**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

* 1. **Review Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana proses regenerasi redaktur pada majalah Mangle untuk dapat terus mempertahankan eksistensinya sebagai majalah berbahasa Sunda. Apa saja usaha-usaha dan langkah-langkah yang dilakukan majalah Mangle untuk mendapatkan generasi penerus redaktur majalahnya. Kemudian bagaimana kendala yang dihadapi majalah Mangle dalam meregenerasi redakturnya, serta bagaimana sikap Mangle dalam menghadapi dan menanggulangi kendala tersebut dalam meregenerasi redakturnya. Dengan penelitian ini, Peneliti juga dapat mengetahui siapa saja yang terlibat dalam proses regenerasi redaktur, siapa yang memiliki wewenang tertentu dalam proses meregenerasi redaktur di majalah Mangle ini.

Peneliti menggunakan metodologi deskriptif kualitatif dan akan menganalisis data-data yang diperoleh melalui metode pengumpulan data yang akan dijelaskan dengan menggunakan Teori Birokrasi Max Weber. Dengan begitu, Peneliti akan dapat mengetahui apakah regenerasi redaktur pada majalah Mangle sesuai dengan teori tersebut.

Peneliti menggunakan Teori Birokrasi Max Weber untuk menganalisis karena melihat adanya hubungan antara proses meregenarsi redaktur dengan birokrasi yang ada pada suatu organisasi media massa, dalam hal ini majalah berbahasa Sunda. Adanya jabatan-jabatan tertentu yang memiliki kewenangan untuk melakukan kewajibannya menentukan aturan-aturan, mengambil keputusan, dan melaksanakan aturan-aturan serta keputusan yang telah disepakati.

* 1. **Kerangka Konseptual**

Berdasarkan judul penelitian ini, maka berikut konsep-konsep yang berkaitan.

* + 1. **Komunikasi Massa**

**Bittner** dikutip oleh **Ardianto dkk** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar**, mengemukakan definisi komunikasi massa yaitu : **“Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated trought a mass medium to a large number of people*).” (2007:3).**

**Gerbner (1967)** dikutip oleh **Ardianto dkk** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** mengemukakan definisi komunikasi massa:

***Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societie*”. (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri). (2007:3).**

**Ardianto dkk** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Penganta** kemudian menjelaskan :

**Dari definisi Gerbner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jangka waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dwimingguan atau bulanan”. (2007:3).**

Dapat diketahui dari definisi Bittner dan Gerbner di atas bahwa komunikasi massa yaitu penyampaian pesan melalui suatu media massa tertentu kepada orang yang berjumlah banyak.

Definisi komunikasi massa menurut Meletzke memperlihatkan sifat dan ciri komunikasi massa yang satu arah dan tidak langsung sebagai akibat dari penggunaan media massa, juga sifat pesannya yang terbuka untuk semua orang. **Meletzke** dikutip **Ardianto dkk** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** menjelaskan komunikasi massa: **“Komunikasi massa diartikan sebagai setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyatan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar”. (2007 : 3).**

Definisi komunikasi massa menurut Freidson dibedakan dari jenis komunikasi lainnya dengan kenyataan bahwa komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok, dan bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagian khusus populasi. Komunikasi massa juga mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat-alat khusus untuk menyampaikan komunikasi agar komunikasi itu dapat mencapai pada saat yang sama semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat

Bagi Freidson dikutip **Ardianto dkk** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** :

**Khalayak yang banyak dan tersebar itu dinyatakan dengan istilah sejumlah populasi, dan populasi tersebut merupakan representasi dari berbagai lapisan masyarakat. Ciri komunikasi massa yang lain yaitu adanya unsur keserempakan penerimaan pesan oleh komunikan, pesan dapat mencapai pada saat yang sama kepada semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat. (2007:4)**

Definisi komunikasi massa yang dikemukakan Wright merupakan definisi yang lengkap, yang dapat menggambarkan karakteristik komunikasi massa secara jelas. **Wright** dikutip **Ardianto dkk** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** mengemukakan:

**Bentuk baru komunikasi dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama sebagai berikut : diarahkan pada khalayak yang relatif besar, heterogen dan anonim; pesan disampaikan secara terbuka, sering kali dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekilas; komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar. Definisi Wright mengemukakan karakteristik komunikan secara khusus, yakni anonim dan heterogen. Ia juga menyebutkan pesan diterima komunikan secara serentak (simultan) pada waktu yang sama, serta sekilas (khusus untuk media elektronik, seperti radio siaran dan televisi). (2007: 4-5).**

Kompleksnya komunikasi massa dikemukakan oleh **Severin & Tankard Jr**., (1992) dikutip **Ardianto dkk** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** sebagai berikut:

**Komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni dan sebagian ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, mengoperasikan *tape recorder* atau mencatat ketika berwawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan-tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk program televisi, mengembangkan tata letak yang estetis untuk iklan majalah atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita. Ia adalah ilmu dalam pengertian bahwa ia meliputi prinsip-prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikembangkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik. (2007: 5).**

**DeVito** dikutip **Ardianto dkk** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** merumuskan definisi komunikasi massa yang pada intinya merupakan penjelasan tentang pengertian massa serta tentang media yang digunakannya. mengemukakan definisinya dalam dua item, yakni :

**Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya, ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang menonton televisi, tetapi ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan/atau visual. (2007: 5).**

**Rakhmat** dikutip **Ardianto dkk** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** merangkum definisi-definisi komunikasi massa :

**Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. ( 2007: 6).**

**McQuail** dikutip **Ardianto dkk** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** menyebutkan ciri-ciri komunikasi massa, yaitu:

1. **Sumber komunikasi massa bukanlah salah satu orang, melainkan suatu organisasi formal.**
2. **“Sang pengirim”-nya seringkali merupakan komunikator professional.**
3. **Pesannya tidak unik dan beraneka ragam, serta dapat diperkirakan. Di samping itu, pesan tersebut seringkali “diproses” distandardisasi dan selalu diperbanyak.**
4. **Pesan tersebut merupakan suatu produk dan komoditi yang mempunyai nilai tukar, serta acuan simbolik yang mengandung nilai kegunaan.**
5. **Hubungan antara pengirim dan penerima bersifat impersonal, bahkan mungkin sekali seringkali bersifat non-moral dan kalkulatif. Dengan pengertian bahwa sang pengirim biasanya tidak bertanggung jawab atas konsekuensi yang terjadi pada para individu dan pesan yang diperjualbelikan dengan uang atau ditukar dengan perhatian tertentu.**
6. **Komunikasi massa seringkali mencakup kontak secara serentak antara satu pengirim dengan banyak penerima.**
7. **Komunkasi massa dapat menciptakan pengaruh luas dalam waktu singkat, dan menimbulkan respon seketika dari banyan orang secara serentak.**
8. **Jarak sosial yang ada juga berkenaan dengan hubungan yang tidak simetris karena pengirim memang tidak memiliki lebih banyak sumber daya, pretise, keahlian, dan otoritas. Sedangkan penerima mungkin bagian dari masyarakat luas. (2007:6).**

**Ardianto dkk** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** menjelaskan karakteristik komunikasi massa, yaitu:

1. **Komunikator terlembagakan**
2. **Pesan bersifat umum**
3. **Komunikannya anonym dan heterogen**
4. **Media massa menimbulkan keserempakan**
5. **Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan**
6. **Komunikasi massa bersifat satu arah**
7. **Stimulasi alat indra terbatas**
8. **Umpan balik tertunda (*delayed*) dan tidak langsung (*indirect*). (2009:7).**

**Effendy (1993)** dikutip **Ardianto dkk** dalam bukunya **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** mengemukakan fungsi komunikasi massa secara umum adalah sebagai berikut:

1. **Fungsi informasi**

**Media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingan khalayak sebagai makhluk sosial akan selalu merasa haus akan informasi yang terjadi.**

1. **Fungsi pendidikan**

**Media massa merupakan salah satu sarana pendidikan bagi khalayak karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca.**

1. **Fungsi memengaruhi**

**Fungsi memengaruhi dari media massa secara implicit terdapat pada tajuk/editorial, *features*, iklan, artikel dan sebagainya. (2007:8).**

* + - 1. **Media Massa Cetak**

**Djuroto** dalam bukunya  **Manajemen Penerbitan Pers** menjelaskan :

**Media massa cetak merupakan alat komunikasi untuk masyarakat yang dibuat dengan percetakan atau mencetaknya lebih dahulu. Ada beberapa bentuk media cetak:**

1. **Surat kabar, yaitu kumpulan berita, artikel, cerita, iklan dan sebagainya yang dicetak dalam lembaran kertas ukuran plano, terbit secara teratur, bisa setiap hari atau seminggu satu kali.**
2. **Majalah adalah kumpulan berita, artikel, cerita, ilan dan sebagainya yang dicetak dalam lembaran kertas ukuran kuarto atau folio, dijilid dalam bentuk buku. Majalah biasanya terbit secara teratur, seminggu sekali dua minggu sekali, atau satu bulan sekali.**
3. **Tabloid adalah kumpulan berita, artikel, cerita, iklan dan sebagainya yang dicetak dalam lembaran kertas ukuran *broadsheet* (lebih kecil dari plano) dan dilipat seperti surat kabar. Tabloid biasanya terbit secara teratur, seminggu sekali, dua minggu sekalii, atau satu bulan sekali.**
4. **Buletin adalah kumpulan berita, artikel, cerita, iklan dan sebagainya yang dicetak dalam lembaran kertas ukuran *broadsheet*,atau ukuran kuarto/plano dan dilipat seperti surat kabar. Buletin biasanya terbit secara tidak teratur atau sering disebut juga dengan penerbitan berskala.**
5. **Buku adalah tulisan ilmu pengetahuan, essai cerita-cerita panjang, kisah-kisah perjuangan, dan sebagainya yang dicetak dalam lembaran kertas ukuran setangah kuarto atau setengah folio dan dijilid rapi. (2004:11).**

**Dominick** dikutip **Djuroto** dalam bukunya  **Manajemen Penerbitan Pers** menjelaskan:

**Dalam sebuah perusahaan penerbitan pers terdapat tiga fungsi/tugas yaitu fungsi produksi, fungsi distribusi, dan retail. Penerbitan majalah adalah perusahaan penerbitan pers yang memiliki beberapa bagian yang saling mengisi untuk dapat menerbitkan sebuah majalah.(2004:12)**

Perusahaan penerbitan pers merupakan sebuah organisasi. **Dominick** dikutip **Djuroto** dalam bukunya  **Manajemen Penerbitan Pers*,*** menyebutkan karakteristik sebuah organisasi media massa, yaitu:

1. ***Mass communication is produeced by complex and formal organization* (komunikasi massa dihasilkan oleh sebuah organisasi yang kompleks dan formal).**

**Sebuah media massa mencakup pengontrolan uang sebagai biaya produksi perusahaan, manajemen sumber daya manusia yang ada sebagai pekerja dan perusahaan tersebut, koordinasi dari bermacam aktivitas, dan penerapan wewenang. Kekompleksan ini membutuhkan struktur organisasi yang terspesialisasi, pembagian kerja, dan fokus atau tanggung jawab masing-masing bagian.**

1. ***Mass communication organization have multiply gate keepers* (organisasi/perusahaan komunikasi massa mempunyai banyak *gate keeper).***

***Gate keeper*  adalah salah satu atau beberapa orang yang mengontrol isi media yang akan diterima oleh rakyat. Sebagai seorang *gate keeper*, seotang editor dapat mengedit berita dengan cara memperbaiki logika bahasa yang salah, menambah atau mengurabgi isi tulisan. Semakin kompleks sebuah organisasi mesia massa, semakin banyak Igate keeper *yang dibutuhkan.***

1. ***Mass organization communication need a geat deal of money to operate* (organisasi/perisahaan komunikasi massa memerlukan biaya yang besar untuk operasi).**

**Dibutuhkan biaya yang cukup besar untuk dapat mendirikan sebuah penerbitan pers. Biaya tersebut digunakan untuk kebutuhan produksi dan untuk mempertahankan eksistensi perusahaan.**

1. ***Mass communication organization exist to make a profit* (organisasi/perusahaan media massa berdiri untuk mendapatkan keuntungan).**

**Biaya produksi sebuah organisasi media massa didapatkan dari keuntungan perusahaan. Keuntungan inilah yang akan digunakan untuk membiayai produksi. (2004:12).**

**McQuail** dalam bukunya **Teori Komunikasi Massa** menjelaskan beberapa ciri khusus institusi media, yaitu:

1. **Memproduksi dan mendistribusi “pengetahuan” dalam wujud informasi, pandangan dan budaya. Upaya ini sebagai respon atas kebutuhan sosial kolektif dan permintaan individu.**
2. **Menyediakan saluran untuk menghubungkan orang tertentu dengan orang lain.**
3. **Media menyelenggarakan sebagian besar kegiatannya dalam lingkungan public, dan merupakan institusi yang terbuka bagi semua orang untuk berperan sebagai penerima.**
4. **Partisipasi anggota khalayak dalam institusi pada hakekatnya bersifat sukarela tanpa adanya keharusan atau kewajiban sosial.**
5. **Institusi media dikaitkan dengan industri dan pasar karena ketergantungannya pada imbalan kerjanya, teknologi dan kebutuhan pembiayaan.**
6. **Meskipun institusi media tidak memiliki kekuasaan, namun institusi ini selalu berkaitan dengan kekuasaan negara karena adanya kesinambungan pemakaian media, mekanisme hukum dan pandangan menentukan yang berbeda berbagai Negara. (1987: 224).**
	* + 1. **Majalah Sebagai Media Massa Cetak**

**Djuroto** dalam bukunya **Manajemen Penerbitan Pers** mengemukakan:

**Majalah adalah kumpulan berita, artikel, cerita, iklan dan sebagainya yang dicetak dalam lembaran kertas ukuran kuarto atau folio, dijilid dalam bentuk buku. Majalah biasanya terbit secara teratur, seminggu sekali, dua mingu sekali atau satu bulan sekali. (2004:11).**

**Djuroto** dikutip **Effendy** dalam bukunya **Televisi Siaran Teori dan Praktek** menyebutkan ciri-ciri majalah sama dengan produk jurnalistik lainnya, yaitu:

**1.      Publisitas (*Publicity*)**

**Yang mengandung arti penyebaran kepada khalayak atau kepada publik. Karena diperuntukkan untuk khalayak umum, isi atau informasi dalam surat kabar ini terdiri dari berbagai kepentingan yang berkaitan dengan umum.  Untuk itu, penerbitan yang meskipun sama dengan surat kabar tidak bisa disebut sebagai surat kabar jika hanya ditujukan kepada sekelompok orang atau golongan.**

**2.      Periodesitas (*Periodicity*)**

**Yang berarti keteraturan dalam penerbitannya.  Keteraturan ini bisa satu kali sehari bisa juga satu atau dua kali terbit dalam seminggu.  Karena mempunyai keteraturan dalam penerbitannya, maka penerbit buku tidak dapat dikategorikan sebagai surat kabar meskipun isinya menyangkut kepentingan umum karena tidak disebarkan secara periodik dan berkala.**

**3.      Universalitas (U*niversality*)**

**Yang berarti kemestaan dan keragaman.  Isinya yang datang dari berbagai penjuru dunia.  Untuk itu jika sebuah penerbitan berkala isinya hanya mengkhususkan diri pada suatu profesi atau aspek kehidupan, seperti majalah kedokteran, arsitektur, koperasi atau pertanian, tidak termasuk surat kabar.  Memang benar bahwa berkala itu ditujukan kepada khalayak umum dan diterbitkan secara berkala, namun bila isinya hanya mengenai salah satu aspek kehidupan saja maka tidak dapat dimasukkan ke dalam kategori surat kabar.**

**4.      Aktualitas (*Actuality*)**

**Menurut kata asalnya aktualitas, berarti “kini” dan “keadaan sebenarnya”. Kedua-duanya erat sekali sangkut pautnya dengan berita yang disiarkan surat kabar.  Berita adalah laporan mengenai peristiwa yang terjadi kini, dengan perkataan lain laporan mengenai peristiwa yang baru terjadi dan yang dilaporkan itu harus benar.  Tetapi yang dimaksudkan aktualitas sebagai ciri surat kabar adalah pertama, yaitu kecepatan laporan, tanpa menyampingkan pentingnya kebenaran berita.** **(1993:119-121).**

* + - 1. **Manajemen Media Massa**

Manajemen merupakan proses yang khas. Hal ini disebutkan oleh **Terry** dikutip **Hasibuan** dalam bukunya **Manajemen Sumber Daya Manusia : Dasar dan Kunci Keberhasilan** menjelaskan:

**Manajemen terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*) yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber lain. Sumber yang dimaksud adalah:**

1. **Manusia (*men*), yaitu tenaga kerja manusia, baik tenaga kerja pimpinan maupun tenaga kerja operasional/pelaksana.**
2. **Uang (*money*), yaitu uang yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.**
3. **Metode/cara (*methods*), yaitu cara-cara yang dipergunakan dalam usaha mencapai tujuan.**
4. **Bahan-bahan (*materials*), yaitu bahan-bahan yang diperlukan untuk mencapai tujuan.**
5. **Mesin/peralatan (*machines),* yaitu mesin-mesin/alat-alat yang diperlukan atau dipergunakan untuk mencapai tujuan.**
6. **Pasar (*market*), yaitu pasar untuk menjual barang dan jasa-jasa yang dihasilkan. (2008:20-21).**

Manajemen sudah ada sejak adanya pemimpim/pengatur dan ada bawahan yang diatur untuk mencapai tujuan bersama, walaupun masalahnya masih sangat sederhana. **Terry** dikutip **Hasibuan** dalam bukunya **Manajemen Sumber Daya Manusia : Dasar dan Kunci Keberhasilan** menyebutkan ada beberapa fungsi dari manajemen, yaitu:

1. **Perencanaan (*planning*) adalah proses penentuan tujuan dan pedoman pelaksanaan, dengan memilih yang terbaik dan alternative-alternatif yang ada. Menurut Harold Koontz dan Cyril O’Donnel perencanaan adalah fungsi dari seorang manajer yang berhubungan dengan memilh tujuan-tujuan, kebijakan-kebijakan, prosedur-prosedur dan program-program dari alternatif yang ada.**
2. **Pengorganisasian (*organizing*) adalah suatu prosedur penentuan pengelompokan dan pengaturan bermacam-macam aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan, menempatkan orang-orang pada aktivitas ini menyediakan alat-alat yang diperlukan, menetapkan wewenang secara relatif didelegasikan kepada setiap individu yang akan melakukan aktivitas-aktivitas tersebut.**
3. **Pengarahan (*actuating*) adalah menggerakkan semua anggota agar mau bekerjasama dan bekerja efektif untuk mencapai tujuan.**
4. **Pengendalian (*controlling*) proses penentuan, apa yang harus dicapai yaitu standar, apa yang sedang dilakukan yaitu pelaksanaan, menilai pelaksanaan dan apabila perlu melakukan perbaikan-perbaikan, sehingga pelaksanaan sesuai dengan rencana yaitu selaras dengan standar. (2003:242).**
	* 1. **Organisasi Penerbitan Media Massa**

Dalam bisnis penerbitan pers terdiri dari bidang redaksional, percetakan dan bidang usaha. Ketiga bidang tersebut dalam melaksanakan kegiatannya harus saling terkait dan terikat pada penyelesaian pekerjaann masing-masing sesuai dengan aturan yang sudah ditentukan. Dalam memproduksi suatu penerbitan pers masing-masing bidang tersebut mempunyai tanggung jawab, peran serta tujuan yang sama. **Djuroto** dalam bukunya **Manajemen Penerbitan Pers** menjelaskan organisasi perusahaan penerbitan pers secara sederhana dapat dipilah-pilah sebagai berikut:

1. ***Top Manager* (Pemimpin Umum)**

**Pemimpin umum adalah orang pertama dalam suatu perusahan penerbitan pers yang mengendalikan perusahaannya dalam bidang redaksional maupun bidang usaha. Boleh jadi, pemimpin umum adalah pemilik dari perusahaan itu sendiri atau dipegang orang lain yang paling dipercaya. Ia memiliki kekuasaan yang luas, mengambil kebijaksanaan menentukan arah perkembangan penerbitannya, dan memperhitungkan rugi/laba dari perusahaannya. Pemimpim umum harus mempertanggungjawabkan hasil akhir dari semua komponen kerja pada perusahaan kepada pemiliknya.**

1. ***Editor Department* (Bidang Redaksi)**
* **Pemimpin Redaksi**

**Pemimpin redaksi adalah orang pertama yang bertanggung jawab terhadap semua isi penerbitan pers. Tugas utama pemimpin redaksi adalah mengandalikan kegiatan keredaksian di perusahaannya yang meliputi penyajian berita, penentuan liputan, pencarian focus pemberitaan, penentuan topik, pemilihan berita utama (*headline*), berita pembuka halaman, menugaskan atau membuat sendiri tajuk dan sebagainya.**

**Pemimpin redaksi dalam melaksanakan tugasnya, dapat dibantu oleh beberapa tenaga lain yang biasanya disebut dengan redaktur pelaksana, redaktur halaman, dan asisten redaktur.**

* **Sekretaris Redaksi**

**Sekretaris redaksi adalah pembantu pemimpin redaksi dalam hal administrasi keredaksionalan, misalnya ada surat-surat dari luar yang menyangkut keredaksionalan, mengirim honor tulisan kepada peneliti dari luar, membuatkan surat-surat yang diperlukan oleh pemimpin redaksi.**

* **Redaktur Pelaksana**

**Redaktur pelaksana adalah jabatan yang dibentuk untuk membantu pemimpin redaksi dalam melaksanakan tugas-tugas keredaksionalannya. Dalam pelaksanaan tugas sehari-hari redaktur pelaksana mengatur pelaksanaan tugas sesuai dengan yang digariskan oleh pemimpin redaksi. Dalam keadaan tertentu, redaktur pelaksana bisa membebankan tugas kepada para redaktur halaman sesuai dengan bidangnya masing-masing. Tanggung jawab redaktur pelaksana adalah langsung kepada pemimpin redaksi.**

* **Redaktur**

**Redaktur adalah petugas yang bertanggung jawab terhadap isi halaman surat kabar. Itu sebabnya, ada sebutan redaktur halaman atau redaktur bidang. Tugas redaktur adalah menerima bahan berita, baik dari kantor berita, wartawan, koresponden atau bahkan *press release* dari lembaga, organisasi, instansi pemerintah atau perusahaan swasta. Bahan berita itu kemudian diseleksi untuk dipilih mana yang layak untuk dimuat dengan segera dan mana yang bisa ditunda pemuatannya.**

* **Wartawan**

**Wartawan atau reporter adalah seseorang yang bertugas mencari, mengumpulkan dan mengolah informasi menjadi berita, untuk disiarkan melalui media massa. Jika wartawan itu menyiarkan beritanya melalui penerbitan surat kabar atau majalah, ia disebut sebagai wartawan media cetak. Tetapi ada juga wartawan yang menyiarkan beritanya itu melalui radio dan televisi, ia disebut wartawan radio atau wartawan televisi.**

**Dari status pekerjaannya, wartawan dibedakan menjadi tiga, yaitu wartawan tetap, wartawan pembantu, dan wartawan lepas (*freelance*). Wartawan tetap adalah wartawan yang bertugas di satu media massa (cetak atau elektronik) dan diangkan menjadi karyawan tetap di perusahaan itu. Wartawan pembantu adalah wartawan yang bekerja di satu perusahaan pers (cetak atau elektronik), tetapi tidak diangkat sebagai karyawan tetap. Sementara wartawan lepas adalah wartawan yang tidak terikat pada satu perusahaan media massa baik cetak maupun elektronik.**

**Dalam perusahaan penerbitan pers, wartawan merupaka ujung tombak dari usahanya. Mereka paling banyak mensuplai bahan berita untuk penyajian tiap harinya. Karena itu, biasanya seorang wartawan dilengkapi dengan peralatan komunikasi yang bisa mendukung mempercepat tugasnya dalam mencari dan mengirim berita.**

* **Koresponden**

**Koresponden atau yang lebih dikenal dengan sebutan wartawan pembantu adalah seorang yang berdomisili di suatu daerah, diangkat atau ditunjuk oleh suatu penerbitan pers di luar daerah atau di luar negeri, untuk melaksanakan tugas kewartawanannya, yaitu memberikan laporan secara kontinyu tentang kejadian atau peristiwa yang terjadi di daerahnya. Tugas dan wewenang koresponden sama dengan wartawan tetap di suatu perusahaan penerbitan pers. Ia mendapat fasilitas yang sama dan berhak mewakili penerbitannya dalam kegiatan-kegiatan kewartawanan.**

1. ***Printing Department* (Bidang Percetakan)**

**Secara umum adalah manajemen percetakan, pemimpin percetakan dibantu dua manajer, yaitu manajer produksi dan manajer administrasi. Manajer produksi mambawahi tiga bidang yaitu bidang pracetak, cetak, dan perawatan. Sedangkan manajer administrasi membawahi bidang administrasi keuangan dan administrasi umum/personalia. (2004:24).**

* + 1. **Komunikasi Organisasi**

**Pace dan Faules** dikutip **Ruliana** dalam bukunya **Komunikasi Organisasi Teori dan Studi Kasus** mengemukakan :

**Definisi fungsional komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi dengan demikian, terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. (2014:17-18).**

Komunikasi organisasi dari pandangan interpretatif menekankan pada kegiatan penanganan pesan yang terkandung dalam suatu batas organisasional. Manusia sebagai pemroses informasi terlibat dalam interaksi dan pertukaran yang berkesinambungan, dimana mereka menerima, menafsirkan, dan bertindak berdasarkan informasi yang memengaruhi perubahan dalam bidang tersebut secara keseluruhan.

**Liliweri** dalam bukunya **Wacana Komunikasi Organisasi** menjelaskan:

**Komunikasi organisasi, dipandang dari suatu perspektif interpretif (subjektif) adalah suatu proses penciptaan makna atas interaksi yang merupakan organisasi. Komunikasi organisasi adalah “perilaku pengorganisasian” yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu berinteraksi dan memberi makna atas apa yang sedang terjadi (2004:60).**

Kedudukan komunikasi organisasi itu sebenarnya menekankan pada bagaimana suatu organisasi lebih daripada sekedar apa yang dilakukan orang-orang melainkan sebuah penjelasan teoritis atas praktek-praktek komunikasi dalam organisasi yang “melayani” kebersamaan baik dalam organisasi maupun melayani orang lain yang membutukan organisasi.

* + - 1. **Tujuan Komunikasi Organisasi**

**Liliweri** dalam **Wacana Komunikasi Organisasi**menjelaskan ada tiga tujuan utama dari komuikasi organisasi, yaitu:

1. **Sebagai tindakan koordinasi. Komunikasi dalam organisasi bertujuan untuk mengkoordinasikan sabagian atau seluruh tugas dan fungsi organisasi yang telah dibagi- bagi dalam bagian atau sub bagian yang melaksanakan visi dan misi organisasi di bawah pimpinan seorang pemimpin atau manajer serta para bawahan mereka.**
2. **Membagi informasi (*information sharing*). Komunikasi mengarahkan manusia dan aktivitas mereka dalam organisasi. Sebuah informasi atau pertukaran informasi berfungsi untuk membagi kemudian menjelaskan informasi tentang tujuan organisasi, arah dari suatu tugas, bagaimana usaha untuk mencapai hasil, dan pengambilan keputusan.**
3. **Menampilkan perasaan dan emosi. Dalam organisasi ada sekumpulan manusia yang bekerja sendiri maupun bekerjasama dengan orang lain yang mempunyai kebutuhan, keinginan, perasaan dan emosi yang harus diungkapkan kepada orang lain. (2004:443).**
	* + 1. **Fungsi Komunikasi Organisasi**

**Liliweri** dalam **Wacana Komunikasi Organisasi**menjelaskan fungsi komunikasi bisa dikategorikan menjadi dua, yaitu fungsi umum dan fungsi khusus. Fungsi umum dari komunikasi organisasi adalah sebagai berikut:

1. ***To tell*. Komunikasi memiliki fungsi untuk “menceritakan” informasi terkini mengenai sebagian atau keseluruhan hal yang berkaitan dengan pekerjaan. Komunikasi juga bisa diartikan sebagai proses pemberian informasi mengenai bagaimana seseorang atau sekelompok orang harus mengerjakan suatu tugas tertentu. Dengan kata lain, komunikasi menjelaskan tentang apa dan bagaimana seseorang harus bekerja sesuai dengan bidang tugasnya (*job description*).**
2. ***To sell*. Komunikasi juga memiliki fungsi untuk “menjual” sebuah gagasan dan ide, pendapat, fakta, termasuk menjual sikap organisasi, sikap tentang sesuatu yang merupakan subjek layanan. Istilah lain yang bisa digunakan untuk menggambarkan fungsi ini adalah “melayani” apa yang akan dikerjakan dalam organisasi sehingga orang-orang yang menjadi sasaran mengetahui peranan organisasi.**
3. ***To learn*. Komunikasi berfungsi meningkatkan kemampuan para karyawan supaya dapat “belajar” dari pihak internal.**
4. ***To decide*. Komunikasi berfungsi untuk “menentukan” apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan. (2004:444).**
	1. **Kerangka Teoritis**

Penelitian ini menggunakan teori-teori yang termasuk dalam Teori-teori Komunikasi Organisasi, yaitu Teori Birokrasi dan Teori Sistem Sosial.

* + 1. **Teori Birokrasi**

**Max Weber** dikutip **Ruliana** dalam bukunya  **Komunikasi Organisasi Teori dan Studi Kasus** menulis sebuah alasan yan menggambarkan bentuk birokrasi sebagai cara ideal mengatur organisasi pemerintahan melaui prinsip-prinsip bentuk birokrasi antara lain harus terdapat adanya :

1. **Struktur hierarkis formal, pada setiap tingkat dan di bawah kontrol dan dikendalikan dalam sebuah hierarki formal atas dasar dari perencanaan pusat dan pengambilan keputusan.**
2. **Manajemen dengan aturan yang jelas, adanya pengendalian melalui aturan yang memungkinkan agar keputusan yang dibuat pada tingkat atas akan dapat dilaksanakan secara konsisten oleh semua tingkat di bawahnya.**
3. **Organisasi dengan fungsional yang khusus, pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh mereka yang benar-benar ahli kemudian disusun dalam unit-unit berdasarkan jenis pekerjaan yang akan dilakukan berdasarkan keahlian.**
4. **Memiliki sebuah misi target yang akan dituju atau yang sedang dilaksanakan, dalam upaya agar tujuan organsasi ini dapat melayani kepentingan yan akan diberdayakan termasuk dalam misi melayani organisasi itu sendiri harus melalui perhitungan pencapaian pada tujuan.**
5. **Perlakuan secara impersonal, idenya agar memperlakukan semua pelaksana dan kepentingan diperlakukan secara bersama-sama dan tidak boleh dipengaruhi oleh kepentingan individu.**
6. **Bekerja berdasarkan kualifikasi teknis, perlindungan bagi pelaksana agar dapat terhindar dari pemecatan sewenang-wenang dalam saat menjalankan tugas. (2014:46).**

Selain itu **Max Weber** memaparkan birokrasi yang ideal menurut analisisnya yaitu:

1. **Suatu organisasi terdiri dari hubungan-hubungan yang ditetapkan antara jabatan-jabatan. Blok-blok bangunan dasar dari organisasi formal adalah jabatan-jabatan.**
2. **Tujuan atau rencana organisasi terbagi ke dalam tugas-tugas, tugas organisasi disalurkan di antara pelbagai jabatan sebagai kewajiban resmi.**
3. **Kewenangan untuk melaksanakan kewajiban diberikan kepada jabatan (kewenangan legal).**
4. **Garis-garis kewenangan dan jabatan diatur menurut suatu tatanan hierarkis.**
5. **Suatu sistem aturan dan regulasi yang umum, tetapi tegas yang ditetapkan secara formal, mengatur tindakan-tindakan dan fungsi-fungsi jabatan dalam organisasi.**
6. **Prosedur dalam organisasi bersifat formal dan impersonal, yakni peraturan-peraturan organisasi berlaku bagi setiap orang.**
7. **Suatu sikap dan prosedur untuk menerapkan suatu system disiplin merupakan bagian dari organisasi.**
8. **Anggota organisasi harus memisahkan kehidupan pribadi dan kehidupan organisasi.**
9. **Karyawan dipilih untuk bekerja dalam organisasi berdasarkan kualifikasi teknis, alih-alih koneksi politis, koneksi keluarga, atau koneksi lainnya.**
10. **Meskipun pekerjaan dalam birokrasi berdasarkan kecakapan teknis, kenaikan jabatan dilakukan berdasarkan senioritas dan prestasi kerja. (2014:46-47).**

Ciri-ciri tersebut dapat menghasilkan pengambilan keputusan yang rasional dan efisien administratif. Ahli-ahli yang berpengalaman adalah orang-orang yang paling cakap dalam mengambil suatu keputusan-keputusan teknis. Kinerja berdisiplin yang teratur dengan aturan-aturan, regulasi dan kebijakan-kebijakan abstrak dan dikoordinasikan dengan kewenangan hierarkis merupakan usaha rasional dan konsisten untuk mencapai tujuan organisasi.

* + 1. **Teori Sistem Sosial**

**Katz dan Kahn** dikutip **Ruliana** dalam bukunya  **Komunikasi Organisasi Teori dan Studi Kasus** mengemukakan:

**Struktur sosial berbeda dengan struktur mekanis dan struktur biologis. Bila suatu sistem berhenti berfungsi, maka ia tidak lagi mempunyai struktur yang dapat diidentifikasikan karena sistem sosial merupakan struktur peristiwa alih-alih merupakan bagian-bagian fisik, dan tidak mempunyai struktur yang terpisah dari kegiatannya. Kemudian dikemukakan pula bahwa kebanyakan interaksi kita dengan orang-orang merupakan tindakan komunikatif (verbal-nonverbal). “Komunikasi pertukaran informasi dan transmisi makna adalah inti dari suatu sistem sosial atau system organisasi”**

**Teori ini menyadari suatu keadaan yang terorganisasikan perlu mengenal pelbagai hambatan untuk mengurangi komunikasi secara acak ke saluran-saluran yang sesuai untuk pencapaian tujuan orgnisasi. Pengembangan organisasi, misalnya mungkin perlu menciptakan saluran-saluran komunikasi baru.**

**Secara ringkas, Scott (1961) mengatakan bahwa organisasi terdiri dari bagian-bagian yang saling berkomunikasi antara yang satu dengan yang lainnya, menerima pesan-pesan dari dunia luar, dan menyimpan informasi. Fungsi komuikasi bagian-bagian ini sekaligus merupakan konfigurasi yang menggambarkan system secara keseluruhan. (2014:57).**

**Muhammad** dalam bukunya **Komunikasi Organisasi** mengemukakan komponen kunci organisasi:

**Beberapa komponen kunci yang membangun organisasi adalah individu yang menjadi anggota organisasi, struktur dan kelompok fungsional, teknologi dan perlengkapan organisasi. Semua bagian system tergantung kepada bagian lainnya dalam aktivitas organisasi. Suatu perubahan atau pengaruh pada komponen akan mempengaruhi komponen sistem yang lainnya.**

**Organisasi melakukan sesuatu untuk memproses *input*, menciptakan *output* yang akan membantu mencapai tujuan organisasi. Interaksi diantara bagian sistem memberikan sistem sebagai suatu keseluruhan, untuk bertindak secara kreatif memproses input yang berbeda dalam berbagai hal untuk menghasilkan output yang tepat bagi pencapaian tujuan organisasi. Ini menunjukan bahwa organisasi melalui usaha anggotanya yang saling tergantung satu sama lain, mempunyai kemampuan untuk membentuk bermacam-macam aktivitas, untuk mencapai rentangan tujuan yang luas, dimulai dengan kondisi yang bervariasi dan dengan penyesuaian aktivitas dari masing-masing personel dan penggunaan sumber organisasi secara fleksibel. Komunikasi adalah alat dimana organisasi dapat menyesuaikan personel dan proses terhadap situasi dan masalah yang mereka hadapi.**

**Untuk menjaga keseimbangan aktivitas yang produktif, tiap-tiap bagian mengirimkan balikan kepada bagian yang lain, balikan ini diunakan untuk menyesuaikan dan membetulkan aktivitas bagian lain untuk menjaga keseimbangan homeostatis. Ada balikan positif dan juga negatif. Balikan positif adalah memperkuat penyimpangan yaitu balikan yang menganjurkan subunit lain pindah/berubah/ganti dari keadaan semula dan melakukan tingkat laku yang baru, sedangkan balikan negatif adalahpeniadaan penyimpangan, yaitu menganjurkan subunit menahan diri dari aktivitas tertentu dan kembali pada keadaan semula. (2011:47).**

* 1. **Kerangka Pemikiran**

Mangle merupakan salah satu media massa yang menjalankan peran dan fungsinya dalam pengembangan dan pelestarian budaya dengan menggunakan bahasa Sunda dalam penelitiannya. Selama hampir 60 tahun keberhasilannya mempertahankan eksistensinya sebagai majalah berbahasa Sunda hingga saat ini.

Indikator sebuah media dikatakan eksis jika masih terbit secara rutin dan memiliki pembacanya. Saat ini mangle terbit secara rutin seminggu sekali dan konsisten mengusung idealismenya meskipun diterpa oleh berbagai tantangan di era yang terus berkembang.

Dalam suatu perusahaan pers, idealisme dan komersialisme harus ada. Karena sangatlah sulit hidup sebuah perusahaan pers tanpa adanya komersialisme. Namun, tetap idealisme harus menjadi dasar untuk segala hal di dalam kehidupan suatu perusahaan pers.

Meskipun harus bersikap profesional, media massa juga harus menerapkan suatu kebijakan agar tetap bertahan dari masa ke masa dalam suatu ideologi yang bersifat professional tersebut. Dalam mencapai visinya, diperlukan sebuah strategi pengaturan yang baik pula. Pengaturan tersebut dilakukan dalam bentuk manajemen. Dalam hal media massa, manajemen tersebut mencakup dua bidang, yaitu manajemen bidang redaksi dan manajemen bidang perusahaan.

Regenerasi redaktur merupakan bentuk dari strategi Mangle juga untuk tetap bertahan dan terbit hingga saat ini.

Peneliti mengunakan studi deskriptif kualitatif untuk mencari tahu dan menemkan bagaimana pola regenerasi redaktur Mangle. Setelah mengatahui pola regenerasi redaktur Mangle, maka akan diketahui kendala yang dihadapi dalam meregenerasi redakturnya. Peneliti juga mencari tahu bagaimana sikap yang diambil Mangle menghadapi kendala dalam meregenerasi redakturnya tersebut.

Peneliti akan menggunakan teori yang mampu menunjang terlaksananya penelitian ini. Teori Birokrasi dari Max Weber mengemukakan alasan yang menggambarkan bentuk birokrasi sebagai cara ideal mengatur organisasi pemerintahan melalui prinsip-prinsip bentuk birokrasi.

Dengan demikian peneliti mengelaborasi tentang regenerasi redaktur organisasi media massa majalah Mangle dilihat dari keidealan birokrasi dengan faktor-faktor sebagai berikut:

1. Tugas/tanggung jawab/kewenangan jabatan
2. Profesionalisme
3. Tahap Promosi (Kenaikan Jabatan)
4. Kualifikasi karyawan baru
5. Sifat Prosedur Kebijakan
6. Pemecahan Masalah
7. Pengambilan Keputusan

Apabila poin-poin tersebut berjalan atau berlaku sesuai dengan Teori Birokrasi Max Weber, maka akan didapatkan hasil Pengambilan keputusan yang rasional dan efisien administratif yang menghasilkan regenerasi redaktur.

Peneliti bermaksud meneliti bagaimana Mangle dalam meregenerasi redakturnya. Tentu dihubungkan strategi-strategi dalam mencapai tujuan. Mangle merupakan media massa yang secara konsisten menggunakan bahasa Sunda dalam penelitiannya serta melestarikan bahasa dan budaya Sunda.

**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian**

**KERANGKA PEMIKIRAN**

Studi Mengenai Majalah Mingguan Mangle Dalam Meregenerasi Redaktur Untuk Mempertahankan eksistensi Sebagai Majalah Berbahasa Sunda

Komunikasi Organisasi

Teori Birokrasi Max Weber

Keidealan mengatur organisasi(birokrasi) :

1. Tugas/tanggung jawab/kewenangan jabatan
2. Profesionalisme
3. Tahap promosi (Kenaikan jabatan)
4. Kualifikasi karyawan baru
5. Sifat prosedur kebijakan
6. Pemecahan masalah
7. Pengambilan keputusan

Pengambilan keputusan yang rasional dan efisien administratif yang menghasilkan regenerasi redaktur.

Eksistensi