BAB III

OBJEK PENELITIAN

3.1. Tinjauan Tentang PT. Mangle Panglipur

3.1.1. Sejarah Perusahaan Manglé

Manglé adalah salah satu majalah berbahasa Sunda yang terbit sekali sebulan, didirikan di Bogor, 21 November 1957. Pendiri majalah ini diantarannya adalah Oeton Moechtar, Rochamina Sudarmika, Wahyu Wibisana, Sukanda Kartasasmita, Saléh Danasasmita, Utay Muchtar, dan Alibasah Kartapranata. Yang pertama mengidekan kata Manglé adalah Wahyu Wibisana, yang artinya bahasa Sunda ranggeuyan kembang atau untayan bunga. Pada awalnya diterbitkan satu bulan sekali, namun di tahun 1965 terbit satu minggu sekali. Dalam sejarah media bahasa Sunda, Manglé termasuk paling eksis. Pada dekade tahun 1960-an, oplah majalah ini sempat sampai 90.000 eksemplar. Sampai sekarang Manglé masih beredar.

Manglé dalam bahasa Sunda berarti untaian bunga melati penghias sanggul perempuan, yang konon makin lama makin harum baunya. Dalam Kamus Umum Basa Sunda (1967), Manglé dapat diartikan sebagai berikut :

Manglé, 1. untaian kekembangan, daun pandan meunang nyisik jste. Sok dipake ku awewe, dina gelung gede sarta seungit.

Lazimnya, Manglé digunakan pada upacara-upacara pernikahan sebagai penghias rambut mempelai wanita dan penghias keris pria. Bagi

orang Sunda, Manglé berarti kesesuaian atau keindahan yang sakral. Oleh karena itu, tak salah bila nama Manglé dipilih, dan diharapkan oleh pendiri majalah ini, kelak akan seindah dan seharum namanya.

Manglé terbit pertama kali pada tanggal 21 Oktober 1957 di Bogor dengan oplah 500 eksemplar. Namun edisi perdananya sendiri baru diedarkan tanggal 21 November 1957, itupun dibagikan secara gratis. Tanggal 21 November itulah yang kemudian ditetapkan sebagai titimangsa atau hari kelahiran Majalah Manglé. Di usianya yang ke-49, Manglé mampu bertahan hingga kini dengan oplah 4000 eksemplar. Bila kita lihat pada saat itu majalah yang berbahasa Sunda bukan hanya Majalah Manglé saja pada saat itu. Ada pula majalah-majalah lain yang jika dilihat segi usia dan pengalaman lebih dari yang dimiliki Manglé. Hal itu dianggap sebagai usaha untuk lebih meningkatkan usaha positif kearah pengembangan majalah. Pada saat ini majalah Manglé merupakan majalah satu-satunya yang menggunakan bahasa Sunda.

Penggunaan bahasa Sunda ini menjadikan keunikan Majalah Manglé pada saat ini yang tidak pada majalah lain. Oeton Muctar, Ny. Rochamina Sudarmika, Saleh Danasasmita, Wahyu Wibisana, Sukanda Kartasasmita, Ali Basyah dan Abdulah Romli adalah orang-orang yang mencetuskan selikaligus mengerjakan ide penerbitan Majalah Manglé.

Tanggal 21 November 1957 itulah yang kemudian ditetapkan sebagai lahirnya Majalah Manglé. Sejak saat itu setiap bulan Majalah Manglé mengunjugi pelanggannya, ternyata dalam kurun waktu yang

relatif singkat majalah ini telah mendapatkan simpati masyarakat. Ini terbukti semakin menaiknya oplag pada setiap penerbitannya. Pada bulan Desember 1962, Manglé pindah ke Bandung dengan alamat kantor Jl. Buah Batu No. 43 Bandung. Ada beberapa alasan yang menjadi bahan pertimbangan kepindahan tersebut. Bandung adalah pusat pemerintahan dan budaya Jawa Barat, mempunyai nilai-nilai historis dan kultural, dan tentu saja lebih memberi kemungkinan terhadap semakin meluasnya daerah pemasaran Manglé. Pada tahun 1971 kantor Manglé pindah ke alamat Jl. Lodaya No. 19-21 Bandung, dengan status milik sendiri, sehingga tidak ada kekhawatiran lagi untuk selalu pindah-pindah.

Sejak saat itu majalah Manglé terbit sebagai majalah mingguan setiap hari Kamis. Pilihan ini terbukti tepat, Pada bulan Desember 1973 Manglé pindah ke Bandung, setelah tiga tahun semenjak kepindahannya, Manglé mampu terbit dua kali dalam sebulan dengan oplag yang 140 kali lipat edisi awal, yakni 70.000 eksemplar per-edisi. Teristimewa lagi pada saat itu Manglé sudah mampu terbit sebulan dua kali.

Sebagaimana pers Sunda lainnya, kelahiran Manglé pada mulanya berawal dari kepedulian sejumlah orang terhadap budaya Sunda. Mereka adalah : Oeton Moechtar, Rochamina Sudarmika, Saleh Danasasmita, Wahyu Wibisana, Sukanda Kartasasmita, Ali Basyah dan Abdullah Romli. Keinginan Manglé untuk melestarikan kebudayaan

daerah tersebut sejalan dengan kebijaksanaan pemerintah tentang kebudayaan nasional, yaitu untuk melestarikan, membina dan mengembangkan kebudayaan daerah dalam rangka kebudayaan nasional.

Majalah Manglé edisi pertama yang diberi nama Sekar Manglé tersebut penampilannya masih begitu sederhana. Untuk sampul muka, warna yang digunakan hanyalah hitam putih dan terlihat buram. Frekuensinya pun hanyalah 1 bulan sekali. Tebal majalah hanya 20 halaman, dengan ilustrasi yang terkesan asal-asalan. Hal ini disebabkan foto yang digunakan sebagai ilustrasi tersebut foto yang ada di percetakan, sehingga tidak berhubungan dengan isi berita. Bentuk dan isi majalah juga masih belum mantap. Naskah yang kebetulan ada, itulah yang dikirim ke percetakan "Dewi Sartika" di Bogor.

Satu hal yang patut dicatat, sejak kami beralamat di kantor sekarang, Manglé terbit sebagai majalah mingguan. Setiap hari Kamis dengan setia Manglé keluar dari percetakan dengan berbagai hidangan untuk memenuhi selera pembacanya.

Pada awalnya Manglé dicetak dengan sistem *letter-press*, dengan tempat percetakan berpindah-pindah. Dengan alasan utama untuk memuaskan kehendak pembacanya dan sejak tahun 1973 Manglé dicetak dengan *offset* di Percetakan Ekonomi. Makin hari makin terasa, bahwa mutu sebuah majalah tidak hanya ditentukan oleh isi, namun juga oleh perwajahan dan tata letaknya. Ais Pangampih (pengasuh)

Manglé menyadari akal hal ini, apalagi jika dikaitkan dengan persaingan terhadap majalah lain yang tampil lebih baik.

Itulah yang diidam-idamkan. Dan Alhamdulillah, sejak bulan Oktober 1980 keseluruhan majalah Manglé dicetak dengan mesin milik sendiri. Hal ini menjadi leluasa untuk memudahkan mekanisme kerjanya.

Sesuai dengan perkembangan perekonomian di Indonesia yang terkena krisis monteter, maka pada tahun 1998-an Manglé pun ikut terkena dampaknya. Hal ini, ditambah dengan perubahan infra struktur pemerintahan. Diantara dampak sangat menonjol adalah penurunan oplah. Hal ini karena dinas penerangan dan dinas-dinas lainnya, secara serentak mengundurkan diri untuk tidak berlangganan lagi. Penurunan tersebut juga berakibat pada kalkulasi manajemen keuangan, dimana spekulasi tidak bisa dilakukan pada kondisi situasi yang tidak menentu. Oleh karena itu, sejak itu hingga sekarang oplah Manglé berkisar 4000 eksempelar per-edisi dalam satu minggu, dengan perhitungan titik impas antara pemasukan dan pengeluaran serta efesiensinya bisa diatasi.

Pada masa “ keemasan” penerbitan mass media berbahasa Sunda, sekitas awal tahun 1960-an, sempat ada lebih dari sepuluh majalah secara bersamaan. Tetapi, hanya Manglé yang bisa bertahan sampai sekarang. Dengan persaingan majalah-majalah hiburan baru dan perkembangan zaman dan teknologi yang secara tidak langsung

menggeserkan kebudayaan bangsa ini. Manglé merupakan majalah hiburan yang menggunakan bahasa Sunda yang masih bisa bertahan sampai sekarang. Kenyataan tersebut memperlihatkan bahwa masih ada sebagian orang masih mempertahankan dan masih ada yang berminat dengan majalah bahasa daerahnya ditengah-tengah orang–orang yang sudah mulai kehilangan jati dirinya sebagai orang daerah tersebut.

3.1.2 Visi dan Misi PT. Mangle Panglipur

Adapun visi Manglé adalah : Manglé jadi kebanggaan (kareueus) urang Sunda satungtung hirup (saumur hidup).

Sedangkan misinya, meliputi : 1. Ingin menjaga, memelihara basa, sastra dan filosofi Ki Sunda. 2. Menjadi media komunikasi orang-orang Sunda sampai akhir zaman. 3. Menjaga dan melestarikan budaya Sunda dengan berbagai kalangan etnis lainnya. 4. Profit orientied yang seimbang, antara rasa memiliki terhadap Sunda dengan arah hidup pada masanya.

Dengan kata lain Manglé ingin Melestarikan Sastra, Basa dan Budaya Sunda sampai akhir zaman. Dan motto Manglé adalah : Sukaning Indriya Gapuraning Rahayu (kegembiraan dan kesenangan indera merupakan gerbang menuju kebahagiaan).

3.1.3. Logo Manglé

Majalah merupakan salah satu media pers yang diproses melalui percetakan seperti halnya surat kabar, buku bacaan, booklet dan media-

media cetak lainya yang dapat di golongkan sejenisnya. Dalam arti luas pers meliputi berbagai media massa seperti radio, film, televisi dan alat-alat yang dapat dipergunakan dalam menyampaian pesan atau berita, baik yang bersifat penerangan ataupun hiburan, dari suatu organisasi ataupun perorangan yang ditujuan kepada suatu kelompok masyarakat. Salah satu cara untuk menyelenggarakan komunikasi itu adalah melalui media majalah. Majalah adalah salah satu media yang penerbitannya berlangsung secara periodik, dan ini merupakan salah satu syarat penerbitan sebuah majalah. Jadi bisa dikatakan majalah adalah tempat penyimpaan berita artikel yang diterbitkan secara berkala atau memiliki sistem periodik dalam penerbitanya.

Daya tarik visual mengacu pada penampilan sampul atau label suatu produk yang mencakup warna, logo, ilustrasi, tipografi serta tata letak. Seluruhnya dikombinasikan untuk menciptakan suatu kesan menyeluruh untuk mutu daya tarik visual secara optimal. Daya tarik visual berhubungan dengan faktor emosi dan psikologi yang terletak pada bawah sadar manusia, desain yang baik memiliki efek positif sebagian besar tak kita sadari karena komsumen umumnya tidak menyadari bahwa mereka dipengaruhi oleh desain dan mereka tidak menganalisa setiap unsurnya.

Dengan alasan tersebut diatas majalah Manglé ingin menyesuaikan dengan selera pasar dan selera untuk konsumen baru maka melakukan perubahan-perubahan salah satunya pada sampul

majalahnya. Manglé merupakan majalah hiburan yang mengunakan bahasa Sunda yang masih bisa bertahan sampai sekarang. Pada saat ini Majalah Manglé merupakan majalah satu-satunya yang mengunakan bahasa sunda. Penggunaan bahasa sunda ini menjadikan keunikan majalah Manglé pada saat ini yang tidak pada majalah lain. Terlihat pada logo di bawah ini.

Gambar 3.1

Logo Manglé



Sumber : Arsip PT. Manglé Panglipur, 1973.

3.1.4. Profil Majalah Manglé

Spesifikasi teknis Majalah Manglé adalah sebagai berikut :

Ukuran Majalah	: 21 cm x 29 cm
Tebal	: 74 halaman
Jenis kertas	: cover : Art paper 100 gram, isi hitan putih: kertas koran, 4 halaman warna kertas HVS.
Luas Cetak	: 25 cm x 19 cm dengan 3 (tiga) kolom
Typography	: MCS Photo type setting
Sistem Cetak	: Offset
Type huruf	: English, Univers, Souvenirs, Korina,

Oracle Helios

Penjilidan : Jahit punggung dengan kawat

Frekuensi terbit : Mingguan, terbit tiap hari Kamis

Harga : Rp. 10.000,-

3.1.5. Kebijakan Materi

Untuk menentukan materi atau isi rubrikasi majalah Manglé, ditentukan melalui rapat redaksi dengan tetap konsisten mempunyai nilai hiburan, dan mengetengahkan aspek-aspek budaya Sunda, khususnya di Jawa Barat. Disamping itu mengemas juga masalah-masalah nasional dan internasional yang tetap terfokus kepada masalah kebudayaan.

3.1.6. Rubrikasi Majalah Manglé

Rubrikasi yang terdapat dalam Majalah Manglé adalah sebagai berikut :

1. Tamu/Profil : Rubrik untuk mengenalkan tokoh-tokoh.
2. Nyingraykeun

   Lalangse Aheng : Memuat tulisan – tulisan yang dianggap masyarakat mempunyai nilai magis, pengobatan tradisional yang selamanya tidak menghilangkan nilai-nilai agama.
3. Lawang Saketeng : Rubrik pembuka dari redaksi
4. Katurug Katutuh : Memuat tulisan-tulisan kejadian masyarakat yang jatuh tertimpa tangga.

5. Koropak : Rubrik yang memuat surat pembaca

6. Munara Cahaya : Rubrik yang memuat tulisan, baik dari luar maupun dari dalam tentang bahasan Agama Islam.

7. Implik-implik : Memuat tulisan-tulisan kebiasaan, hiburan atau sisi lain yang unik dari masyarakat.

8. Kingkilaban : Memuat sekilas berita atau info, gosip yang menarik dari para tokoh, artis, budayawan Sunda.

9. Carita Pondok (Carpon) : Memuat tulisan-tulisan dari luar karya-karya cerita pondok.

10. Carita Nyambung : Memuat tulisan cerita yang bersambung

11. Cartibag (Carita Tilu Bagian) : Memuat tulisan cerita dalam tiga bagian tapi dalam tulisan yang tidak bersambung.

12. Kolom : Memuat karya-karya atau artikel yang mempunyai pandangan lebih kritis, tajam dan ilmiah.

13. Manglé Alit : Rubrik yang didalamnya memuat tulisan anak-anak sampai usia SMP.

14. Manglé Rumaja : Rubrik yang didalamnya memuat tulisan kaum remaja sampai mahasiswa S-1.

15. Katumbiri : Rubrik yang memuat tulisan-tulisan berita daerah atau berita lainnya, baik masalah kemasayarakat, budaya maupun yang lainnya.

16. Bale Bandung : Memuat tulisan kritis tentang budaya Sunda.

17. Sajak : Bentuk puisi sunda modern

18. Dangding : Bentuk puisi sunda gaya lama

19. Bahasan : Uraian mengenai permasalahan secara objektif. Tulisan ini berbentuk artikel mencakup masalah-masalah ekonomi, lingkungan, kebudayaan, pendidikan dan masalah lainnya.

20. Nyusur Galur Mapay Raratan : Memuat tulisan-tulisan tentang sejarah sejarah yang ada hubungan dengan budaya Sunda.

21. Barakatak : Keistimewaan rubrik ini adalah selalu menampilkan humor yang memancing tawa pembaca, serta dikemas dalam bentuk tulisan yang pendek. Yang masuk dalam rubrik ini : Hahaha, Pengalaman Para Mitra, dan Cerita Lucu.

22. Lempa Lempi

Lempong : Rubrik yang memuat tulisan tanya jawab kritis tapi humoris.

23. Tarucing Cakra : Rubrik teka-teki

Untuk melihat para pelanggan suka atau tidak suka Manglé selalu mengadakan angket. Dan berdasarkan angket tersebut, kami bisa mengetahui rubrik-rubrik mana yang paling disukai dan tidak disukai. Selain itu, agar bisa menjangkau lapisan pembaca seluas mungkin, maka rubriknya pun terus ditambah seperti untuk kalangan anak-anak disediakan rubrik Manglé Alit, sedangkan untuk kalangan remaja disediakan rubrik Manglé Rumaja. Demikian juga untuk pembaca kalangan wanita, telah disediakan setiap minggu ketiga, edisi khusus untuk pembaca wanita.

3.1.7. Prioritas Penyajian

Secara teori, prioritas penyajian di Manglé dapat dibagi dalam hitungan sebagai berikut :

1. Hiburan dan Human Interest : 55 %
2. Budaya dan Sejarah : 20 %
3. Agama dan Pendidikan : 20 %
4. Informatif News, dan sebagainya : 5%

Memajukan masyarakat dan peradaban Sunda dengan cara menyajikan penulisan berbahasa Sunda yang mengutamakan peningkatan pengamalan ajaran agama, keharmonisan sosial dan

apresiasi terhadap budaya daerah untuk mewujudkan kesalehan sosial. Maksudnya tidak lain agar kehadirannya di masyarakat tidak ditinggalkan pembaca.

3.1.8. Pemarasan dan Distribusi

Pemasaran Manglé dilakukan melalui agen dan eceran. Dengan presentase 99% melalui agen 1% eceran dengan lokasi di alun-alun Bandung. Dan ada yang menarik, bahwa sebelum krisis ekonomi melanda Indonesia, Manglé justru lebih banyak beredar di Jakarta dan di luar Jawa. Distribusi Manglé untuk Jakarta sebelum krisis moneter maksimal 20% dari oplah setiap penerbitannya. Sedangkan di beberapa pelosok yang ada di beberapa wilayah di Jawa Barat, peredaran Manglé terhambat karena minimnya transfortasi, serta sedikitnya jumlah agen di kota lain.

Secara singkat, peredaran dan distribusi majalah Manglé pada kuartal pertama tahun 2007 dapat diuraikan sebagai berikut :

1. DKI Jakarta : 14,31%
2. Kota Bandung : 50,97%
3. Kabupaten Bandung : 0,13%
4. Kabupaten Garut : 0,86%
5. Kabupaten Tasikmalaya : 6,15%
6. Kabupaten Ciamis : 3,06%
7. Kabupaten Kuningan : 1,33%
8. Kabupaten Majalengka : 1,16%

9. Kota Cirebon : 1,43%
10. Kabupaten Sumedang : 2,28%
11. Kabupaten Subang : 1,79%
12 Kabupaten Purwakarta : 3,36%
13. Kabupaten Karawang : 1,22%
14. Kabupaten Cikampek : 0,73%
15. Kabupaten Pandeglang : 1,79%
16. Kota Bogor : 4,36%
17. Kota Sukabumi : 1,19%
18. Kabupaten Cianjur : 1,41%
19. Lain-lain untuk luar negeri (Amerika, Australia, Belanda, Afrika, Korea, Jepang) : 1,13%

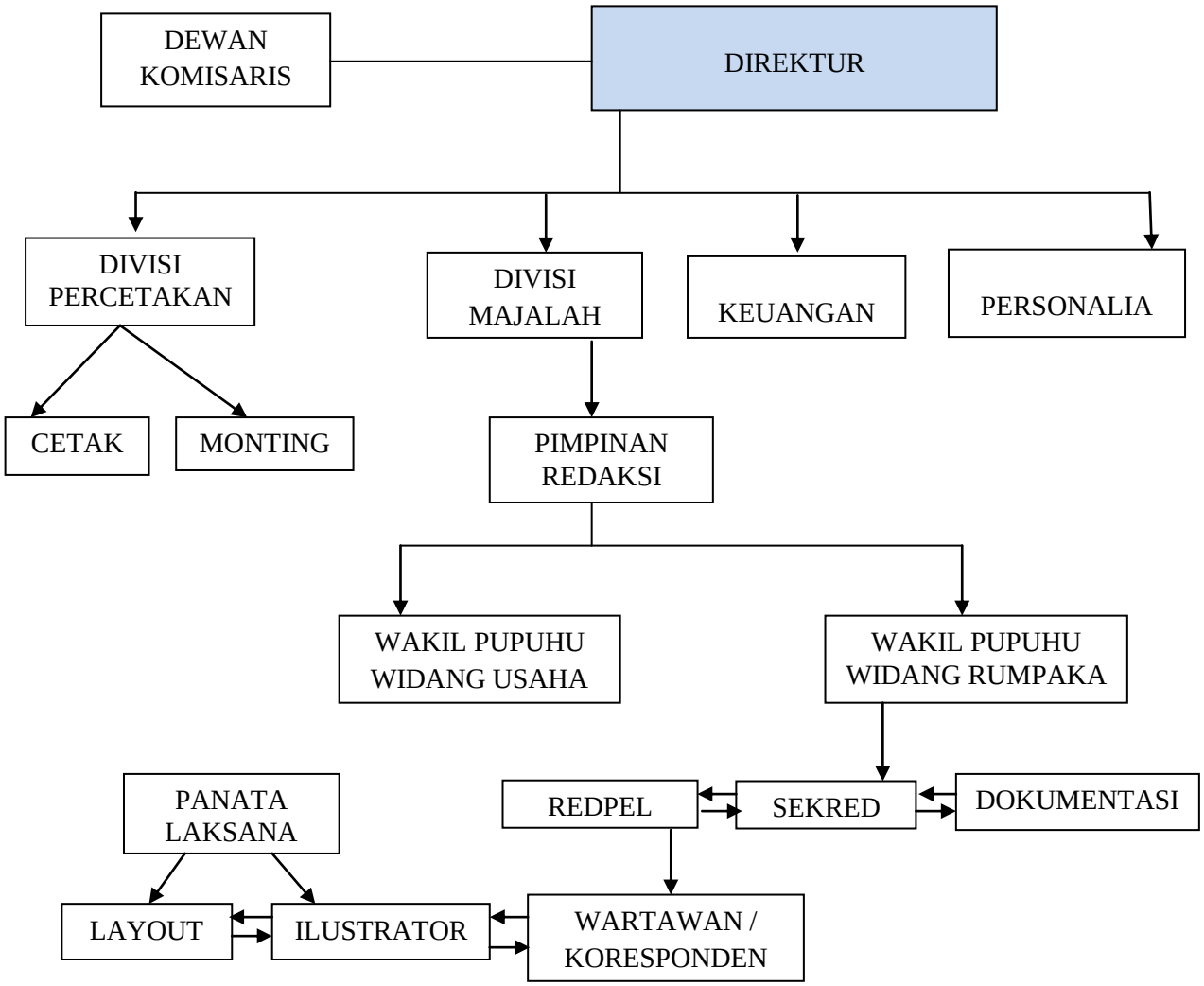
Garis besarnya adalah materi yang tepat, subjek yang kuat serta mempunyai kualitas yaitu dapat diamati secara kuat serta sederhana sekalipun terlihat dari jarak jauh. Sebuah kualitas yang tidak hanya mampu memaksa pembaca untuk berhenti, tetapi juga mampu untuk menahannya.

3.1.9. Struktur Perusahaan Majalah Manglé

Berdasarkan struktur perusaahaan Majalah Manglé, struktur terbagi atas beberapa bagian yang menggambarkan masing-masing divisi yang terdapat pada gambar di bawah ini.

Gambar 3.2

STRUKTUR PERUSAHAAN PT. MANGLE PANGLIPUR



Sumber : Arsip PT. Manglé Panglipur, 1978.

3.1.10. *Job Description*

Susunan karyawan yang bekerja di PT. Mangle Panglipur :

Pupuhun (Direksi)	: Drs. H. Oedjang Daradjatoen M
Girang Rumpaka (Pimpinan Redaksi)	: Drs. H. Oedjang Daradjatoen M
Penasehat Rumpaka (Penasehat Redasksi)	: Ki Umbara
Penasehat Usaha	: H. Teddy Kharsadi, MBA
Wakil Rumpaka I (Wakil Redaksi)	: Abdullah Mustappa
Wakil Rumpaka II	: Duduh Durahman
Sekretaris Rumpaka (Sekretaris Redaksi)	: Rudi H. Tarmidzi, S.Ag.
Panangkes (Redaktur Pelaksana)	: Hana Rohana S
Rumpaka (Redaksi)	: Elin Samsuri, Narti, S.Pd,
	Ensa Wiarna, Dian Hendrayana
Penata Laksana	: Ayi Sundana
Dokumentasi	: Ai Suryati
Jurupotret	: Reisyan
Penanta Rupa/Pracetak (Layout & Desain)	: Eep N, Bachrudin, Cucu R
Ilustrator	: Agus Mulyana
Produksi	: Hambali, Raspin, Endang,
	Jaja, ade
Distribusi/Iklan & Pemasaran	: Unai Sunardi
Panata Harta/Personalia (Keuangan)	: Herno Hernawan
	Ai Nawangsih
Panata Duum (Sirkulasi)	: Dicky M, Rafiudin, Dikdik, SE

3.2. Tinjauan Tentang Staf Redaksi Di PT. Mangle Panglipur

Para staf redaksi yang bekerja di PT. Mangle Panglipur mulai dari pimpinan, staf-staf dan wartawan semua berasal dari Jawa Barat yang rata-rata mereka asli Sunda. Semua staf redaksi di PT. Mangle Panglipur berjumlah kurang lebih 35 orang termasuk pimpinan dan lebih dari 35 orang yang bekerja tetap atau ada yang kontrak selebihnya adalah wartawan. Para staf redaksi majalah Mangle rata-rata pendidikan yang ditempuh mulai dari lulusan SMA dan Strata 1 (S1) sampai S2. Rata-rata hampir semua staf yang bekerja di PT. Mangle Panglipur berdarah Sunda dan sebagian besar semua memeluk agama Islam.

Pengelolaan bidang redaksi berhubungan dengan kerja para staf redaksi untuk menyajikan tulisan dalam rubrik-rubrik yang ada di dalam majalah Mangle sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para pembacanya. Pada penerapan manajemen editorial, tahap *planning* atau perencanaan berkaitan dengan penentuan *news policy* yaitu menentukan tulisan mana yang layak untuk dimuat, pengadaan rapat redaksi, perumusan dan pengembangan pedoman kerja bidang redaksi, penentuan prosedur kerja, penyusunan program kerja serta penentuan besarnya anggaran peliputan.

Semua di kelola bersama mulai dari isi berita liputan dan cerita-cerita yang disajikan. Pengelolaan keredaksian atau manajemen editorial sebuah media dilandasi oleh idealisme media tersebut untuk hadir di tengah masyarakat. Pengelolaan di bidang ini berkaitan dengan kerja para redaksi dan wartawan untuk menyajikan isi.

Dan untuk menentukan topik, staf redaksi majalah Mangle selalu mengadakan rapat seminggu sekali setiap hari Senin. Sebelumnya, diawal bulan sudah tersusun agenda untuk satu bulan. Wartawan bisa mengusulkan topik apa saja ketika rapat, tapi keputusan tetap pada hasil rapat. Pembagian tugas di bagian redaksi, tidak hanya melaksanakan tugas redaksional saja, tetapi juga tugas bagian perusahaan, yaitu periklanan dan pemasaran. Kedua hal tersebut dilakukan bersamaan. Pengawasan juga dilakukan ketika rapat redaksi, yaitu diadakan evaluasi pelaksanaan tugas redaksi secara menyeluruh. Sedangkan pengawasan jangka panjang, dilakukan survei pada pembaca setiap satu tahun sekali.