

SKRIPSI

**STRATEGI REDAKSI HARIAN *PAREPOS* MENARIK MINAT PEMBACA
MELALUI PERWAJAHAN HALAMAN SATU**



OLEH

RASMIKA

NIM: 17.3600.008

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**

2021 M/1443 H

**STRATEGI REDAKSI HARIAN *PAREPOS* MENARIK MINAT PEMBACA
MELALUI PERWAJAHAN HALAMAN SATU**



OLEH

RASMIKA

NIM. 17.3600.008

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) pada
Program Studi Jurnalistik Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**

2021 M/1443 H

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Redaksi Harian *Parepos* Menarik Minat Pembaca Melalui Perwajahan Halaman Satu

Nama Mahasiswa : Rasmika

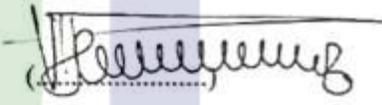
NIM : 17.3600.008

Program Studi : Jurnalistik Islam

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah No. B-2846/In.39.7/PP.00.9/10/2020

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Iskandar, S. Ag., M. Sos.I. (.....) 

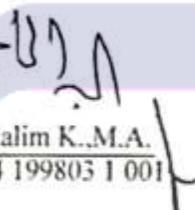
NIP : 197507042009011006

Pembimbing Pendamping : Suhartina, M. Pd. (.....) 

NIP : 19910830 2020122018

Mengetahui:

Dekan
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dr. H. Abd. Halim K. M.A.
NIP.19590624 199803 1 001

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Strategi Redaksi Harian *Parepos* Menarik Minat Pembaca Melalui Perwajahan Halaman Satu

Nama Mahasiswa : Rasmika

NIM : 17.3600.008

Program Studi : Jurnalistik Islam

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

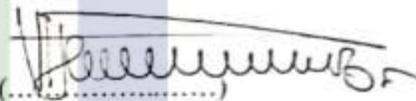
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah No. B-2847/In.39.7/PP.00.9/10/2020

Tanggal Kelulusan :

Disahkan oleh Komisi Penguji:

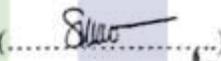
Dr. Iskandar, S. Ag., M. Sos.I

(Ketua)

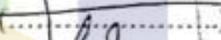
(.....) 

Suhartina, M. Pd.

(Sekretaris)

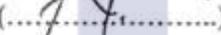
(.....) 

Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I. (Anggota)

(.....) 

Nurhakki, S.Sos, M.Si.

(Anggota)

(.....) 

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah



Dr. H. Abd. Halim K., M.A.
NIP.19590624 199803 1 001

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah swt. berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis ucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada keluarga tercinta, terkhusus Ibunda Yecce. Terima kasih untuk semua cinta dan kesabarannya, terima kasih atas dukungan moral dan materialnya, dan terima kasih untuk selalu menjadi tempat ternyaman saat penulis berada dalam keadaan apapun. Berkat beliaulah penulis tetap bertahan dan berusaha menyelesaikan tugas akademik ini dengan sebaik-baiknya.

Terkhusus pula penulis ucapkan rasa terima kasih yang setulus-tulusnya kepada keluarga tercinta, Ayahanda Jupri dan keluarga yang senantiasa memberi wejangan terbaik saat penulis berkunjung di kediamannya. Terima kasih atas dukungan serta doa tulus demi kesuksesan dan kebahagiaan anak perempuannya ini. Terima kasih atas segala pelajaran hidup yang membuat penulis tetap kuat hingga saat ini.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I., dan Ibu Suhartina, M.Pd. selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustam, M.Si., sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. H. Abdul Halim, K, M.A sebagai Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.

3. Bapak Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I., Penanggung Jawab Program Studi Jurnalistik Islam (JI) untuk semua ilmu, wejangan, dan motivasi yang telah diberikan.
4. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Jurnalistik Islam (JI) yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
5. Jajaran staf administrasi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah serta staf akademik yang telah membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai pengurusan berkas ujian penyelesaian studi.
6. Bapak Salman Razak selaku wakil pimpinan redaksi harian *Parepos*, Bapak Joko Reski selaku *layouter* koran harian *Parepos*, dan Kakanda Supiana selaku wartawan harian *Parepos* yang bersedia membantu penulis dalam menjawab segala pertanyaan mengenai strategi perwajahan *Parepos*.
7. Adik dan kakak tercinta, serta keluarga besar yang selalu mendukung, menyemangati, dan mendoakan penulis.
8. Sahabat penulis, Ega Syafira, Nurlaela Yuliasri, Sunarti, Rahmania, Andi Siti Tri Insani, dan Sinniati, yang tidak hentinya mengingatkan, menyemangati, membantu, dan mendoakan untuk segera menyelesaikan tugas akademik agar mewujudkan mimpi bersama. Salah satunya wisuda bersama sembari memegang toga dan ijazah. Merekalah sahabat seperjuangan penulis mulai dari menjadi mahasiswa hingga penyelesaian tugas akhir kuliah. Terima kasih sudah menjadi bagian dari kisah, dan cerita bahagia penulis selama empat tahun kuliah.
9. Mahasiswa Prodi Jurnalistik Islam, terkhusus angkatan 2017 yang senantiasa mewarnai hari penulis selama kuliah, baik di dalam kelas maupun di luar kelas.
10. Sahabat KOMIK (Komunitas Intelektual Kampus), terima kasih sudah menjadi wadah terbaik penulis dalam pencarian ilmu spiritual selama berada di Kota Parepare.

11. Teman-Teman Graha 2 Blok A Nomor 4, Hanisa Bua Bara, Herawati, Erniati Burhan, Ega Syafira, Rahmania, dan Riska Amelia yang selalu berbagi keceriaan selama tinggal bersama. Terima kasih untuk semua teman-teman Graha yang bersedia menjadi kawan terbaik penulis selama menyelesaikan studi di kampus hijau toska IAIN Parepare.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moral maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya, penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

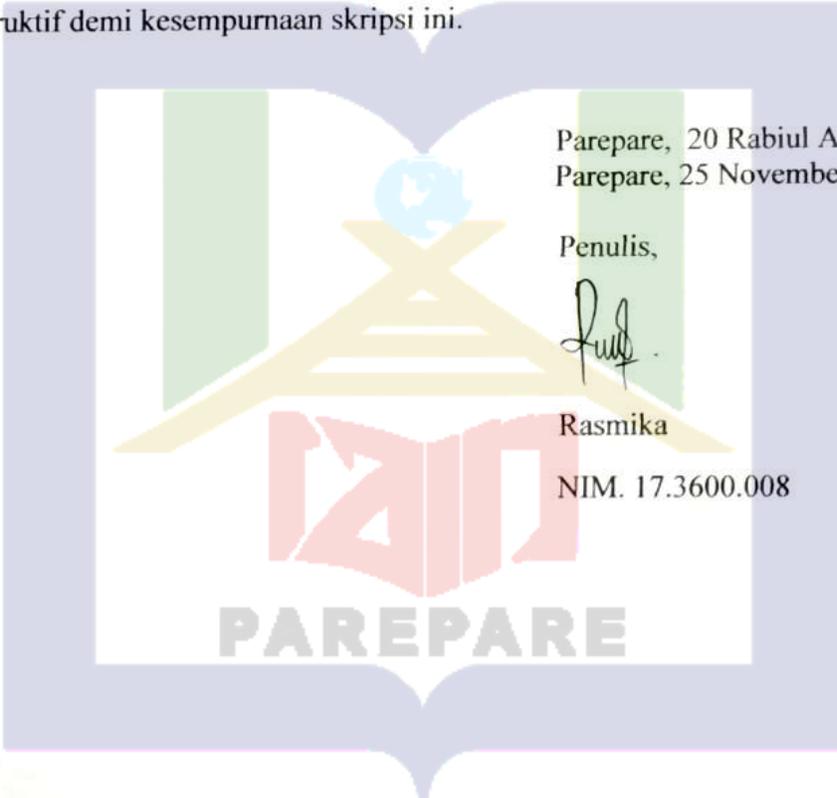
Parepare, 20 Rabiul Akhir 1443 H
Parepare, 25 November 2021

Penulis,



Rasmika

NIM. 17.3600.008



IAIN
PAREPARE

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Rasmika
Nim : 17.3600.008
Tempat Tanggal Lahir : Suka, 25 Oktober 1999
Program Studi : Jurnalistik Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Strategi Redaksi Harian *Parepos* Menarik Minat

Pembaca Melalui Perwajahan Halaman Satu

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan tiruan atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 20 Rabiul Akhir 1443 H
Parepare, 25 November 2021

Penyusun,



Rasmika
Nim: 17.3600.008

ABSTRAK

Rasmika. *Strategi Redaksi Harian Parepos Menarik Minat Pembaca Melalui Perwajahan Halaman Satu*. (dibimbing oleh Iskandar dan Suhartina).

Setiap media, tidak terkecuali media cetak memiliki ciri atau karakteristik tersendiri dalam merancang perwajahan korannya. Halaman utama menjadi unsur terpenting dalam menarik minat pembaca, mulai dari segi *layout* hingga penempatan posisi berita. Untuk mendapatkan hasil perwajahan yang baik sekaligus mendapatkan perhatian khalayak dalam sebuah perusahaan koran dibutuhkan cara atau strategi dalam penyusunan segala unsur dan elemen yang terdapat di halaman pertama. Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui bentuk perwajahan halaman satu harian *Parepos* dalam menarik minat pembaca, dan 2) untuk mengetahui strategi perwajahan halaman satu harian *Parepos* dalam menarik minat pembaca.

Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian kualitatif dengan kajian analisis deskriptif naratif. Teknik pengumpulan data yang digunakan, yakni teknik observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan pimpinan redaksi serta wartawan yang memenuhi kriteria penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif naratif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman diterapkan melalui tiga jalur yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

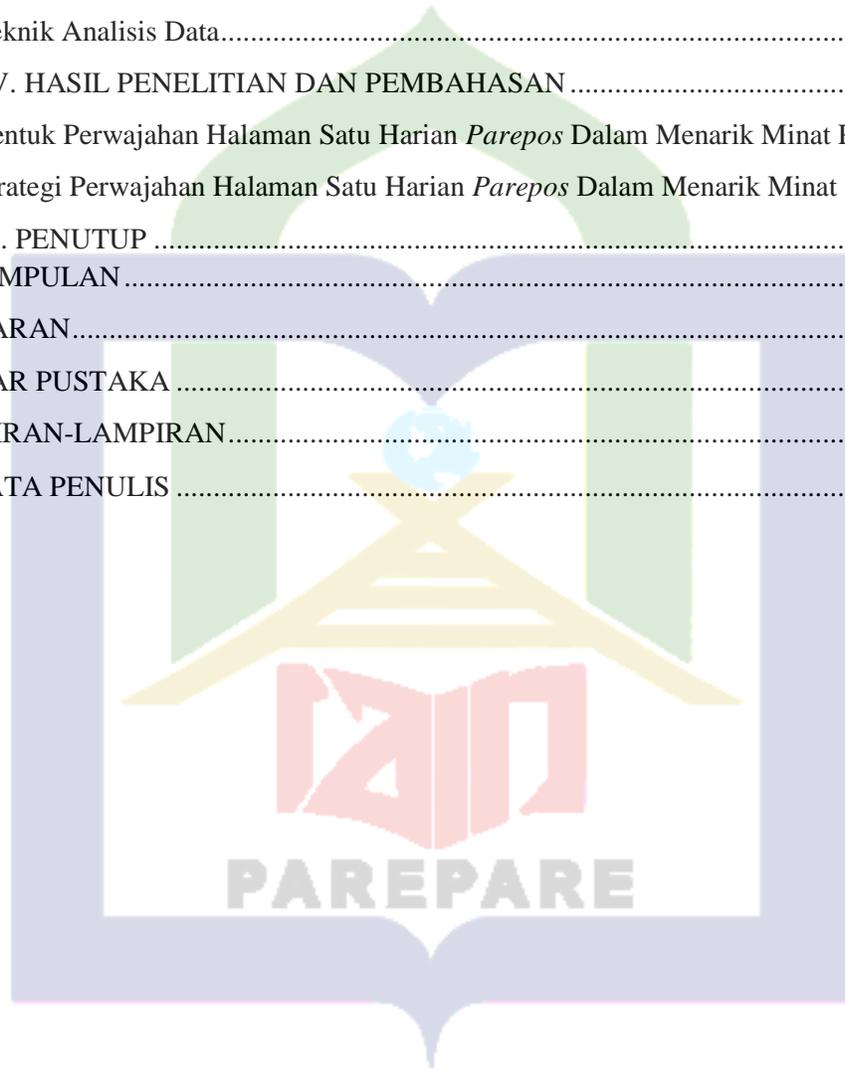
Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk perwajahan yang diterapkan *Parepos* yaitu grafis atau gambar yang disajikan dilengkapi dengan data yang akurat, *headline* ditempatkan pada bagian tengah, berita *feature* ditempatkan pada bagian kaki koran, dan berita profil atau tokoh ditempatkan pada bagian samping koran. Strategi yang digunakan yaitu 1) menekankan pada beberapa karakter perwajahan, 2) merancang perwajahan melalui perencanaan yang matang, 3) menyajikan konten perwajahan yang tidak kaku, dan 4) melakukan evaluasi setiap waktu.

Kata Kunci: Harian *Parepos*, Perwajahan Halaman Satu, Strategi.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Tinjauan Penelitian Relevan	6
B. Tinjauan Teori.....	9
1. Teori George R. Terry (POAC).....	9
2. Teori Media	14
3. Teori Semiotika Media.....	16
C. Tinjauan Konseptual	20
1. Strategi.....	20
2. Manajemen Redaksional Media Cetak.....	23
3. Media Cetak.....	25
4. Perwajahan Koran.....	33
D. Kerangka Pikir	35
BAB III. METODE PENELITIAN	36
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	36

B. Lokasi dan Waktu Penelitian	37
C. Fokus Penelitian.....	37
D. Jenis dan Sumber Data.....	37
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	38
F. Uji Keabsahan Data	41
G. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
1. Bentuk Perwajahan Halaman Satu Harian <i>Parepos</i> Dalam Menarik Minat Pembaca	45
2. Strategi Perwajahan Halaman Satu Harian <i>Parepos</i> Dalam Menarik Minat Pembaca ..	60
BAB V. PENUTUP	75
A. SIMPULAN	75
B. SARAN.....	77
DAFTAR PUSTAKA	I
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	VI
BIODATA PENULIS	XXI



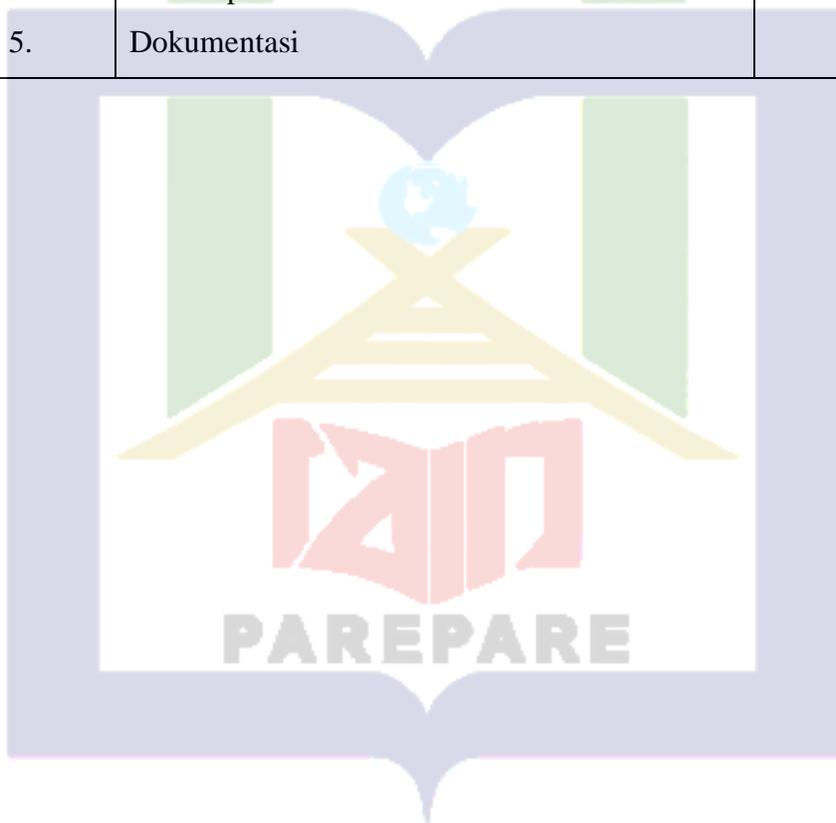
DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Elemen Makna dari Barthes	17
2.2	Struktur Redaksi Media Cetak	27
2.3	Kerangka Pikir	35
2.4	Logo Harian <i>Parepos</i>	48
2.5	Foto Harian <i>Parepos</i> Dilengkapi dengan Data	49
2.6	<i>Headline</i> Harian <i>Parepos</i>	54
2.7	Berita <i>Feature</i> Harian <i>Parepos</i>	56
2.8	Berita Profil atau Tokoh Harian <i>Parepos</i>	58



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lamp.	Judul Lampiran	Halaman
1.	Surat Izin melaksanakan Penelitian dari IAIN Parepare	
2.	Surat keterangan telah menyelesaikan Penelitian	
3.	Instrumen penelitian	
4.	Transkrip wawancara	
5.	Dokumentasi	



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini teknologi berkembang sangat pesat. Hingga kehadiran media baru menimbulkan kekhawatiran terhadap eksistensi media cetak. Hal ini sangat berhubungan dengan kebutuhan manusia akan informasi dan teknologi.¹ Pada era globalisasi, masyarakat lebih banyak menggunakan media *online* dalam melakukan segala aktivitasnya ketimbang media cetak. Hingga muncul sebuah asumsi bahwa jika televisi muncul maka koran terancam gulung tikar, tetapi asumsi tersebut terbantahkan. Muncul kembali asumsi yang menyatakan bahwa koran akan menghilang dengan adanya media *online*. Namun, segala pernyataan tersebut tidak terbukti, nyatanya surat kabar hingga saat ini masih tetap eksis di tengah berkembangnya media sosial ke seluruh penjuru dunia.

Kemunculan *new media* atau media baru menimbulkan *problem* besar terhadap minat baca khalayak terhadap media cetak. Kecepatan dalam menyajikan informasi menjadi alasan utama konsumen atau khalayak beralih pada media tersebut. Maka media cetak (surat kabar) harus mampu memutar otak untuk bersaing, dan tetap menjadi media terpercaya.

Media sosial yang dilengkapi berbagai fitur seperti *share, like, hashtag, trending topic* tentu sangat berpengaruh terhadap minat baca dan konsumsi informasi pembaca. Melalui fitur-fitur tersebut, berita dan informasi dapat

¹Sigit Surahman, *Determinisme Teknologi Komunikasi dan Globalisasi Media Terhadap Seni Budaya* (Jurnal Rekam: Universitas Serang Raya, 2016), h. 32. Vol. 12. No. 1.

dibagikan secara viral, tersebar luas dan terjadi dalam waktu singkat layaknya wabah penyakit yang disebarkan oleh virus. Hasil studi Jonh Berger dan Katherine Milkman menunjukkan bahwa berita-berita yang dibagikan secara viral melalui media sosial adalah berita yang mampu membangkitkan emosi positif atau negatif yang sangat kuat (*high-arousal emotions*).

Akan tetapi, perlu disadari bahwa pengguna media sosial non jurnalis umumnya tidak memahami pentingnya akurasi, dan verifikasi serta tidak mengerti etika jurnalistik dan hukum media daring saat membagikan informasi yang diterima. Tidak adanya kontrol terhadap hal-hal yang mendasar dalam praktik jurnalistik menyebabkan data dan informasi yang disebarluaskan di media sosial tidak valid dan tidak dapat dipertanggung jawabkan.

Sehingga media cetak diharapkan mampu memberikan informasi yang akurat dan terpercaya. Selain itu media cetak harus memiliki kekuatan tersendiri dalam menyampaikan informasi, agar khalayak selalu menjadikan media cetak sebagai media yang selalu dinanti-nanti pemberitaannya. Oleh karena itu, media cetak harus menarik dari segi fisik dan akurat dari segi berita.

Sebagai media komunikasi surat kabar tentu membutuhkan perencanaan yang baik untuk penyajian fisiknya, sehingga tujuannya dapat tercapai yaitu menarik perhatian, mengikat perhatian, dan menimbulkan kesan. Pada zaman sekarang surat kabar telah menjadi hal yang sangat penting bagi sebagian masyarakat. Bahkan di perusahaan dan sekolah-sekolah disediakan surat kabar pada ruang tertentu, tak sedikit orang meluangkan waktu untuk membaca

surat kabar ditengah kesibukan mereka bekerja. Tentu saja setiap pembaca mempunyai kesetiaan yang berbeda dengan yang lain terhadap rubrik-rubrik yang disajikan media.

Isi surat kabar atau koran merupakan hal terpenting, tetapi untuk mencerna isi memerlukan waktu yang lebih lama. Sehingga pembuatan judul berita dan *layout* koran harus dibuat semenarik dan sesingkat mungkin, agar pembaca lebih mudah memahami makna berita yang disampaikan. *Layout* koran merupakan elemen terpenting dalam kesan keseluruhan pada penerbit. *Layout* bukan hanya sebagai pembungkus sebuah produk tetapi juga sebagai produk itu sendiri. Sebuah *layout* koran menunjukkan karakter, gaya, ciri khas, dan kesan tersendiri koran tersebut. Di samping isi, *layout* juga berperan penting dalam menarik perhatian khalayak.²

Dalam menarik minat pembaca media cetak harus memiliki strategi dalam membuat perwajahan korannya. Mengingat perwajahan koran merupakan titik fokus pertama pemirsa saat membaca isi berita. Hal yang perlu diperhatikan dalam membuat perwajahan mulai dari tata letak (*layout*), pemilihan berita utama, dan pencahayaan atau warna, terlebih dahulu harus melalui perencanaan yang matang, karena ini menjadi elemen terpenting dalam memperoleh perwajahan yang terbaik.

Koran *Parepos* ialah sebuah surat kabar harian yang terbit di Kota Parepare, Indonesia. Surat kabar ini termasuk dalam grub Jawa Pos. Kantor pusatnya terletak di Kota Parepare. Koran ini pertama kali terbit tahun 2000.

²Miss Aminah Sa-Ah, Hikmat, dan Drajat Wibawa, *Pola Reka Bentuk Surat Kabar Thailand dan Surat Kabar Indonesia* (Jurnal Ilmu Komunikasi: UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2019), h.112. Vol. 3. No. 2.

Parepos merupakan satu-satunya media yang bergerak pada bidang percetakan di Kota Parepare.

Koran harian *Parepos* mampu menarik pembaca dengan menyajikan berita yang dapat dikonsumsi semua kalangan masyarakat. Mulai dari kalangan intelektual, seperti guru, dosen, dan mahasiswa, hingga ibu rumah tangga. Gaya bahasanya yang lugas dan santai menjadi alasan utama pembaca tertarik dalam membaca beritanya.

Harian *Parepos* dalam menyajikan beritanya memiliki kategori sebuah berita, yaitu berita penting dan berita menarik. Sehingga penulis tertarik mengetahui apakah harian *Parepos* lebih mengutamakan berita penting ketimbang berita menarik dalam menempatkan sebuah berita di halaman satu. Lebih lanjut, penulis tertarik meneliti mengenai strategi yang digunakan harian *Parepos* dalam menarik minat pembaca melalui perwajahan halaman satu pada setiap edisi *Parepos*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk perwajahan halaman satu harian *Parepos* dalam menarik minat pembaca?
2. Bagaimana strategi perwajahan halaman satu harian *Parepos* dalam menarik minat pembaca?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis dapat memaparkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bentuk perwajahan halaman satu harian *Parepos* dalam menarik minat pembaca.
2. Untuk mengetahui strategi yang digunakan harian *Parepos* dalam menarik minat pembaca melalui konsep perwajahan halaman satu. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan hasil dari penelitian yang dilakukan penulis melalui proses mencari, menemukan, kemudian mengembangkan hasil temuan tersebut. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memecahkan permasalahan yang ada.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka kegunaan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Secara praktis, penelitian ini diharapkan agar masyarakat mengetahui dan memahami strategi harian *Parepos* dalam menarik minat pembaca melalui perwajahan halaman satu, dan mengetahui cara penyajian berita harian *Parepos*. Untuk menambah kontribusi ilmiah tentang perwajahan halaman satu Harian *Parepos*.
2. Secara teori, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang media khususnya media cetak, dan memperkaya pengetahuan mengenai cara harian *Parepos* menyajikan beritanya. Sehingga penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat menjadi bahan acuan peneliti berikutnya dalam melakukan penelitian serupa.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Dalam penelitian ini penulis memaparkan dua penelitian yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti. Hal ini dimaksudkan untuk menelaah penelitian-penelitian sebelumnya untuk menghindari duplikasi serta menjadi relevansi terhadap penelitian yang akan diteliti.

1. Skripsi Adrian Rahmat, mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar dengan judul “Strategi Koran Sindo Makassar Menggait Pembaca Melalui Perwajahan Halaman Satu.” Rumusan pokok permasalahan pada penelitian ini adalah 1) Bagaimana strategi perwajahan halaman satu koran SINDO Makassar dalam menggait pembaca, kemudian pokok masalah selanjutnya 2) Apa kelebihan dan kekurangan konsep perwajahan yang digunakan koran SINDO Makassar. Jenis penelitian tergolong penelitian kualitatif dengan menggunakan kajian analisis deskriptif naratif yaitu menggambarkan karakteristik (ciri-ciri) individu, situasi, atau kelompok tertentu. Hasil penelitian ini, strategi konsep perwajahan koran SINDO Biro Makassar lebih menekankan pada tiga jenis karakter perwajahan yaitu *news* (berita), *hatrick* (olahraga) dan *life style* (gaya hidup). Penyajian beritanya menggunakan foto jurnalistik yang berukuran besar dan fleksibel yang dapat memberikan gambaran kepada pembaca mengenai berita yang disajikan sehingga pembaca lebih mudah mencerna isi berita dan lebih cepat memahami isi

beritanya kemudian menggunakan desain grafik yang menyajikan data-data yang akurat dan mendalam.³

Dari penelitian tersebut memiliki kesamaan mengenai strategi perwajahan halaman satu sebuah surat kabar dalam menggait pembaca. Namun, yang membedakan adalah objek penelitian dan teori yang digunakan. Objek penelitian Adrian Rahmat yaitu koran SINDO Makassar sedangkan objek penelitian yang akan diteliti harian *Parepos* Parepare.

2. Skripsi Arfandi, mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar dengan judul “Strategi *Layout* Media *Online Maccanews.com* Dalam Menaikkan Rating Pembaca.” Rumusan pokok permasalahan pada penelitian ini adalah 1) Bagaimana strategi media *online Maccanews.com* dalam menaikkan rating pembacanya melalui proses *layout*? 2) Apa kelebihan dan kekurangan strategi *layout* media *online Maccanews.com* dalam menaikkan rating pembacanya? Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan kajian analisis deskriptif yaitu menggambarkan karakteristik (ciri-ciri) individu, situasi, atau kelompok tertentu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Strategi konsep *layout* media *online Maccanews.com* lebih menekankan pada tiga jenis karakter perwajahan yaitu *news* (berita), *picture* (gambar) dan *colour* (warna) dan merancang perwajahan melalui perencanaan yang sangat matang dengan melibatkan semua divisi agar apa yang akan ditampilkan

³Adrian Rahmat, *Strategi Koran Sindo Makassar Menggait Pembaca Melalui Perwajahan Halaman Satu*. (Skripsi: Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah & Komunikasi: UIN Alauddin Makassar, 2016).

kekhlayak tidak kaku, dengan menggunakan *software* yang efektif. 2) Salah satu keunggulan konsep *layout Maccanews.Com* yaitu dalam penyajian foto yang lebih fleksibel agar pembacanya lebih cepat mencerna maksud dan tujuan berita yang disajikan dan menampilkan sebuah grafik data sesuai dengan kejadian isu hangat yang dikaji secara mendalam agar bisa memberikan suatu nilai tersendiri bagi para khalayak dan dalam proses pembuatannya melalui perencanaan yang matang yang mana melakukan survei mengenai kebutuhan dan keinginan pembaca. Disisi lain yang menjadi hambatannya yaitu persoalan psikologi pembaca yang berbeda-beda dan persoalan waktu di lapangan, terkadang reporter di lapangan lambat mengirim data apalagi yang terkhusus di daerah sebab butuh jaringan internet yang lancar untuk mengirim berita dengan data.⁴

3. Jurnal Siti Nurhasanah dan Jufri Alkatiri dengan judul “Strategi Surat Kabar Radar Depok dalam Mengantisipasi Media *Online*.” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi paling utama surat kabar Radar Depok adalah modifikasi produk. Salah satu yang sering Radar Depok lakukan ialah selalu mengubah visual yang ada pada korannya seperti mengubah tampilan judul rubrik agar lebih menarik dan berbeda dari sebelumnya. Radar Depok juga mengandalkan rubrik-rubrik baru yang dimunculkan hanya pada momen tertentu seperti saat ini adanya rubrik ramadan depok di mana rubrik ini hanya ada satu bulan. Pada koran ini

⁴Arfandi, *Strategi Lay Out Media Online Maccanews.Com Dalam Meningkatkan Rating Pembaca* (Skripsi: Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah & Komunikasi: UIN Alauddin Makassar, 2017).

terdapat dua pembagian wilayah di mana untuk memudahkan pembaca yang ingin mengetahui pemberitaan sesuai wilayahnya masing-masing. Radar Depok juga memiliki ciri khas pada pemberitaan, di mana bahasa dan judulnya dibuat menjadi nyeleneh agar menarik hati para pembaca. Strategi kedua Radar Depok memiliki platform *online*. Media *online* dibuat karena lebih menguntungkan dalam segi ekonomi karena tidak perlu memerlukan biaya produksi cetak. Surat kabar Radar Depok tetap menjadi fokus walaupun sudah adanya media *online*. Dalam cakupan wilayah Depok, media Radar Depok tetap menjadi media *online* lokal yang terdepan dan terpercaya. Kekurangan dari media *online* Radar Depok di mana dalam menayangkan beritanya lebih lambat, walaupun lebih lambat dalam penayangannya media *online* ini tetap berada yang paling tinggi diakses dalam cakupan lokal.⁵

B. Tinjauan Teori

1. Teori George R. Terry (POAC)

Sebelum beranjak lebih jauh, penulis sedikit mengulas arti dari manajemen yang sangat erat hubungannya dengan pengelolaan media cetak. Gerge R. Terry dalam buku *Princioles of Management* juga menyatakan bahwa *management is the accomplishing of a predetermined obejectives through the efforts of otherpeople* atau manajemen adalah pencapaian tujuan-tujuan yang telah ditetapkan melalui atau bersama-sama usaha orang lain.

⁵Sitiana Nurhasanah dan Jufri Alkatiri, *Strategi Surat Kabar Radar Depok Dalam Mengantisipasi Media Online* (Jurnal: *Journal Of Strategic communication*, 2019).

Manajemen sangat penting bagi setiap aktivitas individu atau kelompok dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Manajemen berorientasi pada proses, yang berarti bahwa manajemen membutuhkan sumber daya manusia, pengetahuan, dan keterampilan agar aktivitas menjadi lebih efektif atau dapat menghasilkan tindakan dalam mencapai kesuksesan. Oleh karena itu, tidak ada organisasi yang akan sukses apabila tidak menggunakan manajemen yang baik. Sama halnya media, sebuah media baik media *online* maupun media cetak akan sukses dalam pemberitaannya apabila media itu mampu memajemen segala aktivitasnya dengan baik.

Menurut George R. Terry terdapat 4 fungsi manajemen, yang dalam dunia manajemen dikenal sebagai POAC Yaitu: *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggerakan/pengarahan) dan *controlling* (pengendalian).⁶

a. *Planning* (perencanaan)

Perencanaan merupakan sebuah proses penentuan tujuan atau sasaran yang ingin dicapai, dan menetapkan jalan serta sumber yang perlu digunakan untuk mencapai tujuan yang efisien dan efektif.⁷ *Planning* atau perencanaan yakni proses yang menyangkut usaha untuk merumuskan tujuan yang hendak dicapai di masa mendatang, merancang tindakan-tindakan yang perlu dijalankan untuk mencapai

⁶Delviza Septaningsih, *Manajemen Produksi Program Bursa Niaga di Riau Televisi* (Jurnal: *Faculty of Social Science and Political Science: Riau University*, 2017), h. 2. Vol. 4. No. 2.

⁷Widya Kurniati Mohi, dkk, *Implementasi POAC Fungsi Manajemen Pada Administrasi Keuangan Di Kantor Kecamatan Marisa Kabupaten Pohuwato* (Jurnal *economic, business, management, dan accounting*: Universitas Muhammadiyah Gorontalo, 2020), h. 72. Vol. 4. No. 2.

tujuan yang telah ditentukan, dan menentukan dana yang diperlukan serta faktor-faktor produksi lain yang akan digunakan.

Menurut Wilson langkah-langkah perencanaan yaitu menetapkan visi dan misi yang jelas, memperhatikan dan mewaspadai lingkungan eksternal yang berpengaruh pada organisasi, serta ancaman dan peluang yang ada di lingkungan luar. Kemudian menetapkan keuangan dan sumber lainnya yang diperlukan dalam menjalankan perencanaan, menetapkan waktu dan mengukur keberhasilan, target-target untuk mencapai tujuan, serta menetapkan orang yang bertanggung jawab dan memonitoring.

b. *Organizing* (pengorganisasian)

Istilah organisasi mempunyai dua pengertian umum. Pertama, organisasi diartikan sebagai suatu lembaga atau kelompok fungsional, misalnya sebuah perusahaan, sebuah sekolah, sebuah perkumpulan, badan-badan pemerintahan. Kedua, merujuk pada proses pengorganisasian yaitu bagaimana pekerjaan diatur dan dialokasikan di antara para anggota, sehingga tujuan organisasi itu dapat tercapai secara efektif.

Dalam bahasa Indonesia pengorganisasian ialah proses yang berhubungan dengan strategi yang telah dirumuskan dalam perencanaan yang didesain dalam struktur organisasi yang tangguh dan tepat. Pengorganisasian adalah seluruh kegiatan dalam proses pengelompokan orang, tugas, tanggung jawab serta wewenang sehingga tujuan organisasi tercapai.

Pengorganisasian meliputi masing-masing pihak diberikan tugas terpisah, membentuk bagian, mendelegasikan dan menetapkan sistem komunikasi, kemudian setiap karyawan dikordinir dalam satu tim yang solid dan terorganisir.

Secara umum pengorganisasian dapat diartikan sebagai kumpulan orang dengan sistem kerjasama untuk mencapai tujuan bersama. Dalam sistem kerjasama secara jelas diatur siapa menjalankan apa, siapa bertanggung jawab atas siapa, arus komunikasi, dan memfokuskan sumber daya pada tujuan.

c. *Actuating* (penggerakan/pengarahan)

Actuating atau pergerakan merupakan cara membuat orang lain menjalankan tugasnya, memotivasi dan mendorong bawahannya, serta menciptakan suasana yang kondusif, hingga timbul kepercayaan yang baik. Apabila perencanaan dan pengorganisasian sudah ada, maka fungsi pergerakan sudah dapat dilakukan untuk dapat mencapai tujuan organisasi, lembaga, dan sejenisnya. Pergerakan ini merupakan fungsi terpenting dalam manajemen karena bagaimanapun juga modernnya peralatan tanpa adanya sumber daya manusia, maka segala perencanaan yang telah dipersiapkan akan sulit tercapai atau bahkan tidak tercapai.⁸

Fungsi pergerakan dapat diterapkan setelah rencana, organisasi, dan karyawan telah dipersiapkan. Jika fungsi ini diterapkan maka

⁸George R. Terry dan Leslie W.Rue, *Dasar-dasar Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2019), h. 9.

proses manajemen dalam merealisasi tujuan dimulai. Penerapan fungsi ini sangat sulit, rumit, dan kompleks, karena karyawan tidak dapat dikuasai sepenuhnya. Hal ini disebabkan karyawan adalah makhluk hidup yang punya pikiran, perasaan, harga diri, cita-cita, dan lainnya. Sehingga diperlukan tim yang saling memahami dan mengayomi.

d. *Controlling* (pengendalian/pengawasan)

Controlling atau pengawasan merupakan penemuan dan penerapan cara serta peralatan untuk menjamin bahwa perencanaan telah dilaksanakan sesuai dengan yang telah ditetapkan. Pengawasan positif berupaya mengetahui apakah tujuan organisasi telah dicapai dengan efektif dan efisien atau tidak. Pengawasan negatif berupaya menjamin kegiatan yang tidak diinginkan tidak terjadi.⁹

Setelah melaksanakan perencanaan, pengorganisasian, dan pengarahan, langkah selanjutnya adalah pengawasan. Menurut Chuck Williams pengawasan adalah peninjauan kemajuan terhadap pencapaian hasil akhir dan pengambilan tindakan pembetulan ketika kemajuan tersebut tidak terwujud. Pengawasan yakni proses memonitor aktivitas-aktivitas untuk mengetahui apakah individu-individu dan organisasi itu sendiri memperoleh dan memanfaatkan sumber-sumber pendidikan secara efektif dan efisien dalam rangka mencapai tujuannya, dan memberikan korelasi apabila tidak tercapai.¹⁰

⁹Rheza Pratama, *Pengantar Manajemen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), h.11.

¹⁰Widya Kurniati Mohi, dkk, *Implementasi POAC Fungsi Manajemen Pada Administrasi Keuangan Di Kantor Kecamatan Marisa Kabupaten Pohuwato* (Jurnal *economic, business, management*, dan *accounting*: Universitas Muhammadiyah Gorontalo, 2020), h. 73. Vol. 4. No. 2.

2. Teori Media

Media yang dimaksud di sini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antarpribadi pancaindra dianggap sebagai media komunikasi.¹¹

Media adalah semua alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari kamunikator kepada komunikan.¹² Saat ini, saluran media dicirikan dengan banyaknya pilihan yang membingungkan. Terdapat ratusan saluran televisi, internet, serta *new media* yang memberi peluang kepada masyarakat menyesuaikan dengan kebutuhan, merancang sesuai selera, dan mengkreasi isi media.

McLuhan mengungkapkan bahwa *the medium is the message*, alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan adalah makna pesan itu sendiri. Artinya, sampainya pesan kesisaran dipengaruhi oleh medium yang digunakan. Media yang digunakan untuk menyampaikan pesan memiliki kekuatan dan pengaruh kepada masyarakat, bukan semata-mata isi pesannya. Letak efektifitas komunikasi juga sangat ditentukan oleh pemilihan media untuk mengantarkan pesan pada penerima atau *decoder*. Makna yang diletakkan pada isi pesan sangat dipengaruhi pula oleh medium yang membawa pesan tersebut.

¹¹Zulfa'aini Latifa, *Pengaruh Kemampuan Komunikasi Interpersonal Guru Terhadap Preatasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Di SMK Negeri 1 Boyolangu Tulungagung* (Skripsi: Universitas Tulungagung, 2020), h. 30.

¹²Ahmad Sultra Ruslan dan Nurhakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2017), h. 49.

Sistem komunikasi yang semakin rumit dan kompleks menjadikan peran media menjadi penting, dan dibutuhkan oleh khalayak. Perkembangan teknologi modern membuat komunikasi mudah dilaksanakan, sekalipun terdapat hambatan geografis. Goran Hedebro kegunaan media komunikasi menjadi dua belas fungsi:¹³

- a. Menciptakan iklim perubahan dengan memperkenalkan nilai-nilai baru untuk mengubah sikap dan perilaku kearah modernisasi.
- b. Mengajarkan keterampilan-keterampilan baru kepada masyarakat.
- c. Berperan sebagai pelipat ganda (*multiplier effect*) ilmu pengetahuan dengan penyebarluasan melalui media komunikasi.
- d. Menciptakan efisiensi tenaga dan biaya terhadap mobilitas seseorang melalui informasi yang mereka terima melalui media tanpa perlu mengunjungi tempat-tempat yang diinformasikan.
- e. Meningkatkan aspirasi seseorang dengan informasi yang dibaca, didengar dan dilihat.
- f. Menumbuhkan partisipasi dalam pengambilan keputusan terhadap hal-hal yang menyangkut kepentingan orang banyak.
- g. Membantu masyarakat dalam menemukan nilai-nilai baru dan keharmonisan dari suatu sistem tertentu.
- h. Mempertinggi rasa kebangsaan melalui penyajian informasi yang menggugah rasa peduli pada nasib bangsa dan Negara.
- i. Meningkatkan aktivitas politik seseorang untuk ikut mengambil bagian dalam penentuan kebijakan publik.

¹³Ahmad Sultra Ruslan dan Nurhakki, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Deepublish, 2017), h. 50.

- j. Mengubah struktur kekuasaan dalam suatu masyarakat melalui penyatuan sikap untuk menumbangkan tirani.
- k. Menjadi sarana pembelajaran melalui pertukaran ide dan pengalaman para anggota masyarakat tanpa mengenal tempat dan jarak.
- l. Mendukung pelaksanaan program-program pembangunan di bidang ekonomi, sosial, dan keamanan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

3. Teori Semiotika Media

Semiotika menurut Sobur berasal dari bahasa Yunani, *semion* yang berarti “tanda” atau “*seme*” yang berarti “penafsiran tanda”. Semiotika berasal dari studi klasik dan skolastik atas seni logika, retorika, dan poetika. “Tanda” pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain. Misalnya sebuah asap yang menandakan adanya api.

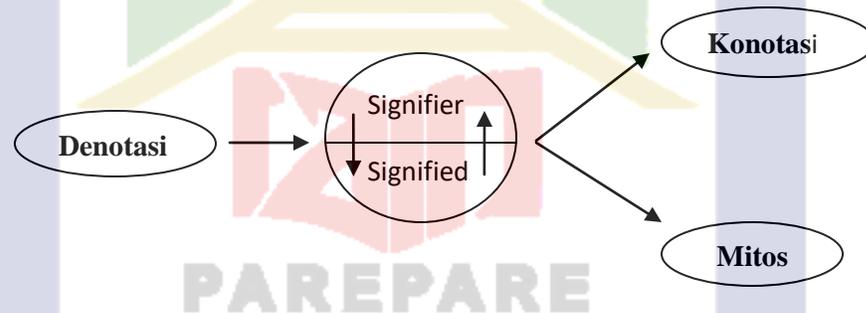
Menurut Christomy dan yuwono semiotika adalah “sebuah cabang keilmuan yang memperlihatkan pengaruh semakin penting empat dekade yang lalu, tidak hanya sebagai metode kajian (*decoding*), tetapi juga sebagai metode penciptaan (*encoding*)”

Semiotika telah berkembang menjadi sebuah model suatu pembelajaran dari ilmu pengetahuan sosial yang memiliki unit dasar yang disebut tandatanda terdapat dimana-mana ketika kita berkomunikasi dengan orang, memakai pakaian, makan, minum, dan ketika berbicara. Pada umumnya tanda mengandung dua bentuk. Pertama tanda menjelaskan (baik secara langsung maupun tidak langsung) tentang

sesuatu dengan makna tertentu. Kedua, tanda mengkomunikasikan maksud suatu makna.¹⁴

Sebuah metode analisis terdapat beberapa model pendekatan yang dapat dilakukan untuk melakukan sebuah analisis semiotika, sedangkan model pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes. Menurut Kurniawan tanda adalah kesatuan dari suatu bentuk penanda (*signifier*) dengan sebuah ide atau petanda (*signified*)”.

Dengan kata lain penanda adalah “bunyi yang bermakna” atau “coretan yang bermakna”. Jadi penanda adalah aspek material dari bahasa yaitu apa yang dikatakan atau didengar dan apa yang ditulis atau dibaca. Petanda ialah gambaran mental, pikiran, atau konsep. Jadi, petanda ialah aspek mental dari bahasa.



Gambar 2.1 Elemen Makna dari Barthes (*Two Order of Signification*)

Melalui model tersebut Barthes menjelaskan bahwa signifikasi tahap pertama merupakan hubungan *signifier* (ekspresi) dan *signified* (*content*) di

¹⁴Canditra Sultannata dan Siti Maryam, *Analisis Semiotika Logo Brodo Footweardi Media Sosial Twitter (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes)* (Jurnal Ilmu Komunikasi: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, 2018), h. 157-158. Vol. 1. No. 1.

dalam sebuah tanda terdapat realitas eksternal. Hal inilah yang disebut Barthes sebagai denotasi yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi ialah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap dua. Tanda konotasi tidak sekedar memiliki makna tambahan, tetapi juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang yang melandasi keberadaannya. Konotasi bekerja dalam tingkat subjektif sehingga kehadirannya tidak disadari. Pembaca mudah sekali membaca makna konotatif sebagai denotatif.

Mitos Roland Barthes muncul dikarenakan adanya persepsi dari Roland Barthes sendiri bahwa dibalik tanda-tanda tersebut terdapat makna yang misterius yang akhirnya dapat melahirkan sebuah mitos. Maka mitos yang dimaksud Roland Barthes muncul dari balik tanda-tanda dalam komunikasi sehari-hari, baik tertulis maupun melalui media cetak.¹⁵

Dalam komunikasi, bidang terapan semiotika pun tidak terbatas. Adapun beberapa contoh aplikasi semiotika di antara sekian banyak pilihan kajian semiotika dalam dominan komunikasi salah satunya media. Mempelajari media sama halnya mempelajari makna dari mana asalnya, seperti apa, seberapa jauh tujuannya, bagaimana memasuki materi media, dan bagaimana hal tersebut berkaitan dengan pemikiran kita sendiri.

Dalam konteks media massa, khususnya media cetak kajian semiotika ialah mengusut ideologi yang melatari pemberitaan. Teknik-teknik analisisnya secara garis besar yang diterapkan ialah:

¹⁵Sinta Rizki Hryono dan Desi Kurnia Syah Putra, *Identitas Budaya Indonesia: Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Aqua Versi "Temuan Indonesiamu"* (Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, 2017), h. 72. Vol. 13. No. 2.

a. Teknik kuantitatif

Teknik yang bisa mengatasi kekurangan dalam objektivitas, tetapi hasilnya sering kurang baik. Ciri-ciri yang dapat diukur dinyatakan sebagai tanda, dan merupakan titik tolak penelitian ini. Menurut Van Zoest hasil analisis kuantitatif selalu lebih spektakuler sekaligus selalu mengorbankan ketahanan uji metode-metode yang digunakan.

b. Teknik kualitatif

Pada analisis kualitatif, data yang diteliti tidak dapat diukur secara matematis. Analisis ini sering menyerang masalah yang berkaitan dengan arti tambahan dari istilah yang digunakan.

Dalam ilmu semiotika tanda menjadi konsep utama dalam analisis di mana tanda membantu manusia untuk memaknai pesan yang dimaksud. Dalam tanda terdapat makna yang diinterpretasikan oleh manusia. Secara sederhana tanda dapat berbentuk visual atau fisik yang ditangkap oleh indra manusia yang dapat merepresentasikan sesuatu selain dirinya.

Oleh karena itu, dalam melakukan penelitian ini peneliti menggunakan teori manajemen; George R. Terry, teori media, dan teori semiotika media sebagai teori besar dalam melakukan penelitian ini. Penulis tertarik mengetahui cara Parepos menerapkan manajemen dalam mempertahankan eksistensi medianya, dan hal-hal apa saja yang menjadi perhatian utama Parepos sebelum mempublikasikan beritanya.

C. Tinjauan Konseptual

1. Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Inggris yaitu *strategy*. Dalam kamus *oxfordadvanced leaner'sdictionary* dijelaskan bahwa “*strategy is a plan that is intended to achieve a particular purpose*”.¹⁶ Artinya strategi adalah sebuah rencana yang bertujuan untuk mencapai tujuan khusus. Sedangkan definisi strategi dalam kamus bahasa Indonesia diartikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran yang khusus.¹⁷

Puncak prestasi adalah tercapainya pertemuan antara impian dan harapan kenyataan secara sinergis. Setiap individu, kelompok, ataupun lembaga memiliki impian yang hendak dicapai. Impian itu disebut tujuan. Namun, untuk mencapai tujuan yang ideal tidaklah semudah membalikkan telapak tangan, melainkan dibutuhkan strategi yang matang.

a. Definisi Strategi

Secara etimologi, strategi berasal dari bahasa Yunani, *strategos* yang berarti jenderal. Awalnya strategi berasal dari peristiwa peperangan, yaitu sebagai sebuah siasat dalam mengalahkan musuh. Namun, pada akhirnya strategi berkembang untuk semua kegiatan organisasi termasuk keperluan sosial, budaya, agama, dan ekonomi.

¹⁶Andi Indar Dewi, *Strategi Bimbingan Dosen Penasehat Akademik (PA) Jurusan Dakwah dan Komunikasi Dalam Meningkatkan Indeks Prestasi Mahasiswa IAIN Parepare* (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, 2018), h. 21.

¹⁷Abd. Rahim Ruspa dan Kamaruddin, *Pembelajaran Bahasa Indonesian Melalui Implementasi Strategi Deduktif-Induktif Siswa Kelas VII SMP Negeri 2 Palopo* (Jurnal Onoma: Universitas Cokrominoto Palopo, 2019), h. 159. Vol. 2. No. 2.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer disebutkan bahwa strategi adalah keahlian mengatur atau merencanakan tentang suatu kegiatan guna meraih suatu target atau sasaran.¹⁸

Strategi ialah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan ide atau gagasan, perencanaan, dan pelaksanaan sebuah aktivitas dalam jangka waktu tertentu. Suatu strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki teknik untuk mencapai tujuan secara efektif. Mulanya strategi hanya dipergunakan untuk kepentingan militer tetapi kemudian berkembang diberbagai bidang yang berbeda seperti strategi bisnis, ekonomi, perdagangan, olahraga, pemasaran, dan lain-lain.

Menyusun strategi berarti mencari cara untuk mencapai hasil yang ditargetkan sesuai dengan visi dan misi dalam situasi organisasi dan prospek yang dihadapi. Strategi pada dasarnya terdiri atas dua hal. Pertama, tindakan manajemen terukur dan bertujuan dan kedua, reaksi atas perkembangan yang tidak diprediksi sebelumnya, dan tekanan persaingan seperti aturan pemerintah, masuknya pendatang baru, dan taktik pesaing.

Secara umum strategi merupakan suatu cara, metode, dan pendekatan yang digunakan setiap menjalankan gagasan atau ide yang telah dipersiapkan atau direncanakan. Dalam menjalankan strategi

¹⁸Rahmatus'sirri, *Aktivitas Kehumasan Laznas Al Azhar Terkait Penggunaan Media dan Loyalitas Muzakki* (Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020), h. 16.

yang telah dipersiapkan tentu memiliki kurun waktu tertentu untuk mengeksekusi sebuah aktivitas. Tim kerja yang baik menjadi penunjang utama dalam merencanakan hingga menjalankan suatu strategi.

b. Strategi Efektif

Setiap orang tentu memiliki cita-cita yang ingin dicapai, sesulit dan semudah apapun harapan itu, sudah pasti memiliki strategi yang telah dipersiapkan. Untuk mewujudkan impian tersebut menjadi kenyataan hingga mencapai tujuan diperlukan sebuah strategi yang efektif. Ada beberapa kriteria strategi yang efektif yaitu: pertama, *clear decisive* (tujuan yang jelas). Kedua, *maintaining the initiative* (berinisiatif). Ketiga, *concentration* (konsentrasi/fokus) kelima, *coordinated and committed leadership* (kepemimpinan yang terkordinasi). Keenam, *security* (keamanan).¹⁹

c. Fungsi Strategi

1) Fungsi sebagai rencana (*Plan*)

Strategi menjadi arah tindakan pedoman yang digunakan untuk menghadapi tantangan lingkungan tertentu. Bertitik tolak dari kesadaran kekuatannya.

2) Strategi sebagai siasat

Artinya strategi dianggap sebagai taktik atau akal untuk mencapai sesuatu dalam menghadapi pesaing.

3) Strategi sebagai pola (*Pattern*)

¹⁹J.David Hunger dan Tomas L. wheelen, *Strategic Management* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007),h. 11-12.

Artinya sebagai pola dari suatu rangkaian tindakan untuk melawan ancaman/tantangan atau memanfaatkan peluang yang terdapat di lingkungan.

4) Strategi sebagai kedudukan (*Positon*)

Penempatan perusahaan di lingkungan makro, strategi menjadi media yang menjembatani perusahaan dengan lingkungannya.

5) Strategi sebagai perspektif

Artinya strategi menjadi sebuah perwujudan cara untuk melihat dan memahami lingkungan. Disusun bertitik tolak dari tata cara nilai budaya kerja dan wawancara koalisi.²⁰

2. Manajemen Redaksional Media Cetak

Manajemen redaksional adalah proses pengelolaan materi pemberitaan melalui tahap-tahap perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan, yang mencakup proses peliputan, penulisan, sampai pada penyuntingan (editing).

a. Perencanaan

Tahap perencanaan adalah tahap penentuan isi berita esok hari, dan membahas berita-berita yang perlu ditindaklanjuti. Rapat proyeksi atau rapat perencanaan biasanya dilakukan di ruang redaksi dalam proses pencarian dan penciptaan berita. Hal ini perlu dilakukan karena berita yang baik adalah hasil perencanaan yang baik.

²⁰Rahmatus'sirri, *Aktivitas Kehumasan Laznas Al Azhar Terkait Penggunaan Media dan Loyalitas Muzakki* (Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020), h. 19.

b. Pengorganisasian

Tahap ini merupakan penyusunan struktur organisasi, dan pembagian tugas kerja serta penempatan orang sesuai dengan jabatannya di dalam struktur organisasi.

c. Penggerakan

Tahap penggerakan adalah aktivitas yang menggerakan orang-orang untuk menghasilkan produk jurnalistik. Tahap penggerakan meliputi:

- 1) Peliputan, yaitu proses mencari berita (*news hunting*) atau meliput bahan berita dengan teknik reportase, wawancara, dan riset kepustakaan.
- 2) Penulisan, menggunakan teknik melaporkan (*to report*) yang merujuk pada pola piramida terbalik dan mengacu pada 5W+1H.
- 3) Penyuntingan merupakan proses memperbaiki atau menyempurnakan tulisan supaya lebih logis, mudah dipahami, dan tidak rancu, serta tetap memperhatikan fakta dan data agar terjaga keakuratannya.

d. Pengawasan

Tahap ini merupakan bagian untuk mengetahui apakah pelaksanaan kerja telah sesuai dengan rencana semula atau tidak. Pada tahap ini sangat penting untuk menjaga agar rubrik yang dibuat tidak keluar jalur dan kaidah jurnalistik. Setiap media cetak memiliki struktur manajemen yang berbeda satu sama lain, tergantung kebijakan

dan peraturan dari suatu media cetak. Media cetak A berbeda dengan media cetak B.

Manajemen koran atau surat kabar berbeda dengan manajemen tabloid dan majalah. Meski sasaran pasar sama, tetapi tujuan pemberitaan berbeda. Oleh karena itu, setiap manajemen media cetak harus menyesuaikan isi atau konten berita serta peraturan, dan kebijakan perusahaan masing-masing.

3. Media Cetak

a. Pengertian media cetak

Seperti yang diketahui bahwa media cetak adalah media yang berkenaan dengan kertas. Jurnalistik media cetak dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu visual dan verbal.

- 1) Verbal sangat menekankan pada diksi atau memilih kata, dan kemudian menyusun kata-kata tersebut hingga mudah diterima secara efektif dan komunikatif.
- 2) Visual dalam hal ini adalah sebagai pendukung dari verbal seperti *layout*, *photo*, dan segi perwajahan dari tampilan berita yang akan disuguhkan.²¹

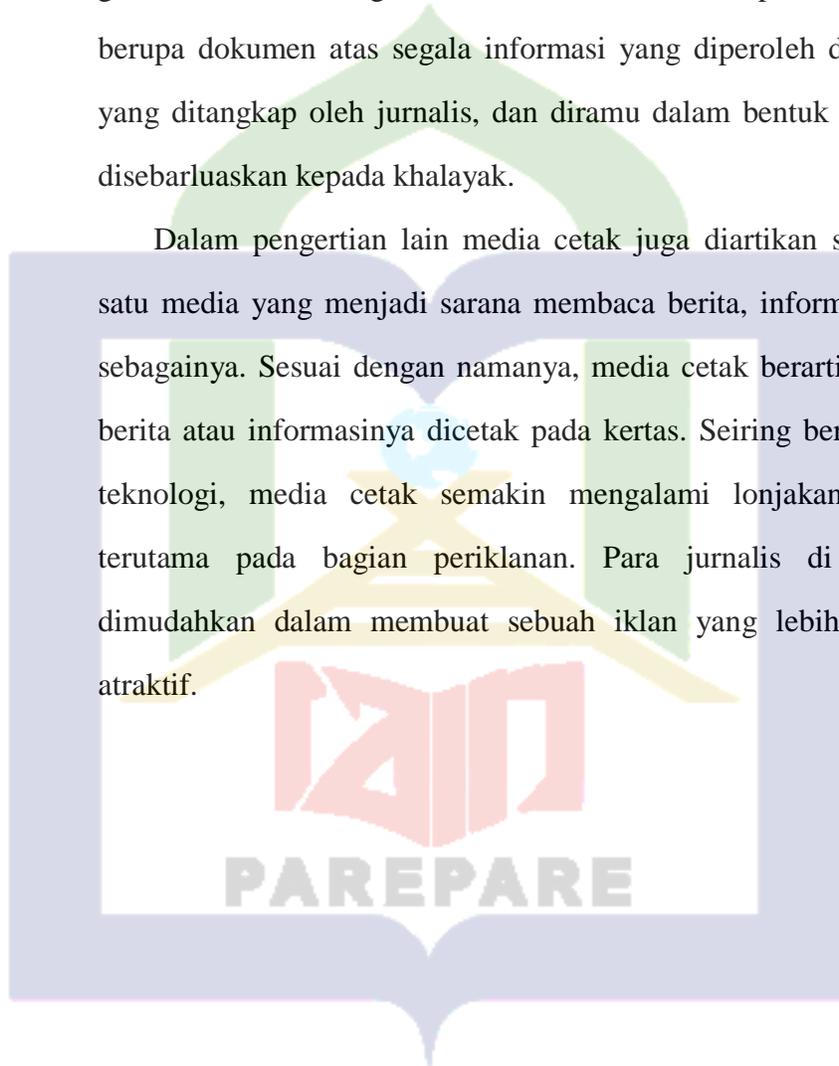
Media cetak merupakan media yang sangat populer sebelum teknologi semakin berkembang. Dahulu media cetak dibuat menggunakan mesin tik untuk pembuatan iklan produk, sedangkan gambar atau animasi yang memperindah iklan produk dibuat secara manual dengan menggunakan pena. Sebelumnya media cetak lebih

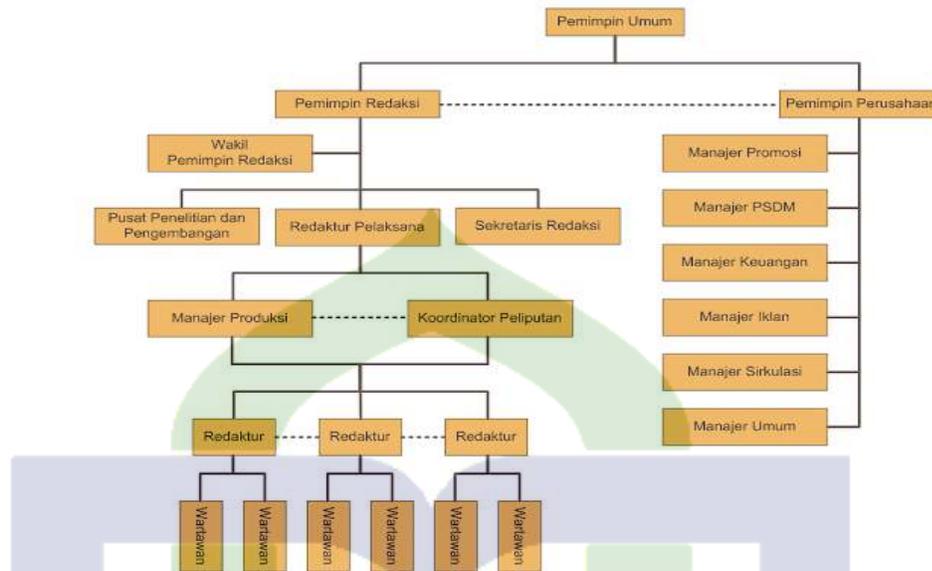
²¹Rana Akbari Fitriawan dan Reni Nuraeni, *Jurnalistik Media* (Yogyakarta: Deepublish, 2017), h. 93.

banyak memperlihatkan perkembangan bentuk penerbitan ketimbang isi media itu sendiri.

Media ini terdiri dari lembaran kertas dengan sejumlah kata, gambar atau foto dengan tata warna dalam kertas putih. Media cetak berupa dokumen atas segala informasi yang diperoleh dari peristiwa yang ditangkap oleh jurnalis, dan diramu dalam bentuk berita, untuk disebarluaskan kepada khalayak.

Dalam pengertian lain media cetak juga diartikan sebagai salah satu media yang menjadi sarana membaca berita, informasi, tips dan sebagainya. Sesuai dengan namanya, media cetak berarti media yang berita atau informasinya dicetak pada kertas. Seiring berkembangnya teknologi, media cetak semakin mengalami lonjakan perubahan, terutama pada bagian periklanan. Para jurnalis di bidang ini dimudahkan dalam membuat sebuah iklan yang lebih kreatif dan atraktif.





Gambar 2.2 Struktur Redaksi Media Cetak

Sumber: www.google.com

b. Fungsi media cetak

Media sering kali digunakan para da'i dalam menyampaikan ajaran Islam. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u atau biasa disebut dengan Wasilah untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat. Dakwah dapat menggunakan berbagai Wasilah. Hamzah Ya'kub membagi Wasilah dakwah antara lain:

- 1) Lisan merupakan media dakwah yang paling sederhana dalam menyampaikan informasi, karena hanya menggunakan lidah dan suara. Dakwah dengan media ini dapat berupa pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.

- 2) Tulisan adalah media dakwah melalui tulisan, buku, majalah, surat kabar, surat menyurat, spanduk dan sebagainya.
- 3) Audio visual adalah media dakwah yang dapat merangsang indera pendengaran, penglihatan, atau kedua-duanya, seperti televisi, film slide, internet, dan sebagainya.
- 4) Akhlak yaitu media dakwah melalui tindakan-tindakan nyata yang mencerminkan ajaran Islam, yang secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh mad'u (objek dakwah).

Selain manfaat di atas, media juga dapat memiliki beberapa fungsi tambahan sebagaimana dijelaskan di bawah ini, yaitu:

- 1) Sebagai media informasi yang mencerahkan. Media cetak diharapkan mampu menjadi wadah informasi yang mencerahkan dengan berita yang akurat dan terpercaya di tengah mewabahnya berita bohong.
- 2) Sebagai media pendidikan yang mencerdaskan. Meningkatnya perkembangan teknologi, membuat beberapa media kewalahan dalam memperoleh informasi untuk diberitakan. Sehingga, yang terjadi saat ini media lebih banyak menyiarkan informasi-informasi yang tidak memberikan edukasi kepada masyarakat. padahal salah satu fungsi utama media yaitu mendidik.
- 3) Meningkatkan intelktual kehidupan masyarakat, setiap masyarakat membutuhkan berita seperti orang yang membutuhkan mata. Berita yang diperoleh pun diharapkan mampu memberi

pemahaman mengenai suatu peristiwa yang memiliki *feedback* pada kehidupan masyarakat.

- 4) Membantu memperkuat kesatuan nasional, dengan lahirnya media diseluruh penjuru dunia, diharapkan mampu menjadi sarana yang memperkuat kesatuan nasional masyarakat, dengan tetap *balance* (seimbang) dalam memberitakan alias tidak memihak pada kubu tertentu.

c. Media cetak dalam komunikasi Islam

Kemunculan beragam media massa di seluruh aspek kehidupan menjadi bukti nyata pesatnya perkembangan teknologi informasi dewasa ini, hingga jumlah media sulit dihitung karena saking banyaknya. Kehidupan globalisasi telah menyuguhkan kemudahan dalam mengakses informasi sesuai kebutuhan dalam hitungan detik dengan biaya yang relatif murah.

Banyaknya jumlah peristiwa yang ada di penjuru dunia dengan cepatnya diberitakan. Bumi yang terbentang luas ini ibarat sebuah desa kecil yang mudah dikenali dari ujung hingga ke ujung. Nyatanya media massa tidak hanya menyuguhkan berita tentang suatu peristiwa. Media massa juga sebagai sarana hiburan, ajang promosi berbagai produk, dan kepentingan yang lain. Namun, pemberitaan masih menjadi salah satu menu pokok yang disajikan oleh media massa, baik cetak maupun elektronik.

Disinilah peran harian *Parepos* untuk memfilter data atau informasi yang diperoleh untuk dijadikan sebuah berita, agar berita

yang disebarkan ke khalayak sesuai dengan kejadian yang sebenarnya (fakta), sebagaimana firman Allah swt. dalam surah Al-Hujurat/49: 6 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا
بِجَهْلَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, jika datang seorang yang fasik kepadamu membawa berita, maka tangguhkanlah (hingga kamu mengetahui kebenarannya) agar tidak menyebabkan kaum berada dalam kebodohan (kehancuran) sehingga kamu menyesal terhadap apa yang kamu lakukan.²²

Pada bagian awal yang artinya “Hai orang-orang yang beriman”: maskudnya ialah orang-orang mukmin yang beriman kepada Allah dan Rasulullah saw., wujud keimanan mereka adalah meyakini serta mewujudkan dengan amal atas kesetiaan kepada segala apa yang diberikan Allah dan Rasul-Nya, baik itu firman-Nya, perintah dan larangan-Nya dan segala kuasa-Nya. Orang yang keluar dari ketaatan kepada Allah dan Rasulullah saw. adalah orang yang fasik.

Selain itu panggilan disini ditunjukkan kepada orang beriman “Hai orang-orang yang beriman”, ini menunjukkan bahwa isi ayat ini adalah hal penting yang harus diperhatikan oleh setiap orang beriman. Panggilan ini berifat khusus yang ditunjukkan kepada orang beriman agar mereka sadar akan keimanan. Bahwa ia dalah orang beriman yang

²²Departemen Agama RI, *Alqur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV Penerbit J- ART, 2002), h. 395.

keimanan itu jangan sampai lepas selaku status orang tersebut dan dari hatinya. Demikian yang dijelaskan oleh Abu Su'ud dalam tafsirnya.

Ayat selanjutnya, yang artinya “jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita”: adalah seseorang yang membawa berita sedang status pembawa berita tersebut adalah orang yang fasik. Al-Hafiz Imam Ibnu Katsir berkata: Fasik itu yakni menyimpang dari jalan ketaatan kepada Allah dan Rasul-Nya. Fasik sendiri artinya keluar, tikus dinamai hewan yang fasik sebab tikus keluar dari liangnya untuk berlaku kerusakan (tidak taat, sebab ketaatan itu dekat dengan perbaikan bukan kerusakan).

فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

“Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu”: bahwa adab dalam menerima berita adalah dengan tabayyun yaitu klarifikasi atau cek and ricek atas berita tersebut agar adanya kejelasan berita dan keakuratan kebenarannya, sebab beritadan fakta terkadang berbeda. Syaikh Muhammad Ali Ash-Shabuni menjelaskan bahwa ayat ini adalah suatu keharusan akan pengecekan suatu berita, dan juga keharaman akan berpegang kepada berita orang-orang yang fasik yang banyak menimbulkan bahaya. Ayat ini mengajarkan bahwa mencari kebenaran berita serta tidak mempercayai berita yang dibawa oleh orang yang fasik yang menentang Allah adalah suatu keharusan.

Sebab berpegang kepada berita yang belum jelas kebenarannya, terlebih berita yang disebar oleh orang fasik ini membahayakan dari dua sisi. Yaitu, sisi dari sumber berita dan jenis berita, berita yang dibawa oleh orang fasik berkemungkinan adalah berita yang munkar oleh sebab kedengkian dan kejelekan sikap yang ada pada dirinya. Juga jenis berita yang dibawa oleh orang fasik biasanya berjenis berita yang munkar.²³

Sejak zaman Khalifah, kegiatan jurnalistik Islam sudah dicontohkan seperti pembukuan Al-Qur'an yang kita kenal dengan mushaf dalam perspektif jurnalistik, Al-Qur'an juga merupakan karya jurnalistik, yakni diformat dalam buku yang isinya firman-firman Allah swt. Demikian pula kitab-kitab kumpulan Hadits seperti Shahih Bukhari dan Shahih Muslim, dan sebagainya termasuk karya jurnalistik.

Jadi dalam ranah ini, proses penyebaran informasi seorang informan sangat erat kaitannya dengan kegiatan dakwah dalam agama Islam yaitu sarana menghimbau atau mengajak orang lain kepada kebaikan. Komunikasi diharapkan dapat menjadi jembatan gagasan dari penyampai pesan (komunikator) kepada komunikan (penerima pesan).²⁴

²³Adrian Rahmat, *Strategi Koran Sindo Makassar Menggait Pembaca Melalui Perwajahan Halaman Satu*. (Skripsi Sarjana; Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah & Komunikasi: UIN Alauddin Makassar, 2016), h. 29.

²⁴Eni Amalia, *Jurnalistik Islam Di Era Media Sosial*, (Universitas Islam Negeri Raden Intan: Lampung, 2020), h. 129-130.

Aktivitas dakwah merupakan amalan yang diperintahkan dalam Islam kepada semua pemeluk agama Islam, karena merupakan bagian amalan yang sangat dianjurkan. Bahkan sejak awal kehadiran Islam sebagai Wahyu yang diberikan kepada Nabi Muhammad Saw. menempatkan Islam sebagai agama langit yang penyebarannya menggunakan literasi dari firman Tuhan.

4. Perwajahan Koran

Perwajahan koran adalah penyusunan unsur-unsur desain berupa garis, bidang, warna ke dalam suatu halaman yang disebarakan melalui media cetak secara kasatmata (visual). Lebih sederhana lagi bahwa perwajahan adalah proses rancang, olah grafis dan tata letak (*layout*) halaman surat kabar.

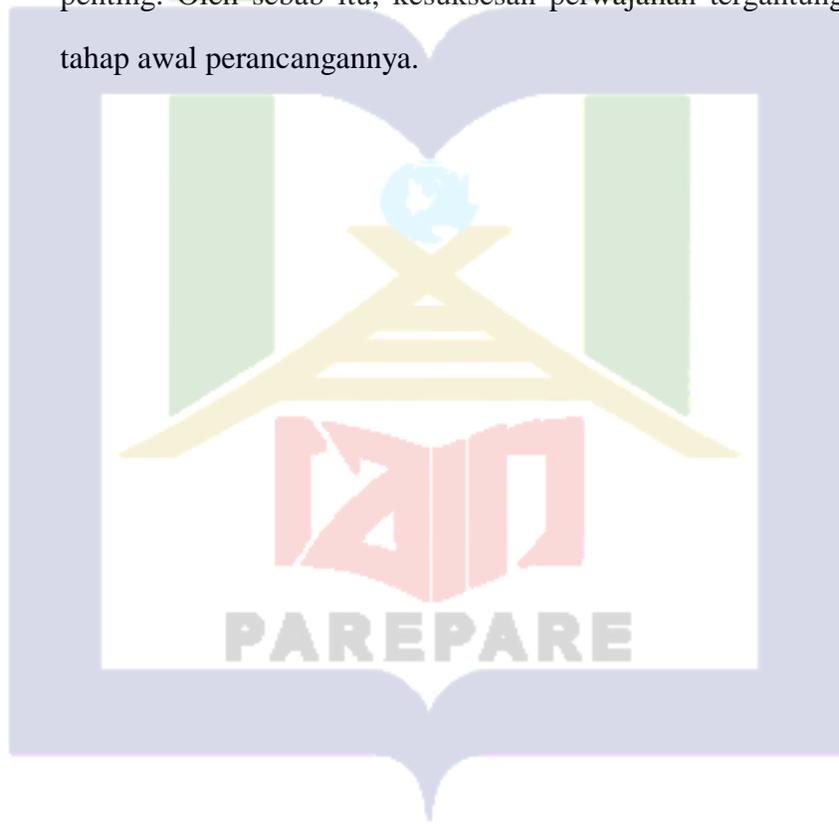
Dua pengertian tersebut merupakan pengertian yang sangat sederhana. Kehadiran perwajahan sebenarnya tidak hanya sekedar tindakan kreatif penggabungan antara keterampilan dan kecekikiaan artistik dan tidak hanya dimasukkan untuk berita, foto, ilustrasi, dan iklan, tetapi ada tugas yang lebih berat, yaitu bagaimana perwajahan dapat menambah daya serap penerimaan pesan di dalamnya.²⁵

Proses desain perwajahan semata-mata untuk perluasan proses organisasi yang dimulai ketika Anda menyusun konsep rancang desain. Kemudian hasilnya, Anda dapat membuat media cetak yang efektif dan tampil menarik. Misalnya Anda diminta merancang suatu halaman surat

²⁵Adrian Rahmat, *Strategi Koran Sindo Makassar Menggait Pembaca Melalui Perwajahan Halaman Satu*. (Skripsi Sarjana; Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah & Komunikasi: UIN Alauddin Makassar, 2016), h. 16.

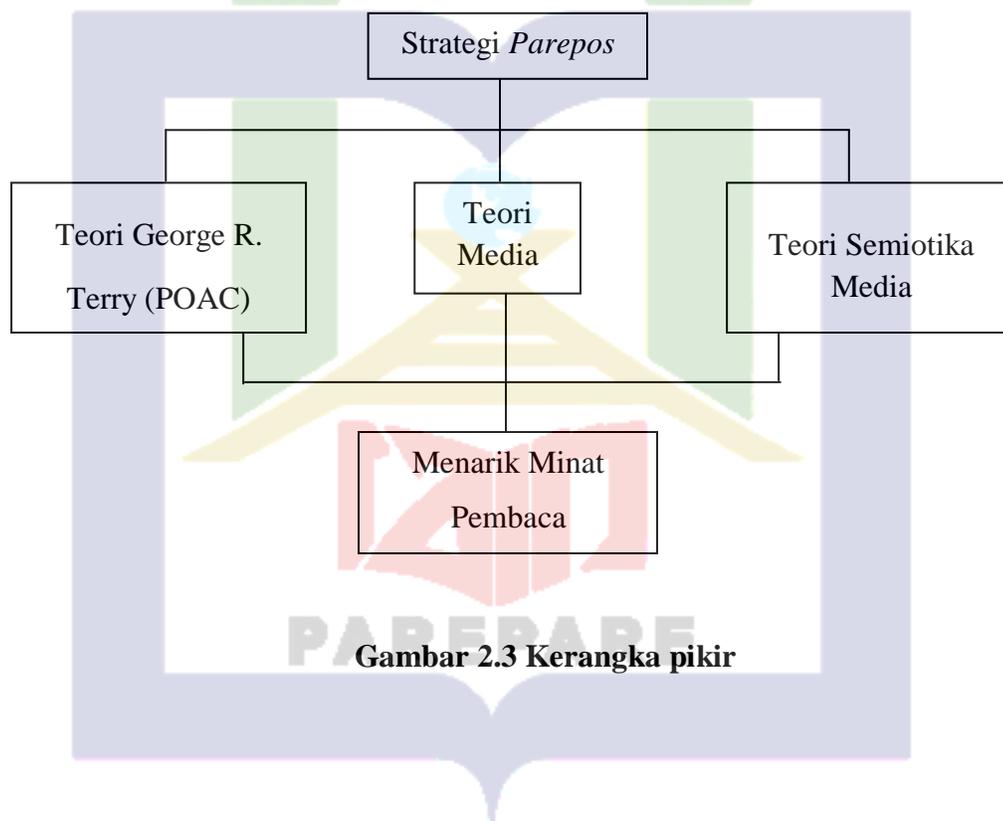
kabar yang mencakup sejumlah foto. Jika Anda tidak diberitahu atau tidak mengetahui peran foto tersebut, maka Anda kemungkinan besar salah menempatkannya. Namun, berbeda jika Anda tahu peran foto tersebut dan relasinya terhadap teks, maka dengan mudah Anda bisa memutuskan susunan beserta ukurannya.

Tanpa “Ilmu Perwajahan” yang telah dikantongi akan membuat Anda mengalami kesulitan dalam pengaturan dan penonjolan bagian pesan yang penting. Oleh sebab itu, kesuksesan perwajahan tergantung sekali pada tahap awal perancangannya.



D. Kerangka Pikir

Dalam penelitian yang akan dilaksanakan, penulis memfokuskan penelitian pada strategi redaksi harian *Parepos* dalam menggait pembaca melalui perwajahan halaman satu. Dalam menarik minat pembaca tentunya harian *Parepos* memiliki strategi agar tercapainya suatu tujuan. Sehingga membuat khalayak atau pemirsa yang belum mengonsumsi berita harian *Parepos* bisa berminat atau tertarik membaca berita harian *Parepos*. Hal tersebut digambarkan dalam sebuah kerangka pikir, sebagai berikut:



Gambar 2.3 Kerangka pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penulis menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan kajian analisis deskriptif naratif yaitu menggambarkan karakteristik (ciri-ciri) individu, situasi, atau kelompok tertentu.²⁶ Penggunaan studi kasus deskriptif naratif dalam penelitian ini bermaksud agar dapat mengungkap atau memperoleh informasi dari data penelitian secara menyeluruh dan mendalam.²⁷

Penelitian ini bermaksud mendeskripsikan tentang strategi redaksi harian *Parepos* mengkait pembaca melalui perwajahan halaman satu. Pada penyusunan proposal ini penulis menggunakan penelitian kualitatif yaitu jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai melalui prosedur-prosedur statistik maupun dengan cara yang lain.

Menurut Jane Richie, penelitian kualitatif adalah upaya untuk menyajikan dunia sosial, dan prespektifnya di dalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti.²⁸ Peneliti tidak menggunakan angka dalam mengumpulkan data dan dalam memberikan penafsiran terhadap hasil penelitian. Peneliti mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai strategi redaksi harian *Parepos* mengkait pembaca melalui perwajahan halaman satu.

²⁶Dede Rosyada, *Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Pendidika* (Jakarta: Kencana, 2020), h. 32.

²⁷Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h. 21.

²⁸Umar Sidiq dan Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan* (Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019), h. 5.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di salah satu harian surat kabar di Parepare, Sulawesi Selatan yaitu harian *Parepos*, tepatnya di Jl. Bau Massepe No.1, Cappa Galung, Kec. Bacukiki Barat, Kota Parepare, Sul-Sel. Sedangkan Waktu penelitian dilakukan selama dua bulan, mulai bulan Agustus sampai September.

C. Fokus Penelitian

Untuk mempermudah penulis dalam menganalisis hasil penelitian, maka fokus penelitian ini adalah strategi konsep perwajahan harian *Parepos* dihalaman pertama. Oleh karena itu, penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan jenis penelitian kualitatif, maka penelitian ini difokuskan pada pengelola harian *Parepos* Parepare.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif dalam penelitian ini yaitu gambaran umum mengenai strategi redaksi harian *Parepos* menarik minat pembaca melalui perwajahan halaman satu.

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini ada banyak sumber data yang bisa digunakan, tetapi tidak semua dapat difokuskan sebagai sumber data, adapun sumber data dikelompokkan atas dua bagian, sebagai berikut:

a. Data Primer

Jenis data dalam penelitian ini berupa data primer (utama) merupakan data yang diperoleh melalui observasi, yaitu dengan melakukan pengamatan pada tempat penelitian, dan wawancara dengan pimpinan redaksi serta wartawan harian *Parepos* mengenai bentuk dan strategi *Parepos* menarik minat pembaca melalui perwajahan halaman satu.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui studi kepustakaan, yaitu dengan kegiatan mengumpulkan dokumen-dokumen perusahaan yang memiliki relevansi, dan bisa menunjang penelitian ini maupun *literature* yang erat kaitannya dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)

Wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan *informan* atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, di mana pewawancara dan *informan* terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.²⁹

²⁹Adrian Rahmat, *Strategi Koran Sindo Makassar Menggait Pembaca Melalui Perwajahan Halaman Satu*. (Skripsi Sarjana; Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah & Komunikasi: UIN Alauddin Makassar, 2016), h. 16.

Namun, di tahun ini virus Covid-19 semakin meningkat yang tidak memungkinkan penulis untuk memperoleh informasi hanya melalui wawancara tatap muka saja. Sehingga *handphone* menjadi sarana pendukung dalam melakukan wawancara, baik melalui *whatsapp*, *massage*, atau media lain yang mampu membantu penulis memperoleh informasi dari *informan*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara semistruktural, yaitu wawancara dilakukan secara bebas, namun tetap terarah dengan tetap berada pada jalur pokok permasalahan yang akan ditanyakan dan telah dipersiapkan terlebih dahulu.

Informan dalam penelitian ini yaitu: *informan primer* (utama) dan *informan sekunder* (pendukung). Pertama: *informan primer* adalah pimpinan redaksi atau wakil pimpinan redaksi dan redaktur dari Harian *Parepos*. Kedua *informan sekunder* adalah wartawan *Parepos*. Adapun kriteria *informan* dalam penelitian ini yaitu orang-orang yang telah mengabdikan di harian *Parepos* kurang lebih satu tahun. Dalam melakukan penelitian ini, *informan* berhak untuk tidak menjawab pertanyaan yang menurut mereka tidak dapat dipublikasikan.

Adapun instrumen yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data, sebagai berikut:

1. Alat Perekam

Alat perekam digunakan sebagai alat bantu yang dapat mempermudah penulis dalam mengingat hasil wawancara, dan tidak perlu memberi jeda saat melakukan wawancara akibat harus menulis

pernyataan informan terlebih dahulu. Alat perekam difungsikan saat proses wawancara sedang berlangsung.

2. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara digunakan agar wawancara yang dilakukan tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Agar wawancara semistruktural yang berjalan tidak keluar dari pokok permasalahan yang akan diteliti, maka penulis terlebih dahulu harus mencatat pokok-pokok pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber. Selanjutnya pertanyaan mengikuti situasi dan kondisi untuk memberikan kesan yang tidak monoton dan kaku saat wawancara berlangsung.

3. Observasi

Observasi penelitian kualitatif adalah pengamatan langsung terhadap objek untuk mengetahui keberadaan objek, situasi, konteks dan maknanya dalam upaya mengumpulkan data penelitian.³⁰ Observer atau penelitiannya melakukan observasi non partisipan yaitu observer tidak ambil bagian secara langsung dalam situasi kehidupan yang diobservasi, tetapi dapat dikatakan sebagai penonton, tidak sebagai pemain.

Observasi dilakukan untuk memahami fenomena sosial yang ada, melalui pengamatan dan pengindraan. Selain itu observasi dibutuhkan untuk dapat memahami proses terjadinya wawancara, dan hasil wawancara dapat dipahami dalam konteksnya.

³⁰Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019), h. 6.

4. Dokumentasi

Selain wawancara dan observasi, cara pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis atau peninggalan tertulis. Teknik ini biasa disebut *documenter*.

Secara praktis, studi *documenter* dalam penelitian ini bersumber dari dokumen-dokumen harian *Parepos*, yaitu koran *Parepos* atau pun arsip-arsip lain yang terkait dengan strategi perwajahan harian *Parepos*.

F. Uji Keabsahan Data

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif.³¹

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility, transferability, dependability, dan confirmability*.³²

Agar data dalam penelitian kualitatif dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data. Adapun uji keabsahan data yang dapat dilaksanakan.

³¹Sulastrri, *Studi Perkembangan Islam Siswa MI Ma'arif Candirejo Kabupaten Semarang* (Skripsi: Universitas Wahid Hasyim Semarang, 2019), h. 19.

³²M. Syahrani Jailani, *Membangun Kepercayaan Data Dalam Penelitian Kualitatif (Primary Education Journal: Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi, 2020)*, h. 20-23. Vol. 4. No. 2.

1. *Credibility*

Kreadibilitas data dimaksudkan untuk membuktikan data yang berhasil dikumpulkan sesuai dengan sebenarnya. Uji *credibility* dilakukan agar data atau hasil penelitian yang disajikan oleh peneliti tidak diragukan sebagai sebuah karya ilmiah.

2. *Dependability*

Kriteria ini digunakan untuk menjaga kehati-hatian akan terjadinya kemungkinan kesalahan dalam mengumpulkan dan menginterpretasikan data sehingga data dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Kesalahan sering dilakukan oleh manusia itu sendiri terutama peneliti karena keterbatasan pengalaman, waktu, pengetahuan. Cara untuk menetapkan bahwa proses penelitian dapat dipertanggungjawabkan melalui audit *dependability* oleh auditor independent oleh dosen pembimbing.

3. *Transferability*

Transferability merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif.³³ Pertanyaan yang berkaitan dengan nilai transfer sampai saat ini masih dapat diterapkan/dipakai dalam situasi lain. Bagi peneliti nilai transfer sangat bergantung pada si pemakai, sehingga ketika penelitian dapat digunakan dalam konteks yang berbeda di situasi sosial yang berbeda validitas nilai transfer masih dapat dipertanggungjawabkan.

³³Arnild Augine Mekarisce, *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat* (Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Universitas Jambi, 2020), h. 150. Vol. 12. No. 12. Edisi 3.

4. *Confirmability*

Penelitian kualitatif uji *confirmability* berarti menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan. Apabila hasil penelitian merupakan fungsidari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *confirmability*.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam sebuah penelitian sangat dibutuhkan, bahkan merupakan bagian yang sangat menentukan dari beberapa langkah penelitian sebelumnya. Dalam penelitian kualitatif, analisis data harus seiring dengan pengumpulan fakta-fakta di lapangan. Teknik analisi data yang digunakan adalah deskriptif naratif. Teknik ini menurut Miles dan Huberman diterapkan melalui tiga alur, yaitu:³⁴

1. Reduksi data

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema yang sesuai dengan pokok permasalahan dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai.

³⁴Efrida Ita, *Manajemen Pembelajaran Pendidikan Anak Usia Dini Di TK Rutosoro Kecamatan Golewa Kabupaten Ngada Flores Nusa Tenggara Timur* (Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran: Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2018), h. 47. Vol 6. No. 1.

2. Penyajian data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Penyajian data yang telah diperoleh dari lapangan terkait dengan seluruh permasalahan penelitian, dipilih antara yang dibutuhkan dengan yang tidak, lalu dikelompokkan, kemudian diberikan batasan masalah. Dalam hal ini Miles dan Huberman menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

3. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga diteliti semakin jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Bentuk Perwajahan Halaman Satu Harian *Parepos* dalam Menarik Minat Pembaca

Pers telah menjadi bagian yang sangat penting dalam tatanan Negara maju. Hal ini karena pers memiliki kekuatan dan peranan strategis dalam mewarnai kehidupan ketatanegaraan. Pers berperan sebagai penyeimbang dan kontrol terhadap jalannya pemerintahan. Kekuatan inilah yang mengantarkan pers pada urutan keempat setelah eksekutif, legislatif dan yudikatif.

Oleh karenanya, agar kekuatan dan peran pers yang sangat besar itu tidak disalahartikan dan disalahtafsirkan, pers dituntut untuk menggunakan fungsinya dengan tepat, sesuai dengan standar jurnalisme yang benar. Pers juga harus memiliki peran penyeimbang agar tidak menjurus ke arah *trial by the press*. Inilah amanat yang akan dan harus diemban harian *Parepos*, sebagai satu-satunya media cetak di Kota Parepare yang lahir di tengah ketatnya persaingan penerbitan persuratkabaran di tanah air.

Sebelum beranjak pada bentuk perwajahan harian *Parepos* berikut sedikit gambaran mengenai *Parepos*:

1. Sejarah Singkat Harian *Parepos*

Sebelumnya *Parepos* dikenal dengan sebutan *Parepare Pos*, tetapi seiring berjalannya waktu *Parepare Pos* menjadi *Parepos*. Bergabung dengan Fajar Grup saat medianya telah diubah menjadi *Parepos*. Kehadiran *Parepos* tepatnya tanggal 18 Agustus tahun 2000, sekarang berusia 21 tahun. Sistem cetak pada tahun 2000 masih menggunakan disket dan foto dari kamera, kemudian dicetak, lalu dikirim ke Makassar. Selanjutnya dijemput kembali untuk disebar ke masyarakat.

“Sebelum ada *Parepos* ada namanya *Parepare Pos* kini pengembangannya dari *Parepos*, jadi nanti dia pada saat namanya sudah *Parepos* baru dia bergabung dengan Fajar Grup. Dulu sistem cetaknya itu orang masih pake disket di tahun 2000 itu. Jadi biasanya itu disket kemudian kamera fotonya itu dicuci baru dikirim ke Makassar baru dijemput lagi. Kemudian datang koran, nah itu koran yang disebar lagi, dan seiring berkembangnya teknologi dikirim saja mi lewat *e-mail*.”³⁵

Harian Pagi *Parepos* dikelola secara profesional oleh PT Ajatappareng Press Intermedia sejak tahun 2000. *Parepos* bernaung di bawah perusahaan bendera Fajar Grup/Jawa Pos Grup. *Parepos* terletak di wilayah Ajatappareng, tepatnya di Kota Parepare kota kelahiran presiden ketiga Republik Indonesia, B.J. Habibie. Harian Pagi *Parepos* dikelola para wartawan dan karyawan profesional, berusia muda, dinamis, dan sarat idealisme. Pengelolaan media *Parepos* penuh dengan ambisi, cita-cita, dan optimisme.

Alamat redaksi harian *Parepos* saat ini berada di jalan Bau Massepe No. 2 Parepare. Penerbit koran *Parepos* dengan misi Harian Pagi *Parepos* ini akan berada di barisan depan industri pers di Sulawesi Selatan. Selain idealisme, *Parepos* menampilkan informasi-informasi bisnis dan ekonomi, baik dalam skala lokal, regional, nasional maupun internasional.

Wilayah peredaran koran *Parepos* yaitu Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat, di antaranya Kabupaten Pinrang, Kota Parepare, Kabupaten Sidenreng Rappang, Kabupaten Barru, Kabupaten Enrekang, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, dan Kabupaten Polewali Mandar. Harga koran Rp4000/eksampler, dengan harga langganan Rp85.000 dalam kota, dan apabila di luar kota, disesuaikan dengan ongkos kirim.

³⁵Salman Razak, Devisi Personalia dan Produksi, dan Wakil Pemimpin Redaksi Harian *Parepos*, wawancara di kantor Harian *Parepos*, 25 Agustus 2021.

2. Profil Harian Parepos

Nama Surat Kabar	: Harian Pagi Parepos
Penerbit	: PT. Ajatappareng Press Intermedia
Perusahaan	: Fajar Grup/Jawa Pos
Percetakan	: PT. Fajar Utama Intermedia
Pemimpin umum	: H Mappiar HS
Pemimpin redaksi	: Ade Cahyadi
Wakil pemimpin redaksi	: Salman Razak
Redaktur Pelaksana	: Nurhalim Manik
Tagline	: Dekat Di Hati Pembaca
Koresponden	: Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat
Lokasi	: Jln. Bau Massepe No. 2 Parepare Telp. (0421) 25217, Fax. (0421) 25217

3. Struktur Redaksi Harian Parepos

Komisaris Utama	: H Mappiar HS
Komisaris	: H Suwardi Thahir
Pemimpin Redaksi	: Ade Cahyadi
Editor Daerah	: Muh Nur Halim
Editor Sulbar	: Salman Razak
Editor Ajatappareng	: Fatahuddin
Editor Parepare	: Anju Mandji
Reporter	: Supiana, Munandar Marzuki, Ichsan Mahmud, Asri Mursyid.
Manager Bagian Umum	: Muh Ahmad Reaka Pahlawan
Manager Iklan/Promosi	: Awaluddin
Marketing	: Nurbaya Made Ali, Rosmiati, Nurhani.
Tim Kreatif & Medsos	: Ilhab, Asfar BM, Ahmad Halede, Hindrawati, Syahrir Arsyad.
Pracetak	: Supriadi, Joko Reski

4. Logo Harian Parepos



Gambar 2.4 Logo Harian *Parepos*

Sumber: www.google.com

Keunggulan *Parepos* dibandingkan koran lain adalah tiba lebih pagi, dan penyebarannya lebih luas di Kota Parepare, Pinrang, Polmas, Barru, Sidrap, dan Enrekang. Keunggulan lain, *Parepos* lebih berkonsentrasi pada berita-berita lokal, tanpa mengabaikan berita nasional, regional, dan internasional. Koran ini dibaca para eksekutif, profesional, kalangan ekonomi atas dan menengah.

Dari penjelasan mengenai gambaran umum *Parepos*, dapat diketahui bahwa puncak keberhasilan media tidak lepas dari cara media tersebut mengatur dan mengelolah medianya. Perancangan perwajahan koran menjadi kekuatan terbesar media untuk tetap dicintai penikmatnya. Oleh karena itu, setiap media terkhusus media cetak tentu memiliki ciri atau karakteristik tersendiri dalam merancang perwajahan korannya, tidak terkecuali harian *Parepos*. Halaman utama menjadi unsur terpenting dalam menarik minat pembaca, mulai dari segi *layout* hingga penempatan posisi berita. Adapun bentuk perwajahan harian *Parepos* yaitu:

1. Grafis atau gambar yang dilengkapi dengan data yang akurat



Gambar 2.5 Foto Koran *Parepos* Dilengkapi dengan Data

Terbitan *Parepos* edisi Rabu 15 September 2021 menunjukkan bahwa gambar yang disajikan pada halaman 1 dilengkapi dengan data tentang “Forkopimda Kota Parepare memantau pelaksanaan tes SKD Di gedung *Islamic Center* Kota Parepare.” Kemudian gambar berikutnya tentang “Wali Kota Parepare, Dr HM Taufan Pawe didampingi Sekda Parepare, Iwan Assad saat secara virtual presentase ajang *South Sulawesi Investment Challenge* (SSIC) 2021. Pemkot Parepare terbaik pertama di ajang itu.” Kemudian gambar terakhir tentang “Bupati Barru H Suardi

Saleh melaunching pengiriman komoditas kacang tanah dari petani ke KIMA.”

Grafis atau gambar yang dimuat *Parepos* dalam koran, dilengkapi dengan data yang dijabarkan secara akurat. Khalayak saat membaca koran ataupun majalah dan sejenisnya, titik pandang pertama ialah tata letak atau gambar yang terdapat dalam sebuah koran. Sehingga, komposisi gambar (*layout*) merupakan komponen terpenting dalam membuat perwajahan koran terlihat menarik.

Harian *Parepos* dalam membuat desain (*layout*) koran menjadi lebih baik dan menarik, ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan sebelum koran dicetak dan disebarluaskan yaitu:

- a. Hirarki, artinya pembaca tidak sekilas membaca berita penting pada sebuah halaman, tetapi pembaca melihat dengan jelas apa yang terdapat dalam halaman koran. Maka tetapkan secara jelas yang menjadi jangkar (berita utama) di setiap halaman. Kemudian atur sebaik mungkin agar berita itulah yang pertama kali disimak pembaca, lalu berita-berita lainnya.
- b. Ciptakan, artinya buat atau ciptakan titik Pusat Pengaruh Visual (*Central Visual Impact/CVI*). Lebih dari 80 persen pembaca menelusuri halaman dengan mengikuti gambar-gambar yang mencolok atau gambar yang dominan. Hal yang harus paling mencolok mata ialah berita utama. Hal ini berlaku pada setiap halaman, bukan hanya halaman satu.
- c. Tertata, artinya informasi dalam sebuah halaman harus tertata rapi untuk menghindari kebingungan pembaca. Karena seperti diketahui kebanyakan penikmat atau pelanggan koran merupakan orang-orang sibuk yang memungkinkan muncul rasa bosan atau bingung saat membaca, jika berita tiap halaman koran tidak tertata rapi dan baik.

- d. Kontras, artinya halaman yang berhasil selalu memiliki elemen vertikal dan horizontal. Juga memiliki elemen yang dominan dan elemen sekunder. Juga dalam halaman koran selalu ada berita utama (*lead*), berita penting tapi bukan berita utama (dominan *headline*), dan beberapa berita *head* sekunder.
- e. Warna, warna bukan hanya sekadar hiasan atau kosmetik halaman, tapi warna harus digunakan untuk menginformasikan sesuatu. harian *Parepos* memiliki warna khusus tiap rubrikasi halaman korannya, seperti halaman metro warnanya hitam putih, dan halaman Ajatappareng juga memiliki warna khusus. Hal ini dikemukakan oleh Joko Reski sebagaimana berikut:

“Tergantung halaman dengan rubrikasi berita, sudah ditentukan kalau ajatappareng warnanya begitu, metro ada satu hitam putih ada satu warna, semua sudah ditentukan.”³⁶

Penggunaan warna yang paling tepat dan paling baik adalah pada foto dan grafik. Warna juga harus mempermudah pembaca, perlu diingat bahwa untuk urusan warna harus benar-benar membatasi nafsu.

- f. Tipografi, semakin banyak jenis huruf yang digunakan, maka semakin terpecah konsentrasi pembacanya. Oleh karena itu harus dicari kecocokan antara isi dengan jenis huruf yang harus digunakan.
- g. Beri Kejutan, artinya media harus mampu memberi kejutan pada setiap edisi beritanya agar pembaca selalu penasaran, dan menanti berita-berita selanjutnya. Kejutan itu mungkin bisa datang melalui foto, pilihan berita utama, atau grafik. Pastikan bahwa informasi yang disebarluaskan, membuat pembaca ikut merekomendasikan kepada orang lain untuk membacanya. Desain harus dapat menambah “daya

³⁶Joko Reski, *Layouter dan Devisi Pracetak Harian Parepos*, wawancara di Kantor Harian *Parepos*, 03 September 2021.

kejut”. Rahasiannya: istimewa kanlah salah satu dari unsur yang hendak dibuat sebagai kejutan tadi.

- h. Labrak Aturan, sebuah pepatah menyatakan peraturan dibuat untuk dilabrak! Betul, tapi harus memiliki alasan yang benar dan logis. Jika aturan yang dibuat terus-menerus diabaikan, maka konsistensi akan terpengaruh keluar jendela. Hasil desain yang dibuat akan jadi seperti reruntuhan bangunan. Hal ini tentu salah, karena tidak ada lagi penanda yang menjadi pegangan pembaca. Namun, jangan juga terlalu tunduk terhadap aturan yang ada, karena sudah pasti akan membuat pembaca jenuh terhadap berita tersebut.
- i. Konsisten, artinya letakkan seluruh unsur atau elemen halaman koran di tempat yang sama setiap hari. Jika di halaman ada kolom, ada rubrik, ada tabel, dan sebagainya, maka letakkan pada tempat yang sama setiap hari, sampai kemudian ada perubahan desain yang diputuskan. Dengan begitu, pembaca yang memiliki banyak kesibukan tidak mengambil banyak waktu untuk mencari informasi sebelum membacanya.
- j. Nyaman Dilihat, sebuah media harus mampu meramu tampilan atau perwajahan korannya, agar penikmatnya selalu nyaman dengan berita yang disuguhkan. Desain yang sederhana, tapi dinamis dan nyaman dipandang merupakan tujuan utama dari desain halaman. Namun, perlu diingat bahwa isi dari surat kabar lebih penting dari desainnya. Ingat juga bahwa desain hanya sebuah pengantar yang tugasnya memikat pembaca, lalu membawa pembaca ke isi berita.

Penjelasan di atas sesuai dengan ungkapan Salman Razak sebagai berikut:

“Yah kita perlu memberi beberapa hal dalam koran sebelum koran itu kita cetak. Seperti beri kejutan pada setiap berita supaya pembaca kita juga selalu penasaran dengan berita-berita selanjutnya. Pemilihan warnanya, tipografi juga harus kita perhatikan jangan

sampai karena terlalu banyak huruf kita gunakan malah memecah konsentrasinya pembaca. Kemudian apa lagi itu, tidak perlu terlalu berpacu pada aturan karna kadang itu malah membuat tulisan kita terkesan kaku. Usahakan juga tampilan koran yang kita buat itu nyaman dilihat, dan harus konsisten dalam membuat tata letak perwajahan. Hal ini supaya pembaca kita tidak pusing saat mencari informasi.”³⁷

Menilai foto atau gambar yang akan dimuat dalam sebuah koran tidak memiliki metode khusus, selain foto tersebut menarik dan memuat isu terpenting. Hal ini dikemukakan oleh Joko Reski sebagai berikut:

“Meskipun beritanya atau isunya menarik tapi fotonya tidak mendukung dan tidak berbicara dengan konteks berita itu, maka fotonya kita perkecil. Intinya fotonya harus menarik dan berbicara.”³⁸

Dari pernyataan di atas dapat diketahui bahwa grafik atau gambar yang dimuat memperhatikan beberapa hal; 1) kualitas gambar, 2) data atau informasi akurat dan menarik, dan 3) gambar sesuai dengan konteks beritanya.

³⁷Salman Razak, Devisi Personalia dan Produksi, dan Wakil Pemimpin Redaksi Harian *Parepos*, wawancara di kantor Harian *Parepos*, 25 Agustus 2021.

³⁸Joko Reski, *Layouter* dan Devisi Pracetak Harian *Parepos*, wawancara di Kantor Harian *Parepos*, 03 September 2021.

2. *Headline* ditempatkan pada bagian tengah



Gambar 2.6 *Headline* Koran Parepos

Merancang sebuah *headline* bukan pekerjaan yang hanya sekadar mengandalkan kreativitas, akal sehat, intuisi, atau pikiran kritis. Secara teknis, *headline* dituntut mudah dimengerti saat dibaca sekilas, dan dapat berkomunikasi secara cepat dengan ide yang tepat pula. Sebuah penelitian mengenai dua versi iklan yang sama dengan elemen-elemen iklan yang sama persis tetapi dengan *headline* yang berbeda, telah menimbulkan reaksi audiens secara berbeda pula. Hal ini menyebabkan para ahli berpendapat bahwa *headline* merupakan elemen yang paling penting dalam periklanan.

Media cetak *Parepos* sangat memperhatikan berita yang akan dijadikan *headline*. Beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh *Parepos* dalam menentukan *headline* untuk ditempatkan di halaman pertama, misalnya mengenai pembangunan kota atau daerah, *Parepos* akan mengangkat berita tersebut menjadi berita utama, karena menarik dan banyak aktivitas dari pembangunan tersebut yang perlu diungkap. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan Salman Razak bahwa:

“Untuk penentuan berita *headline* di halaman pertama itukan ada beberapa yang harus kita perhatikan, pertama ada yang disebut *agenda setting*. *Agenda setting* itukan memang kita yang rencanakan. *Agenda setting* itu sifatnya berita yang berlanjut, *headline* terus, seperti berita tentang fenomena pembangunan kota itu *Parepos* terus angkat *headlinenya* bahkan mungkin sampai besok masih ada, itu ditempatkan di halaman satu, itu menjadi *headline* kita. Mengapa? Karena menarik dan banyak aktivitas yang harus diungkap disitu.”³⁹

Headline menjadi salah satu unsur terpenting dalam iklan cetakan. Selain berfungsi menarik perhatian, *headline* juga berfungsi untuk mengikat dan mengunci perhatian target audiens. Dengan demikian *headline* mengemban tugas untuk menerangkan produk dan merek, serta mendorong target audiens untuk membaca *bodycopy*. Efektivitas fungsi *headline* utamanya tergantung pada strategi perancangannya.

³⁹Salman Razak, Devisi Personalia dan Produksi, dan Wakil Pemimpin Redaksi Harian *Parepos*, wawancara di kantor Harian *Parepos*, 25 Agustus 2021.

3. Berita *feature* ditempatkan pada bagian bawah atau bagian kaki koran



Gambar 2.7 Berita *Feature* Koran Parepos

Feature merupakan salah satu jenis berita yang di dalamnya mengandung rentetan kejadian, fakta, peristiwa, atau proses disertai penjelasan riwayat terjadinya, proses pembentukan ataupun cara kerjanya. Umumnya *feature* dimaksudkan untuk memberi hiburan, memberi bacaan yang sedap, enteng, rileks, dan ringan pengaturannya. Artinya *feature* ini seperti sebuah jeda setelah membaca berita yang berisi fakta-fakta keras mengenai ekonomi, militer, politik, sosial, perang, dsb.

Sedangkan *feature* perjalanan ialah informasi yang menjabarkan suatu perjalanan ke suatu tempat, dan mampu memikat dengan lika-liku perjalanannya. Dalam berita *feature* terdapat unsur *human interest* atau segala hal yang bisa menjadi daya tarik. Tulisan *feature* sedikit berbeda dengan berita. *Feature* lebih menceritakan sisi lain dari berita. Perbedaan yang paling menonjol antara berita biasa (*news*) dengan berita *feature* (*featured new*) terletak pada tujuannya.

Feature sering disebut dengan karangan khas. Ada juga yang menyebutnya jurnalistik sastra atau cerpen untuk karya jurnalistik. Ada juga yang menyebutnya berita kisah atau cerita laporan. *Feature* ialah tulisan hasil reportase (peliputan) mengenai sebuah objek atau peristiwa yang bisa bersifat memberikan informasi, mendidik, menghibur, meyakinkan, serta menggugah simpati atau empati pembaca. Umumnya *feature* sangat menekankan pada segi *human interest* atau daya tarik kemanusiaannya.

Gaya penulisan *feature* tidak terikat pada tata penulisan baku, dan tidak kaku seperti yang berlaku pada penulisan berita. Maka dapat disimpulkan bahwa *feature* merupakan karangan khas yang bersifat mengisahkan kepada pembaca mengenai suatu peristiwa atau pun objek dengan kata-kata, sehingga menarik pembaca masuk ke dalam suasana yang dijabarkan. Berita *feature* diharapkan mampu menghidupkan imajinasi pembaca, dengan membuat pembaca seolah-olah berhadapan langsung dengan objek atau bahkan merasakan langsung kisah yang diceritakan.

4. Berita profil atau tokoh ditempatkan pada bagian samping koran



Gambar 2.8 Berita Profil atau Tokoh Koran Parepos

Pada gambar 2.7 menunjukkan foto profil Nasruddin Yape yang merupakan Kepala Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BKPSDM) Barru. Berita edisi Rabu, 15 September 2021 mengenai pelaksanaan seleksi kompetensi dasar bagi CPNS lingkup Pemerintah Kabupaten (pemkab) Barru, beliau mengatakan bahwa jadwal tes seleksi kompetensi dasar CASN untuk Kabupaten Barru akan dilaksanakan di Makassar tepatnya di *Celebes Convention Center (CCC)*.

Media cetak *Parepos* selalu menyajikan informasi mengenai profil seseorang atau tokoh yang berpengaruh, dan memiliki cerita menarik untuk dijadikan berita. Berita profil atau tokoh ditempatkan pada bagian samping koran *Parepos*. Tujuan adanya berita mengenai tokoh ialah untuk memberikan edukasi dan inspirasi kepada pembaca.

Dari keempat bentuk perwajahan tersebut dapat diketahui bahwa karakter perwajahan harian *Parepos* tidak lepas dari berita *feature*, tokoh, penggunaan *headline* yang menarik, serta pemilih gambar dan grafis yang dilengkapi dengan data yang akurat. Hal ini diperkuat dengan ungkapan Salman Razak sebagaimana berikut:

“Jadi kalau misalnya kita ada grafis itukan kapasitas berita di halaman satu itu 4, *headlinenya* biasa di tengah, kemudian berita yang sifatnya *feature* itu di bawah atau di kaki namanya. Kemudian di samping itu biasa berita-berita profil, tokoh. Dan tentu pemilihan gambar yang akan kita gunakan harus selektif, dan gambar atau grafis ini harus ada datanya yang akurat bukan asal pilih gambar saja.”⁴⁰

Konsep perwajahan *Parepos* selalu mengutamakan berita penting dan berita menarik untuk ditempatkan pada halaman satu, dengan isu yang lebih mengarah kepada ekosistem masyarakat. Alasan utama berita penting dan berita menarik ditempatkan pada halaman satu, karena berita penting merupakan informasi yang dibutuhkan masyarakat, contoh berita penting yaitu mengenai kasus begal yang sering terjadi di Kota Parepare, hal ini tentu menjadi urgensi yang wajib ditangani oleh pemerintah kota, dan menjadi informasi yang harus diberitakan agar masyarakat setempat dan masyarakat pendatang lebih waspada saat bepergian.

Sedangkan alasan utama berita menarik ditempatkan di halaman pertama karena selain menjadi strategi media menarik perhatian khalayak, hal ini juga menjadi berita yang perlu diketahui masyarakat untuk

⁴⁰Salman Razak, Devisi Personalia dan Produksi, dan Wakil Pemimpin Redaksi Harian *Parepos*, wawancara di kantor Harian *Parepos*, 25 Agustus 2021.

menambah informasi atau bahkan memberi edukasi dan inspirasi kepada pembaca, contoh berita menarik bisa mengenai aksi sosial, mengenai karya-karya pemuda, dan lain-lain.

“Jadi di halaman satu itu berita penting dan menarik, kemudian isunya lebih kepada takaran ekosistem masyarakat. jadi memang itu berita jauh hari sebelumnya sudah terencana, jadikan dalam membuat sebuah isu kan ada beberapa langkah yang harus kita lakukan, kemudian penentuannya itu harus betul-betul kita diskusi dengan redaksi.”⁴¹

Parepos selalu mengutamakan berita penting dan berita menarik pada perwajahan halaman satunya. Isu yang mereka angkat lebih pada takaran ekosistem masyarakat dengan melalui beberapa proses, mulai dari perencanaan kemudian menentukan berita melalui diskusi dengan redaksi. Jadi, *Parepos* dalam memilih berita untuk di tempatkan di halaman satu selalu menutamakan berita penting dan menarik.

B. Strategi Perwajahan Halaman Satu Harian *Parepos* dalam Menarik Minat Pembaca

Untuk mendapatkan hasil perwajahan yang baik sekaligus mendapatkan perhatian khalayak dalam sebuah perusahaan koran tentunya dibutuhkan cara atau strategi dalam penyusunan unsur-unsur *layout*-nya. Adapun beberapa strategi harian *Parepos* dalam penyusunan konsep perwajahannya yaitu:

1. Menekankan pada beberapa jenis karakter perwajahan

Perwajahan koran menjadi unsur terpenting dalam menarik minat pembaca, maka diperlukan cara atau strategi yang mumpuni dalam penyusunannya. Perwajahan koran merupakan penyusunan unsur-unsur desain berupa garis, bidang, warna ke dalam suatu halaman yang disebar

⁴¹Salman Razak, Devisi Personalia dan Produksi, dan Wakil Pemimpin Redaksi Harian *Parepos*, wawancara di kantor Harian *Parepos*, 25 Agustus 2021.

melalui media cetak secara kasatmata (visual). Lebih sederhana lagi bahwa perwajahan ialah proses rancang, olah grafis dan tata letak (*layout*) halaman surat kabar. Penyusunan konsep perwajahan *Parepos* sendiri menerapkan beberapa karakter perwajahan di antaranya:

a. *News* (berita)

Karakter *News* atau berita dalam perwajahan *Parepos* lebih cenderung menyajikan berita-berita atau kejadian tentang peristiwa-peristiwa terhangat serta isu-isu terkini. Berita yang diangkat bisa berasal dari media *online* yang kemudian berita tersebut dikembangkan, dilengkapi, didalami, dan diperkuat dengan grafis. Hal itu diungkapkan oleh Salman Razak sebagai berikut:

“*Parepos* kan juga ada didukung oleh *parepos.co.id*, jadi kalau ada isu yang tadi kan kita bisa berpakar tapi isu itu yang kita kembangkan, dilengkapi, didalami lagi terus-menerus, kemudian kita buat grafis, jadi itulah yang memperkuat *Parepos* sampai saat ini.”⁴²

Media cetak menjadi media yang mendominasi bagi penyebaran informasi. Pers media cetak juga menjadi media *main stream* di dunia bisnis informasi. Namun, seiring perkembangan teknologi, dominasi industri media cetak mulai terancam tergeser. Munculnya internet yang melahirkan pers digital dan multimedia mengubah total industri media massa. Dalam sepuluh tahun terakhir, setelah media cetak mulai terusik dengan kehadiran internet, hampir semua perusahaan media cetak membuat produk baru berupa media *online*. Hal ini juga diterapkan harian *Parepos* yaitu membuat produk berupa media *online* yaitu *parepos.co.id*. sehingga *Parepos* tidak hanya bisa diakses melalui media cetak saja , tetapi juga bisa melalui media *online*.

⁴²Salman Razak, Devisi Personalia dan Produksi, dan Wakil Pemimpin Redaksi Harian *Parepos*, wawancara di kantor Harian *Parepos*, 25 Agustus 2021.

b. Pelayanan Masyarakat

Informasi mengenai pelayanan masyarakat dalam perwajahan *Parepos* merupakan komponen terpenting dalam menyajikan berita. Selain menjadi kebutuhan masyarakat, *Parepos* berusaha mendorong usaha atau bisnis masyarakat khususnya dalam bidang kuliner agar tetap eksis. Jenis masalah pelayanan publik juga menjadi perhatian khusus harian *Parepos* seperti; pelayanan sampah, jalanan rusak, air PDAM macet. Semua keluhan masyarakat selalu diberikan ruang, lalu dijawab oleh instansi terkait. Hal itu diungkapkan Salman Razak sebagaimana berikut:

“Ada layanan masyarakat, jenis masalah layanan publik itu semua masalah kebutuhan masyarakat. Kaya pelayanan; pelayanan sampah, jalanan rusak, air PDAM macet. Jadi semua keluhan masyarakat yang masuk semua itu kita berikan ruang, dijawab oleh instansi terkait. Sasaran pembaca *Parepos* itu kan semua segmen atau kalangan. Jadi misal mengenai makanan yang lagi viral, itu kita coba adopsi dalam sebuah berita, dimana segmennya mendorong usah-usaha kuliner supaya tetap eksis.”⁴³

Rubrik berita mengenai pelayanan masyarakat menjadi sajian utama *Parepos* dalam mempublikasikan berita. Selain berita tersebut merupakan kebutuhan masyarakat, kehadiran *Parepos* juga diharapkan menjadi penyambung lidah antara masyarakat dengan instansi terkait mengenai segala keluhan atau permasalahan yang terjadi.

c. Pembangunan-pembangunan

Karakter pembangunan dalam perwajahan *Parepos* lebih cenderung menyajikan berita mengenai pembangunan kota yang pemberitaannya telah direncanakan (*agenda setting*), dan sifat beritanya berlanjut. Biasanya berita mengenai pembangunan kota

⁴³Salman Razak, Devisi Personalia dan Produksi, dan Wakil Pemimpin Redaksi Harian *Parepos*, wawancara di kantor Harian *Parepos*, 25 Agustus 2021.

selalu ditempatkan di halaman satu, dan dijadikan *headline*. Tidak hanya seputar pembangunan Kota Parepare yang menjadi pusat perhatian *Parepos* dalam memberitakan mengenai pembangunan, daerah Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat juga menjadi elemen penting dalam memberitakan mengenai pembangunan kota maupun daerah. Hal itu diungkapkan Salman Razak sebagaimana berikut:

“*Agenda setting* itu kan memang kita yang rencanakan. *Agenda setting* itu sifatnya berita yang berlanjut, *headline* terus, seperti berita tentang fenomena pembangunan kota itu *Parepos* terus angkat *headline*-nya bahkan mungkin sampai besok masih ada, itu ditempatkan di halaman satu, itu menjadi *headline* kita. Mengapa? Karena menarik dan banyak aktivitas yang harus diungkap disitu. Makanya komposisi gambar atau foto itu harus berbicara semua dari berita-berita yang menjadi *headline*, jadi biasanya halaman satu paling terakhir dikerja, meskipun sudah selesai proses editing disini, tapi *layout* juga harus dia punya kreasi.⁴⁴”

Strategi yang sering digunakan *Parepos* dalam memperoleh peluang untuk tetap eksis di tengah menjamurnya media *online*, yaitu membuat *agenda setting* yang sifat beritanya berlanjut. Misalnya berita mengenai fenomena pembangunan kota, berita tersebut bisa menjadi *headline* karena selain menarik juga banyak aktivitas yang perlu diungkap. Oleh karena itu, halaman satu selalu paling lambat selesai pengerjaannya karena media harus memperkuat kembali isu, melakukan pendalaman-pendalaman, dan membuat *framing* mengenai berita yang akan dipublikasikan serta memperhatikan komposisi gambar yang akan dimuat.

⁴⁴Salman Razak, Devisi Personalia dan Produksi, dan Wakil Pemimpin Redaksi Harian *Parepos*, wawancara di kantor Harian *Parepos*, 25 Agustus 2021.

d. *Feature* dan Tokoh

Karakter *feature* dalam perwajahan *Parepos* cenderung menyajikan berita mengenai informasi yang mampu menggugah masyarakat, dan mengenai pendidikan yang mengedukasi. Berita *feature Parepos* lebih banyak mengangkat berita mengenai aksi sosial atau mengenai segala sesuatu yang menginspirasi. Pada halaman satu *Parepos* berita *feature* ditempatkan di bagian bawah atau di bagian kaki koran.

Sedangkan karakter tokoh dalam perwajahan *Parepos* cenderung menyajikan berita mengenai sosok atau tokoh yang memiliki cerita dan kisah yang menarik untuk diberitakan. Berita tentang tokoh ditempatkan di bagian samping koran. Hal itu diungkapkan Salman Razak sebagai berikut:

“Berita di kaki itukan di bawah, itu lebih banyak tentang *feature*. Kriteria *feature* agar bisa berada di halaman satu tentu bagaimana *feature* itu mampu menggugah masyarakat, atau mengenai pendidikan yang bisa mengedukasi. Biasanya kalau berita-berita *feature* kalau bukan tentang aksi sosial biasa juga karena inspirasi. Berita disamping kiri biasa tentang sosok atau tokoh yang menarik untuk diberitakan.”⁴⁵

Pada bagian bawah atau bagian kaki koran *Parepos* lebih banyak memuat berita mengenai *feature*. Kriteria *feature* agar berada di halaman satu tentu harus mampu menggugah masyarakat, dan mengenai pendidikan yang bisa mengedukasi. Sedangkan pada bagian samping koran berita mengenai sosok atau tokoh yang menarik untuk diberitakan.

⁴⁵Salman Razak, Devisi Personalia dan Produksi, dan Wakil Pemimpin Redaksi Harian *Parepos*, wawancara di kantor Harian *Parepos*, 25 Agustus 2021.

e. Komposisi Gambar/Tata Letak (*layout*)

Pada dasarnya *layout* dapat diartikan sebagai tata letak elemen-elemen desain ke dalam suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang dibawanya. *Me-layout* adalah salah satu proses tahapan kerja dalam desain. Dapat dikatakan bahwa desain merupakan arsiteknya, sedangkan *layout* adalah pekerjaannya.

Wirya mengatakan bahwa tata letak ialah meramu segala unsur grafis, meliputi warna, bentuk, merek, ilustrasi, tipografi menjadi suatu kesatuan baru yang disusun dan ditempatkan pada halaman kemasan secara utuh dan terpadu. Tujuan utama *layout* atau tata letak ialah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.

Komposisi gambar atau tata letak menjadi tolak ukur *Parepos* dalam menyajikan berita. Tata letak menjadi unsur terpenting dalam menarik minat pembaca, tanpa *layout* sebuah koran akan terlihat mati. Jika *layout* koran *Parepos* tidak ada maka berita hanya bisa dipublish di media *online*, dan tidak dimasukkan di media cetak. Hal itu diungkapkan Joko Reski sebagai berikut:

“Komposisi gambar yang menjadi tolak ukur *Parepos*. Pemasahannya, kan pemasangan gambar itu bisa *landscape* bisa juga *potret*. Tanpa *layout* tidak hidup koran, dari editor itu cuma ngedit beritanya cuma teks saja, kalau tidak ada *layout* maka berita itu cuma bisa dimuat di media *online*, tidak dimasukkan ke cetak. Jadi bagaimana itu membuat berita menjadi hidup kedalam bentuk koran.”⁴⁶

Dari uraian wawancara tersebut strategi paling utama *Parepos* dalam menampilkan perwajahan adalah modifikasi produk. Artinya *Parepos* tidak hanya *stuck* pada satu atau dua rubrik berita saja, tetapi

⁴⁶Joko Reski, *Layouter dan Devisi Pracetak Harian Parepos, wawancara di Kantor Harian Parepos, 03 September 2021.*

selalu mengikuti isu-isu terkini, bisa mengenai politik, *life style*, kuliner, pelayanan masyarakat, dan lain-lain. Namun, meski demikian *Parepos* selalu meramu beritanya serta memperhatikan visual yang ada pada korannya agar selalu menarik untuk dibaca khalayak.

2. Merancang perwajahan melalui perencanaan yang matang

Perancangan merupakan sebuah proses pembuatan dari merancang atau mendesain hingga menciptakan bentuk yang mengandung kaidah atau makna. Nilai dari wujud termasuk tema perancangan, dan gaya desain akan membantu strategi kreatif visual yang dipakai dalam perencanaan pembuatan perwajahan suatu koran.

Pada tahap perencanaan media harus teliti dalam segala aspek yang memungkinkan adanya kesalahan. Tahap inilah yang menjadi penentu hasil dari perwajahan yang dibuat, entah itu menarik atau terlihat biasa saja. Media juga harus mengetahui kebutuhan konsumennya, tidak asal dalam menginformasikan.

Sebelum membuat suatu perwajahan dibutuhkan sebuah konsep perwajahan yang melalui perencanaan, dan didasari oleh persiapan-persiapan yang matang. Hal inilah yang selalu harian *Parepos* berusaha terapkan dalam proses pembuatan halaman seperti yang dikemukakan oleh Salman Razak sebagai berikut:

“Dalam merancang perwajahan *Parepos* harus melibatkan semua devisi, jadi kita ada namanya perencanaan memang *to*, misalnya perwajahannya harus seperti ini kita sudah rancang memang jauh-jauh sebelumnya. Semua wartawan, reporter, *layout* semua terlibat dalam perancangan perwajahan.”⁴⁷

Sejalan dengan yang diungkapkan wakil pemimpin redaksi harian *Parepos* bahwa untuk memperoleh suatu perwajahan yang terbaik

⁴⁷Salman Razak, Devisi Personalia dan Produksi, dan Wakil Pemimpin Redaksi Harian *Parepos*, wawancara di kantor Harian *Parepos*, 25 Agustus 2021.

membutuhkan perencanaan yang matang dengan melibatkan semua devisi. Semua terseleksi dan terfilter, maksudnya semua yang ditampilkan di halaman depan itu melalui tahap seleksi baik itu berupa berita, foto serta grafik. Dalam proses rancangan perwajahan harian *Parepos* terlebih dahulu melakukan tinjauan tentang isi-isu berita peristiwa terhangat. Dalam hal penentuan tampilan perwajahan harian *Parepos* lebih cenderung bermain grafik dan foto. Foto yang ditampilkan diusahakan yang terbaik sedangkan ketika bermain grafik, data yang disajikan adalah data yang sangat akurat.

3. Menyajikan konten perwajahan yang tidak kaku

Agar tampilan perwajahan lebih menarik dan mendapat perhatian dari khalayak atau pembaca maka sebuah media surat kabar harus mampu menganalisa kekuatan, kelemahan dan peluang serta ancaman perwajahannya agar perwajahan yang ditampilkan dapat menarik pelanggan. Tidak hanya itu, isi dari perwajahan yang disajikan harus mampu memenuhi kebutuhan serta keinginan pembaca.

Dalam hal ini diperlukan suatu strategi serta perencanaan yang mendalam agar perwajahan dan konten yang disajikan tetap menarik konsumen. Untuk konten perwajahan harian *Parepos* dalam penyajiannya menggunakan tampilan perwajahan yang tidak kaku serta menggunakan gaya penulisan yang tetap mengikuti pedoman yang ada (KBBI). Kadang menggunakan Bahasa-bahasa semantik untuk menarik minat pembaca. Kontennya lebih menekankan pada berita-berita terhangat yang dilengkapi dengan foto atau grafis. Hal ini diungkapkan Salman Razak sebagai berikut:

“Tetap kita mengikuti KBBI kita ikuti pedoman yang ada, kadang kita juga menggunakan Bahasa-bahasa semantik untuk menarik pembaca, dan kita selalu upayakan agar berita-berita yang ditampilkan tidak kaku. Meski sebenarnya dalam menulis juga itukan bukan hanya sekedar memberikan informasi, tetapi bagaimana kita mengedukasi

pembaca untuk taat pada pada penggunaan-penggunaan Bahasa yang diatur oleh KBBI.”⁴⁸

Dari uraian wawancara tersebut kita dapat menyimpulkan bahwa perwajahan yang ditampilkan tidak terlalu kaku. Artinya tampilan perwajahan harian *Parepos* itu selalu menyajikan berita-berita terhangat dengan menampilkan foto dari peristiwa sehingga pembaca lebih cepat memahami isi dari perwajahan yang ditampilkan. Mengingat sasaran pembaca *Parepos* mencakup seluruh kalangan, maka penulisan beritanya sebiasa mungkin menggunakan diksi yang dipahami seluruh kalangan. Hal ini sesuai dengan pendapat Taufan Wijaya dalam bukunya yang berjudul “*Photo Story Handbook, Panduan Membuat Foto Cerita*” menyatakan bahwa foto jurnalistik sangat bernilai berita, dan dengan foto dapat membuat orang lebih cepat paham dengan isi berita. Foto merupakan salah satu daya tarik terbesar pembaca dalam mencari berita, aspek penting dalam foto jurnalistik adalah foto harus mengandung unsur fakta, informatif, dan mampu bercerita.⁴⁹

Sedangkan jika perwajahan memuat konten berupa isu-isu yang berkembang, maka harian *Parepos* menampilkan sebuah grafik yang bahannya lebih mendalam. Maksudnya data-data yang disajikan digrafik tersebut lebih lengkap dan akurat sehingga pembaca lebih cepat menangkap dan paham maksud grafik yang ditampilkan. harian *Parepos* juga sering membuat ilustrasi terhadap berita yang tidak memungkinkan diliput di tempat kejadian. Misalnya berita mengenai jemaah umrah, maka *Parepos* biasa mengambil ilustrasi dari *google*. Hal itu diungkapkan Joko Reski sebagai berikut:

“Di *Parepos* ada ilustrasi-ilustrasi. Seperti misalnya sekarang jemaah umrohkan lagi bumung-bumingnya, tapikan kita di Parepare susahki

⁴⁸Salman Razak, Devisi Personalia dan Produksi, dan Wakil Pemimpin Redaksi Koran Harian Parepos, wawancara di kantor Harian Parepos, 25 Agustus 2021.

⁴⁹Taufan Wijaya, *Photo Story Handbook Panduan Membuat Foto Cerita* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), h. 5.

teropong sekarang pelaksanaan umrah disana, makanya biasa kita ambil ilustrasi di *google*-kah, atau dimanakah untuk mendukung pemberitaan masalah umrah.”⁵⁰

Kelemahan media cetak *Parepos* ialah fasilitasnya yang kurang memadai seperti teknologi pembuat karikatur. Mengingat koran saat ini lebih banyak bermain grafis seperti karikatur, tentu hal tersebut menjadi kekhawatiran *Parepos* untuk tetap dicintai pembacanya. Namun, untuk tetap diminati para pembaca *Parepos* kadang membuat ilustrasi-ilustrasi mengenai sebuah kejadian atau kegiatan. Misalnya mengenai pelaksanaan umrah, untuk mendukung beritanya *Parepos* membuat ilustrasi melalui *google* atau di mana saja untuk mendukung pemberitaan masalah umrah.

4. Melakukan evaluasi setiap waktu

Evaluasi merupakan tahap terpenting dalam manajemen sebuah organisasi ataupun instansi. Setelah melakukan perencanaan kemudian pelaksanaan, langkah selanjutnya adalah evaluasi atau peninjauan kemajuan terhadap pencapaian hasil akhir, dan pengambilan tindakan pembetulan ketika kemajuan tersebut tidak terwujud.

Evaluasi dilakukan untuk menghindari kemungkinan kesalahan dalam pembuatan perwajahan, karena perwajahan sebelum dipublikasikan perlu dievaluasi, baik dari segi isi materi, segi edukatif maupun dari segi teknik permediaan sebelum dikonsumsi oleh khalayak, agar perwajahan yang disajikan memenuhi persyaratan sebagai media pendidikan terbaik. Evaluasi media yang dimaksudkan untuk melindungi dari hal-hal yang tidak dapat dipertanggungjawabkan.

Beranjak dari kekhawatiran tersebut harian *Parepos* pun selalu mengupayakan agar hal-hal yang tidak diinginkan tersebut tidak terjadi. Untuk menghindari hal tersebut harian *Parepos* harus selalu melakukan

⁵⁰Joko Reski, *Layouter dan Devisi Pracetak Harian Parepos, wawancara di Kantor Harian Parepos, 03 September 2021.*

evaluasi setiap waktu. Bahkan setiap hari wajib melakukan evaluasi serta mengoreksi dari hal sekecil apapun baik dari segi penulisan, tampilan foto, desain grafik dan lain-lain. Hal ini diperkuat dari hasil wawancara berikut:

“Setelah berita terbit itu kita evaluasi kembali apakah ini berita kita harus naikkan kembali atau bagaimana. Jadi penjelasan kemarin kan kita sudah buat yang namanya isu *setting to agenda setting* kemudian *preming*. Itu kalau *agenda setting* adalah berita-berita yang berlanjut, misalnya hari ini *headline* dengan isu A misalnya, jadi besoknya lagi kita lanjutkan ini berita A itu namanya *agenda setting*. Itu berarti evaluasi terus berjalan setiap hari sampai parepos terbit.”⁵¹

Sejalan dengan hasil wawancara tersebut bahwa proses evaluasi wajib dilakukan. *Parepos* melakukan evaluasi setiap waktu bahkan setiap hari, karena *Parepos* merupakan koran yang terbit setiap hari, kecuali Ahad dan hari libur lainnya. Untuk proses evaluasinya mereka mengoreksi produk mereka dari hal sekecil apapun yaitu mengoreksi dari segi penulisan artinya setiap tulisan dikoreksi baik penggunaan huruf, kalimat maupun penggunaan bahasa asing, dan yang paling penting penerapan bahasa jurnalistik kemudian penggunaan foto harus sesuai dengan berita yang disajikan.

Kekurangan media cetak *Parepos* ialah fasilitasnya yang kurang memadai seperti teknologi pembuat karikatur. Perwajahan koran lebih bermain grafis seperti karikatur, dan sebagainya. Sedangkan media cetak *Parepos* belum dilengkapi dengan fasilitas teknologi yang canggih, meski tenaga pembuatnya sudah ada.

“Kekurangannya kita itu, sekarangkan wajah-wajah koran lebih bermain ke grafis, kaya misal karikatur apalah semua. Meski sebenarnya kita ada tenaga karikatur tetapi pendukung teknologi pembuatan grafis ini masih belum memadai, harus menggunakan komputer yang betul-betul khusus, ada memang aplikasi khusus untuk desain grafis. Seperti kita masih mengandalkan foto kamera, betul-

⁵¹Salman Razak, Devisi Personalia dan Produksi, dan Wakil Pemimpin Redaksi Harian *Parepos*, wawancara di Kantor Harian *Parepos*, 25 Agustus 2021.

betul kamera apakah itu kamera DSLR atau kamera *handphone* yang kapasitasnya sudah *full HD*.”⁵²

Hal ini sesuai dengan pendapat Yuyun bahwa salah satu faktor yang harus diperhatikan agar surat kabar dapat dinilai bagus dan memikat adalah “perwajahan” atau lebih dikenal dengan istilah *layout* atau tata letak. Namun untuk mendukung hal tersebut dibutuhkan sumber daya manusia yang mumpuni, dan perlu didukung oleh teknologi yang memadai.⁵³

Berdasarkan hasil wawancara tersebut mengenai 1) bentuk perwajahan halaman satu harian *Parepos* dalam menarik minat pembaca, dan 2) strategi perwajahan halaman satu harian *Parepos* dalam menarik minat pembaca, sesuai dengan Teori George R. Terry (POAC), Teori Media, dan Analisis SWOT:

1. Teori George R. Terry (POAC)

Manajemen sangat penting bagi setiap aktivitas individu atau kelompok dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Manajemen berorientasi pada proses, yang berarti bahwa manajemen membutuhkan sumber daya manusia, pengetahuan, dan keterampilan agar aktivitas menjadi lebih efektif atau dapat menghasilkan tindakan dalam mencapai kesuksesan. Ada 4 fungsi manajemen yang dikenal sebagai POAC yaitu; *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling*.

Keberhasilan media cetak *Parepos* tidak lepas dari cara manajemen medianya yang baik. Sebuah media akan sukses dalam pemberitaannya apabila media itu mampu memajemen segala aktivitasnya dengan baik. Hal ini diungkapkan Salman Razak sebagai berikut:

⁵²Joko Reski, *Layouter dan Devisi Pracetak Harian Parepos, wawancara di Kantor Harian Parepos*, 03 September 2021.

⁵³Yuyun Yuningsih, *Peran Perwajahan Dalam Surat Kabar* (Jurnal Komunikasi: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan, 2019), h. 607. Edisi 7. Vol. 3.

“Sudah *pastimi* kita terapkan ini manajemen setiap menjalankan aktivitas. Mulai dari merencanakan segala sesuatu yang dibutuhkan, mengorganisasikan atau membentuk divisi-divisi disertakan dengan tugasnya masing-masing, kemudian kita melakukan pergerakan, mulai dari pencarian berita, mengelolah berita, mengedit berita sampai perancangan tata letak. Terakhir kita lakukan evaluasi mengenai segala aspek yang masih memungkinkan adanya kesalahan. Jadi tidak mungkin media itu bisa bertahan kalau tidak ada manajemen yang baik di dalamnya.”⁵⁴

Sebuah instansi ataupun organisasi tidak akan sukses atau berhasil apabila tidak menerapkan manajemen dengan baik. Sama halnya media, sebuah media baik media *online* maupun media cetak akan sukses dalam pemberitaan dan hubungan bisnisnya dengan instansi tertentu apabila media tersebut mampu memajemen segala aktivitasnya dengan baik.

2. Teori Media

Media adalah semua alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Media yang digunakan di sini ialah media cetak *Parepos*. *Parepos* memiliki pengaruh besar dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat, selain memberikan informasi juga diharapkan mampu memberi perubahan-perubahan positif dalam lingkungan masyarakat.

Sistem komunikasi yang semakin rumit dan kompleks menjadikan peran media menjadi penting, dan dibutuhkan oleh khalayak. Kehadiran *Parepos* diharapkan menjadi media aspirasi masyarakat untuk membangun daerah Parepare, dan sekitarnya khususnya kawasan Ajatappareng. Hal ini diungkapkan Salman Razak sebagai berikut:

⁵⁴Salman Razak, Devisi Personalia dan Produksi, dan Wakil Pemimpin Redaksi Harian *Parepos*, wawancara di kantor Harian *Parepos*, 25 Agustus 2021.

“Filosofi lahirnya *Parepos* yaitu *Parepos* ini diharapkan hadir untuk mengedukasi dan bersama daerah di sekitar Parepare khususnya kawasan Ajatappareng Barru, Pinrang, Sidrap, dan Enrekang untuk membangun daerahnya.”⁵⁵

Sebagai satu-satunya media cetak di kawasan Ajatappareng, *Parepos* dituntut untuk selalu *up to date*, terpercaya, dan berimbang. Lahirnya ratusan saluran televisi, internet, serta *new media* yang memberi peluang kepada masyarakat menyesuaikan dengan kebutuhan, merancang sesuai selera, dan mengkreasi ini media. Sehingga *Parepos* diharapkan mampu menjadi alat atau sarana yang paling efektif untuk digunakan dalam menyampaikan pesan kepada khalayak.

3. Teori Semiotika media

Perwajahan koran menjadi unsur terpenting dalam menarik minat pembaca. Perwajahan koran merupakan penyusunan unsur-unsur desain berupa garis, bidang, warna ke dalam suatu halaman yang disebarkan melalui media cetak secara kasatmata. Dalam memperoleh sebuah perwajahan yang terbaik tentunya membutuhkan perencanaan yang matang dengan melibatkan semua devisi. Sama halnya *Parepos* selalu melibatkan semua devisi untuk proses perwajahan korannya. Semua terseleksi dan terfilter, maksudnya semua yang ditampilkan di halaman depan harus melalui tahap seleksi baik itu berupa berita, foto ataupun grafik.

“Ada namanya perencanaan, sebelum ini setelah selesai berita kita diskusi melalui grup *whatsapp*, besok tindak lanjuti ini dll. Jadi wartawan yang ditugaskan di lapangan itu yang bekerja mencari itu data, mengumpulkan semua data yang ada. Setelah berita terbit itu kita evaluasi kembali apakah ini

⁵⁵Salman Razak, Devisi Personalia dan Produksi, dan Wakil Pemimpin Redaksi Harian *Parepos*, wawancara di kantor Harian *Parepos*, 25 Agustus 2021.

berita kita harus naikkan kembali atau bagaimana. Jadi penjelasan kemarin kankita sudah buat yang namanya isu *setting to agenda setting* kemudian *freming*. Itu kalau *agenda setting* adalah berita-berita yang berlanjut, misalnya hari ini *headline* dengan isu A misalnya, jadi besoknya lagi kita lanjutkan ini berita A itu namanya *agenda setting*. Itu berarti evaluasi terus berjalan setiap hari sampai *Parepos* terbit.”⁵⁶

Dari uraian wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa segala konten atau isu yang dimuat dalam perwajahan *Parepos* melalui proses perencanaan yang matang. Hal tersebut dilakukan untuk menghindari kemungkinan kesalahan dalam membuat perwajahan, karena sebelum perwajahan dipublikasikan perlu melalui tahap perencanaan dan perlu dievaluasi, baik dari segi isi, segi edukatif maupun dari segi teknik permediaan. Hal ini sejalan dengan teori semiotika bahwa mempelajari media sama halnya mempelajari makna dari mana asalnya, seperti apa, seberapa jauh tujuannya, bagaimana memasuki materi media, dan bagaimana hal tersebut berkaitan dengan pemikiran kita sendiri. Dalam konteks media massa, khususnya media cetak kajian semiotika ialah mengusut ideologi yang melatari pemberitaan.

⁵⁶Salman Razak, Devisi Personalia dan Produksi, dan Wakil Pemimpin Redaksi Harian *Parepos*, wawancara di kantor Harian *Parepos*, 25 Agustus 2021.

BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis tentang strategi redaksi harian *Parepos* menarik minat pembaca melalui perwajahan halaman satu, maka dapat ditarik kesimpulan berikut:

1. Bentuk Perwajahan Halaman Satu Harian *Parepos* Dalam Menarik Minat Pembaca

Bentuk perwajahan harian *Parepos* dalam menarik minat pembaca yaitu:

Pertama grafis atau gambar yang disajikan dilengkapi dengan data yang akurat. Berita yang dimuat di *Parepos* harus dilengkapi dengan data yang akurat. Khalayak saat membaca koran ataupun majalah dan sejenisnya, titik pandang pertama ialah tata letak atau gambar. Sehingga komposisi gambar merupakan komponen terpenting dalam membuat perwajahan koran terlihat menarik.

Kedua, *headline* ditempatkan pada bagian tengah. *Headline* dalam harian *Parepos* dituntut mudah dimengerti saat dibaca sekila. *Headline* menjadi salah satu unsur terpenting dalam iklan cetakan. Selain berfungsi menarik perhatian, *headline* juga berfungsi untuk mengikat dan mengunci perhatian target pembaca.

Ketiga, berita *feature* di tempatkan pada bagian bawah atau bagian kaki koran. Umumnya *feature* dimaksudkan untuk memberi hiburan, memberi bacaan yang mudah dipahami, enteng, rileks, dan ringan pengaturannya. *Parepos* dalam menyajikan berita *feature* dituntut mudah dipahami, agar pembaca seolah ikut larut dalam informasi yang disajikan penulis. Berita *feature Parepos* lebih menekankan pada edukasi, inspirasi, dan *human interest*.

Keempat, berita profil atau tokoh ditempatkan pada bagian samping koran. Media cetak *Parepos* selalu menyajikan informasi mengenai profil seseorang atau tokoh yang berpengaruh, dan memiliki cerita menarik untuk dijadikan berita.

2. Strategi Redaksi Harian *Parepos* Menarik Minat Pembaca Melalui Perwajahan Halaman Satu

Strategi perwajahan harian *Parepos* dalam menarik minat pembaca yaitu:

Pertama menekankan pada beberapa karakter perwajahan. Harian *Parepos* dalam menampilkan perwajahan adalah modifikasi produk. Artinya *Parepos* tidak hanya *stuck* pada satu atau dua rubrik berita saja, tetapi selalu mengikuti isu-isu terkini, bisa mengenai politik, *life style*, kuliner, pelayanan masyarakat, dan lain-lain.

Kedua, merancang perwajahan melalui perencanaan yang matang. Harian *Parepos* dalam memperoleh perwajahan yang terbaik membutuhkan perencanaan yang matang, dan perencanaan ini melibatkan semua divisi. Semua yang ditampilkan di halaman depan melalui tahap seleksi baik itu berupa berita, foto ataupun grafik.

Ketiga, menyajikan konten perwajahan yang tidak kaku. Untuk konten perwajahan harian *Parepos* dalam penulisannya tetap mengikuti pedoman yang ada (KBBI). Kadang menggunakan bahasa semantik untuk menarik minat pembaca.

Keempat, melakukan evaluasi setiap waktu. Untuk menghindari kemungkinan kesalahan dalam membuat perwajahan *Parepos* selalu melakukan evaluasi setiap waktu.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya, maka peneliti mengajukan beberapa saran kepada pihak terkait dengan penelitian ini sebagaimana berikut:

1. Perusahaan media cetak *Parepos*

Sebagai wadah informasi pertama masyarakat agar lebih memperhatikan berita atau infirmasi yang disebarluaskan ke khalayak. Melengkapi fasilitas teknologi seperti komputer pembuat karikatur agar media bisa bersaing dan tidak tertinggal dengan media lain. Memberikan bacaan yang mengedukasi, dan menjadi jembatan bagi masyarakat untuk memperoleh solusi terkait permasalahan yang ada.

2. Wartawan/jurnalis

Wartawan harus mampu menjalankan tugasnya dengan tetap mengikuti kode etik jurnalistik. Menjadi seorang wartawan harus lebih bijak dalam menggunakan pena maupun instrmen media sosial lainnya, jangan menyebarkan berita bohong (*hoax*) karena satu kesalahan bisa merugikan banyak pihak.

3. Calon wartawan

Sebelum memutuskan memilih wartawan sebagai profesi, terlebih dahulu harus memahami dan menyadari kaedah-kaedah serta kode etik jurnalistik.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim.

Amalia, Eni. *Jurnalistik Islam Di Era Media Sosial.* Universitas Islam Negeri Raden Intan: Lampung, 2020.

Arfandi. *Strategi Lay Out Media Online Maccanews.Com Dalam Menaikkan Rating Pembaca.* Skripsi; Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah & Komunikasi: UIN Alauddin Makassar, 2017.

Departemen Agama RI, *Alqur'an dan Terjemahannya.* Bandung: CV Penerbit J-ART, 2002.

Dewi, Andi Indar Dewi. *Strategi Bimbingan Dosen Penasehat Akademik (PA) Jurusan Dakwah dan Komunikasi Dalam Meningkatkan Indeks Prestasi Mahasiswa IAIN Parepare.* Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2018.

Fitriawan, Rana Akbari, Reni Nuraeni. *Jurnalistik Media.* Yogyakarta: Deepublish, 2017.

Hryono, Sinta Rizki, Desi Kurnia Syah Putra. *Identitas Budaya Indonesia: Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Aqua Versi "Temuan Indonesiamu".* Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, 2017.

Hunger, J. David, Tomas L. wheelen. *Strategic Management.* Jakarta: Bumi Aksara, 2007.

Ita, Efrida. *Manajemen Pembelajaran Pendidikan Anak Usia Dini Di TK Rutosoro Kecamatan Golewa Kabupaten Ngada Flores Nusa Tenggara Timur.* Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran: Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2018.

Jailani, M. Syahrani. *Membangun Kepercayaan Data Dalam Penelitian Kualitatif. Primary Education Journal: Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi,* 2020.

Latifa, Zulfa'aini. *Pengaruh Kemampuan Komunikasi Interpersonal Guru Terhadap Preatasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Di SMK Negeri 1 Boyolangu Tulungagung.* Skripsi: Universitas Tulungagung, 2020.

- Mekarisce, Arnild Augine. *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat*. Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Universitas Jambi, 2020.
- Mohi, Widya Kurniati, dkk. *Implementasi POAC Fungsi Manajemen Pada Administrasi Keuangan Di Kantor Kecamatan Marisa Kabupaten Pohuwato*. Jurnal *economic, business, management, dan accounting*: Universitas Muhammadiyah Gorontalo, 2020.
- Nurhasanah, Sitiana. Jufri Alkatiri. *Strategi Surat Kabar Radar Depok Dalam Mengantisipasi Media Online*. Jurnal: *Journal Of Strategic communication*, 2019.
- Pratama, Rheza. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Rahmat, Adrian. *Strategi Koran Sindo Makassar Menggait Pembaca Melalui Perwajahan Halaman Satu*. Skripsi; Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah & Komunikasi: UIN Alauddin Makassar, 2016.
- Rahmatus'sirri. *Aktivitas Kehumasan Laznas Al Azhar Terkait Penggunaan Media dan Loyalitas Muzakki*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020.
- Rosyadi, Dede. *Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Pendidikan*. Jakarta: Kencana, 2020.
- Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Rukin. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019.
- Ruspa, Abd. Rahim Ruspa, Kamaruddin. *Pembelajaran Bahasa Indonesian Melalui Implementasi Strategi Deduktif-Induktif Siswa Kelas VII SMP Negeri 2Palopo*. Jurnal Onoma: Universitas Cokrominoto Palopo, 2019.
- Rustan, Ahmad Sultra, Nurhakki. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish, 2017.
- Sa-Ah, Miss Aminah, dkk. *Pola Reka Bentuk Surat Kabar Thailand dan Surat Kabar Indonesia*. Jurnal Ilmu Komunikasi: UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2019.

- Septaningsih, Delviza. *Manajemen Produksi Program Bursa Niaga di Riau Televisi*.
Jurnal: *Faculty of Social Science and Political Science: Riau University*,
2017.
- Sidiq, Umar, Moh. Miftachul Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019.
- Sulastri. *Studi Perkembangan Islam Siswa MI Ma'arif Candirejo Kabupaten Semarang*. Skripsi: Universitas Wahid Hasyim Semarang, 2019.
- Sultannata, Canditra, Siti Maryam. *Analisis Semiotika Logo Brodo Footweardi Media Sosial Twitter (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes)*. Jurnal Ilmu Komunikasi: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, 2018.
- Surahman, Sigit. *Determisme Teknologi Komunikasi dan Globalisasi Media Terhadap Seni Budaya*. Jurnal Rekam: Universitas Serang Raya, 2016.
- Terry, George R., Leslie W. Rue. *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara, 2019.
- Wijaya, Taufan. *Photo Story Handbook Panduan Membuat Foto Cerita*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016.
- Yuningsih, Yuyun. *Peran Perwajahan Dalam Surat Kabar*. Jurnal Komunikasi: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan, 2019.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Instrumen Penelitian

	<p>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307</p>
	<p>VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI</p>

Nama : Rasmika
 Nim : 17.3600.008
 Program Studi : Jurnalistik Islam
 Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
 Judul Skripsi : Strategi Redaksi Harian *Parepos* Menarik Minat Pembaca Melalui Perwajahan Halaman Satu

PEDOMAN WAWANCARA

PAREPARE

Strategi Perwajahan Koran Harian *Parepos*

1. Jelaskan gambaran umum koran harian *Parepos*?
2. Bagaimana sejarah singkat *Parepos*?
3. Bagaimana bentuk perwajahan halaman satu harian *Parepos* dalam menarik minat pembaca?
4. Bagaimana strategi perwajahan halaman satu harian *Parepos* dalam menarik minat pembaca?

5. Apa kelebihan dan kekurangan konsep perwajahan yang digunakan harian *Parepos*?
6. Bagaimana konsep tata letak perwajahan halaman satu harian *Parepos*?
7. Apa saja yang menjadi rubrik pada perwajahan halaman satu harian *Parepos*?
8. Dalam menyusun konsep perwajahannya, harian *Parepos* lebih menekankan jenis karakter perwajahan seperti apa?
9. Seperti apa kriteria berita yang ditempatkan di halaman satu harian *Parepos*?
10. Bagaimana strategi yang digunakan harian *Parepos* memperoleh peluang untuk tetap eksis di tengah menjamurnya media *online*?
11. Apa saja ancaman internal dan eksternal yang bisa merusak atau merugikan media Harian *Parepos*? Kemudian bagaimana cara media menangani hal tersebut?
12. Dalam merancang perwajahan apakah harus melalui perencanaan yang matang dan melibatkan semua divisi?
13. Dalam membuat desain tampilan perwajahan yang efektif harian *Parepos* menggunakan *software* apa saja?

Setelah mencermati instrumen dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai dengan judul di atas, maka instrumen tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

PAREPARE

Parepare,

Mengetahui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

(Dr. Iskandar, S. Ag, M. Sos.I.)

NIP.197507042009011006

(Suhartina, M.Pd.)

NIP. 19910830 2020122018

2. Transkrip Wawancara

Biodata narasumber:

1) Nama : Salman Razak

Devisi : Devisi Personalia dan Produksi, dan wakil pemimpin redaksi harian *Parepos*

2) Nama : Joko Reski

Devisi : *layouter* dan pra cetak *Parepos*

3) Nama : Supiana

Devisi : wartawan *Parepos*

List pertanyaan beserta jawaban dari narasumber:

a. Jelaskan gambaran umum koran *Parepos*?

Jawaban:

Parepos saat ini terbit delapan halaman, halaman pertama kemudian halaman dua ada layanan masyarakat. Jenis masalah layanan public itu semua masalah kebutuhan masyarakat. kaya pelayanan sampah, jalanan rusak, dan air PDAM macet. Jadi semua keluhan masyarakat yang masuk semua itu kita berikan ruang, dijawab oleh instansi terkait. Kemudian halaman tiga tentang metro, untuk Kota Parepare, tentang kejadian-kejadian pemerintahan, kejadian masyarakat, lembaga-lembaga sosial, kampus, dll. Pendidikan semua ada di halaman metro. Kemudian adahalaman Kota Maros, Pangkep, Wajo, Soppeng, Sulbar, Mamuju Tengah semua itu masuk di rubrikasi pro daerah. Kemudian halaman Ajatappareng kaya Barru, Pinrang, Sidrap, dan Enrekang.

Kemudian halaman tujuh itu sambungan dari halaman satu sambungannya ke halaman tujuh. Kemudian halaman delapan itu aktivitas-aktivitas pemerintah, ada foto-foto sosialisasi, foto-foto pemerintah disertai berita, tapi itu berbayar, sesuai namanya. Biasanya halaman depan itu rubrikasi halaman pertama itu agak lambat penyelesaiannya karena disitulah wajahnya media. Kapan wajah atau tampilan pertama media kurang srek itu akan mempengaruhi rubrikasi-rubrikasi lainnya. Jadi mulai dari komposisi

fotonya harus diperindah. Tidak boleh buram, ukuran foto juga harus besar, kemudian halaman-halaman utama itu rata-rata beritanya berita pilihan.

- b. Bagaimana sejarah singkat *Parepos*?

Jawaban:

Sebelum ada *parepos* ada namanya *perepare pos* kini pengembangannya dari *parepos*, jadi nanti dia pada saat namanya sudah *parepos* baru dia bergabung dengan fajar grup. Dulu sistem cetaknya itu orang masih pake disket di tahun 2000 itu. Jadi biasanya itu disket kemudian kamera fotonya itu di cuci baru dikirim ke Makassar baru dijemput lagi. Kemudian datang Korannah itu koran yang disebar lagi, dan seiring berkembangnya teknologi dikirim saja mi lewat *e-mail*.

Parepos ini diharapkan hadir untuk mengedukasi dan bersama daerah disekitar Parepare khususnya kawasan Ajatappareng Barru, Pinrang, Sidrap, dan Enrekang untuk pembangunan daerahnya itu filosofinya. Makanya hadir *Parepos*. Jadi kehadiran *Parepos* ini tepatnya tanggal 18 Agustus tahun 2000 berarti sekarang usianya sudah 21 tahun.

- c. Bagaimana bentuk perwajahan halaman satu harian *Parepos* dalam menarik minat pembaca?

Jawaban:

Jadi kalau misalnya kita ada grafis itukan kapasitas berita di halaman satu itu 4, *headlinenya* biasa di tengah, kemudian berita yang sifatnya *feature* itu di bawah atau di kaki namanya. Kemudian di samping itu biasa berita-berita profil, tokoh. Dan tentu pemilihan gambar yang akan kita gunakan harus selektif, dan gambar atau grafis ini harus ada datanya yang akurat bukan asal pilih gambar saja.

- d. Bagaimana strategi perwajahan halaman satu harian *Parepos* dalam menarik minat pembaca?

Jawaban:

Komposisi gambar yang menjadi tolak ukur *Parepos*. Pencahayaannya, kan pemasangan gambar itu bisa *landscape* bisa juga *potret*. Kita juga biasa membuat sebuah perwajahan ada yang namanya halaman jaket, artinya dia bungkus badan di dalam jadi seolah-olah halaman jaket itu di luar padahal dia cuma jaket gambar to saja. Apakah dia gambar tokoh atau dia apa. Tapi nanti halaman beritanya di dalam. Jadi itulah salah satu upaya kita bagaimana cara agar betul-betul kualitas perwajahan terus kita perbaiki. Dan itu memang menjadi utama ya kualitas perwajahan di halaman satu.

- e. Apa kelebihan dan kekurangan konsep perwajahan yang digunakan harian *Parepos*?

Jawaban:

Dari sisi kelebihan kita masih manual, dengan betul-betul kita utamakan kamera. Kekurangannya kita itu, sekarangkan wajah-wajah koran lebih bermain ke grafis, kayak misal karikatur apa semua. Meski sebenarnya kita ada tenaga karikatur tetapi pendukung teknologi pembuatan grafis ini masih belum memadai, harus menggunakan komputer yang betul-betul khusus, ada memang aplikasi khusus untuk desain grafis. Seperti kita masih mengandalkan foto kamera, betul-betul kamera apakah itu kamera DSLR atau kamera *handphone* yang kapasitasnya sudah *full HD*.

- f. Bagaimana konsep tata letak perwajahan halaman satu harian *Parepos*?

Jawaban:

Tanpa *layout* tidak hidup koran, dari editor itu cuma ngedit beritanya cuma teks saja, kalau tidak ada *layout* maka berita itu cuma bisa dimuat di media *online*, tidak dimasukkan ke cetak. Jadi bagaimana itu membuat berita menjadi hidup kedalam bentuk koran.

- g. Hal apa saja yang perlu diperhatikan untuk perencanaan *layout*?

Biasanya dari beritanya, kalau bagus itu diutamakan atau fotonya juga. Yang diutamakan foto sama grafisnya ada poin-poin biasa data diri. Misal rumah sakit Ainun apa kelebihannya, biasa dipoin-poinkan itu yang di

grafiskan itu yang biasanya dilihat dulu, apakah itu benar adanya, baru kita ilustrasikan bagaimana bagusnya ini bentuk, harusnya dibuat bagaimana supaya masuk dalam berita itu poin-poin, pokoknya percantik. Visualnya editor dimasukkan ke *layout*, misalnya bagian editor mengarahkan untuk buat begini maka bagian *layout* mengusahakan membuat seperti itu.

- h. Apa saja yang menjadi rubrik pada perwajahan halaman satu harian *Parepos*?

Jawaban:

Rubrik berita yang biasa diangkat di halaman pertama, biasa masalah pelayanan masyarakat, kemudian pembangunan-pembangunan, kemudian tokoh Parepare, provinsi, maupun nasional. Kadang kita juga ada isu politik. Artinya kita selalu mengikuti isu-isu terkini.

- i. Seperti apa kriteria berita yang ditempatkan di halaman satu harian *Parepos*?

Jawaban:

Jadi di halaman satu itu ada berita penting dan menarik, kemudian isunya lebih kepada takaran ekosistem masyarakat. jadi memang itu berita jauh hari sebelumnya sudah terencana. Jadikan dalam membuat sebuah isu kan ada beberapa langkah yang harus kita lakukan, kemudian penentuannya itu harus betul-betul kita diskusi dengan redaksi, mana yang menentukan *headline*, kemudian bagaimana cara penentuan *second*, kemudian berita dikaki itukan dibawah, itu lebih banyak tentang *feature*. Kriteria *feature* agar bisa berada di halaman satu tentu, bagaimana *feature* itu mampu menggugah masyarakat, atau mengenai pendidikan yang bisa mengedukasi. Biasanya kalau berita-berita *feature* kalau bukan tentang aksi sosial biasa juga karena inspirasi.

Berita disamping kiri biasa tentang sosok. Selanjutnya untuk penentuan berita *headline* di halaman pertama itukan ada beberapa yang harus kita perhatikan, pertama ada yang disebut *agenda setting*. *Agenda setting* itukan memang kita yang rencanakan. *Agenda setting* itu sifatnya berita yang berlanjut, *headline* terus, seperti berita tentang fenomena pembangunan kota

itu *Parepos* terus angkat *headlinenya* bahkan mungkin sampai besok masih ada, itu ditempatkan di halaman satu, itu menjadi *headline* kita, mengapa? Karena menarik dan banyak aktivitas yang harus diungkap disitu.

Makanya komposisi gambar atau foto itu harus berbicara semua dari berita-berita yang menjadi *headline*, jadi biasanya halaman satu paling terakhir dikerjakan, meskipun sudah selesai proses editing disini, tapi *layout* juga harus dia punya kreasi, tapi bisa saja *layout* tidak dipake karena itu tadi ada beberapa pertimbangan, apakah karena ketika ini foto besar dia pecah akan mempengaruhi wajah sebuah koran cetak, kalau *online* kan tidak.

- j. Bagaimana strategi yang digunakan harian *Parepos* memperoleh peluang untuk tetap eksis di tengah menjamurnya media *online*?

Jawaban:

Sekarang begini, media *online* itukan pada posisi kecepatan. Tapi kita dalam media cetak khususnya di *Parepos* itu selain kita buat *agenda setting*, memperkuat isu, kemudian pendalaman-pendalaman, kemudian kita buat juga *preming-preming*. *Preming* itukan biasa data-data grafis, nongrafis apasemua, kita buat kronologis-kronologis sebuah peristiwa di dalamnya, jadi kita buat grafis, jadi itulah yang memperkuat *Parepos* sampai saat ini. Namun *Parepos*kan juga ada di dukung oleh *parepos.id*, jadi kalau ada isu yang tadi kan kita bisa berpakar tapi isu itu yang kita kembangkan, dilengkapi, dan didalam lagi terus-menerus.

- k. Apa saja ancaman internal dan eksternal yang bisa merusak atau merugikan media harian *Parepos*? Kemudian bagaimana cara media menangani hal tersebut?

Jawaban:

Kalau ancaman internal tidak ada, tapi adasih biasakan kita biasa dinamika terjadi antara bisnis dengan media, karena ketika kita terlalu keras menyikapi sebuah isu mungkin akan berdampak terhadap hubungan bisnis, makanya biasanya kita atur ritmelah. Kalau ancaman eksternal justru tidak

menjadi ancaman, kita berkompetisi secara sehat. Meskipun beritanya sama, tapi kita angkat dari sudut pandang yang lain, ada sudut pandang yang kita kembangkan. Apalagi *Parepos* ini sebagai media lokal, sampai sekarang *Parepos* usianya 21 tahun.

1. Dalam merancang perwajahan apakah harus melalui perencanaan yang matang dan melibatkan semua devisi?

Jawaban:

Sudah pasti melalui perencanaan yang matang, karena di halaman satu ini menjadi unsur terpenting dalam memikat hati para pembaca. Dalam merancang perwajahan *Parepos* juga harus melibatkan semua devisi, jadi kita ada namanya perencanaan memang toh, misalnya perwajahannya harus seperti ini kita sudah rancang memang jauh-jauh sebelumnya. Semua wartawan, reporter, *layout* pokoknya semua terlibat dalam perancangan perwajahan.

- m. Dalam membuat desain tampilan perwajahan yang efektif harian *Parepos* menggunakan *software* apa saja?

Jawaban:

Dalam membuat desain tampilan perwajahan yang efektif harian *parepos* menggunakan *software in desain*. Sebenarnya ada banyak aplikasi yang mendukung efektifitas sebuah desain, tapi itu tadi *Parepos* masih kekurangan dalam segi fasilitas teknologi yang canggih untuk mengedit, meski sebenarnya *Parepos* ini ada tenaga yang mendukung. Namun teknologinya ini yang tidak mendukung.

- n. Apa yang membedakan gambar yg berukuran besar dengan ukuran kecil dalam sebuah berita?

Jawaban:

Headline dengan *second*, jadi biasa itu beritanya *headline newscuma* biasa fotonya tidak besar di *headline* bisa, tergantung komposisi foto, tergantung apakah foto itu berbicara. Misalnya kalau foto-foto biasa, seperti foto bersamakan tidak mungkin, meskipun berita atau isunya menarik tapi

fotonya tidak mendukung, dan tidak berbicara dengan konteks berita itu, kita perkecil. Intinya fotonya harus menarik dan berbicara.

- o. Gambar dalam sebuah berita, media yg rencanakan atau bekerjasama dengan pemerintah atau instansi?

Jawaban:

Kita yang rencanakan, biasa juga kalau fotonya tidak mendukung kita tidak pake. Misalnya saya sebagai narasumber, dengan posisi saya seperti ini mungkin nda baik pada saat mengambil gambar, bisa saja kau ambilsaja fotoku sendiri, tapi kau ambilmi ilustrasi orang menuliskah kau pasang misanya di tulisan-tulisanmu, seperti itu juga di *Parepos* ada ilustrasi-ilustrasi. Seperti misalnya sekarang jamaah umrohkan lagi buming-bumingnya, tapikan kita di Parepare susahki teropong sekarang pelaksanaan umroh disana, makanya biasa kita ambililustrasi di *google*, atau dimanakah untuk mendukung pemberitaan masalah umroh.

- p. Bagaimana persoalan iklannya?

Jawaban:

Bicara tentang iklan berarti bicara tentang bisnis, artinya ada pendapatan terhadap perusahaan media disitu. Penempatan iklan juga itu juga harus mempertimbangkan berita. Kalau misalnya dia mau dihalaman satu, iklan di halaman satu dengan di halaman dalam itu beda nilainya. Meskipun nilainya besar tapi kalau mempengaruhi posisi berita tidak serta merta kita juga kita tempatkan di halaman satu, dipertimbangkan juga. Tapi jarang iklan itu kita simpan di halaman depan, meskipun nilainya besar.

- q. Biasanya kalau pemerintah memiliki kegiatan lalu media diminta untuk membuatkan berita lalu ditempatkan di halaman satu apakah itu masih menjadi pertimbangan atau bagaimana?

Jawaban:

Kadang juga, tergantung dari isunya apa. Kalau misalkan pemerintah kan memang ada rubrikasinya khusus untuk pemerintah.

- r. Apa yang lebih diutamakan *Parepos* dalam memberitakan?

Jawaban:

Kita bicara yang pertama itu *up to date*, harus *up date* terus, akurasi. Karena media cetak itu kan media maenstrim, durasinya panjang untuk melakukan kajian-kajian, pendalaman-pendalaman. *Parepos* inikan bagaimana kita selalu melawan informasi-informasi *hoax* itu yang terpenting, dengan menjamurnya media-media *online*. Kanbanyak sekarang media *online* yang tidak jelas asal beritanya, inilah ada isu yang kita dapat di media sosial itu kita coba sikapi, kita lakukan penelusuran benar tidaknya.

- s. Mengapa pada halaman pertama ada berita yang penulisan judul beritanya di *bold* dan memiliki ukuran besar?

Jawaban:

Itu karena berita tersebut merupakan *headline*, dan *headline* harus paling besar huruf atau ukurannya. Supaya menjadi pembeda dengan berita yang lain dengan berita utamanya. Semua tergantung editor, editornya yang tentukan ini yang menjadi *headline*, jadi kita kasi *headline*.

- t. Mengapa ada foto yang berukuran besar dan ada yang ukuran kecil?

Jawaban:

Itu tergantung darisegi menariknya gambar atau foto. Kalau foto itu menarik kita pake ukuran yang besar. Jadi itumi saat kita mengambil gambar, diusahakan jangan pecah atau buram karena itu akan mempengaruhi nilai beritanya. Kalau komposisi warnanya gambar bagaimana? Tergantung halaman dengan rubrikasi berita, sudah ditentukan kalau Ajatappareng warnanya begitu, metro ada satu hitam putih ada satu warna, semua sudah ditentukan.

- u. Bagaiman gaya penulisan *Parepos*?

Jawaban:

Tetap kita mengikuti KBBI kita ikuti oedoman yang ada, kadang kita juga menggunakan Bahasa-bahasa semantik untuk menarik pembaca. Dalam

menulis juga itu kan bukan hanya sekedar memberikan informasi, tetapi bagaimana kita mengedukasi pembaca untuk taat pada pada penggunaan-penggunaan Bahasa yang diatur oleh KBBI.

- v. Siapa yang menjadi sasaran pembaca *Parepos*?

Jawaban:

Semua segmen atau kalangan. Misal mengenai makanan yang lagi viral, itu kita coba adopsi dalam sebuah berita, dimana segmennya mendorong usah-usaha kuliner supaya tetap eksis.

- w. Sebelum mempublikasikan berita apakah *Parepos* selalu melakukan evaluasi?

Jawaban:

Ada namanya perencanaan, sebelum ini setelah selesai berita kita diskusi melalui grup *whatsapp*, besok tindak lanjuti ini dll. Jadi wartawan yang ditugaskan di lapangan itu yang bekerja mencari itu data, mengumpulkan semua data yang ada. Setelah berita terbit itu kita evaluasi kembali apakah ini berita kita harus naikkan kembali atau bagaimana. Jadi penjelasan kemarin kankita sudah buat yang namanya isu *setting to agenda setting* kemudian *freming*. Itu kalau *agenda setting* adalah berita-berita yang berlanjut, misalnya hari ini *headline* dengan isu A misalnya, jadi besoknya lagi kita lanjutkan ini berita A itu namanya *agenda setting*. Itu berarti evaluasi terus berjalan setiap hari sampai *Parepos* terbit.

- x. Apakah *Parepos* terbit setiap hari?

Jawaban:

Parepos terbit setiap hari, kecuali hari Ahad dan hari libur lainnya.

- y. *Parepos* ada berapa unit?

Jawaban:

Disini Ada tiga unit, ada unit redaksi, unit bisnis, dan unit sirkulasi. Jadi kalau unit sirkulasi itu yang menyebarkan koran, yang mengurus semua koran. Kalau unit bisnis itu yang menangani tentang iklan dll. Kalau redaksi itu yang produksi berita-berita semua, *layoutnya* apa semua, redaktornya,

pimpinan redaksinya, wakil pimpinan redaksi, wakil pelaksana, wartawan. Dan ini saling berkaitan semua.

- z. Apakah *Parepos* menerapkan teori manajemen dalam melakukan segala aktivitasnya:

Jawaban:

Sudah pasti kita terapkan ini manajemen setiap menjalankan aktivitas. Mulai dari merencanakan segala sesuatu yang dibutuhkan, mengorganisasikan atau membentuk divisi-divisi disertakan dengan tugasnya masing-masing, kemudian kita melakukan pergerakan, mulai dari pencarian berita, mengelolah berita, mengedit berita sampai perancangan tata letak. Terakhir kita lakukan evaluasi mengenai segala aspek yang masih memungkinkan adanya kesalahan. Jadi tidak mungkin media itu bisa bertahan kalau tidak ada manajemen yang baik di dalamnya.

3. Dokumentasi Wawancara



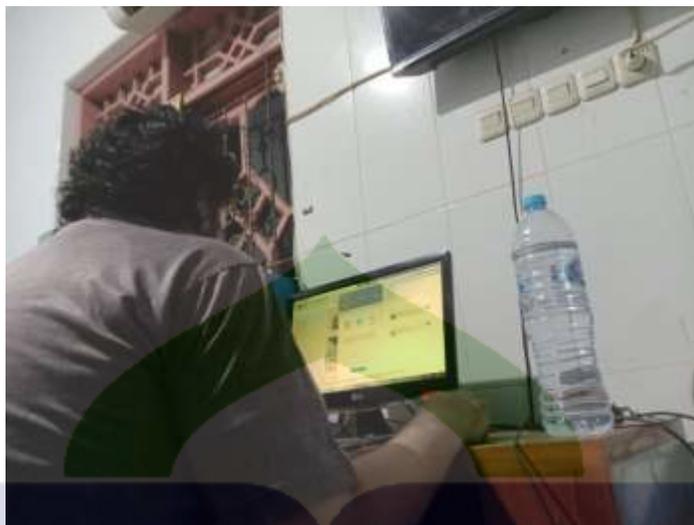
Wawancara dengan bapak Salman razak wakil pimpinan redaksi Harian *Parepos*



Melihat langsung proses editing berita



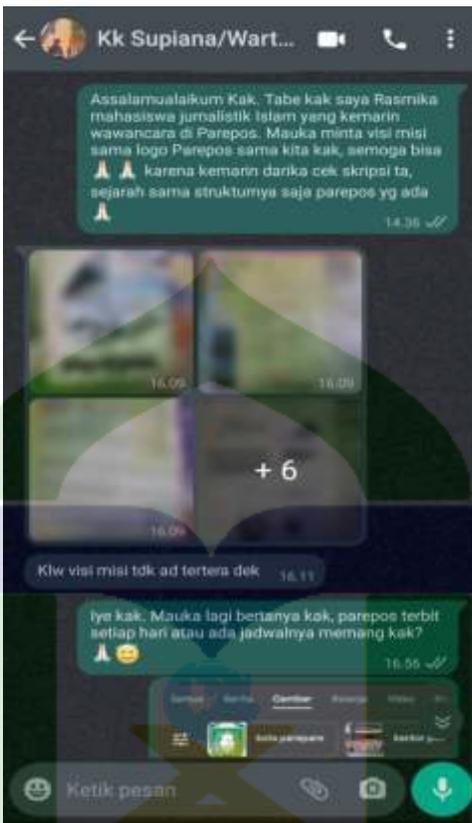
Medapat penjelasan langsung mengenai perwajahan
Harian *Parepos*



Wawancara dengan bapak Joko Reski selaku *layouter* Harian *Parepos*, dan melihat langsung proses *layout* koran *Parepos*



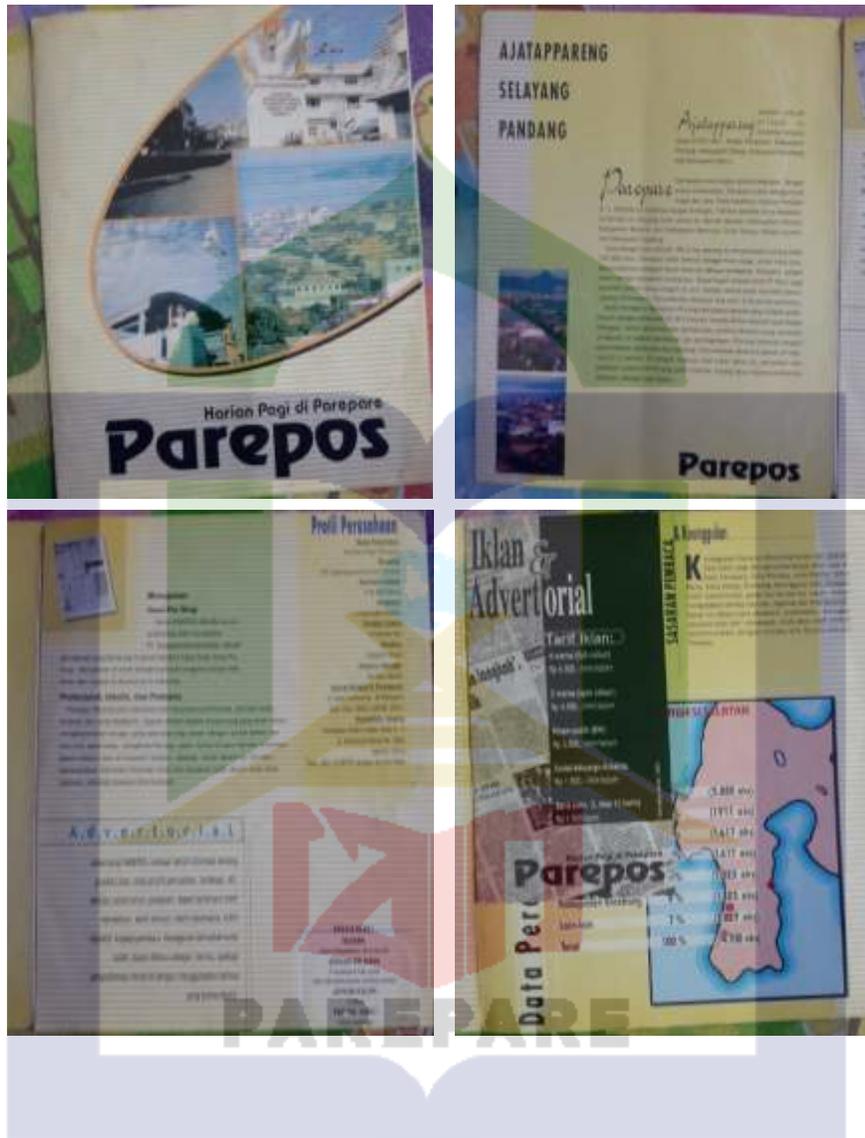
Wawancara dengan bapak Salman Razak dengan kakanda Supiana selaku wartawan *Parepos*



Wawancara dengan kakanda Supiana melalui *whatsapp*



4. Dokumentasi berupa dokumen mengenai *Parepos*



BIODATA PENULIS



Rasmika, lahir pada 25 Oktober 1999 di Kabupaten Pinrang Kecamatan Lembang Provinsi Sulawesi Selatan. Penulis merupakan anak tunggal dari pasangan Jupri dan Yecce. Penulis pertama kali menempuh pendidikan di SD Negeri 300 Lembang pada tahun 2005 dan tamat 2011. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 3 Lembang dan tamat pada 2014. Setelah tamat, penulis melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Parepare dan tamat pada tahun 2017.

Penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi pada tahun 2017 dan terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Jurnalistik Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Penulis berhasil menyelesaikan tugas akademik ini berkat motivasi, semangat yang tinggi, dan dukungan dari orang sekitar. Semoga skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia Jurnalistik.

Akhir kata, penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas selesainya skripsi yang berjudul “Strategi Redaksi Harian *Parepos* Menarik Minat Pembaca Melalui Perwajahan Halaman Satu”.