





























banyak terjadi kesalahan penulisan yang akan menurunkan kualitas berita. Berita yang diliput dapat berupa berita tulis (teks) dan berita foto. Sumber daya manusia yang berada di bagian redaksi inilah yang disebut dengan wartawan, sedangkan sumber daya manusia yang berada di bagian perusahaan atau bisnis tidak bisa dikategorisasikan sebagai wartawan, walaupun mereka bekerja di media.

Dilihat dari strukturnya, bagian redaksional diketuai oleh pimpinan redaksi (pimred) yang bertanggungjawab dalam keseluruhan isi pemberitaan media yang dipimpinnya. Pada hakikatnya, dalam sudut pandang manajemen, pimpinan redaksi adalah manajer bagi pemberitaan media. Ketika berita selesai ditulis, proses selanjutnya adalah pencetakan berita. Untuk mengurus pencetakan berita maka dalam manajemen pemberitaan di redaksi media cetak terdapat redaktur pra-cetak. Tugas redaktur pra-cetak adalah menata *setting*, *lay out* dan data artistik dari media yang akan dicetak. Rancangan cetak ini disebut *dummy*. Jika sudah dianggap final, *dummy* dibawa dibagian percetakan untuk proses pencetakan media.

Dalam produksi majalah, proses selalu diawali dengan akhir. Ini maksudnya adalah redaksi dan penerbit menentukan satu tanggal di mana majalah akan menjangkau khalayak dan ketika tanggal tersebut sudah ditentukan, maka bagian pencetakan dan sirkulasi harus menyatakan jadwal agar proses produksi majalah tepat waktu.













Berita berbobot pada aspek *informatif*, tajuk pada aspek *persuasif*, sedangkan artikel bersifat *informatif-persuasif*. Informasi berarti penerangan beserta penjelasannya mengenai suatu hal atau peristiwa. *Persuasi*, berarti ajakan, bujukan atau rayuan yang bersifat psikologis manusiawi, halus dan luwes, sehingga khalayak terangsang untuk melakukannya dengan rela dan senang hati.

Sehubungan dengan itu yang perlu dicamkan ialah bahwa khalayak akan semakin terpicat minatnya apabila dalam suatu karya tulis terdapat saran-saran mengenai cara memperoleh kebutuhannya. Saran-saran itu akan dianggap bernilai apabila sesuai dengan norma-norma yang berlaku dalam kelompoknya. Khusus untuk artikel, yang seperti telah disebutkan tadi bersifat *informatif-persuasif*, ada faktor lain yang penting untuk diperhatikan, yang akan dapat memotivasi kesadaran berkoperasi di masyarakat, yaitu apa yang disebut *source credibility* atau sumber kepercayaan.

Sebuah artikel akan memikat apabila penulisnya, selain seorang pakar, juga ternama. Oleh karena penulisnya dikenal sebagai seorang pakar, maka sebelum membaca para pembaca sudah menaruh kepercayaan akan keandalan si penulisnya. Lebih-lebih jika sang penulis yang pakar itu mempunyai nama. Dengan demikian pada setiap penerbitan hendaknya disajikan satu atau dua artikel yang ditulis pakar kenamaan disamping artikel-artikel lain yang dikirimkan para penulis, yang meskipun tidak termasuk orang terkenal, tetapi setelah dinilai dapat dipertanggung jawabkan mutu karya tulisnya.









Tipe majalah ditentukan oleh sasaran khalayak yang dituju. Artinya, redaksi sudah menentukan siapa yang akan menjadi pembacanya. Ada majalah berita, keluarga, wanita, pria, remaja wanita, remaja pria, anak-anak, ilmiah populer, umum, hukum, pertanian, humor, olahraga, daerah. Majalah merupakan media yang sangat simpel organisasinya, relatif lebih mudah mengelolanya dibanding surat kabar. Majalah tetap dibedakan dengan surat kabar karena majalah memiliki karakteristik tersendiri: penyajian lebih dalam, nilai aktualitas lebih lama, gambar atau foto lebih banyak, dan cover atau sampul sebagai daya tarik.

Saat ini telah banyak majalah yang secara khusus menyatakan sebagai majalah dakwah islam. Penulis keagamaan juga bisa memanfaatkan non-dakwah untuk mempublikasikan tulisannya asalkan disesuaikan dengan spesifikasi majalah yang bersangkutan. Menulis pesan dakwah di majalah juga tidak terlepas dari visi redaktornya. Islam dapat dilihat dari sudut pandang mana pun dan bisa dikaji dengan pendekatan apa pun. Pandangan atau pendekatan sebuah majalah atau jurnal harus terlebih dahulu dipelajari oleh penulis keagamaan.

Dalam sejarah islam, buku-buku (media cetak) telah berperan sebagai sarana penyimpan informasi tentang fakta dan data yang membentuk ilmu pengetahuan umat manusia. Ilmu pengetahuan inilah yang setelah tercerahi ruh Al-Qur'an Al-Karim dan Sunnah Rasulullah Saw menjadi Al-Hikmah. Akhirnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang tak lepas dari jiwa ajaran islam dari Al-Quran dan Sunnah Nabi Muhammad Saw. Cendikiawan dan para peneliti muslim





massa lain. Mengenai tantangan yang dihadapi Republika dalam menghadapi persaingan industry media cetak di Indonesia saat ini, Republika tetap mempertahankan eksistensinya dalam memuat berita yang dihubungkan secara menarik dan cirri tertentu yang tidak ada dalam surat kabar lainnya.

Ada perbedaan gaya dibandingkan surat kabar lain. Sentuhan bisnis dan independensi Republika menjadi lebih kuat, oleh karena itu secara bisnis, koran ini terus berkembang. Republika menjadi lebih professional dan matang sebagai koran nasional untuk komunitas muslim.

Kunci Republika dalam menghadapi persaingan saat ini adalah semakin cepat berita yang disebarkan ke masyarakat. Maka akan semakin banyak pula pembaca yang membeli koran tersebut.

Sedangkan penelitian yang diteliti penulis menekankan pada manajemen redaksi majalah wisatahati sebagai majalah nirlaba. Dalam koran Republika, akan menonjolkan ke aktualan beritanya untuk menghadapi persaingan. Lebih cepat berita terbit, semakin banyak pembeli. Hal ini berbeda dengan majalah Wisatahati, yang memilih pesan beritanya adalah kegiatan rumah tahfidz atau kegiatan-kegiatan santriwan-santriwati yang sedang menghafalkan Al-Qur'an. Hal ini untuk menarik minat pembaca untuk melaksanakan donatur. Selain itu ada berita-berita yang lain untuk pengetahuan pembaca. Selain itu juga majalah Wisatahati ini juga menjaga keaktualannya dalam penerbitan majalah setiap satu bulan sekali.

2. Hal yang sama dilakukan oleh Ina Salmah Febriani. Dengan judul "*ANALISIS DESKRIPTIF MANAJEMEN REDAKSI PADA REPUBLIKA ONLINE*"

penelitian ini dilakukan pada tahun 2010. Penelitian ini berfokus pada penerapan fungsi manajemen redaksi Republika online.

Fungsi utama dari manajemen redaksi ialah agar bagaimana informasi yang disajikan dalam dunia maya itu dapat diterima dengan baik oleh khalayak. Oleh sebab itu manajemen redaksi yang teratur dan terarah sangatlah penting. Manajemen redaksi sendiri sangat erat dalam hal proses pembuatan berita hingga berita siap terbit. Tentunya hal ini menyangkut berita mana yang layak muat ataupun tidak. Kelayakan berita yang dimuat atau tidak kembali kepada kebijakan seorang manajer atau dalam bahasa manajemennya telah mengambil keputusannya.

Salah satu yang ditempuh dalam masalah tersebut ialah pengaktualisasian beberapa fungsi manajemen redaksi, yaitu fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan, pengembangan, kompensasi, integrasi hingga pemeliharaan.

Sedangkan penelitian yang diteliti penulis menekankan pada manajemen redaksi majalah wisatahati sebagai majalah nirlaba. Dalam penelitian yang diteliti oleh Ina Salmah Febriani, adalah penerapan fungsi manajemen pada media massa. Dalam penelitian pada majalah Wisatahati ini adalah pemilihan pesan yang efektif. Ke dua penelitian ini, sama-sama menggunakan pendekatan pada manajemen redaksi.

3. Hal yang sama dilakukan oleh Khotimatus Sholikhati, dengan judul *“MANAJEMEN REDAKSIONAL PADA MAJALAH BAKTI”* penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2008. Penelitian ini berfokus pada proses manajemen

redaksional, yang meliputi peliputan, penulisan, dan penyuntingan pada rubrik laporan utama.

Mengingat urgennya komoditas berita yang merupakan produk utama media massa, maka proses produksi berita yang ada pada rubrik laporan utama perlu diupayakan secara maksimal oleh bidang redaksi untuk memenuhi kualitas berita. Proses produksi yang pertama adalah melaksanakan rapat redaksi setiap bulan untuk merencanakan tema atau isi majalah. Untuk tahap selanjutnya, dilakukan dengan mengadakan pertemuan-pertemuan seperti rapat evaluasi bulanan dan rapat evaluasi tahunan.

Sedangkan penelitian yang diteliti penulis adalah manajemen redaksi dalam pemilihan berita pada majalah nirlaba. Untuk memenuhi kualitas berita, dalam majalah Bakti ini adalah dengan menjaga proses produksi yang dimulai dari awal hingga akhir. Sedangkan di majalah Wisatahati ini selalu mempertahankan berita yang datang dari rumah tahfidz. Untuk memenuhi ke dua permasalahan yang ada ini, maka manajemen redaksilah yang bisa mengatasinya.