

Manajemen Pers: Antara Idealisme dan Komersialisme

Taufik Akhyar

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

Email: -

Abstrak

Hasil penelitian ini mengkaji mengenai bagaimana manajemen pers, serta seperti apa pengorganisasian pers yang ideal. Selain itu, dibahas juga mengenai manajemen sebagai ilmu dan seni, fungsi-fungsi manajemen. Kemudian dibahas tentang apa dan bagaimana pers dan jurnalistik, seperti apa pers perspektif hukum dan etik, apa saja fungsi pers. Artikel ini menyimpulkan bahwa pers sebagai organisasi tidak dapat dipisahkan dengan penerapan manajemen, baik sebagai ilmu maupun sebagai seni agar dapat mencapai tujuan per situ sendiri. Kemudian, keberadaan dan dinamika pers saat ini tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan pers masa lalu, yakni pers pra kemerdekaan yang berorientasi pada alat perjuangan, pers era kemerdekaan yang secara perlahan mengarah kepada lembaga ekonomi dan kemasyarakatan yang cenderung mengedepankan komersialitas dan sedikit mengabaikan idealitas. Selain itu, kebebasan pers tidak dapat diartikan sebagai kemerdekaan untuk menjalankan kegiatan jurnalistik secara bebas, akan tetapi kebebasan tersebut harus tunduk pada hukum, tunduk kode etik jurnalistik. Sehingga, pers yang baik adalah pers yang mampu dikelola (manage) dengan menyeimbangkan antara tuntutan idealism dan komersialisme.

Abstract

The results of a study evaluating on how ideal and organized the management of press. Besides, management as a science and art, and management functions were discussed. Then what and how the press and journalism, the press law and ethics perspective, and the functions of the press were also described. This article concludes that the press as an organization cannot be separated by the application of management, both as a science and an art in order to achieve the objectives. Then, the existence and dynamics of the press at this time cannot be separated with the past life of the press, the press in the pre-independence as a struggle-

oriented tool, press in the era of independence that slowly leads to economic and social institutions that tend to forward commercialism and neglect idealism. Moreover, the freedom of press cannot be interpreted as freedom to carry out journalistic activities freely, but these freedoms must be subject to the law and journalistic ethics. Therefore, a good press is a press that is able to manage the balance between the demands of idealism and commercialism.

Keywords: *Press, Journalism*

Orde Reformasi merupakan era baru bagi kehidupan pers di Indonesia, dimana pada era sebelumnya terutama selama orde baru, pers sepenuhnya dibawah kendali penguasa. Pers yang dinilai tidak sejalan dengan apa yang diinginkan oleh pemerintah akan dicabut Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) atau tidak boleh lagi melakukan kegiatan jurnalistik dan publikasi. Saat ini posisi pemerintah tidak lagi seperti dimasa orde baru, sehingga perusahaan pers mengalami pertumbuhan yang sangat cepat, seperti televisi swasta nasional, diantaranya Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), Surya Citra Televisi (SCTV), Metro TV, TV One, Trans TV, dan masih banyak lagi, atau televisi lokal yang mengudara di kota Palembang seperti PAL TV, Sriwijaya TV, dan SKY TV.

Belum lagi lembaga pers dalam bentuk media cetak, baik skala nasional maupun lokal atau media cetak yang terbit diberbagai daerah mulai dari level propinsi hingga kabupaten/kota yang tersebar diberbagai daerah di Indonesia, sebut saja di Sumatera Selatan; ada Sumatera Ekspres, Sriwijaya Post, Berita Pagi, Pal Post, dan lain-lain.

Kehadiran lembaga pers tersebut merupakan konsekuensi era perubahan dari kehidupan pers yang dikendalikan pemerintah menjadi pers yang bebas tetapi tetap berpegang pada aturan dan kode etik yang ada. Pers saat ini tidak lagi dihantui akan dibreidel atau dicabut izinnya, kontrol terhadap kehidupan pers telah beralih pada mekanisme sosial dan hukum. Siapa saja yang merasa dirugikan oleh pemberitaan yang dilakukan oleh suatu media diberi hak untuk melakukan sesuatu sesuai dengan aturan atau mekanisme yang telah ditetapkan. Ada hak jawab yang dapat dilakukan oleh orang yang merasa perlu untuk meluruskan dari pemberitaan yang tidak akurat, bahkan dapat menempuh jalur hukum jika pemberitaan yang dilakukan oleh pers dinilai melanggar hukum pidana (delik pers), seperti pemberitaan yang tidak berdasarkan data dan fakta (berita bohong) yang menyebabkan pihak tertentu merasa tercemar nama baiknya dan seterusnya.

Kelangsungan lembaga penerbitan atau pers tidak lagi ditentukan oleh pemerintah, akan tetapi publiklah yang menilai dan mengontrol. Media elektronik seperti televisi akan sulit berkembang kalau tidak mampu “merebut” hati penontonnya, demikian juga media cetak seperti koran tidak dapat mengembangkan diri kalau tidak dapat memenuhi “selera” pembacanya.

Pers tidak sama dengan organisasi dalam bentuk perusahaan yang semata-mata mengejar keuntungan (*provit oriented*). Dalam Undang-undang Pokok Pers No. 44 tahun 1999 menyebutkan bahwa pers adalah lembaga kemasyarakatan (*social institution*) yang menurut Onong Uchjana Effendi merupakan subsistem dari sistem kemasyarakatan tempat ia beroperasi, bersama-sama dengan subsistem lainnya. Dengan demikian, maka pers tidak hidup secara mandiri, tetapi mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lembaga-lembaga kemasyarakatan lainnya.¹

Pengelola lembaga pers terutama bagi wartawan atau jurnalis haruslah memegang teguh idealisme dalam menjalankan profesinya. Idealisme tersebut berpedoman pada pelaksanaan fungsi pers itu sendiri yang meliputi; menyebarluaskan informasi (*to inform*), mendidik (*to education*), menghibur (*to entertain*), mempengaruhi (*to Influence*). Idealisme pers terletak pada kemampuannya menjalankan fungsi tersebut secara simbang (*balance*).

Terkait dengan hal tersebut, Onong Uchjana Effendi mengingatkan bahwa pengelolaan pers akan berhubungan dengan dua dimensi, yakni dimensi ideal dan dimensi komersial; meliputi dua kutub, yaitu kutub pemerintah dan kutub lembaga pers, yang terlibat dalam dinamika kehidupan manusia dalam masyarakat secara semesta. Pada satu sisi pers harus menjaga dan mengedepankan idealismenya didalam melaksanakan kegiatan jurnalistiknya, disisi lain pers harus berusaha agar lembaganya tetap tumbuh dan berkembang (*survival*).²

Pers yang terlalu mengedepankan idealismenya akan ditinggalkan pembaca dan pemirsanya, sementara pers yang lebih mengedepankan komersialismenya maka pers semacam itu dinilai tidak berbeda dengan perusahaan biasa yang semata-mata mencari keuntungan (*provit*). Telah menjadi hukum alam bahwa kelangsungan suatu lembaga sangat tergantung pada dukungan sumber daya (*resources*) organisasi yang dimilikinya. Salah satu sumber daya yang selalu dianggap penting dan utama adalah uang atau finansial. Tanpa tanpa dukungan finansial yang memadai akan sulit bagi lembaga untuk tetap hidup dan berkembang, apalagi dalam menghadapi persaingan (*competition*) dengan lembaga-lembaga pers yang lain.

Mengamati kehidupan pers yang ada sekarang ini, baik dalam bentuk media cetak maupun media elektronik dalam pengelolaannya cenderung lebih banyak yang mengedepankan aspek komersialisme sekaligus mengabaikan aspek idealisme pers itu sendiri. Pers yang terlalu banyak memuat dan menayangkan iklan serta lebih banyak menjalankan fungsi menghibur (*to entertain*) merupakan indikasi yang kuat untuk menilai bahwa pers saat lebih cenderung memainkan peran sebagai lembaga bisnis (*profit oriented*) dari pada tetap menjaga idealismenya sebagai pers yang mengedukasi dan menjalankan fungsi kontrol sosialnya (*social control*).

Manajemen sebagai Ilmu dan Seni

Pada dasarnya manajemen tidak dapat dipisahkan dengan segala aktivitas dalam kehidupan manusia, terutama dalam kaitannya dalam kehidupan kelompok atau organisasi. George R. Terry menyebutkan bahwa manajemen sama tuanya dengan peradaban di Yunani kuno dan kerajaan Romawi, ditemukan berlimpah-limpah bukti dari manajemen dalam arsip sejarah pemerintahan, tentara dan pengadilan-pengadilan. Menjelang pertengahan pertama abad ke-19, manajemen sudah membuat kemajuan setara dengan peningkatan alat-alat produksi.³

Manajemen disebut sebagai instrumen yang sangat menentukan dalam proses pencapaian tujuan suatu organisasi. Hal ini terlihat dalam definisi yang dikemukakan oleh George R. Terry bahwa manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang kearah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata. Selanjutnya muncul beberapa istilah yang terkait dengan manajemen, ada yang menyebutnya sebagai ilmu, seni, ataupun alat yang digunakan dalam aktivitas kehidupan manusia terutama yang berhubungan dengan lembaga atau organisasi.

Sebutan tersebut disertai dengan alasan-alasan tertentu sebagai dasar untuk menjelaskan istilah manajemen sesuai dengan perspektifnya. Dalam perkembangannya, manajemen terus mendapat perhatian terutama dikalangan pakar serta menjadi bahan kajian menuju satu disiplin ilmu tersendiri. K. Suhendra mencatat bahwa secara evolusioner ilmu manajemen dan organisasi mengalami perkembangan yang mempunyai tekanan-tekanan kajian yang spesifik pada zamannya, yang kemudian dibaginya menjadi empat fase, yakni: manajemen klasik, manajemen ilmiah, manajemen hubungan manusia, dan manajemen model sumber daya manusia.

Manajemen merupakan objek kajian yang mengalami perkembangan yang begitu pesat yang ditandai dengan munculnya berbagai teori seputar manajemen itu sendiri. Diawali dengan teori manajemen klasik, dimana teori ini muncul sebagai tuntutan kebutuhan dalam hal pengelolaan dunia usaha yang disebut dengan revolusi industri pada abad ke-19, kondisi tersebut dirasa akan kebutuhan manajemen yang lebih sistematis. Hal inilah yang mendorong pengembangan manajemen kearah kearah pengkajian secara ilmiah yang disebut dengan manajemen ilmiah (*scientific management*).

Aliran tersebut dimulai dengan kontribusi pemikiran dari Frederick W. Taylor, Frank dan Lilian Gilberth, Henry L. Gantt, dan Harington Emerson dalam Siagian⁴. Menurutnya Frederick W. Taylor, yang mula-mula mengembangkan manajemen ilmiah sekitar tahun 1990-an, karena itulah dia disebut sebagai "bapak manajemen ilmiah". Meskipun terdapat perbedaan pemahaman dari manajemen ilmiah oleh pakar sesudahnya, namun manajemen ilmiah dapat diartikan dalam dua uraian, *pertama* bahwa manajemen ilmiah merupakan penerapan metode ilmiah pada studi, analisa, dan pemecahan masalah-masalah organisasi. *Kedua*, manajemen ilmiah adalah seperangkat mekanisme-mekanisme atau teknik-teknik untuk meningkatkan efisiensi kerja organisasi.

Taylor telah memberikan prinsip-prinsip dasar (filsafat) penerapan pendekatan ilmiah pada manajemen, dan mengembangkan sejumlah teknik-tekniknya untuk mencapai efisiensi. Paling tidak terdapat empat prinsip dasar, yang terdiri dari, *pertama*; pengembangan metode-metode ilmiah dalam manajemen, agar sebagai contoh, metoda yang paling baik untuk pelaksanaan setiap pekerjaan dapat ditentukan. *Kedua*, seleksi ilmiah untuk karyawan, agar setiap karyawan dapat diberikan tanggung jawab atas sesuatu tugas sesuai dengan kemampuannya, *ketiga*; pendidikan dan pengembangan ilmiah para karyawan, dan *keempat*; kerja sama yang baik antara manajemen dan tenaga kerja.

Selanjutnya dijelaskan bahwa sebagai mekanisme dan teknik-teknik yang dikembangkan Taylor untuk melaksanakan prinsip-prinsip dasar diatas, antara lain studi gerak dan waktu, pengawasan fungsional (*functional foremanship*), sistem upah per-potong diferensial, prinsip pengecualian, kartu instruksi, pembelian dengan spesifikasi, dan standarisasi pekerjaan, peralatan serta tenaga kerja.

Tahap ini menunjukkan bahwa metode-metode manajemen ilmiah telah banyak diterapkan pada bermacam-macam kegiatan organisasi, terutama dalam usaha peningkatan produktivitas. Teknik-teknik efisiensi manajemen ilmiah, seperti studi gerak dan waktu, telah menyebabkan kegiatan dapat dilaksanakan

lebih efisien. Gagasan seleksi dan pengembangan ilmiah para karyawan menimbulkan kesadaran akan pentingnya disain kerja, mendorong manajer untuk mencari "cara terbaik" pelaksanaan tugas. Jadi manajemen ilmiah tidak hanya mengembangkan pendekatan rasional untuk pemecahan masalah-masalah organisasi tetapi juga meletakkan dasar profesionalisasi manajemen.

Meskipun demikian, teori manajemen ilmiah belum mampu menjawab keseluruhan persoalan terkait dengan dinamika organisasi. Sondang P. Siagian menulis bahwa setelah "refolusi mental" yang dicanangkan Taylor terjadi dalam praktek, timbul masalah-masalah sebagai keterbatasan manajemen ilmiah. Kenaikan produktivitas sering tidak diikuti kenaikan pendapatan, perilaku manusia yang bermacam-macam menjadi hambatan. Pendekatan "rasional" hanya memuaskan kebutuhan-kebutuhan ekonomis dan fisik, tidak memuaskan kebutuhan-kebutuhan sosial manusia. Manajemen ilmiah juga mengabaikan keinginan manusia untuk kepuasan kerja. Beberapa keterbatasan ini yang menimbulkan usaha-usaha para ahli manajemen berikutnya untuk melengkapi model manajemen ilmiah.⁵

Selanjutnya muncul teori hubungan manusia (*human relation*) sebagai reaksi ketidakpuasan terhadap manajemen klasik dan ilmiah. Sondang P. Siagian menggambarkan bahwa para manajer masih menghadapi kesulitan-kesulitan dan frustrasi karena karyawan tidak selalu mengikuti pola-pola perilaku yang rasional. Oleh karena itulah maka dikembangkanlah manajemen yang menekankan hubungan manusia yang digagas oleh Elton Mayo. Dia menilai bahwa metode dan teknik mengutamakan keluaran bagi manajemen perlu dikaji ulang, dan diperlukan pemikiran untuk memperhatikan kepentingan manusia, dia berpendapat bahwa pusat-pusat kekuasaan yang sesungguhnya dalam organisasi adalah hubungan pribadi yang berkembang pada unit-unit kerja.

Teori hubungan manusia memang telah melengkapi kelemahan dalam teori manajemen terdahulu, Sondang P. Siagian berpendapat bahwa penekanan kebutuhan-kebutuhan sosial dalam teori hubungan manusia melengkapi pendekatan klasik, sebagai usaha untuk meningkatkan produktivitas. Aliran ini mengutarakan bahwa perhatian terhadap anggota organisasi akan memberikan keuntungan.⁶ Selanjutnya dikatakan bahwa Mayo memberikan penekanan akan pentingnya gaya manajer dan oleh karenanya organisasi perlu merubah latihan manajemennya. Disamping itu, manajer diingatkan pentingnya perhatian terhadap masing-masing anggota organisasi secara personal. Dalam perkembangan selanjutnya teori hubungan manusia ini mengilhami para ilmuwan perilaku manusia

seperti Argyris, Maslow, dan Mc. Gregor untuk mengungkapkan lebih lanjut tentang motivasi manusia.

Kajian selanjutnya melihat bahwa konsep "mahluk sosial" dinilai belum sepenuhnya menggambarkan secara lengkap individu-individu dalam tempatnya bekerja, hal inilah yang dinilai sebagai keterbatasan teori hubungan manusia. Disamping itu, perbaikan-perbaikan kondisi kerja dan kepuasan anggota organisasi tidak menghasilkan peningkatan produktivitas yang dramatik seperti yang diharapkan. Inilah yang kemudian kajian manajemen terus mengalami perkembangan dan perkembangan tersebut adalah apa yang disebut teori manajemen sumber daya manusia.

Manajemen model sumber daya manusia lebih menekankan kepada penting keberadaan manusia sebagai sumber daya utama dibandingkan dengan sumber daya non manusia lainnya. Paul Hersey dan Ken Blanchard mengilustrasikan bahwa apabila kehilangan pabrik, peralatan, atau modal maka semua itu dapat diganti oleh para manajer, bahkan dapat ditambah melalui jasa badan asuransi atau pinjaman dari Bank. Akan tetapi bagaimana kalau kehilangan separuh dari sumber daya manusia, manajer, supervisor, dan pegawai biasa, maka para manajer tidak dapat berbuat sepele katapun. Tidak ada asuransi atau jaminan apapun yang dapat menanggung kehilangan sumber daya manusia.⁷

Uraian singkat di atas memperlihatkan bahwa manajemen disamping sebagai ilmu sebagai bahan kajian yang akan terus berkembang seiring dengan dinamika kehidupan manusia dalam hubungannya dengan organisasi, akan tetapi juga dapat dilihat sebagai seni dalam hubungannya dengan peran manajer dalam organisasi. Malayu S. P. Hasibuan lebih lanjut menjelaskan bahwa manajemen ilmiah (*science management*) adalah suatu kumpulan pengetahuan yang disistematiskan, dikumpulkan, dan diterima menurut pengertian kebenaran-kebenaran universal mengenai manajemen. Sementara *scientific management* adalah manajemen yang menggunakan ilmu dan *scientific method*. Selanjutnya dikatakan bahwa *scientific management* memiliki ciri-ciri meliputi; tersusun secara sistematis, dapat dipelajari dan diajarkan, menggunakan metode-metode ilmiah, dapat dijadikan sebagai teori, serta objektif dan rasional.⁸

Secara praktis disebutkan bahwa *scientific manager* adalah manajer yang menggunakan *science* dan *scientific method* dalam usaha memimpin kegiatan-kegiatan bawahannya melalui fungsi-fungsi manajemen. Seni (*art*) adalah sesuatu kreativitas pribadi yang kuat dan disertai keterampilan, *science* mengajarkan kepada orang suatu pengetahuan, sedangkan *art* (seni) mendorong orang untuk

berpraktek. Seni manajemen meliputi kecakapan untuk melihat totalitas dari bagian-bagian yang terpisah dan berbeda-beda, kecakapan untuk menciptakan sesuatu gambaran tentang visi tertentu, kecakapan untuk menyatukan visi tersebut dengan skills (keterampilan) atau kecakapan yang efektif.

Jadi, sebenarnya manajer adalah seorang ilmuwan dan sekaligus seniman, yang mengandalkan diri pada ilmu, ia pun harus mempunyai "firasat, keyakinan-keyakinan, kreativitas" dan menguasai cara-cara "peneraannya". Karena itu seorang yang mempunyai pengetahuan luas tentang manajemen bisa saja gagal dalam melaksanakan tugasnya sebagai seorang manajer yang kompeten, jika ia kurang menguasai *art of management* (seni manajemen).

Selanjutnya, George R. Terry dan Lesslie W. Rue menjelaskan bahwa manajemen adalah ilmu pengetahuan maupun seni. Ada suatu pertumbuhan yang teratur mengenai manajemen – suatu ilmu pengetahuan – yang menjelaskan manajemen dengan pengacuan kepada kebenaran-kebenaran umum. Hubungan-hubungan sebab musabab antar "variable" dalam manajemen sudah ditentukan dan diungkapkan sebagai generalisasi takluk kepada penelitian selanjutnya dan disesuaikan dengan pengetahuan baru. Dikatakan juga bahwa seni adalah pengetahuan bagaimana mencapai hasil yang diinginkan. Ia adalah kecakapan yang diperoleh dari pengalaman, pengamatan dan pelajaran serta kemampuan untuk menggunakan pengetahuan manajemen. Seni manajemen menghendaki kreativitas, atas dasar dan dengan syarat suatu pengertian mengenai ilmu manajemen. Oleh sebab itu, ilmu pengetahuan dan seni manajemen merupakan komplemennya masing-masing.⁹

Faktor Manusia dalam Manajemen

Perspektif terbaru dalam perkembangan teori manajemen menjadikan manusia sebagai faktor utama dan penentu tercapainya tujuan organisasi. Malayu S. P. Hasibuan dalam bukunya berjudul *Manajemen Sumber Daya Manusia*, menjelaskan bahwa manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Sumber daya yang dimaksud disebutkan dengan enam unsur (6 M) yaitu: *men, money, method, materials, machines*, dan *market*.¹⁰ Manajemen juga disebut sebagai fungsi yang berhubungan dengan mewujudkan hasil tertentu melalui kegiatan orang-orang. Hal ini berarti bahwa sumber daya manusia berperan penting dan dominan dalam manajemen.

Sumber daya manusia lah yang berperan sebagai pemimpin (*leader*), pengatur atau pengelola (*manager*), serta menjalankan keseluruhan fungsi-fungsi manajemen, seperti perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*). Hal tersebut diperkuat dengan apa yang ditegaskan oleh Sondang P.Siagian, bahwa titik central dari penyelenggaraan seluruh fungsi-fungsi manajerial – bagaimanapun klasifikasi fungsi-fungsi tersebut dibuat – ialah manusia. Artinya, filsafat manajemen, teknik, gaya dan mekanisme penyelenggaraan berbagai fungsi manajerial tersebut harus berangkat dari dan tiba pada pengakuan bahwa manusia merupakan unsur terpenting dalam seluruh proses dan fungsi manajerial.

Peranan pemimpin dan kepemimpinan dalam kegiatan manajemen pada organisasi apapun tetap penting, karena manajemen dapat dilihat sebagai kelompok orang yang menduduki berbagai jenjang dan jabatan kepemimpinan. Menurut Malayu S. P. Hasibuan, pemimpin merupakan salah satu intisari manajemen, sumber daya pokok, dan titik central dari setiap aktivitas yang terjadi dalam suatu perusahaan. Bagaimana kreativitas dan dinamikanya seorang pemimpin dalam menjalankan wewenang kepemimpinannya akan sangat menentukan apakah tujuan perusahaan akan dicapai atau tidak. Pemimpin yang dinamis dan kreatif maka organisasi yang dipimpinnya juga akan semakin dinamis dan aktivitas-aktivitas yang akan dilakukan akan semakin banyak.¹¹

Seorang pemimpin boleh berprestasi tinggi untuk dirinya sendiri, tetapi itu tidak memadai apabila ia tidak berhasil menumbuhkan dan mengembangkan segala yang terbaik dalam diri para bawahannya. Hal tersebut dapat dicapai apabila dalam diri pemimpin juga terdapat juga kemampuan manajerial atau disebut disamping dia pemimpin dia juga adalah amanejer. Malayu S. P. Hasibuan menyebut bahwa manajer adalah sumber aktivitas dan mereka harus merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengendalikan semua kegiatan, agar tujuan tercapai. Manajer harus memberikan arah kepada perusahaan yang dipimpinnya, manajer harus memikirkan secara tuntas misi perusahaan itu, menetapkan sasaran-sasaran, strategi dan mengorganisasi sumber-sumber daya untuk tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam anggaran dasar (AD) dan anggaran rumah tangga (ART).¹²

Mengungkapkan keberadaan manajer dalam organisasi harus dilihat dari tingkatan manajerial yang umumnya selalu ada dalam organisasi apapun. Paling tidak ada tiga level manajer, yakni; *Pertama*, Manajer puncak (*top manager*) sebagai pimpinan tertinggi dari suatu organisasi, corak kegiatan top manager

adalah memimpin organisasi, menentukan tujuan dan kebijaksanaan pokok (*basic policy*). *Kedua*, manajer menengah (*middle manager*) sebagai pimpinan menengah dari suatu organisasi, corak kegiatan *middle manager* ini adalah memimpin *lower manager*, dan menguraikan kebijaksanaan pokok yang dikelurkan *top manager*. Pada tingkat ini perencanaan lebih bersifat administratif, artinya sudah lebih jelas menunjukkan cara-cara bagaimana perencanaan yang bersifat direktif dan dapat dilakukan sebaik-baiknya. *Ketiga*, manajer terendah (*lower manager*) sebagai pemimpin terendah yang secara langsung memimpin, mengarahkan, dan mengawasi para manusia pelaksana (operasional) dalam mengerjakan tugas-tugasnya, supaya tujuan-tujuan organisasi tercapai.

Jurnalistik dan Manajemen Pers

Istilah “Pers” berasal dari bahasa Belanda, yang dalam bahasa Inggris berarti press. Secara harfiah pers berarti cetak dan secara maknawiah berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara dicetak (*printed publication*). Pengertian ini mirip dengan arti pers dalam bahasa perancis “pressare” atau “premare”, yang artinya tekanan atau cetak. Sedangkan pengertian Pers Menurut UU No. 40 Tahun 1999, pers adalah lembaga dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik yang meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.

Sementara pengertian Pers Menurut UU No. 11 Tahun 1966 Tentang ketentuan pokok pers menyatakan bahwa pers adalah lembaga kemasyarakatan sebagai alat revolusi yang mempunyai karya sebagai salah satu media komunikasi massa yang bersifat umum berupa penerbitan yang teratur waktu terbitnya, diperlengkapi atau tidak diperlengkapi dengan alat-alat milik sendiri berupa percetakan alat-alat foto, klise, mesin-mesin stensil, atau alat-alat teknik lainnya. Selanjutnya, pengertian Pers Menurut Ensiklopedi Pers Indonesia menyebutkan bahwa istilah pers merupakan sebutan bagi penerbit/ perusahaan/ kalangan yang berkaitan dengan media masa atau wartawan.

Sementara menurut Leksikan Komunikasi, pers berarti: usaha percetakan dan penerbitan; usaha pengumpulan dan penyiaran berita; penyiaran berita melalui surat kabar dan majalah (dalam arti sempit) dan pers dalam arti luas yang menyangkut media masa (surat kabar, radio, ember dan film); orang yang bergerak

dalam penyiaran berita; media penyiaran dan berita yakni surat kabar, majalah, radio dan televisi.

Jika pers dipahami sebagai lembaga atau organisasi yang mewadahi sekelompok orang yang menjalankan suatu kegiatan tertentu, maka jurnalistik merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan pers itu sendiri. Untuk memahami tentang jurnalistik sebagai aktivitas jurnanisme yang dilakukan dalam suatu lembaga (pers), berikut ini dikemukakan pengertian tentang jurnalistik.

Secara harfiah jurnalistik (*journalistic*) artinya kewartawanan atau kepenulisan. Kata dasarnya “jurnal” (*journal*), artinya laporan atau catatan, atau “*jour*” dalam bahasa Prancis yang berarti “hari” (*day*). Asal-muasalnya dari bahasa Yunani kuno, “*du jour*” yang berarti hari, yakni kejadian hari ini yang diberitakan dalam lembaran tercetak. Secara konseptual, jurnalistik dapat dipahami dari tiga sudut pandang: sebagai proses, teknik, dan ilmu. Sebagai proses, jurnalistik adalah “aktivitas” mencari, mengolah, menulis, dan menyebarluaskan informasi kepada narasumber melalui media massa. Aktivitas ini dilakukan oleh wartawan (jurnalis).

Sebagai teknik, jurnalistik adalah “keahlian” (*expertise*) atau “keterampilan” (*skill*) menulis karya jurnalistik (berita, artikel, feature) termasuk keahlian dalam pengumpulan bahan penulisan seperti peliputan peristiwa (reportase) dan wawancara. Sebagai ilmu, jurnalistik adalah “bidang kajian” mengenai pembuatan dan penyebaran informasi (peristiwa, opini, pemikiran, ide) melalui media massa.

Jurnalistik termasuk ilmu terapan (*applied science*) yang dinamis dan terus berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dan dinamika masyarakat itu sendiri. Sebagai ilmu, jurnalistik termasuk dalam bidang kajian ilmu komunikasi, yakni ilmu yang mengkaji proses penyampaian pesan, gagasan, pemikiran, atau informasi kepada orang lain dengan maksud memberitahu, mempengaruhi, atau memberikan kejelasan.

Menurut Kris Budiman, jurnalistik (*journalistiek*, Belanda) bisa didefinisikan secara singkat sebagai kegiatan persiapan, penulisan, penyuntingan, dan penyampaian berita kepada khalayak melalui saluran media tertentu. Jurnalistik mencakup kegiatan dari peliputan sampai kepada penyebarannya kepada masyarakat. Sebelumnya, jurnalistik dalam pengertian sempit disebut juga dengan publikasi secara cetak. Dewasa ini pengertian tersebut tidak hanya sebatas melalui media cetak seperti surat kabar, majalah, dsb., namun meluas menjadi media elektronik seperti radio. Berdasarkan media yang digunakan meliputi jurnalistik

cetak (*print journalism*), elektronik (*electronic journalism*). Akhir-akhir ini juga telah berkembang jurnalistik secara tersambung (*online journalism*).¹³

Dalam pandangan awam, masyarakat sering salah kaprah mengartikan pers. Jurnalistik atau pers seolah sama atau bisa ditukarkan satu sama lain. Padahal tidak. Menurut Sumandiria, jurnalistik merujuk pada proses kegiatan, sedangkan pers berhubungan dengan media.¹⁴ Hal tersebut diamini oleh Totok Djoroto dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Penerbitan Pers*, pers adalah lembaga yang intensitasnya berdiri sendiri.¹⁵

Pers/media audio visual mempunyai problem teknis jauh lebih kompleks pers cetak ataupun radio. Karena berurusan dengan gambar/visual, audio, sekaligus teks. Etika jurnalistik bagi jurnalis karenanya juga lebih kompleks jurnalis media cetak dan radio. Siaran langsung (*live*) dari lokasi kejadian merupakan salah satu titik rawan bagi jurnalis menyangkut soal etik. Karena kesalahan dalam siaran langsung bisa terjadi secara spontan dan tak terduga.

Perkembangan teknologi sebenarnya bisa sangat membantu menegakkan etika jurnalistik sejauh para jurnalis menyadarinya dan berniat menjalankannya. Teknologi digital video editing misalnya berguna untuk menyamakan narasumber baik secara visual maupun audio. Juga untuk mengurangi efek dramatis suatu keadaan misalnya dalam kasus kecelakaan yang berdarah-darah. Masalahnya kembali pada niat media dan jurnalis yang bersangkutan tentang apa yang hendak dicapai dengan berita yang mereka buat.

Persoalan yang lebih mendasar dalam etika jurnalistik yaitu menyangkut konten atau isi berita. Isu yang sering mengemuka menyangkut isi berita yaitu masalah keberimbangan (*cover both sides*). Dalam kode etik jurnalistik yang kita kenal di Indonesia keberimbangan berita sangat ditekankan. Maka menjadi kewajiban bagi jurnalis di Indonesia untuk selalu mengingat hal ini. Pelanggaran terhadap aspek ini bukan hanya bisa merugikan pihak-pihak yang terkait langsung dalam pemberitaan, namun juga masyarakat atau narasumber yang dengan demikian tidak bisa mendapatkan informasi secara utuh, sehingga bisa timbul salah persepsi terhadap isi berita.

Kode etik jurnalistik di tanah air juga menyediakan mekanisme pemberian hak jawab bagi pihak yang merasa dirugikan oleh suatu pemberitaan. Namun seringkali pihak-pihak tertentu merasa tidak puas dengan penggunaan hak jawab mereka memilih langsung mengajukan gugatan ke pengadilan. Kenyataan ini mau tidak mau harus dihadapi pers dan para jurnalis. Bagaimana mengatasi masalah-masalah seperti ini? Jawabnya kembali ke lembaga pers dan masing-masing

jurnalis yakni bagaimana mereka bisa bekerja secara profesionalitas jurnalis antara lain bisa dilihat dari kemampuannya menguasai masalah, kecakapan teknisnya, keberaniannya untuk menyuguhkan fakta yang sebenarnya dan sikap serta tindakannya yang senantiasa mengedepankan moral dan etika.

Kode etik jurnalistik merupakan narasumber penting yang akan membantu pembentukan sikap jurnalis. Namun Kode Etik Jurnalistik saja sebenarnya belum cukup. Di beberapa lembaga media ada satu perangkat lain yang digunakan untuk membantu meneguhkan sikap jurnalis yaitu kode perilaku (*code of conduct*). Kode perilaku biasanya dibuat di masing-masing lembaga media yang mengatur perilaku para jurnalis karyawan lembaga media bersangkutan. Misalnya menyangkut hubungan jurnalis dengan narasumber, masalah amplop, dan lain-lain. Karena dibuat oleh lembaga media yang bersangkutan kode perilaku bisa lebih efektif menuntun tindakan para jurnalis karena disertai sanksi yang jelas. Sebagai pengawal pelaksanaan Kode Perilaku adalah lembaga Ombudsman.

Di luar ketentuan yang dibentuk lembaga-lembaga pers dan organisasi profesi kewartawanan sendiri, pers memerlukan narasumber langsung dari narasumber yaitu media *watch*. Di beberapa lembaga-lembaga media *watch* cukup berkembang dan disegani sehingga bisa membantu mengontrol isi dan perilaku media, sekaligus narasumber panduan bagi audiens dalam memilih media mana yang bermanfaat bagi mereka. Bagaimana di Indonesia? Tampaknya semua ini masih menjadi PR kita semua yang menghendaki kehidupan pers yang sehat di tanah air.

Fungsi Pers

Keberadaan pers tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan masyarakat, bangsa dan negara terutama dalam era demokrasi seperti saat ini. Pers diharapkan memberikan kontribusi yang positif dalam proses pembangunan bangsa pada segala aspek, seperti pembangunan demokrasi yang berkualitas, pembangunan politik, dan seterusnya. Adapun fungsi pers secara teori dapat diuraikan sebagai berikut: *Pertama*, pers sebagai media informasi. Media informasi merupakan bagian dari fungsi pers dari dimensi idealisme. Informasi yang disajikan pers merupakan berita-berita yang telah diseleksi dari berbagai berita yang masuk ke meja redaksi, dari berbagai sumber yang dikumpulkan oleh para reporter di lapangan. Menurut Pembinaan Idiil Pers, pers mengemban fungsi positif dalam mendukung kemajuan masyarakat, mempunyai tanggung jawab menyebarluaskan informasi tentang kemajuan dan keberhasilan pembangunan

kepada masyarakat pembacanya. Dengan demikian, diharapkan para pembaca pers akan tergugah dalam kemajuan dan keberhasilan itu.

Kedua, pers sebagai media pendidikan. Dalam Pembinaan Idiil Pers disebutkan bahwa pers harus dapat membantu pembinaan swadaya, merangsang prakarsa sehingga pelaksanaan demokrasi Pancasila, peningkatan kehidupan spiritual dan kehidupan material benar-benar dapat terwujud. Untuk memberikan informasi yang mendidik itu, pers harus menyeimbangkan arus informasi, menyampaikan fakta di lapangan secara objektif dan selektif. Objektif artinya fakta disampaikan apa adanya tanpa dirubah sedikit pun oleh wartawan dan selektif maksudnya hanya berita yang layak dan pantas saja yang disampaikan. Ada hal-hal yang tidak layak diekspose ke masyarakat luas.

Ketiga, pers sebagai media entertainment. Dalam UU No. 40 Tahun 1999 pasal 3 ayat 1 disebutkan bahwa salah satu fungsi pers adalah sebagai hiburan. Hiburan yang diberikan pers semestinya tidak keluar dari koridor-koridor yang boleh dan tidak boleh dilampaui. Hiburan yang sifatnya mendidik atau netral jelas diperbolehkan tetapi yang melanggar nilai-nilai agama, moralitas, hak asasi seseorang, atau peraturan tidak diperbolehkan. Hiburan yang diberikan pers kepada masyarakat yang dapat mendatangkan dampak negatif, terutama apabila hiburan itu mengandung unsur-unsur terlarang seperti pornografi dan sebagainya seharusnya dihindari.

Keempat, pers sebagai media kontrol sosial. Maksudnya pers sebagai alat kontrol sosial adalah pers memaparkan peristiwa yang buruk, keadaan yang tidak pada tempatnya dan yang menyalahi aturan, supaya peristiwa itu tidak terulang lagi dan kesadaran berbuat baik serta mentaati peraturan semakin tinggi. Makanya, pers sebagai alat kontrol sosial bisa disebut “penyampai berita buruk”. Pelaksanaan fungsi kontrol sosial pers mempunyai banyak tujuan, antara lain: menjaga agar undang-undang yang telah dibuat oleh wakil-wakil rakyat dijalankan sebaik-baiknya oleh semua pihak; melindungi hak asasi manusia dari tindakan yang sewenang-wenang serta melindungi kepentingan masyarakat; menjaga agar pemerintah menjalankan tugasnya dengan baik dan mengabdikan pada kepentingan rakyat; melakukan koreksi apakah pemerintah dalam menempatkan pejabat-pejabat berdasarkan aspirasi rakyat dan berkualitas; melakukan *control social* secara organisatoris di dalam administrasi Negara yang demokratis; mengoreksi keputusan-keputusan yang dibuat oleh Badan Yudikatif; melakukan kontrol terhadap tindakan yang dilakukan oleh badan administrasi negara; mewujudkan pemerintah yang bersih dan berwibawa; membantu tegaknya pemerintahan

berdasarkan hukum; mewujudkan terciptanya kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan, baik material maupun spiritual.

Kelima, pers sebagai lembaga ekonomi. Beberapa pendapat mengatakan bahwa sebagian besar surat kabar dan majalah di Indonesia memperlakukan pembacanya sebagai pangsa pasar dan menjadikan berita sebagai komoditas untuk menarik pangsa pasar itu. Perlakuan ini menjadikan keuntungan materi sebagai tujuan akhir pers. Konsekuensinya, pers senantiasa berusaha menyajikan berita yang disenangi pembaca.

Sementara menurut pendapat Harold D. Lasswell dan Charles Wrigt, fungsi pers adalah: pengamatan sosial (*Social Surveillance*), korelasi sosial (*social correlation*), sosialisasi (*Sosialization*).

Idealisme dan Komersialisme

Seperti dijelaskan sebelumnya, pers saat ini – dan di mana pun pers berada – selalu dihadapkan pada dua sisi mata uang yakni idealisme dan komersialisme. Lebih lanjut, tulisan ini akan mencoba menjabarkan tiga pilar penyangga pers, yakni idealisme, komersialisme, dan profesionalisme.

1. Idealisme

Untuk bisa memenuhi tuntutan amanah pasal 6 UU Pokok Pers No. 40/1999, pers harus bersikap ‘galak dan tegas’ dalam menjalankan fungsinya sebagai komunikator informasi publik, menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum dan hak asasi manusia. Lebih dari itu, pers juga dituntut untuk dapat melakukan pengawasan, kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum, serta memperjuangkan keadilan dan kebenaran.

Dalam menjalankan amanah tersebut bukan tanpa hambatan, saat di lapangan, wartawan sering dihadapkan pada godaan berupa tawaran pemberian sejumlah uang agar ‘tutup mulut’ menyebarkan informasi negatif oknum tertentu melalui media massa. Di lapangan sendiri tidak sedikit wartawan yang menggadaikan ideliasmenya demi memanfaatkan hal tersebut, karena tergiur oleh tawaran materi yang diberikan. Wartawan tersebut, menurut Zaenudin HM dalam bukunya yang berjudul *The Journalist* termasuk wartawan amplop.

Wartawan amplop adalah julukan negatif bagi wartawan yang melanggar Kode Etik Jurnalistik, yakni yang menerima uang dari sumber berita, baik karena diberi maupun meminta dari para sumber berita. Lebih jelasnya, para wartawan yang menerima pemberian berupa hadiah atau uang, baik karena diberi atau pun

meminta, yang berakibat tidak bebasnya menjalankan profesinya secara jujur dan objektif, dengan menuliskan pemberitaan yang lebih bersifat iklan terselubung, atau setidaknya menguntungkan si pemberi imbalan. Narasumber yang diberi uang berharap yang akan diberitakan adalah sisi baiknya saja.¹⁶

Lebih dari itu, lanjut Zaenudin bercerita dalam bukunya, banyak wartawan palsu yang tak bertanggungjawab – yang hanya karena sering bergaul dengan wartawan – mengaku-ngaku sebagai wartawan, padahal oknum tersebut tidak bekerja pada media massa. Mereka hanya berpura-pura sebagai wartawan untuk mencari uang yang biasa dikeluarkan pihak pengundang atau sumber berita.¹⁷ Untuk wartawan palsu jenis ini banyak sekali julukan yang melekat pada diri mereka, diantaranya WTS alias Wartawan Tanpa Surat kabar. Julukan tersebut merupakan pelesetan dari sebutan WTS yang telah dikenal umum sebelumnya yakni Wanita Trans Seksual atau lazim disebut banci.

Selain itu, ada juga yang menjuluki oknum wartawan sebagai ‘Muntaber’ alias muncul tanpa berita. Karena mereka memang tidak memiliki media massa untuk mempublikasikan beritanya. Lebih jahat, di Kabupaten Cianjur sering terdengar kabar, para wartawan palsu ini aktif memasuki dinas-dinas maupun lembaga pemerintahan lainnya untuk mengorek sebuah kasus negatif lembaga tersebut dan memeras oknum yang ada di dalamnya. Tidak hanya memeras pada oknum yang melakukan tindakan negatif, wartawan palsu ini juga sering datang ke berbagai instansi untuk meminta uang tanpa alasan yang jelas. Tentu saja, hal ini mencoreng nama baik profesi wartawan. Hal itu juga didukung dengan kebiasaan sejumlah oknum narasumber yang sering memberikan amplop pada siapa pun wartawannya. Seolah pemberian amplop tersebut telah menjadi tradisi dan rahasia umum.

Namun begitu, masih banyak juga wartawan yang memiliki idealisme dan tetap bertahan memberitakan informasi secara ideal dan berimbang demi kepentingan publik dan mematuhi UU Pokok Pers. Jika menghadapi kondisi tersebut (diberi uang oleh sumber berita), banyak wartawan idealis yang menolak amplop dan mengarahkan narasumber untuk pergi ke kantor dan mengalokasikan dana tersebut untuk kepentingan langganan demi mendongkrak omzet perusahaan maupun iklan. Hal tersebut, umumnya dianggap lebih mulia daripada menerima amplop.

Menurut AS Sumandiria, Idealisme sendiri adalah cita-cita, obsesi, sesuatu yang terus dikejar untuk bisa dijangkau dengan segala daya dan cara yang dibenarkan menurut etika dan norma profesi yang berlaku serta diakui oleh

masyarakat dan negara.¹⁸ Jadi idealnya, seorang jurnalis harus berjuang mempertahankan idealismenya dengan berbagai cara dalam menggapai cita-cita yang tertuang dalam UU Pokok Pers.

2. *Komersialisme*

Pers tidak cukup hanya mempunyai idealisme. Sebagai lembaga ekonomi pers harus dijalankan dengan merujuk pada pendekatan dan kaidah ekonomi, efisiensi, dan produktivitas. Secara manajerial, perusahaan pers harus memetik keuntungan dan sejauh mungkin menghindari kerugian. Dalam kerangka ini, apa pun sajian pers tak bisa dilepaskan dari muatan nilai bisnis komersial sesuai dengan pertimbangan dan tuntutan pasar. Dengan berpijak pada nilai-nilai komersial, penerbitan pers bisa secara konsisten mencapai cita-cita yang ideal.¹⁹

Hal itu dipertegas oleh pasal 3 ayat (2) UU Pokok Pers No. 40/1999, yang menyatakan pers nasional dapat berfungsi sebagai lembaga ekonomi.²⁰ Hal tersebut menjelaskan bahwa pers merupakan lembaga ekonomi. Sesuai dengan prinsip ekonomi pers harus mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dengan pengeluaran sekecil-kecilnya.

Pada pelaksanaannya di lapangan, kegiatan yang dilaksanakan media massa (pers) dalam rangka menghasilkan keuntungan bagi sebuah perusahaan diantaranya melaksanakan kegiatan pemasaran untuk menjual produk jurnalistik berupa eksemplar koran kepada tangan pembaca yang merupakan konsumen utama surat kabar. Selain itu juga bekerjasama dengan berbagai perusahaan yang mempercayai surat kabar tersebut sehingga mau mempromosikan produknya melalui iklan di surat kabar itu dengan kontrak dan biaya tertentu. Berbagai kegiatan massal seperti jalan sehat, peringatan hari besar, maupun berbagai perlombaan juga dilaksanakan untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan pers. Selain itu, keuntungan juga bisa didapatkan dengan cara memilih pangsa pasar dan menyediakan rubrik tetap yang diinginkan pasar.

Sebenarnya antara idealisme dan komersialisme sangat bertolak belakang. Namun demi tercapainya cita-cita kedua hal tersebut harus bersinergi. Lebih serius menanggapi hal tersebut, Mohammad Shoelhi dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Internasional, Perspektif Jurnalistik* mengemukakan idealisme tanpa komersialisme hanyalah sebuah ilusi. Karena jika pers mengutamakan segi idealisme saja, pers tidak akan hidup lama. Sedangkan jika perusahaan pers hanya mengutamakan segi komersialisme, pers hanya akan menjadi budak bagi

pembayarannya. Kedua hal tersebut bisa bersatu dengan dibantu oleh topangan profesionalisme.

3. *Profesionalisme*

Menurut Alex Sobur dalam Etika Pers: Profesionalisme dengan Nurani dalam Shoelhi²¹, ada lima hal yang menjadi struktur sikap yang diperlukan bagi setiap jenis profesi yang tercakup dalam profesionalisme. Hal tersebut diantaranya adalah: *Pertama*, profesional dalam menggunakan organisasi atau kelompok professional sebagai kelompok referensi utama. Tujuan-tujuan dan aspirasi professional bukan diperuntukkan bagi seorang majikan atau status lokal dari masyarakat setempat; kesetiaannya adalah pada bidang tugas. *Kedua*, professional dalam melayani masyarakat dengan baik. Ia altruistik yang mengutamakan kepentingan umum. *Ketiga*, professional dalam mengemban kepedulian dan rasa terpanggil dalam bidang tugasnya. Komitmen ini memperteguh tanggung jawabnya dalam melayani masyarakat. Ia melaksanakan profesinya karena merasakan komitmen yang mendalam. *Keempat*, professional dalam memelihara rasa otonomi. Ia bebas mengorganisasikan pekerjaannya saat berada dalam kendala-kendala tertentu dan mengambil keputusan-keputusan professional. *Kelima*, professional dalam mengatur dirinya sendiri dan mengontrol perilakunya sendiri. Dalam menghadapi kerumitan dan persyaratan keterampilan, hanya rekan-rekan seprofesinya yang mempunyai hak dan wewenang untuk melakukan penilaian.

Manajemen Pers

Sejak UU No 40/1999 tentang Pers dan Kode Etik dimunculkan, kebebasan pers di Tanah Air kian terasakan. Terutama jika mencermati bunyi Pasal 9 Ayat (1): “Setiap warga negara Indonesia dan negara berhak mendirikan perusahaan pers.” Implikasi dari pasal tersebut, direspon oleh Menpen Yunus Yosfiah (waktu itu) untuk membebaskan perusahaan pers dari SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers).

Dampak paling nyata dari kebebasan pers ialah munculnya penerbitan koran, majalah, dan tabloid baru. Baik yang bersifat populer maupun serius, sama-sama memiliki keinginan untuk terbit dan eksis. Oleh karena itu, dari segi kuantitas jumlah media di Indonesia makin beragam dan variatif. Hal itu juga terasakan di ranah kampus melalui penerbitan majalah dan jurnal ilmiah, baik yang dikelola dosen maupun mahasiswa.

Namun, kemunculan penerbitan yang beragam dan variatif itu ternyata tidak otomatis mampu mendongkrak kualitas penerbitan. Ada kalanya sebuah penerbitan di edisi awal dilakukan dengan kerja keras. Di sisi lain, ada pula penerbitan yang mengalami gulung tikar alias bangkrut. Untuk itulah, dalam konteks saat ini para pengelola penerbitan harus segera berbenah diri guna meningkatkan mutu penerbitan medianya masing-masing.

Ada argumen, sukses-tidaknya penerbitan amat bergantung dari jumlah iklan yang termuat. Argumen lain justru mengatakan, bergantung dari tinggi-rendahnya mutu SDM. Jika boleh berpendapat, keduanya amat benar. Artinya, baik iklan maupun SDM sama-sama penting untuk diperhatikan sekaligus ditingkatkan. Dengan demikian, paling tidak ada tiga faktor yang perlu diulas kaitannya dengan manajemen penerbitan pers.

Ketiga faktor tersebut ialah redaksi, perusahaan, dan sirkulasi. Ketiganya memegang peran dalam kerja-kerja penerbitan media secara profesional. Jika ketiganya berperan tidak optimal, kelak mutu penerbitan akan kurang bagus. Selain itu, kinerja pengelola tidak akan berjalan sebagaimana mestinya. Untuk itulah, ketiganya perlu terus dibenahi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kajian tentang Manajemen Pers: Antara Idealisme dan Komersialisme yang diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: *Pertama*, pers sebagai organisasi tidak dapat dipisahkan dengan penerapan manajemen, baik sebagai ilmu maupun sebagai seni agar dapat mencapai tujuan per situ sendiri. *Kedua*, keberadaan dan dinamika pers saat ini tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan pers masa lalu, yakni pers pra kemerdekaan yang berorientasi pada alat perjuangan, pers era kemerdekaan yang secara perlahan mengarah kepada lembaga ekonomi dan kemasyarakatan yang cenderung mengedepankan komersialitas dan sedikit mengabaikan idealitas. *Ketiga*, kebebasan pers tidak dapat diartikan sebagai kemerdekaan untuk menjalankan kegiatan jurnalistik secara bebas, akan tetapi kebebasan tersebut harus tunduk pada hukum tunduk kode etik jurnalistik. *Keempat*, pers yang baik adalah pers yang mampu dikelola (*manage*) dengan menyeimbangkan antara tuntutan idealisme dan komersialisme.

Endnote

¹ Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 62

² *Ibid.*, hlm. 81

³ George R. Terry dan Leslie W. Rue (Terjemahan), *Dasar-dasar Manajmen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), hlm. 1

⁴ P. Siagian dan Sondang, *Fungsi-fungsi Manajerial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), hlm. 42

⁵ *Ibid.*, hlm. 45

⁶ *Ibid.*, hlm. 52

⁷ K. Suhendra, *Manajemen dan Organisasi*, (Bandung: Mandar Maju, 2008), hlm. 16

⁸ Malayu S. P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm. 14-15

⁹ George R. Terry dan Leslie W. Rue (Terjemahan), *Dasar-dasar ...*, *Op.Cit.* hlm. 2

¹⁰ Malayu S. P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm. 9

¹¹ Malayu S. P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm. 42

¹² *Ibid.*, hlm. 44

¹³ <http://aliefnews.wordpress.com/2011/02/28/pengertian-jurnalistik/>

¹⁴ Lihat Sumandiria, (2006), hlm. 1

¹⁵ Lihat Totok Djoroto, (2004), hlm. 5

¹⁶ Lihat Zaenuddin, (2011), hlm. 62-63

¹⁷ Lihat Zaenuddin, (2011), hlm. 65

¹⁸ Lihat Sumandiria, (2006), hlm. 46

¹⁹ Lihat Shoelhi, (2009), hlm. 112

²⁰ Lihat Sumandiria, (2006), hlm. 47

²¹ Lihat Shoelhi, (2009), hlm. 112

Daftar Pustaka

Effendi, Onong Uchjana. (2000). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Hasibuan, Malayu S. P. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.

_____. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.

<http://aliefnews.wordpress.com/2011/02/28/pengertian-jurnalistik/>

Siagian, P. dan Sondang. (2003). *Fungsi-fungsi Manajerial*. Jakarta: Bumi Aksara.

Suhendra, K. (2008). *Manajemen dan Organisasi*. Bandung: Mandar Maju.

Terry, George R. dan Leslie W. Rue. (2005). *Dasar-dasar Manajamen*. Jakarta: Bumi Aksara.

UU RI Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers

UU RI Nomor 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan Pokok Pers