

## Laporan

**Riset Kebutuhan Sumber Daya Manusia  
Redaksi di Perusahaan Pers di Jakarta**  
*(Analisa Kualitatif Kebutuhan Sumber Daya Manusia  
Redaksi di Lima Perusahaan Pers di Jakarta)*



**Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS)  
Gedung Dewan Pers Lantai 3  
Jalan Kebon Sirih No. 34 Jakarta 10110.**

## DAFTAR ISI

<b>Abstrak</b>	.....	<b>3</b>
<b>BAB I. Pendahuluan</b>		
<b>1.1. Latar Belakang</b>	.....	<b>4</b>
<b>1.2. Tujuan Riset</b>	.....	<b>9</b>
<b>1.3. Target Pemanfaatan Riset</b>	.....	<b>9</b>
<b>1.4. Subyek Penelitian</b>	.....	<b>10</b>
<b>1.5. Keterbatasan Riset</b>	.....	<b>13</b>
<b>BAB II. Metodologi</b>		
<b>2.1. Metode</b>	.....	<b>15</b>
<b>2.2. Jadwal Kegiatan</b>	.....	<b>15</b>
<b>BAB III. Hasil Riset dan Pembahasan</b>		
<b>3.1. Hasil Riset</b>	.....	<b>16</b>
<b>3.1.1. Rekrutmen</b>	.....	<b>16</b>
<b>3.1.2. Pembinaan Wartawan</b>	.....	<b>18</b>
<b>3.2. Pembahasan</b>	.....	<b>20</b>
<b>BAB IV. Penutupan</b>		
<b>4.1. Simpulan</b>	.....	<b>27</b>
<b>4.2. Saran</b>	.....	<b>28</b>
<b>4.2.1. Saran Lain</b>	.....	<b>30</b>
<b>Daftar Pustaka/Referensi</b>	.....	<b>31</b>

1. Daftar Jawaban atas Pertanyaan Riset Kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM) di Perusahaan Pers Kompas Group, dilengkapi surat pernyataan.
2. Daftar Jawaban atas Pertanyaan Riset Kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM) di Perusahaan Pers Media Indonesia – Metro TV Group, dilengkapi surat pernyataan.
3. Daftar Jawaban atas Pertanyaan Riset Kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM) di Perusahaan Pers MNC Group, dilengkapi surat pernyataan.
4. Daftar Jawaban atas Pertanyaan Riset Kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM) di Perusahaan Pers Tempo Group, dilengkapi surat pernyataan.
5. Daftar Jawaban atas Pertanyaan Riset Kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM) di Perusahaan Pers Jawa Pos National Network (JPNN), dilengkapi surat pernyataan.
6. Survei Aliansi Jurnalis Independen (AJI): Jumlah Gaji Wartawan Cetak, Reporter TV, Media Online dan Radio di Jakarta.
7. Surat dan proposal (termasuk biaya) Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS) melakukan Riset Kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM) Redaksi di Perusahaan Pers kepada Dewan Pers.
8. Surat Penunjukan Langsung Penelitian dari Dewan Pers untuk Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS).
9. Surat Penawaran Pekerjaan Penelitian dari Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS) ke Dewan Pers.
10. Profil Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS).
11. Laporan Keuangan.

## ABSTRAK

Perusahaan pers di tengah persaingan bisnis media massa secara bersamaan memiliki tantangan berkaitan dengan perkembangan teknologi informasi, yang berdampak terhadap sistem manajemen pemberitaan. Di saat yang sama pula khalayak juga menuntut pemberitaan yang cepat, akurat dan lengkap. Bahkan, lebih cepat, lebih akurat dan lebih lengkap dibandingkan dengan yang khalayak dapatkan melalui sarana teknologi informasi digital selain media massa. Di saat inilah perusahaan pers senantiasa memerlukan sumber daya manusia, terutama di bidang redaksi, yang dapat memenuhi tuntutan jurnalistik dan pasar/bisnis sekaligus menjawab keingintahuan khalayak.

Oleh karena itu, riset bermetodologi kualitatif ini dilakukan di lima (5) perusahaan pers di Jakarta dengan melibatkan responden dari kalangan pemegang kebijakan di bidang pemberitaan dan pengembangan sumber daya manusia (SDM). Hasil wawancara berkedalaman dengan responden dianalisa kembali menggunakan Anova untuk menguji apakah terdapat perbedaan karakteristik dari tiga atau lebih kelompok objek yang diriset.

Sejumlah strategi dilakukan perusahaan pers dalam pengembangan SDM di redaksi, yakni mulai dari proses rekrutmen hingga pengembangan karir dan masa persiapan pensiun bagi wartawannya. Perusahaan pers juga menerapkan Uji Kompetensi Wartawan (UKW) sebagai penerapan Standar Kompetensi Wartawan (SKW) yang diputuskan Dewan Pers (2010).

Riset ini menghasilkan simpulan berkaitan dengan strategi perusahaan pers dalam mengembangkan SDM di redaksi menjadi bagian menjaga eksistensi sekaligus pengembangan bisnis konvergensi multimedia massa. Saran untuk perusahaan pers dan Dewan Pers juga dihasilkan dari riset ini, dan dapat bermanfaat pula bagi pemangku kepentingan pers nasional, termasuk program studi jurnalistik di perguruan tinggi.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

*Dalam perkembangan masyarakat yang semakin maju, dan salah satunya ditandai dengan pengaruh teknologi serba cepat, maka tantangan terbesar menjalani profesi wartawan dan dunia kewartawanan adalah bagaimana menempatkan kompetensi profesional, yang di dalamnya termasuk berkode etik dan menjaga batas kepentingan berbagai pihak karena jurnalisisme mengemban misi mengutamakan kepentingan masyarakat banyak.*

Tokoh pers nasional dan pendiri Kelompok Kompas-Gramedia (KKG) Jakob Oetama mengemukakan hal di atas saat menerima Medali Emas Spirit Jurnalisisme di Aula Lobi Utama Televisi Republik Indonesia (TVRI) Pusat, Jakarta, Selasa, 19 April 2011.

Jakob Oetama, yang juga pendiri dan Ketua Dewan Pembina Yayasan Pendidikan Multimedia Adinegoro (YPMA) – Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS), menerima medali itu dari komunitas Hari Pers Nasional (HPN), yakni Dewan Pers, Persatuan Wartawan Indonesia (PWI), Serikat Perusahaan perS (SPS), Serikat Grafika Pers (SGP), Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI), Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (P3I), Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI), Asosiasi Televisi Swasta Indonesia (ATVSI) dan Asosiasi Televisi Lokal Indonesia (ATVLI).

Pendapat Jakob Oetama tersebut paling tidak dapat dimaknai menjadi dua hal pokok, yakni harapan sekaligus keresahannya sebagai sosok wartawan karir sekaligus multi-talenta menjadi pebisnis dan pendidik yang kemudian menempatkannya pula sebagai tokoh nasional.

Pers selama ini terbukti menjadi tumpuan harapan masyarakat untuk mendapatkan informasi terakurat, tercepat dan terlengkap.

Namun, masyarakat yang semakin melek media juga resah bahwa akurasi pemberitaan pers ada kalanya sepihak atau mengabaikan asas melibatkan banyak pihak sebagai narasumber (*multi-*

*both sides*). Apalagi, masyarakat sering ada yang menuding bahwa kepentingan publik terabaikan oleh kepentingan pemilik perusahaan pers.

Selain itu, masyarakat juga resah manakala pers menyajikan informasinya secara cepat, tetapi tidak mendapatkan dari narasumber utama. Dalam hal ini pers dituding menimbulkan bias, bahkan seringkali memicu konflik di tengah masyarakat lantaran gagal menerapkan asas verifikasi fakta, narasumber dan data.

Kemudian, masyarakat yang kian mudah menerima dan bahkan ikut menyebarkan informasi melalui sarana berteknologi terkini juga semakin resah manakala menemukan pemberitaan pers disajikan terkesan lengkap, padahal hasil kutipan dari berbagai sumber yang tidak jelas. Publik tentu saja sangat kecewa bilamana pers justru melanggar dua asas hakiki etik jurnalistik, yakni berita bohong dan plagiat.

Dalam kinerjanya, jurnalisme selalu khalayak-sentris yang fokus dan bertugas untuk melayani kepentingan publik, bukan keinginan dan imajinasi wartawan atau perusahaan persnya. Berfokus untuk melayani kepentingan publik dapat menyulitkan, membingungkan dan tampaknya sia-sia karena kepentingan di tengah publik pun bisa beragam, tersebar dan kadang-kadang bertentangan.

Praktisi dan pengajar konvergensi media Janet Kolodzy mencatat satu alinea di atas dalam bukunya berjudul “Practicing Convergence Journalism, an introduction to cross-media storytelling”, yang cetakan pertama pada 2013 diterbitkan Routledge, New York, NY 10017, Amerika Serikat (AS) dengan ISBN: 978-0-203-09743-4 untuk edisi buku elektronik (*ebook*).

Kolodzy meniti karir jurnalisme profesionalnya di jaringan televisi Cable News Network (CNN), mulai dari reporter lapangan, penulis naskah, hingga produser pelaksana. Ia menyebut dirinya berkali-kali menjadi wartawan konvergensi karena mengikuti manajemen redaksi berbasis multimedia, dan ikut merintis <http://www.cnn.com> yang berteknologi digital multimedia. Dalam manajemen pemberitaan itu pula berkembang istilah yang disebut *cross-media*, yakni menerapkan teknologi *multimedia*, wartawan berkinerja *multitasking*, tata kelola informasi *multiplatform*, dan distribusi informasi secara *multichannel*.

Praktik jurnalisme konvergensi lebih memungkinkan pers menyediakan berita kepada khalayak kapan, di mana dan bagaimana mereka ingin menggunakan setiap saat dan di sarana komunikasi apa pun.

Bagi bangsa Indonesia secara konstitusional sistem tata kelola berinformasi seperti ini dijamin dalam Pasal 28F Undang-Undang Dasar hasil amandemen kedua yang mencantumkan: “*Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.*”

Oleh karena itu, wartawan yang perusahaan persnya menerapkan konvergensi membutuhkan pemahaman tata kelola teknologi pemberitaan, fleksibilitas dan optimisasi media dengan mesin pencari informasi di Internet (*Search Engine Optimization/SEO*) dan mumpuni menavigasi berbagai info dasar –teks, foto, video dan info grafis-- menjadi lebih bermakna bagi khalayak medianya.

Pertaruhan jurnalisme profesionalnya, Atmakusumah Astraatmadja dan Priyambodo RH dalam buku “Peta Media Kalimantan Timur, Survei dan Pemetaan Media Daerah” cetakan pertama Desember 2011 dengan penerbit Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS) dan Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur, ISBN: 978-602-99530-2-2., mencatat bahwa jurnalisme berbeda dengan pekerjaan dan profesi apa pun yang berkaitan dengan tata kelola informasi.

Jurnalisme menuntut wartawan yang kompeten atas dasar kesadaran profesinya untuk kepentingan publik sehingga harus paham hukum dan kode etik jurnalistik, berpengetahuan umum dan khusus, memiliki serangkaian keterampilan dalam mengelola informasi menjadi berita atas dasar fakta, narasumber utama yang kredibel sekaligus kapabel, serta mampu mengolah data terbaru ataupun data lama yang diaktualkan.

Salah satu kendala yang hingga kini sering terjadi dalam manajemen redaksi perusahaan pers adalah keterlambatan dan atau ketidakselarasan hasil liputan wartawan/reporter dengan hasil penyuntingan redaktur/produsernya. Padahal, wartawan adalah ujung tombak sistem manajemen informasi redaksi di perusahaan pers karena semestinya mereka mampu menyajikan berita layak siar (*press klaar*). Adapun redaktur bertugas memeriksa ulang dan memberikan latar belakang bila dianggap perlu, agar pemberitaan bernilai jual (*selling point*) dalam arti memenuhi kaidah jurnalistik dan mewakili kepentingan publiknya.

Selain itu, Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS) --yang didirikan Dewan Pers pada 23 Juli 1988, dan hingga akhir November 2015 memiliki 14.125 orang alumni—mencatat berdasarkan

kegiatan pendidikan dan pelatihan jurnalistik di seluruh ibukota provinsi Indonesia (termasuk Kalimantan Utara saat masih menjadi bagian Kalimantan Timur) bahwa perusahaan pers nasional secara umum dapat dibagi atas tiga posisi besar, yakni:

1. Ikut menentukan pendapat publik (*public opinion*), yakni perusahaan pers yang secara manajemen telah menerapkan sistem *multimedia* dari sisi teknologi, *multitasking* dari sisi kinerja wartawan, *multiplatform* dari alur kerja semua unit pemberitaan, dan *multichannel* dari sisi kelompok media massanya. Manajemen pers di kelompok ini menjadi penentu pasar (*market driven*) dalam perolehan iklan dan penetrasi pelanggan (pembaca, pendengar, pemirsa, dan pengakses). Manajemen pers di kelompok ini juga menempatkan rekrutmen, pendidikan dan pelatihan menjadi hal utama baik bagi wartawan maupun karyawan lainnya.
2. Mengikuti pendapat publik, yakni perusahaan pers yang secara manajemennya masih menerapkan sistem alur pemberitaan hanya mengikuti keinginan masyarakat dan kurang mengutamakan agenda peliputan atas inisiatif mandiri. Manajemen pers di kelompok ini lebih mengutamakan untuk berupaya mendapatkan iklan dan pembaca di tengah semakin kerasnya persaingan dan kebebasan publik menentukan seleranya. Namun, manajemen pers di kelompok ini kurang menempatkan rekrutmen, pendidikan dan pelatihan menjadi hal utama bagi wartawan dan karyawan lainnya.
3. Menjaga eksistensi, yakni perusahaan pers yang manajemennya lebih mengutamakan mencari perhatian publik. Manajemen pers di kelompok ini sering kali disebut hanya mencoba bertahan hidup (*survive*), bahkan hanya mencoba mencari peluang dengan mengatasnamakan kebebasan pers. Hanya saja, manajemen pers di kelompok ini kurang menempatkan rekrutmen, pendidikan dan pelatihan sebagai hal utama bagi wartawan dan karyawan lainnya.

Sementara itu, berkaitan dengan penerapan Standar Kompetensi Wartawan yang ditetapkan Dewan Pers pada 2 Februari 2010, Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS) yang menjadi lembaga



uji kompetensi wartawan pertama berdasarkan keputusan Dewan Pers menemukan kecenderungan sebagai berikut:

1. Masih banyak wartawan kompeten (setelah mengikuti uji kompetensi wartawan) yang bekerja di media belum sejahtera. Standar kesejahteraan ini berdasarkan Peraturan Dewan Pers Nomor 4/Peraturan- DP/III/2008 tentang Standar Perusahaan Pers yang sebelumnya sudah disahkan konstituennya pada 6 Desember 2007 yang mencantumkan aturan antara lain a.) Perusahaan pers wajib memberi upah kepada wartawan dan karyawannya sekurang-kurangnya sesuai dengan upah minimum provinsi minimal 13 kali setahun; b.) Perusahaan pers memberi kesejahteraan lain kepada wartawan dan karyawannya seperti peningkatan gaji, bonus, asuransi, bentuk kepemilikan saham dan atau pembagian laba bersih, yang diatur dalam Perjanjian Kerja Bersama; c.) Perusahaan pers wajib memberikan perlindungan hukum kepada wartawan dan karyawannya yang sedang menjalankan tugas perusahaan. Selain itu, Standar Perlindungan Profesi Wartawan yang disahkan Dewan Pers pada 25 April 2008 pada bagian terakhir (poin ke sembilan) mencantumkan aturan "Pemilik atau manajemen perusahaan pers dilarang memaksa wartawan untuk membuat berita yang melanggar Kode Etik Jurnalistik dan atau hukum yang berlaku".
2. Masih ada wartawan yang bekerja di perusahaan pers sejahtera sesuai Standar Perusahaan Pers dan Standar Perlindungan Profesi Wartawan yang ditetapkan Dewan Pers, ternyata belum kompeten saat menjalani uji kompetensi wartawan. Jenjang wartawan yang belum kompeten ini meliputi wartawan muda yang kesehariannya menjalankan liputan pemberitaan, dan wartawan madya yang kesehariannya mulai melakukan koordinasi mengatur liputan wartawan maupun proses penyuntingan (*editing*) berita, serta wartawan utama yang kesehariannya sebagai pemegang kebijakan utama dalam proses pemberitaan.
3. Semakin banyak wartawan kompeten yang bekerja di perusahaan pers sejahtera. Hal inilah yang tentu saja diharapkan dapat mengutamakan kepentingan publik, karena publik

yang cerdas memerlukan multimedia massa yang cerdas yang juga diawaki para wartawan cerdas.

## **1.2. Tujuan Riset**

Berkaitan dengan sejumlah hal di atas, maka Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS) dan Dewan Pers melakukan riset ke lima perusahaan pers nasional di Jakarta, yakni Kompas Grup, Media Indonesia – Metro TV Grup, MNC Grup, Tempo Grup dan Jawa Pos National Network (JPNN).

Tujuan dari Riset Kebutuhan Sumber Daya Manusia Redaksi di Perusahaan Pers ini adalah

1. Riset ini untuk menelaah aspek etik jurnalistik dan non-etik (kemampuan intelektual, dan aspek lain saat menjalani rekrutmen maupun saat menjadi wartawan sekaligus karyawan) jurnalistik wartawan yang dibutuhkan oleh industri perusahaan pers dewasa ini.
2. Riset ini juga bertujuan menelaah penerapan standar kompetensi wartawan –menyangkut pemahaman atas kemerdekaan pers, pengetahuan umum dan khusus, serta keterampilan— yang dilakukan perusahaan pers.

## **1.3. Target Pemanfaat Riset**

Riset ini ditargetkan bermanfaat bagi khalayak umum maupun pemangku kepentingan pers nasional, dan secara khusus kepada

1. Perusahaan pers, karena perusahaan pers yang menjadi obyek riset telah diverifikasi dan meratifikasi Piagam Palembang, 9 Februari 2010, yang mengamanatkan memenuhi:
  - a. Peraturan Dewan Pers Nomor 04/Peraturan-DP/III/2008 tentang Standar Perusahaan Pers,
  - b. Peraturan Dewan Pers Nomor 05/Peraturan-DP/IV/2008 tentang Standar Perlindungan Profesi Wartawan,

- c. Peraturan Dewan Pers Nomor 06/Peraturan-DP/V/2008 tentang Pengesahan Surat Keputusan Dewan Pers Nomor 03/SK-DP/III/2006 tentang Kode Etik Jurnalistik. Hal ini sebagai turunan dari Ayat 2 Pasal 7 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers bahwa “Wartawan memiliki dan menaati Kode Etik Jurnalistik,” dan juga Pasal 42 Undang Undang Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran bahwa “Wartawan penyiaran dalam melaksanakan kegiatan jurnalistik media elektronik tunduk kepada Kode Etik Jurnalistik dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.”
  - d. Peraturan Dewan Pers Nomor 01/Peraturan-DP/II/2010 tentang Standar Kompetensi Wartawan.
2. Perguruan Tinggi atau Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi/Program Studi Jurnalistik sebagai tempat terbaik bagi perusahaan pers untuk mendapatkan sumber daya manusianya.
  3. Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Pers sebagai salah satu alternatif utama yang bermitra dengan perusahaan pers untuk mengembangkan sumber daya manusianya, termasuk dalam proses rekrutmen dan pengembangan karir wartawan maupun karyawannya.

#### **1.4. Subyek Penelitian**

Penelitian ini memilih sample lima (5) kelompok perusahaan pers yang merupakan media nasional yang berbasis di Jakarta dan sudah menerapkan konvergensi media.

Profil singkat lima perusahaan yang menjadi sample riset adalah sebagai berikut:

1. Kompas Group, yakni perusahaan awalnya yang bergerak di bidang media massa didirikan pada tanggal 28 Juni 1965 oleh P.K. Ojong dan Jakob Oetama. Pada tahun 1980-an perusahaan ini mulai berkembang pesat, dan menjadi Kelompok Kompas-Gramedia. Saat ini, Kompas-Gramedia memiliki beberapa anak perusahaan/bisnis unit

yang bervariasi dari media massa, toko buku, percetakan, radio, hotel, lembaga pendidikan, event organizer, stasiun TV hingga universitas. Pada tahun 2005, perusahaan ini mempekerjakan sekitar 12.000 karyawan yang tersebar di seluruh Indonesia. Alamat: Jalan Palmerah Selatan 26 -28, Jakarta 10270. Personal kontak yang diwawancarai periset adalah Saudara Budiman Tanurejo, Pemimpin Redaksi Harian Umum Kompas, dan saat kelompok diskusi terfokus (Focus Discussion Group/FGD) verifikasi hasil riset di Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS) tanggal 23 Desember 2015 diwakili Saudara M. Nasir, Sekretaris Redaksi Harian Umum Kompas.

2. Media Indonesia – Metro TV Group, yakni sering disebut Media Group di bawah PT Citra Media Nusa Purnama, kelompok usaha media yang didirikan tahun 1987 oleh Surya Paloh. Kelompok usaha ini memiliki harian Media Indonesia, Lampung Post, Borneonews, tabloid Prioritas, dan stasiun televisi MetroTV. Media Group memiliki Redaksi, Usaha, Percetakan, Pusat Dokumentasi, Perpustakaan, Iklan, Sirkulasi dan Distribusi serta fasilitas penunjang karyawan. Alamat: Kompleks Delta Kedoya, Jalan Pilar Raya Kavling A-D Kedoya Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11520. Personal kontak yang diwawancarai periset dan juga hadir dalam kelompok diskusi terfokus (Focus Discussion Group/FGD) verifikasi hasil riset di Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS) tanggal 23 Desember 2015 adalah Saudara Usman Kansong selaku Pemimpin Redaksi Harian Umum Media Indonesia dan anggota Dewan Redaksi Metro TV.
3. MNC Group PT Media Nusantara Citra Tbk (IDX: MNCN), yakni lebih dikenal dengan nama MNC merupakan sebuah perusahaan terbuka tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang bergerak dalam bidang media yang berpusat di Jakarta, Indonesia, didirikan pada tahun 1997 oleh Hary Tanoesoedibjo. MNC bergerak dibidang perdagangan umum, pembangunan, perindustrian, pertanian, pengangkutan, percetakan, multimedia melalui perangkat satelit dan perangkat telekomunikasi lainnya, jasa dan investasi.MNCN memiliki tiga media televisi nasional yaitu RCTI, Global TV, dan MNCTV. Ketiga stasiun televisi nasional tersebut menawarkan acara beragam seperti film-film box office, acara olahraga, pencarian bakat, *reality show*, acara musik, berita, infotainment. Alamat:

Gedung MNC Tower, lantai 27, Jalan Kebon Sirih, Jakarta 10110. Personal kontak yang diwawancarai periset adalah Saudara Baskoro Mangundjojo, Head of Human Resource Operation Comben and Organization Development MNC Group dan Saudara Ariyo Adi, Executive Producer iNews.

4. Tempo Media Group, yakni perseroan terbatas yang merupakan perusahaan umum dalam bidang media cetak, media televisi, lembaga pendidikan, dan farmasi yang berpusat di Jakarta, Indonesia yang didirikan pada tahun 1953, oleh Goenawan Mohamad, Fikri Jufri, Christianto Wibisono dan Usmah dengan nama majalah Ekspres. Tahun 1971, terbit majalah berita mingguan Tempo dengan PT. Grafiti Pers sebagai penerbitnya. Di tahun 1994--1998, penerbitan majalah ini sempat terhenti selama empat (4) tahun karena dibredel. Tahun 1978 hadir percetakan PT. Temprint. Bersamaan dengan lahirnya PT.TIM (Tempo Inti Media) Tbk. Yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), pada tahun yang sama (2001), lahirlah Koran Tempo, sebagai media harian. Setelah itu muncullah produk-produk baru, majalah Tempo English, majalah Travelounge dan media digital tempo.com serta kantor berita media Tempo News Room (TNR). Tempo juga mendirikan Tempo TV, bekerja sama dengan kantor berita radio KBR68H. Selain itu ada Pusat Data dan Analisa Tempo (PDAT), yang hadir dengan sediaan data teks, foto, infografis dan video guna mendukung produk-produk grup, maupun kebutuhan pihak luar. Bambang Harymurti sebagai Direktur Utama dan dua anggota dewan direksi yang lain, Herry Hernawan dan Toriq Hadad, memimpin Tempo Media Group. Alamat: Jalan Kebayoran Baru Mayestik, Kebayoran Center, Blok A11 – A15, Jakarta Selatan 12420. Personal kontak yang diwawancara periset dan hadir dalam kelompok diskusi terfokus (Focus Discussion Group/FGD) verifikasi hasil riset di Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS) tanggal 23 Desember 2015 adalah Saudara Budi Setyarso, Redaktur Eksekutif Tempo dan Taufiqurohman, Kepala SDM & Umum Tempo.
5. PT Jawa Pos National Network (JPNN), yakni perusahaan yang berawal dari Jawa Pos didirikan oleh The Chung Shen pada 1 Juli 1949 dengan nama Djava-Post. Pada tahun 1982, Jawa Pos dipimpin oleh Dahlan Iskan, Pada tahun 1987 terbentuklah Jawa Pos

News Network (JPNN), salah satu jaringan surat kabar terbesar di Indonesia, dimana memiliki lebih dari 100 surat kabar, tabloid, dan majalah, serta 40 jaringan percetakan di Indonesia. JPNN adalah jaringan media terbesar di Indonesia, yang memimpin pasar koran-koran lokal dari Aceh hingga Papua. Total saat ini terdapat 134 penerbitan (data Agustus 2008), terdiri dari surat kabar harian, tabloid, dan majalah yang terbit dan beredar di seluruh penjuru Nusantara. Dengan kekuatan jaringan tersebut JPNN menghadirkan JPNN.COM, layanan portal berita dengan suguhan direktori lengkap berita Nusantara, Nasional dan Internasional, realtime news peristiwa-peristiwa terkini, serta rubrik-rubrik lain yang tak kalah menarik. Alamat: Graha Pena Jawa Pos Group Building, lantai 5, Jalan Raya Kebayoran Lama 12 Jakarta Selatan. Personal kontak yang diwawancarai periset dan hadir dalam kelompok diskusi terfokus (Focus Discussion Group/FGD) verifikasi hasil riset di Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS) tanggal 23 Desember 2015 adalah Saudara Thomas Kukuh, Pemimpin Redaksi JPNN.com, Saudara Arwan Manunggeng, Pemimpin Redaksi Jawa Pos.com, dan Saudara Auri Jaya, Direktur Jawa Pos Group Multimedia.

### **1.5. Keterbatasan Riset**

- Penelitian ini hanya meriset lima (5) perusahaan pers dari 130 pers cetak (harian, mingguan dan bulanan), 40 stasiun radio siaran, 40 stasiun televisi siaran dan 64 media siber di Jakarta berdasarkan Buku Data Pers 2014 yang dikeluarkan Dewan Pers pada Desember 2014 di Jakarta, ISBN: 978-602-8721-25-7.
- Dari setiap kelompok perusahaan pers yang menjadi responden tidak semuanya melibatkan pihak dan atau para pihak yang memegang kendali penuh di bidang redaksi (penanggung jawab redaksi atau pemimpin redaksi) bersama pemimpin di bidang sumber daya manusia perusahaannya.
- Adanya batas informasi dari responden yang diistilahkan dengan “rahasia perusahaan” dalam memberikan jawaban kepada periset.
- Keterbatasan periset dari segi jumlah dan cakupan responden disesuaikan dengan skala pendanaan.



## BAB II METODOLOGI

### 2.1. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara langsung dengan responden otoritatif dan studi dokumentatif. Wawancara meliputi proses rekrutmen, khususnya mengenai kebutuhan SDM Redaksi di Perusahaan Pers dan wartawan yang sudah mendapat pembinaan karir.

Data penelitian dianalisis secara kualitatif dan dari homogenitas hasil jawaban terdapat lima (5) jawaban yang bervariasi. Analisis Kuantitatif dilakukan menggunakan statistik Anova untuk menguji apakah terdapat perbedaan karakteristik dari tiga (3) atau lebih kelompok objek yang diteliti, dalam hal ini lima (5) perusahaan pers, yakni Kompas Group, Media Indonesia – Metro TV Group, MNC Group, Tempo Group dan Jawa Pos National Network (JPNN).

### 2.2. Jadwal Kegiatan

Kegiatan	September 2015				Oktober 2015				November 2015				Desember 2015			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Persiapan Awal - Persiapan sarana dan prasarana kerja																
Penyerahan Proposal																
Evaluasi dan Pendataan																
Pengumpulan Data																
Pengolahan Data																
Penyusunan Laporan																
Sosialisasi Hasil Akhir/FGD																
Penyerahan Hasil Penelitian																



## **BAB III**

### **HASIL RISET DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1. Hasil Riset**

Hasil riset yang dilakukan Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS) terhadap lima (5) perusahaan pers di Jakarta yang menjadi responden, yakni Kompas Group, Media Indonesia – Metro TV Group, MNC Group, Tempo Group dan Jawa Pos National Network (JPNN) terbagi dalam dua bagian sesuai materi utama yang ada dalam wawancara kepada masing-masing responden.

Hasil riset pertama menyangkut proses rekrutmen bagi calon wartawan di masing-masing perusahaan pers, baik yang dilakukan secara mandiri maupun melibatkan pihak ketiga atau konsultan.

Adapun hasil riset kedua menyangkut proses pembinaan wartawan aktif saat menjalani tugas jurnalistiknya hingga menjelang masa persiapan pensiun. Hal ini berkaitan pula dengan proses pengembangan karir jurnalistik, pendidikan dan pelatihan berkelanjutan bagi wartawan hanya terfokus di lingkup kerja redaksional, sehingga tidak membahasnya sebagai karyawan di perusahaan pers.

##### **3.1.1. Rekrutmen**

Hasil riset yang telah dilakukan LPDS menjelaskan ke lima (5) perusahaan pers yang menjadi responden, yakni Kompas Group, Media Indonesia – Metro TV Group, MNC Group, Tempo Group dan Jawa Pos National Network (JPNN) diharapkan dapat menggambarkan kebutuhan dan pembinaan sumber daya manusia (SDM) perusahaan pers di Indonesia.

Hal ini berkaitan dengan fungsi pers sebagai penyampai informasi, pendidik dan penghibur publik, mewariskan kebudayaan, serta pengawasan sosial. Apalagi, jurnalistik telah diakui memberi andil besar dalam memajukan demokrasi pada banyak negara, melalui kegiatan

pemberitaan. Pers menyebarkan informasi dan pengetahuan, menyuarakan kepentingan khalayak serta berperan mengawasi jalannya pemerintah dan kekuasaan.

Robert Audi di artikel berjudul “The Function of the Press in a Free and Democratic Society” dalam jurnal triwulan University of Illinois Press volume 4, nomor 3 edisi Juli 1990 halaman 203 hingga 215 mencatat bahwa sejak awal sejarahnya pers bertujuan mengawasi jalannya demokrasi. Pers selalu punya cara mengawasi jalannya demokrasi dengan menyajikan berbagai informasi yang mendidik, menghibur dan berbagai hal menyangkut kebudayaan bangsa dan negaranya dengan pendekatan kemanusiaan.

Di Indonesia ada Undang Undang nomor 40 tahun 1999 tentang pers pada Pasal 3 mencatat: (1) Pers nasional mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan dan kontrol sosial. (2) di samping fungsi-fungsi tersebut (ayat 1), pers nasional dapat berfungsi sebagai lembaga ekonomi.

Menilik peran penting wartawan, maka upaya untuk menciptakan wartawan yang profesional adalah menjadi tanggungjawab bersama antara perusahaan, pemerintah dan lembaga-lembaga lain.

Undang-Undang nomor 40 tahun 1999 tentang Pers juga menyatakan bahwa semua warga negara Indonesia bisa mendirikan perusahaan pers dan bisa menjadi wartawan, tanpa menyinggung mengenai ketentuan latar belakang pendidikan, misalnya harus sarjana jurnalistik.

Semua media massa di Indonesia dan negara-negara lain di dunia, membuka lowongan pekerjaan sebagai wartawan untuk calon pelamar dari berbagai latar belakang pendidikan, namun untuk melaksanakan tugasnya, wartawan perlu mempelajari ilmu jurnalistik terlebih dahulu. Bahkan, Undang-Undang nomor 40 tahun 1999 tentang pers Ayat 2 Pasal 7 mencantumkan: “Wartawan memiliki dan menaati Kode Etik Jurnalistik,” dan juga Pasal 42 Undang Undang Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran bahwa “Wartawan penyiaran dalam melaksanakan kegiatan jurnalistik media elektronik tunduk kepada Kode Etik Jurnalistik dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.”

Perusahaan-perusahaan pers selama ini banyak yang memberikan pendidikan dan pelatihan jurnalistik secara internal atau mengirim calon wartawan untuk belajar ke lembaga pendidikan

jurnalistik, sedangkan berbagai program pelatihan jurnalistik juga diberikan oleh mitra kerja di luar perusahaan pers, termasuk dari lembaga-lembaga internasional.

Dalam riset di lima (5) kelompok perusahaan pers ini diketahui bahwa semuanya membuka kesempatan yang sama bagi semua sarjana strata satu dari berbagai cabang ilmu, meskipun ada beberapa perusahaan yang cenderung lebih menyukai calon wartawan dengan latar belakang pendidikan jurnalistik.

Ketaatan pada kode etik jurnalistik, norma-norma sosial dalam dan hukum menjadi syarat mutlak pada sebagian perusahaan ketika menyeleksi calon wartawan, sementara pada perusahaan lain ketentuan tersebut cenderung agak longgar.

Kerja jurnalistik sangat bergantung pula pada kemampuan nalar dan penggunaan bahasa, sehingga kemampuan menulis dan berbahasa menjadi pertimbangan penting dalam menerima calon wartawan serta pada proses pembinaan selanjutnya, sementara beberapa perusahaan mengakui bahwa untuk mencari tenaga wartawan yang sudah memiliki “kemahiran” berbahasa Indonesia dengan baik saat ini cenderung sulit.

### **3.1.2. Pembinaan Wartawan**

Organisasi Perserikatan Bangsa-Bangsa untuk Pendidikan, Ilmu Pengetahuan dan Kebudayaan (UNESCO) pada 2005 mengadakan pertemuan konsultatif di Paris, Prancis, dengan mengumpulkan masukan dari para pakar pendidikan jurnalistik yang berpengalaman bekerja di negara-negara yang sedang berkembang, memandang penting untuk menyediakan kurikulum pendidikan jurnalistik. Rancangan model kurikulum tersebut telah dibahas dalam kongres pendidikan jurnalistik se-dunia yang pertama di Singapura pada 2007.

Tujuan penetapan kurikulum tersebut adalah untuk memberikan pemahaman kepada wartawan mengenai proses kerja secara profesional dalam membuat berita, yaitu dimulai dengan riset jurnalistik, mengumpulkan informasi, memilah informasi dari fakta dan opini yang kompleks, menulis, menyunting dan memproduksi berita untuk berbagai saluran media cetak, televisi, radio dan media siber (*cyber media*).

Kegiatan pendidikan jurnalistik diarahkan untuk membuat wartawan memahami dan menerapkan kode etika jurnalistik yang dapat dijadikan teladan, termasuk mencakup kepentingan kepemilikan, organisasi dan persaingan usaha.

Dalam dokumen model kurikulum pendidikan jurnalistik UNESCO yang dibukukan pada 2007 dan edisi revisi 2013 dicantumkan bahwa pendidikan jurnalisme di perguruan tinggi biasanya diorganisasikan di seputar tiga poros atau jalur perkembangan, yakni:

- i. Poros yang mengajarkan norma-norma, nilai-nilai, perangkat, standar, dan praktik jurnalisme;
- ii. Poros yang menekan pada aspek-aspek sosial, budaya, politik, ekonomi, hukum dan etika dari praktik jurnalisme, baik di dalam negeri maupun di luar negeri; dan
- iii. Poros yang terdiri dari pengetahuan umum mengenai dunia dan tantangan-tantangan intelektual dalam dunia jurnalisme.

Ketiga poros tersebut telah diadopsi dalam Standar Kompetensi Wartawan yang telah ditetapkan Dewan Pers dan termaktub dalam Piagam Palembang tahun 2010, yang diratifikasi oleh mayoritas perusahaan pers di Indonesia. Standar Kompetensi Wartawan juga telah diimplementasikan dalam bentuk Uji Kompetensi Wartawan sejak 2011, yang dimulai Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS) sebagai lembaga uji kompetensi wartawan sesuai Surat Keputusan Dewan Pers nomor 12/SK-DP/V/2011 tanggal 6 Mei 2011. Kegiatan semacam ini diikuti oleh perusahaan pers, organisasi wartawan dan perguruan tinggi, serta lembaga pendidikan jurnalistik.

Beberapa perusahaan pers menerapkan standar kompetensi yang lebih tinggi dibandingkan dengan standar minimal dalam Uji Kompetensi Wartawan yang ditetapkan oleh Dewan Pers, seperti Tempo Group, Kompas Group dan Lembaga Kantor Berita Nasional (LKBN) Antara.

Dalam melaksanakan tugasnya wartawan dituntut memiliki kemampuan berpikir kritis, memahami, menganalisis, melakukan sintesis dan menelaah bahan dan pembuktian, serta menggunakan metodologi riset.

Program pelatihan dan pengenalan ilmu jurnalistik pada perusahaan pers tertentu diberikan dalam satu paket program pembinaan pada saat penerimaan calon wartawan, tetapi juga ada

perusahaan pers yang tidak memberikan pendidikan jurnalistik secara khusus, melainkan menerapkan sistem magang (*job training*).

Tiga kelompok perusahaan pers yang menjadi responden riset menyertakan wartawannya dalam Uji Kompetensi Wartawan (UKW) dengan melaksanakan ujian melalui jasa lembaga penguji di luar perusahaannya, sedangkan dua perusahaan yang lain menerapkan standar kompetensi yang terintegrasi dengan sistem peringkat jabatan fungsional (wartawan hingga redaktur) serta jenjang karir dan penghargaan finansial berupa bonus.

### **3.2. Pembahasan**

Dalam perkembangan perusahaan pers dewasa ini terjadi kecenderungan penurunan minat baca terhadap media cetak, sebaliknya minat mengikuti siaran berita di televisi dan media siber semakin meningkat. Gejala ini bukan hanya terjadi di Indonesia, melainkan sudah menjadi kecenderungan global.

Bill Kovach dan Tom Rosenstiel dalam buku “Blur” menyatakan bahwa pada 2007 ada sepuluh besar surat kabar di Amerika Serikat (AS) hanya menguasai 19 persen pasar, tetapi merangkul 29 persen khalayaknya melalui situs Internet (laman) media massa atau portal berita. Pada 2008 sebanyak 50 portal berita yang dijalankan oleh media-media tradisional mencatat pertumbuhan lalu lintas kunjungan sekira 27 persen. Krisis yang terjadi di media tradisional lebih banyak akibat pendapatannya semakin yang berkurang.

Pada penghujung 2015 ada sejumlah perusahaan pers yang mengumumkan penutupan media cetak atau mengubah periode terbit dari harian menjadi mingguan, dan menutup sejumlah media dengan sistem waralaba dari luar negeri. Sejumlah media massa yang mengumumkan berhenti itu, antara lain Bloomberg TV Indonesia, Businessweek Indonesia, Readers Digest Indonesia, Varia.id, Harian Bola, Majalah Detik.pdf dan Harian Umum Sinar Harapan.

Kecenderungan penurunan minat membaca surat kabar dan majalah (media cetak) dan semakin meningkatnya pembaca media siber, serta pemirsa siaran berita televisi dan radio telah diantisipasi oleh kelompok perusahaan pers yang menjadi responden riset dengan melakukan

konvergensi media, dalam arti seluruh kelompok perusahaan dalam riset ini memiliki saluran pemberitaan berbentuk cetak, televisi, siber dan sebagian juga memiliki radio siaran swasta nasional.

Konvergensi media juga berimbas pada perubahan proses penerimaan calon wartawan di masing-masing perusahaan pers tersebut, kemudian program pelatihan dan penerapan jenjang karir dengan kemampuan wartawan berkinerja mampu membuat beragam format berita (teks, foto dan video) atau *multitasking*, menggunakan sarana kerja dengan berbagai sistem operasi (*operating system* Android, Windows Mobile dan Apple/iOS) atau multiplatform, bekerja bagi keragaman bentuk media (surat kabar, portal berita, stasiun radio/televisi maupun *streaming* di Internet) atau *multichannel*.

Hanya satu perusahaan yang menjadi responden sudah menerapkan sistem konvergensi sejak pada proses seleksi penerimaan wartawan, dan ketika memberi pelatihan jurnalistik bagi wartawan pemula, kemudian menerapkannya secara terpadu pada proses kerja di ruang redaksi. Beberapa perusahaan melatih dan menempatkan wartawan dengan spesialisasi untuk media cetak, televisi atau *online* dan mereka bekerja secara terpisah.

Perusahaan-perusahaan yang memisahkan kerja wartawan berdasarkan jenis medianya itu dimungkinkan untuk saling berbagi informasi atau bahan berita, bahkan berita yang sudah jadi untuk diubah dan disiarkan kembali sesuai kebutuhan jenis/karakter medianya. Misalnya, berita untuk televisi dimanfaatkan pula untuk berita radio, siber dan cetak. Perusahaan tersebut juga menerapkan mutasi dan perputaran wartawan di semua ragam media massa di dalam kelompok perusahaan persnya.

Media massa tradisional masih dipercaya oleh masyarakat sebagai penyedia informasi yang akurat di tengah banjir informasi melalui media sosial yang melanda Indonesia, baik oleh pemberitaan dalam negeri maupun pemberitaan dari luar negeri.

Perusahaan pers terus menerus menyesuaikan bentuk penyajian dan saluran berita yang dianggap paling ideal dengan tuntutan zaman dan kebutuhan khalayak, serta tetap mempertahankan prinsip dasar jurnalistik untuk bekerja secara profesional.

Kemampuan penyesuaian tersebut diikuti dengan kemampuan bersaing baik dalam bidang karya jurnalistik maupun pengelolaan perusahaan sebagai lembaga ekonomi yang mengejar keuntungan.

Tenaga wartawan di setiap perusahaan pers yang menjadi responden saat ini juga diketahui mudah berpindah dari satu perusahaan ke perusahaan lain, salah satu alasan utamanya adalah untuk mengejar gaji dan tingkat kesejahteraan yang lebih baik dibanding di perusahaan lama.

Semua perusahaan tertutup dalam memberi informasi mengenai standar gaji dan fasilitas kesejahteraan wartawan, tetapi mengakui bahwa perpindahan wartawan ke media massa yang lain hampir dipastikan karena mengejar pendapatan yang lebih tinggi.

Namun demikian, perusahaan pers yang menjadi responden tidak menolak ketika dalam diskusi kelompok terfokus (Focus Discussion Group/FGD) diberikan data besaran penghasilan wartawan yang setiap tahun diumumkan oleh Aliansi Jurnalis Independen (AJI). Data ada dalam lampiran laporan riset ini.

Dari serangkaian wawancara dan data dari responden, maka hasil penelitian juga dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan statistik Anova sebagai berikut:

**Hipotesis Penelitian:**

1.  $H_0$  = Tidak terdapat perbedaan karakteristik antara perusahaan pers MNC Group, JPNN, Kompas Group, Media Indonesia – Metro TV Group dan Tempo Group.
2.  $H_1$  = Minimal Terdapat satu perusahaan pers yang memiliki perbedaan karakteristik dengan perusahaan lainnya.

Uji Perbandingan karakteristik Perusahaan Pers

hasil psikotes menjamin calon wartawan dapat menekuni profesi wartawan sesuai kebutuhan perusahaan pers	Jumlah Kuadrat	Derajat Bebas	Rerata Kuadrat	Uji F	P-value (sig.)
Variasi di dalam Group	85000.000	4	21250.000	26.714	.000
Variasi antar Group	35000.000	44	795.455		
Total	120000.000	48			

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai p-value (sig.) < 0,05 (toleransi kekeliruan) sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat minimal satu perusahaan pers yang berbeda dalam aspek “hasil psikotes menjamin calon wartawan dapat menekuni profesi wartawan sesuai kebutuhan perusahaan pers”.

Uji Perbandingan karakteristik Perusahaan Pers

R\_5

Duncan

Kode Pershn. Pers	N	Subset for alpha = 0.05		
		1	2	3
JPNN	7	.0000		
MI – Metro Group	7	.0000		
MNC Group	14		50.0000	
Kompas Group	7			100.0000
Tempo Group	14			100.0000
Sig.		1.000	1.000	1.000

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 8.750.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Tabel di atas merupakan pengelompokan jawaban atas pernyataan “hasil psikotes menjamin calon wartawan dapat menekuni profesi wartawan sesuai kebutuhan perusahaan pers”, terlihat bahwa perusahaan pers JPNN dan Media Indonesia – Metro TV Group menyatakan Tidak (0), perusahaan MNC Group dari 2 orang yang diwawancarai satu informan menyatakan Ya (100) satu lagi menyatakan Tidak (0). Sedangkan perusahaan pers sisanya menyatakan Ya (100).



Uji Lanjut Perbandingan karakteristik Perusahaan Pers  
**W\_4b**

Duncan

Kode_Harian	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
MNC Group	14	50.0000	
JPNN	7		100.0000
Kompas Group	7		100.0000
MI – Metro TV Group	7		100.0000
Tempo Group	14		100.0000
Sig.		1.000	1.000

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 8.750.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Tabel di atas merupakan pengelompokan jawaban atas pernyataan “perusahaan pers mengizinkan wartawannya mengikuti beasiswa pendidikan dan pelatihan dari pihak lain untuk bidang non-jurnalistik”, terlihat bahwa perusahaan MNC Group dari dua (2) orang yang diwawancarai satu informan menyatakan Ya (100) satu lagi menyatakan Tidak (0). Sedangkan perusahaan pers sisanya menyatakan Ya (100).

Uji Perbandingan karakteristik Perusahaan Pers

Manajemen redaksi perusahaan pers selama ini memiliki catatan khusus wartawannya yang keluar untuk pindah ke bidang kerja atau profesi di luar kewartawanan	Jumlah Kuadrat	Derajat Bebas	Rerata Kuadrat	Uji F	P-value (sig.)
Variasi di dalam Group	85000.000	4	21250.000	26.714	.000
Variasi antar Grup	35000.000	44	795.455		
Total	120000.000	48			

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai p-value (sig.) < 0,05 (toleransi kekeliruan), sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat minimal satu perusahaan pers yang berbeda dalam aspek “manajemen redaksi perusahaan pers selama ini memiliki catatan khusus wartawannya yang keluar untuk pindah ke bidang kerja atau profesi di luar kewartawanan”.

Uji Lanjut Perbandingan karakteristik Perusahaan Pers

W\_12

Duncan		Subset for alpha = 0.05		
Kode_Harian	N	1	2	3
JPNN	7	.0000		
Kompas Group	7	.0000		
MNC Group	14		50.0000	
MI – Metro TV Group	7			100.0000
Tempo Group	14			100.0000
Sig.		1.000	1.000	1.000

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 8.750.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Tabel di atas merupakan pengelompokan jawaban atas pernyataan “manajemen redaksi perusahaan pers selama ini memiliki catatan khusus wartawannya yang keluar untuk pindah ke bidang kerja atau profesi di luar kewartawanan”, terlihat bahwa perusahaan pers JPNN dan Kompas Group menyatakan Tidak (0), perusahaan MNC Group dari 2 orang yang diwawancarai satu informan menyatakan Ya (100), satunya lagi menyatakan Tidak (0). Sedangkan perusahaan pers sisanya menyatakan Ya (100).

Uji Lanjut Perbandingan karakteristik Perusahaan Pers

W\_18

Duncan		Subset for alpha = 0.05		
Kode Perushn. Pers	N	1	2	3
JPNN	7	.0000		
Kompas Group	7	.0000		
MI – Metro TV Group	7	.0000		
MNC Group	14		50.0000	
Tempo Group	14			100.0000
Sig.		1.000	1.000	1.000

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 8.750.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Tabel di atas merupakan pengelompokan jawaban atas pernyataan “perusahaan pers memberikan pendidikan dan pelatihan kepada wartawannya menjelang masa pensiun”, terlihat bahwa perusahaan pers JPNN, Kompas, dan Media Indonesia menyatakan Tidak (0), perusahaan iNews dari 2 orang yang diwawancarai satu informan menyatakan Ya (100) satu lagi menyatakan Tidak (0). Sedangkan perusahaan pers sisanya menyatakan Ya (100).

Uji Perbandingan karakteristik Perusahaan Pers

perusahaan pers memberikan peluang bagi wartawan memasuki masa pensiun dapat dilibatkan dalam pengembangan bisnis kelompok besar perusahaan	Jumlah Kuadrat	Derajat Bebas	Rerata Kuadrat	Uji F	P-value (sig.)
Variasi di dalam Grup	65000.000	4	16250.000	20.429	.000
Variasi antar Grup	35000.000	44	795.455		
Total	100000.000	48			

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai p-value (sig.) < 0,05 (toleransi kekeliruan), sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat minimal satu perusahaan pers yang berbeda dalam aspek “perusahaan pers memberikan peluang bagi wartawan memasuki masa pensiun dapat dilibatkan dalam pengembangan bisnis kelompok besar perusahaan”.

Uji Lanjut Perbandingan karakteristik Perusahaan Pers

W\_19

Duncan Kode_Harian	N	Subset for alpha = 0.05		
		1	2	3
Kompas Group	7	.0000		
MI – Metro TV Group	7	.0000		
Tempo	14	.0000		
MNC Group	14		50.0000	
JPNN	7			100.0000
Sig.		1.000	1.000	1.000

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 8.750.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Tabel di atas merupakan pengelompokan jawaban atas pernyataan “perusahaan pers memberikan peluang bagi wartawan memasuki masa pensiun dapat dilibatkan dalam pengembangan bisnis kelompok besar perusahaan”, terlihat bahwa perusahaan pers Kompas, Media Indonesia, dan Tempo menyatakan Tidak (0), perusahaan MNC dari dua (2) orang yang diwawancarai satu informan menyatakan Ya (100) satu lagi menyatakan Tidak (0). Sedangkan perusahaan pers sisanya menyatakan Ya (100).

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1. Simpulan**

1. Perusahaan pers memerlukan sumber daya manusia (SDM) redaksi dari semua latar belakang pendidikan tinggi dengan menekankan tugas pokok dan fungsi pers yang menyebarkan informasi dan pengetahuan, menyuarakan kepentingan khalayak serta berperan mengawasi jalannya pemerintah dan kekuasaan.
2. Perusahaan pers melakukan rekrutmen sumber daya manusia (SDM) redaksi secara profesional melalui tahapan tes tertulis dan wawancara, yang prosesnya dilakukan dengan melibatkan jasa pihak lain maupun secara mandiri dari perusahaan bersangkutan.
3. Perusahaan pers juga melakukan pelatihan khusus bagi sumber daya manusia (SDM) redaksi dengan menerapkan Standar Kompetensi Wartawan yang disahkan Dewan Pers pada 2010 dan diimplementasikan dalam bentuk Uji Kompetensi Wartawan sejak 2011.
4. Kurikulum pendidikan perguruan tinggi berkaitan dengan ilmu jurnalistik perlu lebih menekankan pemahaman agar menjadi wartawan yang profesional dalam mengumpulkan informasi, membuat berita, memproduksi berita untuk media cetak, televisi, radio dan siber (*online*) serta menerapkan Kode Etik Jurnalistik (KEJ).
5. Tiga kelompok perusahaan pers telah melaksanakan uji kompetensi wartawan melalui jasa penguji di luar perusahaannya, sedangkan dua perusahaan lainnya menerapkan standar kompetensi yang terintegrasi dengan sistem peringkat jabatan fungsional.
6. Dalam proses rekrutmen sumber daya manusia (SDM) redaksi di perusahaan pers ada kecenderungan penurunan minat baca terhadap media cetak, sebaliknya minat mengikuti siaran berita di televisi dan media online semakin meningkat.
7. Tenaga wartawan di setiap perusahaan pers saat ini juga diketahui mudah berpindah dari satu perusahaan ke perusahaan lain. Salah satu alasan utama, yaitu mengejar gaji dan tingkat kesejahteraan yang lebih baik, serta jam kerja yang lebih jelas.
8. Perusahaan pers ada yang memberikan peluang bagi wartawannya untuk berkiprah di luar tugas rutinnnya di redaksi secara bebas, dan ada yang mengizinkan secara terbatas.

Kebijakan ini berdasarkan pengalaman pengelolaan sumber daya manusia (SDM) redaksi mereka, dan secara berkala dilakukan evaluasi.

#### 4.2. Saran

1. Media massa di Indonesia, melalui kelompok perusahaan yang menjadi obyek penelitian ini, perlu mempertahankan dan meningkatkan langkah konvergensi mengikuti kecenderungan perilaku audiens dalam mengonsumsi berita serta memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Saat ini kita sudah memasuki era teknologi telekomunikasi generasi keempat (*Fourth Generation/4G*), dan kemungkinan segera menyongsong lompatan-lompatan teknologi selanjutnya yang sekarang mungkin sedang dalam proses penyelesaian untuk diaplikasikan atau bahkan yang sekarang belum terpikirkan.

Oleh karena itu, perusahaan pers disarankan pula mampu menyiapkan sumber daya manusia (SDM) di redaksi lebih memahami kinerja *multimedia*, *multitasking*, *multiplatform* dan *multichannel*. Dalam hal ini dibutuhkan pula pendidikan dan pelatihan secara bersinambungan.

2. Perubahan zaman dalam kebudayaan digital yang terus berjalan secara pesat harus selalu diikuti, demikian pula tingkat usia khalayak dari generasi muda yang sudah menggeser generasi sebelumnya yang memiliki kecenderungan berbeda dalam pola mengonsumsi informasi/berita secara konvergensi dari media massa tradisional menjadi multimedia massa interaktif (web 2.0) dan bergerak/*mobile* (web 3.0).

Oleh karena itu, perusahaan pers disarankan pula dapat melakukan riset dan pengembangan kebutuhan pasar bagi khalayaknya dengan memanfaatkan sekaligus memperhitungkan penggunaan teknologi tepat guna.

3. Dari sisi Sumber Daya Masyarakat, aspek moral dan etika jurnalistik merupakan mahkota profesi jurnalistik yang harus dijunjung tinggi. Namun, media massa di Indonesia juga

masih menghadapi tantangan atas hal-hal mendasar berupa wawasan dan pengetahuan umum, pengetahuan khusus maupun keterampilan jurnalistik para wartawan yang perlu ditingkatkan.

Oleh karena itu, perusahaan pers disarankan menerapkan Standar Kompetensi Wartawan (SKW) dengan melakukan Uji Kompetensi Wartawan (UKW) secara berkesinambungan dengan mengembangkan bahan uji menjawab tantangan kekinian (*up to date*).

4. Perusahaan pers mempunyai tanggungjawab untuk memberikan bekal pengetahuan dan keterampilan jurnalistik baik melalui pendidikan internal atau memberi fasilitas pendidikan di luar perusahaan pers, dan memberi kesempatan bagi wartawannya untuk mengembangkan kapasitas diri misalnya melalui beasiswa hingga ke luar negeri.

Oleh karena itu, perusahaan pers disarankan memiliki pusat data informasi mengenai sumber daya manusia (SDM) di redaksi, khususnya wartawan, agar dapat mengikuti pendidikan dan pelatihan secara berkesinambungan di bidang jurnalistik maupun bidang pendukung lain di dalam maupun luar negeri.

5. Dalam bidang kemampuan menggunakan bahasa Indonesia, perlu mempertimbangkan fasilitas pendidikan dengan standar Uji Kemampuan Berbahasa Indonesia (UKBI), seperti ketika perusahaan menerapkan standar kemampuan berbahasa Inggris dengan nilai standar uji bahasa Inggris sebagai bahasa asing (*Test of English as a Foreign Language/TOEFL*).

Oleh karena itu, perusahaan pers disarankan memiliki forum atau klinik editorial (*editorial clinic*) dan lembaga ombudsman pers yang secara berkesinambungan menjaga dan meningkatkan kualitas kebahasaan dan penegakkan Kode Etik Jurnalistik (KEJ).

6. Perusahaan pers diharapkan menjadi pihak pertama yang ikut menjaga rambu-rambu etika jurnalistik ketika menjalankan fungsi sebagai lembaga ekonomi, serta memperhatikan kesejahteraan wartawannya.

Oleh karena itu, perusahaan pers juga disarankan melakukan riset/kajian berkaitan dengan standar kesejahteraan bagi profesi lainnya (non-jurnalistik) agar dapat

menyimbangkan kepentingan industri pers sebagai alat perjuangan membela kepentingan publik dan lembaga ekonomi yang ideal bagi wartawan.

#### **4.2.1 Saran lain**

Berdasarkan riset yang dilakukan, maka Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS) juga memiliki saran lain, yaitu:

1. Dewan Pers disarankan mengadakan riset atau penelitian terhadap kebutuhan sumber daya manusia (SDM) lanjutan, termasuk yang berkaitan dengan bidang pemasaran, teknologi, produksi pemberitaan, dan keuangan, agar lebih memperdalam pemetaan sekaligus mendapatkan pengetahuan mengenai manajemen perusahaan pers yang mampu menghadapi tantangan zaman.
2. Dewan Pers disarankan menelaah, mengkaji dan memperbarui sejumlah keputusannya, agar lebih aktual, seperti Standar Perusahaan Pers, Standar Perlindungan Profesi Wartawan (terutama menyangkut tingkat dan standar kesejahteraan dibandingkan dengan profesi lainnya) dan Standar Kompetensi Wartawan yang dalam aturan yang ada dapat direvisi setelah dua tahun dijalankan.

## Daftar Pustaka/Referensi

- Astraatmadja, Atmakusumah; RH, Priyambodo; Nyak Baik, Ridwan, *Peta Media Kalimantan Timur, Survei dan Pemetaan Media Daerah*, Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS) dan Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur, Cetakan pertama Desember 2011, ISBN: 978-602-99530-2-2.
- Audi, Robert; *The Function of the Press in a Free and Democratic Society*; jurnal triwulan University of Illinois Press volume 4, nomor 3 edisi Juli 1990 halaman 203 hingga 215.
- Brewster, Chris; Maryhofer, Wolfgang, *Handbook of Research on Comparative Human Resources Management*, Edward Elgar Publishing Limited, 2012, ISBN: 978-1-84720-726-5.
- Dewan Pers, *Data Pers Nasional 2014*, Jakarta, Cetakan Pertama, 2014, ISBN: 978-602-8721-25-7.
- Dewan Pers, *Standar Kompetensi Wartawan*, Jakarta, Cetakan Keempat, Mei 2011, ISBN: 978-602-8721-04-2.
- AEJMC, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Volume 91, Number 4, Winter 2014, ISSN: 1077-6990.
- Katz, Harry C.; Darbishire, Owen, *Converging Divergences Worldwide Changes in Employment Systems*, Cornell University Press Ithaca USA and London UK, 2000. ISBN: 0-8014-8811-7 (Paperback).
- Kolodzy, Janet, *Practicing Convergence Journalism, an introduction to cross-media storytelling*, yang cetakan pertama pada 2013 diterbitkan Routledge, New York, NY 10017, Amerika Serikat (AS) dengan ISBN: 978-0-203-09743-4 untuk edisi buku elektronik (*ebook*).
- Kovach, Bill; Rosenstiel, Tom, *Blur*, Dewan Pers, 2012.
- Litbang Redaksi Media, *Buku Pegangan Wartawan Harian Umum Media Indonesia*, Indonesia, Juni 2000.



- RH, Priyambodo; Prawitasari, Indria, *Buku Saku Wartawan*, Lembaga Pers Dr. Soetomo, Jakarta, Cetakan Kelima, November 2014, ISBN 978-979-95518-9-4.
- RH, Priyambodo; Samsuri, *Pedoman Uji Kompetensi Wartawan – Penerapan Standar Kompetensi Wartawan*, Lembaga Pers Dr. Soetomo, Jakarta, Cetakan Kedua, Mei 2012, ISBN 978-602-99530-0-8.
- Tim Bahasa Media Indonesia, *Buku Panduan Penulisan Berita Media Indonesia*, , Cetakan Pertama, 2007.
- Televisi Republik Indonesia (TVRI), *Video rekaman TVRI, Wawancara Jakob Oetama saat menerima Medali Emas Spirit Jurnalisme*, di Aula Utama Lobi TVRI Pusat, Jakarta, 19 April 2011.
- Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran.
- Undang-Undang Nomor 40 tahun 1999 tentang Pers.
- UNESCO, *UNESCO Series on Journalism Education: Model Curricula for Journalism Education*, 2007.
- UNESCO, *UNESCO Series on Journalism Education: Model Curricula for Journalism Education*, a Compendium of New Syllabi, 2013.

Lampiran:

1. Daftar Jawaban atas Pertanyaan Riset Kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM) di Perusahaan Pers Kompas Group, dilengkapi surat pernyataan.
2. Daftar Jawaban atas Pertanyaan Riset Kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM) di Perusahaan Pers Media Indonesia – Metro TV Group, dilengkapi surat pernyataan.
3. Daftar Jawaban atas Pertanyaan Riset Kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM) di Perusahaan Pers MNC Group, dilengkapi surat pernyataan.
4. Daftar Jawaban atas Pertanyaan Riset Kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM) di Perusahaan Pers Tempo Group, dilengkapi surat pernyataan.
5. Daftar Jawaban atas Pertanyaan Riset Kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM) di Perusahaan Pers Jawa Pos National Network (JPNN), dilengkapi surat pernyataan.
6. Survei Aliansi Jurnalis Independen (AJI): Jumlah Gaji Wartawan Cetak, Reporter TV, Media Online dan Radio di Jakarta.
7. Surat dan proposal (termasuk biaya) Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS) melakukan Riset Kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM) Redaksi di Perusahaan Pers kepada Dewan Pers.
8. Surat Penunjukan Langsung Penelitian dari Dewan Pers untuk Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS).
9. Surat Penawaran Pekerjaan Penelitian dari Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS) ke Dewan Pers.
10. Profil Lembaga Pers Dr. Soetomo (LPDS).
11. Laporan Keuangan.