  
NIP : 19661209 199403 1 004

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian di majalah Minimagz sejak bulan Agustus hingga bulan November 2009. Demikian surat keterangan ini kami sampaikan dan supaya dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, Desember 2009

Pimpinan Umum  
Majalah Minimagz

Dalilah