

KONSTRUKSI KEKELUARGAAN, IDEALISME PEKERJA PERS, DAN RASA MEMILIKI PADA JURNALIS FEMINA GROUP

Marselina, Teguh Priyo Sadono, Rustono Farady Marta

Magister Ilmu Komunikasi, Program Pascasarjana - Universitas Bunda Mulia
marselina.marselina@gmail.com, sadono@bundamulia.ac.id, rmarta@bundamulia.ac.id

Abstrak

Femina Group hadir pertama kali pada 18 September 1972 sukses meluncurkan Majalah Femina sebagai bacaan perempuan pertama di Indonesia. Sejak saat itu, Femina Group berkembang menjadi sebuah kelompok media terpercaya yang isinya setara dengan nilai Indonesia. Femina Group dan divisi lainnya mengembangkan berbagai merek dan produk seperti butik kreatif, *event organizer*, stasiun radio, penerbitan dan publikasi *online*. Memanfaatkan berbagai *platform* moderen, seperti *internet*, aktivasi merek ke masyarakat, memungkinkan Femina untuk mengoptimalkan potensi semua divisi dan membuat kerjasama dalam bentuk apapun. Penelitian ini mengacu pada studi kasus yang dialami oleh karyawan Femina Group saat ini. Peneliti ingin mengetahui konstruksi sosial dalam makna profesi jurnalis di Femina Group. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, paradigma konstruktivis, tradisi pendekatan fenomenologi. Konsep yang peneliti gunakan dengan teori konstruksi sosial, Peter L Berger dan nilai ideologi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan analisis dokumen terhadap jurnalis di Femina Group. Teori konstruksi sosial yang dikemukakan oleh Peter L Berger, mengacu pada eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi. Praktik yang digunakan Femina Group dengan skema pencicilan gaji terhadap karyawannya ada nilai ideologi yang tertanam dalam benak jurnalis. Femina Group mampu membuat karyawan menumbuhkan rasa memiliki dalam bekerja melalui idealisme sebagai insan pers untuk memajukan Femina Group. Rasa kekeluargaan yang mendalam dan cinta terhadap Femina Group dalam situasi apapun yang terjadi.

Kata Kunci: Femina group, Idealisme, Kekeluargaan, Konstruksi sosial, Rasa memiliki

Abstract

Femina Group first appeared on September 18, 1972, and successfully launched Femina Magazine as the first female reading in Indonesia. Since that time, Femina Group have developed into a trusted media group whose contents are equivalent to Indonesian values. Femina Group and other divisions grow to provide various brands and products such as creative boutiques, event organizers, radio stations, publishing and online publications, we move beyond the bounds. Utilizing a variety of modern platforms such as the internet, brands activation to the community, allows us to optimize the potential of all divisions and make collaboration in any form. This research refers to case studies experienced by current Femina Group employees. Researchers want to know the social construction in the meaning of the journalist profession in Femina Group. This study uses qualitative methods, constructivist paradigms, traditions of phenomenological approaches. The concept that researchers use with social construction theory, Peter L Berger and ideological values. Data collection techniques used are interviews and document analysis of journalists at Femina Group. The theory of social construction proposed by Peter L Berger refers to externalization, objectification and internalization. The practice used

by Femina Group with its salary repayment scheme for its employees has an ideological value embedded in the minds of journalists. Femina Group is able to make employees feel a sense of belonging in working with idealism as the press worker to promote Femina Group. A deep sense of kinship and love for Femina Group in any situation.

Keywords: Femina group, Idealism, Kinship, Sense of belonging, Social construction

1. Pendahuluan

Femina Group merupakan media cetak wanita pertama yang ada di Indonesia bermula dari tahun 1972. Femina Group adalah majalah bagi wanita modern Indonesia terlengkap, aktual, dan inspiratif. Femina Group berlandaskan perusahaan keluarga Alisjahbana diawali oleh Sofjan Alisjahbana selaku pendiri dan istri Pia Alisjahbana serta adik kandung Pak Sofjan yaitu Ibu Mirtha Kartohadipodjo maka dalam aktivitas maupun kegiatan yang ada di dalam perusahaan Femina Group memiliki rasa kekeluargaan yang muncul karena adanya hubungan keluarga dari pendiri tersebut.

Rasa kekeluargaan itu juga berdampak ke lingkungan kerja yang ada diantara para jurnalis Femina Group dan menimbulkan rasa kenyamanan dalam bekerja, rasa kebersamaan menimbulkan rasa memiliki seperti keluarga. Rasa kekeluargaan yang dimiliki para jurnalis terhadap Femina Group sama seperti yang dirasakan mereka terhadap rumahnya sendiri ataupun terhadap kampung halaman mereka. Antar jurnalis merasakan keterikatan satu dengan lainnya dengan bekerja sama dalam membuat, meliput, dan menyajikan sebuah berita yang aktual dan inspiratif. Hal ini dapat dilihat dari video yang unggah di youtube pada tanggal 23 Desember 2013, mengangkat tema "I am Femina Group" menunjukkan setiap karyawan yang ada didalamnya merupakan satu kesatuan yang tidak dapat terlepas, menjadi satu keluarga didalam keluarga besar Femina Group. Rasa kebersamaan yang tinggi ini mampu menciptakan suasana satu tim kerja yang solid. Situasi kerja yang solid dapat menimbulkan rasa kesetiaan dalam bekerja. Rasa kekeluargaan didukung dengan fasilitas yang diberikan Femina Group yaitu makan siang secara gratis di kantin yang sudah disiapkan oleh pihak Femina Group.

Namun, bermula pada pertengahan tahun 2016 Femina Group melakukan mengekspansi menjadi media *online*. Ekspansi media cetak dan media *online* ini membuat pelebaran bisnis yang ada di Femina Group. Namun di lain sisi berbanding terbalik dengan gaji yang diperoleh jurnalis Femina Group. Menurut CNN Indonesia 25 Oktober 2017 berjudul "Femina Group : Mega Festival Jakarta Fashion Week Vs Gaji Jurnalis Tidak Dibayar Penuh." Pembayaran gaji dengan sistem cicil, menurut seorang pengacara dari Lubis Santosa & Maramis law Firm yaitu Todung Mulya Lubis, merupakan keputusan berat yang diambil manajemen Femina Group. "Untuk membantu menjaga stabilitas *finansial* perusahaan adalah dengan menerapkan skema pembayaran gaji secara bertahap yang masih berlangsung hingga saat ini selain melakukan berbagai upaya efisiensi di sektor - sektor lainnya," kata Todung.

Menurut Kontan.com 24 Oktober 2017 saat menghadapi hari raya Idul Fitri tahun

2017, perusahaan hanya membayarkan 70% Tunjangan Hari Raya. Skema pembayaran gaji yang dilakukan menurut Kontan.com 23 Agustus 2018 para jurnalis menerima gaji secara dicicil 50% (setiap tanggal 25) dan 50% (setiap tanggal 15) setiap bulannya. Namun pada Bulan Juni / Juli 2016, karyawan hanya mendapatkan gaji 50% saja dan pembayaran cicilan sisanya baru dilakukan pertengahan tahun 2017 sebesar 25% dan kemudian 12,5% (masih tersisa 12,5% hingga saat ini). Hingga saat ini pembayaran gaji belum sampai 100%.

Berdasarkan teori konstruksi sosial bahwa perilaku manusia merupakan hasil dari segala macam pengalaman dan interaksi manusia dan lingkungannya adanya eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi yang ada membuat jurnalis memiliki makna tersendiri dalam bekerja. Di dalam kelompok kerja, jika terjadi suatu kondisi yang buruk, maka kesatuan yang ada di dalamnya akan membuat mereka semakin kuat. Bekerja tidak serta merta hanya untuk kepuasan materi semata tetapi ada hal lain yang melatarbelakangi mereka tetap bertahan. Para jurnalis tetap bekerja di Femina Group sesuai ketentuan yang ada walaupun dibalik itu ada hak para jurnalis yang tidak terpenuhi sebagai karyawan yaitu gaji yang dicicil / gaji yang diterima tidak sesuai dengan kesepakatan awal. Idealisme yang dipertahankan dalam diri jurnalis menjadi dasar pemikiran dalam bekerja dan berkarya dengan menciptakan karyanya pada majalah Femina.

Gaji yang terbagi – bagi / dicicil didasari dengan hal yang terjadi saat ini yaitu Femina Group melakukan ekspansi dari media cetak merambah ke media digital / *online* tetapi tidak dapat dipungkiri saat ini memang media cetak sudah tidak eksis lagi seperti tahun – tahun sebelumnya. Sedangkan untuk mencoba media *online* pun masih dalam tahap awal. Hal ini menyebabkan gaji maupun THR yang diterima oleh karyawan Femina Group tidak sesuai dengan kesepakatan awal. Bermula dari pertengahan tahun 2016 hingga saat ini masih berlangsung untuk skema pembayaran gaji yang dicicil. Para jurnalis tetap bekerja sesuai *procedure* / ketentuan yang ada dan menjalankan fungsinya masing – masing dan di lain sisi para jurnalis memaknai pekerjaan tidak serta merta sebatas profesi tetapi idealisme yang tertanam dalam dirinya yang menjadikan mereka tetap bertahan dan bekerja. Jurnalis tetap berkarya dan melakukan tugas, tanggung jawab sebagai penulis dalam artikel di Majalah Femina sesuai *dateline* yang sudah ditentukan

2. Metode Penelitian

Penelitian ini berpijak pada paradigma konstruktivisme, menurut Morissan (2013) konstruktivisme adalah pendekatan secara teoritis untuk komunikasi yang dikembangkan oleh Jesse Delia yang menyatakan bahwa individu melakukan interpretasi dan bertindak menurut berbagai kategori konseptual yang ada dalam pikirannya. Menurut teori ini realitas tidak menunjukkan dirinya dalam bentuknya yang kasar, tetapi harus disaring terlebih dahulu melalui

bagaimana cara seseorang melihat sesuatu.

Pandangan konstruktivisme adalah paradigma di mana kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial dan kebenaran suatu realitas bersifat relatif. Pandangan konstruktivisme ini berada dalam perspektif interpretif (penafsiran). Setiap individu akan mengkonstruksi cara berpikir mereka sendiri, paradigma adalah cara pandang, nilai – nilai sesuatu, dalam penelitian ini paradigma yang diambil adalah paradigma konstruktivis.

Proses konstruktif terdapat eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi. Eksternalisasi yaitu bingkai berpikir melalui apa yang diperoleh individu terhadap lingkungannya. Eksternalisasi ini menjadi objektifikasi pada diri individu (terdapat stigma) lalu terinternalisasi karena dari masa lalu individu dan disamakan / dicocokkan dengan pengalaman hidup individu tersebut. Untuk paradigma konstruktif maka perlu diinterpretasikan melalui semua relasi, perilaku direfleksikan maka disini disebut interpretif.

Dalam penelitian ilmiah penelitian ini, akan digunakan pendekatan kualitatif. Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan pada konsisi objek yang alami, sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, data yang dihasilkan bersifat deskriptif, analisis data dilakukan secara induktif, dan penelitian ini lebih menekankan makna daripada generalisasi. Metode kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain – lain.

Tradisi dalam penelitian ini menggunakan fenomenologis dalam dunia komunikasi memiliki pengaruh yang sangat kuat dalam bagaimana cara kita menginterpretasikan pengalaman

bahwa unit analisis adalah satuan yang diteliti yang bisa berupa individu, kelompok, benda atau suatu latar peristiwa sosial seperti misalnya aktivitas individu atau kelompok sebagai subjek penelitian. Dari cara mengungkapkan unit analisis data dengan menetapkan kriteria responden tersebut, dan memperoleh siapa dan apa yang menjadi subjek penelitian. Subyek penelitian, adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka sebagai sasaran.

Sugiyono (2012) menyatakan bahwa objek penelitian merupakan suatu atribut, sifat, nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Objek penelitian ini mencari makna rasa kekeluargaan yang diadopsi pada diri jurnalis Femina Group dengan subjek penelitiannya adalah editor Femina Group.

Dalam penelitian ini, lokasi yang menjadi tempat penelitian melakukan penelitian di Gedung Femina Group Jalan HR Rasuna Said Kav B 32 - 33 Kuningan, Jakarta Selatan. Periode pelaksanaan penelitian ini mulai dilakukan pada awal Mei 2018 sampai Oktober 2018, dengan

mengumpulkan semua informasi dan data – data yang diperlukan untuk menunjang penelitian.

Femina Group dipilih sebagai media massa dalam penelitian ini karena Femina Group merupakan majalah pertama perempuan yang ada di Indonesia. Bemula dari tahun 1972 Majalah Femina muncul sebagai media cetak yang menginspirasi kaum perempuan dalam artikel – artikel yang dimuat. Femina Group terutama Majalah Femina melakukan banyak perubahan dimulai media cetak sekarang melebarkan sayap merambah ke media digital / *website*, dengan perkembangan teknologi yang ada. Sejarah Femina Group didirikan oleh Bapak Sofyan dan adik kandung beserta kerabat membuat Majalah Femina.

Dalam penelitian kali ini, peneliti mencoba menemukan informan yaitu Desiyusman Mendrofa selaku Redaktur Majalah Femina, Naomi Jayalaksana selaku Redaktur Senior Majalah Femina, Restu (nama samaran) selaku Redaktur Senior Majalah Femina dan *key informan* yaitu Faunda selaku Redaktur Eksekutif Majalah Femina.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi mengenai rasa kekeluargaan pada diri jurnalis, melalui instrumen sebagai berikut: (1) wawancara dan (2) analisis dokumen.

Wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu dan didalamnya terdapat dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Pada penelitian ini wawancara yang dilakukan wawancara tidak terstruktur yaitu wawancara yang mendalam untuk melihat makna yang ada dalam diri jurnalis dan wawancara yang terstruktur dengan membuat daftar pertanyaan sebelumnya. Wawancara yang tidak terstruktur dilakukan pada jurnalis / redaktur Majalah Femina yaitu Desiyusman Mendrofa selaku Redaktur, Naomi Jayalaksana selaku Redaktur Senior, Restu selaku Redaktur Senior, Faunda selaku Redaktur Eksekutif Majalah Femina. Wawancara terstruktur dilakukan pada Dhanny Septianto selaku *Managing Editor* majalah Dewi.

Analisis dokumen sebagai suatu catatan tertulis atau gambar yang tersimpan tentang sesuatu yang sudah terjadi. Dokumen merupakan fakta dan data tersimpan dalam berbagai bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data yang tersedia berbentuk surat kabar *online* dan email pengumuman. Dokumen tidak terbatas ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal – hal yang pernah terjadi untuk memperkuat data observasi dan wawancara dalam memeriksa keabsahan data, membuat interpretasi dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dari CNN Indonesia, Femina Group, Kontan, dan data penunjang lainnya.

Sugiyono (2009) menyebutkan analisa kualitatif bermakna sebagai suatu penelitian yang didasarkan pada data yang diperoleh melalui kegiatan teknik perolehan data, baik melalui studi lapangan maupun studi pustaka. Di dalam menganalisis tidak berdasarkan pada perhitungan kuantitatif, tetapi pada kemampuan nalar dalam menghubungkan fakta, data, dan

informasi kemudian data yang diperoleh akan dianalisis sehingga diharapkan muncul gambaran yang dapat mengungkapkan permasalahan dari penelitian. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan ke dalam unit – unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.

3. Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif, paradigma kritis, dan pendekatan studi kasus. Metode kualitatif merupakan salah satu metode penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung mencari sebuah makna dari data yang didapatkan dari hasil sebuah penelitian.

Femina Group muncul pada tahun 1972 dengan peluncuran Majalah Femina sebagai majalah wanita pertama di Indonesia. Dengan 14 majalah yaitu Femina, Gadis, Cita Cinta, Cleo, Pesona, Dewi, Estetica, Ayahbunda, Parenting, Women’s Health Indonesia, Men’s Health, Reader’s Digest, Grazia, dan Best Life. Kemudian terdapat divisi lain seperti butik kreatif, *event organizer*, stasiun radio, penerbitan dan publikasi *online*. Dalam tahun 2008 majalah Femina memiliki data sirkulasi dengan distribusi terbanyak di DKI Jakarta (61%), berikut daerah lainnya seperti Jawa Barat dan Banten (8%), Jawa Timur (8%), Sumatera (7%), Jawa Tengah dan D.I Yogyakarta (6%), Sulawesi (3%), Kalimantan (4%), Bali dan Nusa Tenggara (2%), dan lain-lainnya (1%). Berikut adalah data sirkulasi oplah majalah penjualan majalah Femina dari tahun ke tahun:

Tabel.1 Data Sirkulasi Oplah Majalah Femina

No	Periode Tahun	Jumlah Eksemplar
1	2005-2006	130.000
2	2006-2007	140.000
3	2007-2009	150.000
4	2009-2010	160.000

Sumber: Olahan Peneliti dari Femina Group

Ada empat sosok perempuan yang membentuk Femina hingga saat ini. Mirta Kartohadiprodo dan Widarti Gunawan mendirikan majalah ini dan berturut-turut mereka bergantian menjadi pemred, masing-masing selama 10 tahun dan 17 tahun. Setelah itu Dewi Dewo mengemudikan Femina (1999-2002), disusul Petty dari 2002 hingga sekarang. Majalah Femina memiliki wadah komunikasi dimana sesama pembaca dan redaksi majalah Femina bertukar pikiran. Wadah perkumpulan ini diberi nama Komunitas Femina & *Friends* yang dibentuk pada 13 Maret 2007, dan dikelola oleh unit *Community Development* yang berada di bawah satuan kerja Pemasaran dan Promosi. Komunitas ini semula mengkhhususkan pada

wanita usia 25-35 tahun (sesuai dengan target segmentasi pembaca majalah Femina), namun dalam perkembangannya banyak wanita yang berusia 20-24 tahun dan di atas 35 tahun ikut bergabung, sehingga hingga saat penelitian dilakukan anggota komunitas mencapai 9361 member yang tersebar tidak saja di dalam negeri namun juga di luar negeri. (sumber: www.feminagroup.co.id)

Femina Group tidak berhenti saja di media cetak dengan perubahan teknologi yang semakin cepat maka Femina Group pun terus berjuang memajukan medianya dengan cara mengekspansi yaitu masuk ke ranah media *online*. Dipicu dengan perubahan gaya hidup zaman sekarang yaitu serba *online* maka Femina Group dengan cepat menyesuaikan kondisi saat ini. Perubahan yang terjadi menimbulkan dampak yang signifikan bagi operasional media cetak Femina Group, hal ini dapat dibuktikan dengan perubahan yang terjadi dari majalah mingguan berubah menjadi majalah bulanan pada awal tahun 2017.

Perubahan ini berdampak pada masalah keuangan Femina Group yang menyebabkan gaji seluruh karyawan Femina Group termasuk jurnalis didalamnya menjadi dicicil dengan skema tertentu. Gaji yang dicicil ini menimbulkan realitas adanya krisis ekonomi yang terjadi dan kesetiaan karyawan menjadi daya tarik peneliti untuk melihat makna yang ada dibalik kerja para jurnalis dalam idealisme yang di adopsi dalam diri jurnalis. Jurnalis tetap bekerja dengan kenyataannya para jurnalis tidak mendapatkan hak yang seharusnya mereka peroleh / sebagaimana yang diharapkan dari sisi ekonomi yaitu gaji.

Visi dari perusahaan Femina Group adalah sebagai sebuah perusahaan media *multi channel*, Femina Group berkomitmen untuk melindungi konten media massa atau informasi yang terintegritas. Selanjutnya misi yang dipegang oleh Femina Group adalah untuk memberdayakan masyarakat Indonesia dengan memberikan informasi melalui media cetak, media *online*, media penyiaran, aktivasi merk, dan dukungan infrastruktur terpadu lainnya yang membuat perusahaan menjadi yang terbaik di industri media untuk kemitraan.

Femina Group merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang media *multichannel*. Femina Group berkomitmen untuk melindungi integritas informasi atau konten media massa. Misi perusahaan adalah untuk memberdayakan masyarakat Indonesia dengan memberikan informasi melalui media cetak, media *online*, media penyiaran, aktivasi merek, dan dukungan infrastruktur terpadu lainnya yang membuat perusahaan untuk menjadi yang terbaik di industri media untuk melakukan kerja sama.

Dalam Femina Group, setiap majalah memiliki divisi-nya masing-masing. Selain mendistribusikan majalah dan menyediakan Divisi Pelayanan Pelanggan (DPP) untuk masyarakat yang ingin berlangganan majalah, Femina Group juga rajin dalam mengikuti berbagai acara besar yang diadakan di Jakarta seperti Java Jazz Festival dan konser Bruno Mars.

Hal-hal tersebut diadakan untuk menarik masyarakat secara perlahan sekaligus mempromosikan majalah. Dengan mengadakan acara yang menarik dan unik, masyarakat akan

lebih mudah mengingat dan diharapkan dapat menimbulkan *awareness* masyarakat untuk menjadi pelanggan tetap salah satu majalah dari Femina Group. Karena Femina Group ingin menjembatani hubungan antara pelanggan dengan perusahaan agar pelanggan selalu merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Femina Group.

Platform yang digunakan oleh Femina Group terdiri dari: *print* atau media cetak; *event* atau acara; *online*; Azura; Jakarta Fashion Week (JFW); *Femina Creative Center* (PKF); *custom publishing*; *books*; Grafika Multi Warna (Gratina); Akses Media, dan *Direct Marketing Services*.

Peneliti memiliki 6 (enam) subjek penelitian, yang terdiri dari satu *key informan* yaitu Faunda selaku Redaktur Eksekutif Majalah Femina. Tiga informan lainnya yaitu Desman, Naomi, Restu yang merupakan tim redaksi *feature* Majalah Femina Group, Dhanny Septianto selaku Managing Editor Majalah Dewi, dan Fransiska Soraya Spumanti Rose selaku Redaktur Pelaksana Majalah Gadis.

3.1. Profesi Jurnalis Merupakan Kerja Mulia

Desiyusman Mendrofa atau bisa dipanggil Desman, ia lahir di Fadoro Lauru, 5 Desember 1987. Posisi saat ini ia sebagai Redaktur Majalah Femina sejak 5 tahun yang lalu. Ia berasal dari Nias, anak kelima dari lima bersaudara dan ia adalah anak laki – laki satu – satunya. Ayahnya meninggal dunia saat ia berumur 2 tahun. Anak laki-laki di Nias merupakan anak yang paling berharga tetapi justru saat Desman lahir, tidak lama kemudian ayahnya meninggal dunia, maka ia lebih sering tinggal bersama pamannya. Hubungan ibu dan ia tidak terlalu dekat dikarenakan ibunya tinggal berpindah – pindah untuk bersawah. Saat kecil ia diajari membaca, menulis, atau diasuh oleh pamannya karena ibunya sendiri tidak mampu membaca. Ia merasa faktor pendidikan menjadi hal yang utama dan ia memiliki motivasi untuk dapat belajar di kota lain. Rasa tidak nyaman di kampung halamannya membuat ia terpacu untuk merantau / keluar dari Nias untuk bekerja dan mengembangkan karirnya. Ia lulusan Sekolah Ilmu Komunikasi di Medan. Ia merasa pendidikan penting untuk masa depan yang lebih baik. Ia bercita – cita menjadi seorang jurnalis dilatar belakangi dengan masa lalunya yaitu bapak angkatnya pernah ditulis oleh seorang jurnalis bahwa bapaknya menyelewengkan uang bantuan gempa bumi, dari pengalaman itu ia merasa tertarik menjadi seorang jurnalis karena dapat dikenal dan menyebarluaskan berita. Ia mengidolakan sosok Panda Nababan, ayah dari Putra Nababan, beliau adalah jurnalis senior yang pernah dipenjara beberapa kali pada zaman Soekarno. Ia berkata bahwa sebagai jurnalis ketika perjuangannya dulu pernah tidak dibayar dan itu jalannya sebagai jurnalis yang hanya mementingkan banyak orang bahkan untuk haknya sendiri terabaikan sebagai jurnalis. Profesi jurnalis adalah cita – citanya dan apapun resikonya itulah jalan yang harus ditempuh. Ia masih bertahan di Femina Group sampai saat ini karena merasa ia masih ingin banyak belajar terlebih untuk naik jabatan sebagai Redaktur Madya agar dapat menulis *issue-issue* khusus yang utama. Sebagai karyawan Femina Group ia berkata bahwa

namanya bisa dikenal banyak orang berkat Majalah Femina yang melambungkan namanya melalui artikel-artikel yang telah dimuat di Majalah Femina dan menjadi nilai jual tersendiri dalam dirinya.

Menurut Desman sampai saat ini gaji yang diperolehnya 80% dari total gaji yang disepakati. Untuk sisa gaji belum ada info pasti kapan diberikan, ada *issue* yang beredar jika sudah *resign* sisa gaji akan diberikan sisanya ke karyawan tersebut. Pada saat situasi yang dialami saat ini ia merasa memang jiwanya sebagai jurnalis dan apapun resikonya itu yang harus dilaluinya selama haknya tidak terabaikan, yaitu ia tetap dapat menulis dan namanya masih tercantum di artikel yang dimuat. Ia mengakui sebagai jurnalis memiliki gengsi yang tinggi walaupun mereka selalu memperjuangkan hak banyak orang sedangkan hak pribadinya terabaikan.

Desman tetap setia bekerja di Femina Group juga tidak terlepas dari situasi kerja dan persahabatan yang terjadi sesama karyawan di Femina Group. Ia mengatakan bahwasannya Mbak Petty selaku pemimpin redaksi Majalah Femina salah satu alasan ia tidak tega meninggalkan Femina Group pada saat seperti ini karena Majalah Femina seolah – olah menjadi pasangan hidup Mbak Petty dan jika Desman meninggalkan beliau akan kewalahan mengurus Majalah Femina tersebut. Didukung dengan namanya yang terkenal / dikenal orang berkat Majalah Femina dan dipandang orang Desman sebagai jurnalis disebabkan karena Majalah Femina yang telah melambungkan namanya hingga bisa sampai saat ini.

Desman mengungkapkan bahwa saat ditanya Majalah Femina yang terlintas dibenaknya adalah Mbak Petty bukan Svida Alisjahbana. Seolah – olah ia merasa nyaman dan rasa kekeluargaan itu tumbuh dalam dirinya sebagai bagian dari keluarga Femina Group. Ia mengungkapkan jurnalis adalah kerja mulia, selama ia masih dapat bekerja sebagai jurnalis dan dapat memberitakan hal yang diperlukan masyarakat itu yang dipentingkan dirinya.

3.2. Agama Menjadi Dasar Dalam Berkarya

Naomi Jayalaksana atau biasa dipanggil Kak Naomi, ia lahir di Mojokerto, 20 April 1978. Ia bekerja di Femina Group sebagai Redaktur Senior Majalah Femina, selama 13 tahun sampai saat ini. Ia anak kedua dari tiga bersaudara. Kakak dan adiknya sudah menikah jadi tinggal ia sendiri dan ibunya. Adiknya menetap di Kalimantan dan kakaknya di Jakarta. Ia lulusan dari UGM Yogyakarta bidang pertanian, sejak kecil jika ditanya ia memiliki cita – cita ingin menjadi seorang insiyur pertanian, karena pada saat itu pertanian di Indonesia sedang berkembang. Setelah lulus dari kuliah ia melamar di pertanian perkebunan tetapi tidak lolos, lalu semasa mencari pekerjaan ia suka membaca The Jakarta Post. Dari situ ia mengetahui cara penulisan, bahasa penulisan dari The Jakarta Post dan saat itu ada lowongan di The Jakarta Post. Setelah mencoba melamar dan akhirnya diterima bekerja disana selama 6 bulan karena tidak sesuai

dengan penulisan komersial. Lalu mulai bekerja di Femina Group di majalah Femina hingga sekarang hampir 13 tahun. November ini ia bekerja di Femina Group selama 13 tahun.

Kak Naomi bekerja di Majalah Femina dimulai dengan jabatan sebagai Redaktur dan sekarang menduduki posisi Redaktur Senior Majalah Femina. Ia memiliki tokoh idola Truman Capot karena gaya penulisan *feature* dan gaya jurnalistik sastra, dan omnya sendiri yaitu almarhum Djinarwo (bunga rampai puisi). Totalitas dalam menggali pemberitaan menjadi panutannya dalam menulis dan berpegang pada prinsip etika jurnalistik. Saat ia bekerja di Femina Group, ia merasa di Femina Group dapat menyeimbangkan diri antara bekerja dan kehidupan sosialnya dengan sehabis pulang kerja ia masih dapat latihan wayang, belajar menari, dan bersosialisasi dengan jurnalis yang lainnya.

Ia mengimani selama ia bisa jadi *bright energy* buat sekeliling itu menjadi pedomannya, menjadi semangat dirinya sendiri. Ia merasa Tuhan menitipkan pekerjaan ini sebagai jurnalis yang harus ia jalani dalam hidupnya maka apapun yang terjadi itulah yang dia jalani. Melalui pengalaman hidupnya sebelum mamanya meninggal ada hal yang selalu diingatkan untuk selalu saat teduh setiap hari, hal ini menjadi pegangan yang tidak pernah ia lepas sampai saat ini dan dalam hidupnya yang ia lakukan hanya mengandalkan Tuhan dan ia merasa dan mengimani jurnalis adalah jalan yang harus ia jalani dengan segala hal yang resiko yang ditanggung ia merasa tetap dapat menjadi pancaran berkat melalui tulisan yang dia buat.

Profesi jurnalis harus juga memegang prinsip etika jurnalis yang tidak boleh dilanggar sebagai jurnalis dan sebagai perusahaan harusnya / idealnya juga mementingkan Undang – Undang Ketenagakerjaan dan untuk kasus yang ada di Femina Goup ia rasa harusnya pihak manajemen lebih dapat mengungkapkan permasalahan ini agar ada jalan keluar dari masalah yang dihadapi. Transparansi dan kejujuran adalah modal dasar yang bahkan nilainya lebih tinggi dari itikad baik, selama ini ia hanya menjalankan berdasarkan nilai pribadinya dan etika jurnalistik yang dia jalankan.

3.3. Rasa Kekeluargaan Menjadi Iklim Budaya Organisasi

Informan ketiga ini bernama Restu, ia lahir di Ciputat, 21 Januari 1990. Posisinya saat ini di Majalah Femina sebagai Redaktur Senior Majalah Femina. Ia anak kedua dari empat bersaudara. Ibunya sudah meninggal dunia, ayahnya pensiunan dari kontraktor. Kakaknya seorang jurnalis lalu mengundurkan diri sekarang menjadi *freelancer* EO. Dari cerminan kakaknya ia melihat menjadi jurnalis hal yang menarik, maka ia kuliah di Institute Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Lenteng Agung Jakarta.

Pada masa dia duduk di bangku SMP ada tugas membuat cerpen menuliskan mengenai liburan sekolah, pada saat itu ada seorang guru Bahasa Indonesia-nya mengatakan “Restu, gedenya jadi penulis.” Melihat sosok kakaknya yang terlebih dahulu terjun sebagai seorang jurnalis maka ia tertarik untuk mengikuti jejak kakaknya. Bermula dari bekerja di Majalah Media

Kawasan lalu pindah ke Majalah More, lalu lanjut ke Marie Claire hingga sekarang di Majalah Femina. Di Majalah Femina diawali karirnya sebagai Redaktur Madya hingga sekarang menjadi Redaktur Senior. Ia memiliki sosok panutan yaitu Najwa Shihab dengan sifat yang investigatif yang ia sukai, kalau di Majalah aku lihat Marie Claire *Editor in Chief* Australia namanya Jackie Frank. Pada kondisi saat ini di Femina Group yang membuat ia bertahan di Femina karena hubungan teman – teman lebih ke hubungan dirinya dengan atasannya. Tidak ada batasan atau dinding pemisah yang terjadi semua serasa kebersamaan dan kekeluargaan yang dirasakan.

Ia melihat Femina Group dapat membuka perspektif dirinya dalam melihat sudut pandang yang baru atau yang lain dari situasi yang ada terutama dalam bidang sisi perempuan. Femina Group melihat perempuan bukan sebagai objek tetapi sebagai subjek. Didukung dengan hubungan yang baik antara atasan dan bawahan maupun sesama rekan kerja yang membuat dirinya tetap bertahan di Femina Group. Lingkungan kerja yang kondusif dan rekan kerja yang akrab satu dengan yang lainnya yang menjadi pemicu untuk tetap bekerja di Femina Group dan tidak mem-*push* dirinya untuk segera cepat keluar dari Femina Group.

3.4. Aktualisasi Diri Dalam Diri Jurnalis

Faunda yang biasa kita panggil ia sebagai Redaktur Eksekutif Majalah Femina . Ia adalah anak pertama, tinggal di Tomang. Ayahnya pensiunan Lion Air, sudah bercerai dari ibunya sejak lama. Ia adalah ibu dari seorang anak perempuan yang berusia 7,5 tahun. Suaminya bekerja di Bank Syariah Mandiri. Ia lulusan UI jurusan komunikasi. Ia mengidolakan Desi Anwar sebagai pembawa berita televisi. Melihat sosok pembawa berita televisi saat itu ia tertarik dalam bidang ilmu komunikasi agar bisa menjadi seorang wartawan televisi.

Ia awalnya memiliki cita-cita sebagai wartawan lalu berjalannya waktu ia diterima kerja di Female di *fashion* dan *beauty* dari Singapura. Pada saat ini ia merasa kebutuhannya yaitu kerja yang stabil. Ibu dari satu anak ini merasa perlu pekerjaan agar dapat mengaktualisasikan dirinya sebagai ibu, istri, dan wanita karir yang mampu memiliki penghasilan sendiri. Pada awal ia bekerja di Femina Group ia merasa Femina Group adalah *good company, product, management*-nya, konsepnya memiliki nilai yang sejalan.

Melihat kondisi saat ini media memang sedang sulit hidupnya karena perubahan teknologi dan berubahnya pola konsumsi pelanggan yang semula media cetak berkembang beralih ke media digital. Hal ini yang menjadi keraguan tersendiri bagi dirinya jika pindah ke media lain sebagai jurnalis tidak menjamin kesenangan dirinya ataupun pindah ke perusahaan lain tetapi tidak jadi jurnalis. Saat di Femina Group rasa kekeluargaan erat terasa antara sesama karyawan dan alur kerja yang fleksibel namun tetap pada jalur *dateline*.

Ia merasa selama ia berada didalam perusahaan itu disanalah bendera perusahaan ia bawa apapun kondisi perusahaan itu yang sedang terjadi. Jika sudah tidak menerima dengan kondisi perusahaan itu maka idealismenya ia keluar dari perusahaan tersebut dan pada saat ini ia

masih dapat menerima dengan kondisi yang ada karena pilihannya antara 2 yaitu kesenangan hidup dengan materi atau waktu kerja yang fleksibel.

3.5. *Passion* Pendorong Bekerja

Dhanny lulusan Teknik Sipil Universitas Trisakti, Jurusan Teknik Sipil. Dia ambil jurusan ini karena kehendak orang tuanya. Ayahnya pensiunan Pertamina. Sebelumnya Dhanny magang di majalah Hai dan mengetahui lowongan pekerjaan Femina Group dari surat kabar. Mencoba menjadi jurnalis dan ia menemukan gairah menulisnya dan mendalami profesi ini. Dibimbing dengan Pemred Yudha Kartohadipodjo ia menemukan rasa nyaman. Komunikasi atasan dengan bawahan yang lancar membuat rasa segan dan menjadi hubungan pribadi yang baik, sehingga menimbulkan rasa nyaman.

3.6. Bekerja Merupakan Cita – Cita

Fransiska Soraya Spumanti Rose (Kak Ocha) sebagai Redaktur Pelaksana Majalah Gadis. Ia sudah bekerja 8 tahun sampai saat ini. Ia seorang anak bungsu dari dua bersaudara. Sejak dahulu cita – citanya ingin menjadi *broadcaster* dan kuliah di Universitas Padjajaran, Fakultas Ilmu Komunikasi jurusan jurnalistik.

Memulai awal karir pekerjaannya dari Bandung Food Gallery Magazine sebagai jurnalis selama satu tahun dan memperoleh tawaran pekerjaan yang lebih baik di Femina Group, menjadi alasan dia pindah bekerja dan menetap di Femina Group. Ia merasa Femina Group perusahaan yang stabil saat itu dan ia merasakan nyaman bekerja di Femina Group dengan hubungan kerja yang dinamis, menyatu semuanya antara atasan dan bawahan.

Ia selama bekerja tidak merasakan senioritas yang tajam, komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan membuat rasa nyaman dan kebersamaan muncul sehingga rasa kekeluargaan terasa kental. Ia merasakan menyukai bidang pekerjaannya dan merasakan pekerjaan menjadi menyatu dalam dirinya.

Hasil penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara yang dilakukan peneliti terhadap 6 subjek penelitian, yaitu Desman, Naomi, Restu, Faunda, Dhanny, dan Ocha sebagai bentuk pencarian data. Melalui proses wawancara, peneliti akhirnya memperoleh jawaban yang dapat membantu peneliti dalam menganalisis makna yang ada dibalik profesi jurnalis di Femina Group pada saat krisis ekonomi terjadi. Dengan triangulasi data untuk mengecek kembali derajat kepercayaan ditempuh langkah: (1) Membandingkan data; (2) Mengobservasi situasi dan kondisi faktual di lapangan; dan (3) Membandingkan pendapat informan.

Membandingkan data dari dokumen seperti data yang diperoleh dari CNN Indonesia yang menyatakan bahwa karyawan hal yang utama dalam perusahaan membuktikan bahwa Femina Group berusaha membuat karyawan menjadi aset yang utama guna mengoperasikan / menghidupkan medianya. Karena tanpa karyawan jurnalis, media tidak dapat berjalan

maksimal. Mengobservasi situasi dan kondisi faktual di lapangan untuk memperoleh gambaran terkait rasa kekeluargaan yang kental dalam Femina Group dengan pendapat para jurnalis yang bekerja di dalamnya, bahwa Femina Group pada dasarnya menanamkan nilai kekeluargaan yang berasal dari perusahaan keluarga maka berdampak dengan sistem kinerja yang terpancar dalam manajemen perusahaan itu sendiri. Terakhir, membandingkan hasil wawancara, antara informasi yang diperoleh dari satu jurnalis dengan jurnalis lain.

Konstruksi sosial dari eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi dari jurnalis menurut Desman dari hasil wawancara dengan penulis dapat dilihat dari pernyataan Desman melihat lingkungan sekitarnya di Nias adanya perbedaan kemajuan di tanah kelahirannya dengan Jakarta / kota lain. Dari segi apapun Nias ketinggalan beberapa langkah daripada Jakarta. Hal ini yang memotivasi Desman untuk merantau ke kota lain. Sekolah di luar kota membuat Desman merasa mampu menambah wawasan dan pengalaman yang lebih berharga. Tokoh panutannya adalah Panda Nababan seorang jurnalis senior, menjadi politisi, sosok yang independen, pantang menyerah menjadi contoh figur Desman dalam bertindak sebagai seorang jurnalis.

Menurut penuturan Naomi, Majalah Femina dapat memberikan ruang yang khusus perempuan, ada ruang kebebasan dalam mengeksplor hal itu, mengedukasi masyarakat. Adanya fleksibilitas yang diberikan Femina Group seperti Sabtu dan Minggu libur. Ia mengungkapkan bahwa belum ada media lain yang mampu memberikan ruang untuknya sesuai gaya penulisan dengan pencapaian yang sudah ia lakukan yaitu memenangkan juara dalam nasional jurnalistik *award* dan memperoleh beasiswa satu setengah bulan di Australia. Disaat ia diberi kesempatan untuk me-mentoring Desman sebagai karyawan baru ia menerapkan mentoring yang santai tapi terarah dengan berdiskusi, memperbaiki cara sudut pandang penulisan karena menurutnya jurnalistik itu mengenai jam terbang bukan senioritas yang lebih baik tapi jurnalistik *is about learning, long life*, tidak ada senioritas lebih baik daripada juniornya.

Ia merasakan Tuhan menitipkan pekerjaan ini untuk dirinya, maka selayaknya ia lakukan melalui tulisannya dapat menginspirasi orang – orang dan melakukan sesuatu yang lebih baik. Jadi apapun yang terjadi ia menerapkan *“im still doing my job and in the end of the day i don’t do it for Femina Group but im do it for HIM*. Ia mengatakan bahwa ia menjalankan pekerjaannya berdasarkan nilai pribadi dan etika jurnalistik diluar dari gaji yang dicicil membuat pemicu untuk segera berhenti dari pekerjaannya tetapi ada rasa ia bekerja untuk dapat memenuhi kebutuhan *balance life*.

Menurut Restu sebagai Redaktur Senior Majalah Femina ia melihat figur kakaknya yang sebagai jurnalis dapat *networking* yang luas, membuka wawasan lebih banyak mengenai hal baru, menjadi pemicu Restu untuk mengikuti jejak kakaknya sebagai jurnalis. Tokoh idola yang dia idamkan adalah Najwa Shihab melihat metode jurnalistik yang sangat investigatif mencuri perhatian Restu untuk dapat mengembangkan dirinya seperti itu. Membahas sesuatu tidak

hanya dipermukaan tetapi dari sudut pandang yang berbeda dan mendalam.

Menurut Faunda sebagai Redaktur Eksekutif Majalah Femina, pada masa lalu media yang paling besar di Indonesia selain Kompas untuk koran, kalau majalah lifestyle adalah Femina Group, Majalah Femina. Ia menyatakan masuk ke perusahaan medianya bagus, iklimnya bagus, merasa sudah stabil dengan *good company, good product, management* yang baik, konsepnya bagus dan nilainya sejalan dengan dirinya. Ia ungkapkan jika bekerja di media sebagai jurnalis ada 2 hal yang harus dipilih yaitu kesenangan hidup / materi (uang). Ia merasa yang membuat ia bertahan dalam kondisi saat krisis seperti ini adalah ia mampu berkarya dan berbagi dengan waktu yang fleksibel karena ia memiliki seorang anak dan untuk memenuhi aktualisasi dirinya maka ia tetap bertahan di Femina Group. Ia melihat media saat ini hidupnya lagi susah dan belum tentu bekerja di tempat lain akan lebih baik seperti yang ada di Femina Group. Didukung dengan suasana kerja yang kekeluargaan kuat, walaupun satu dengan lainnya belum tentu dekat secara emosional tapi rasa kekeluargaan itu ada.

Ia menerangkan selama ia bekerja di perusahaan itu maka artinya ia masih menerima kondisi perusahaan itu dan jika ia tidak dapat menerima kondisi yang ada maka ia akan keluar dari perusahaan itu. Maka dari sini dapat dilihat bahwa walaupun krisis ekonomi terjadi di Femina Group jurnalis masih dapat menerima selama idealisme, nilai – nilai, dan ia tetap dapat berkarya.

Dari hasil wawancara dengan keenam jurnalis Femina Group dari bagian *feature* Majalah Femina, Majalah Dewi, dan Majalah Gadis dan pengumpulan data yang ada, peneliti memperoleh teori konstruksi sosial dari Berger di sini secara spesifik dapat digunakan untuk menjelaskan proses, bentuk serta implikasi nilai ideologi yang ada dalam diri jurnalis yang bekerja di Femina Group. Individu adalah produk masyarakat dan masyarakat adalah produk individu. Konstruksi sosial media massa menciptakan sebuah realitas sosial masyarakat. Menurut Berger dan Luckmann pengetahuan adalah realitas sosial masyarakat. Realitas sosial tersebut adalah pengetahuan yang bersifat keseharian yang hidup dan berkembang di masyarakat, seperti konsep kesadaran umum, wacana publik, sebagai hasil dari konstruksi sosial. Realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

Konstruksi sosial tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan. Realitas sosial yang dimaksud Berger dan Luckmann ini terdiri dari realitas objektif, realitas simbolis, dan realitas subjektif. Realitas objektif adalah realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia objektif yang berada di luar diri individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. Realitas simbolis merupakan ekspresi simbolis dari realitas objektif dalam berbagai bentuk. Sedangkan realitas subjektif adalah realitas yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali realitas objektif dan simbolis ke dalam individu melalui proses internalisasi.

Eksternalisasi sebagai bagian dari penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai

produk manusia, sedangkan objektivasi sebagai interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi, dan internalisasi merupakan upaya individu mengidentifikasi diri dengan lembaga - lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya.

Dari konstruksi sosial telah dipaparkan dalam analisis penelitian yang menghasilkan komodifikasi pekerja yang dapat dibentuk dari Femina Group sendiri dilihat dari visi dan misi Femina Group yang tercantum memberdayakan masyarakat Indonesia dengan memberikan informasi yang membuat perusahaan menjadi yang terbaik di industri media.

“tau sih dalam pemikiran CEO kita yah bawasannya budaya selama ini kekeluargaan artinya ada yang seharusnya resmi dibicarakan tapi dengan konsep bisnis kekeluargaan jadinya gak dilakukan seperti seharusnya. Itu kan di zaman Pak Sofyan sangat kekeluargaan cuman ehh budaya kekeluargaan banyak hal – hal yang kita abaikan. Ketika mereka mengabaikan hak kita yang sebenarnya sudah diatur dalam undang – undang banyak komprominya.” (Desman, Redaktur Majalah Femina)

Karyawan diliputi dengan rasa kekeluargaan yang erat tercermin dari asal mula berdirinya Femina Group dari kekeluargaan Alisjahbana yang membuat menjadi perusahaan keluarga yang berdiri menjadi Femina Group, sehingga untuk setiap keputusan manajemen tidak terlepas dari rasa kekeluargaan yang ada / yang melekat.

“sebenarnya temen - temennya lebih ke hubungan aku dengan atasan sama Mbak Founda, aku tidak rasa ada senioritas. Gak ada dinding itu bisa sangat dekat dengan teman – teman kekeluargaan itu yang membuat bertahan dan ada beberapa tawaran untuk ke media lain tapi takutnya aku gak bisa dapetin hubungan atasan dengan bawahan yang enak lagi. Kekeluargaannya lebih ke gitu sih” (Restu, Redaktur Senior Majalah Femina)

Rasa kekeluargaan yang dibangun oleh Femina Group sejak berdiri dilatar belakang berdirinya Femina Group ada campur tangan keluarga Alisjahbana. Hal ini yang menyebabkan secara langsung maupun tidak menjadi iklim dari budaya yang terjadi di Femina Group dari rasa kekeluargaan ini membuat Femina Group mampu merangkul semua karyawannya dengan disediakan makan siang bersama agar makin kental rasa kebersamaan dan kekeluargaan yang terjadi menjadi keluarga dari Femina Group.

“apa yah? Kerja keras enggak juga, suasana kerja itu kekeluargaan itu kuat walaupun kalau misalnya satu sama lain belum tentu dekat tapi bisa aja gw kesel sama elu karena kerjaan elu gak beres. Ada yang begitu tapi erat, sebel tapi kangen sama elu. Jadi kekeluargaannya kuat yah, terus aku sebagai wartawan belajar banyak tentang

penulisan, angle tulisan satu kejadian bisa diulik banyak hal. Kebukalah wawasannya dari sisi kreatifitas gitu sih. Alur kerja jelas walaupun fleksibel tapi deadline tetap aja” (Faunda, Redaktur Eksekutif Majalah Femina)

Melalui cuplikasi video “I am Femina Group” (link: <https://www.youtube.com/watch?v=pvl66yKVVfg>) tersirat bahwa Femina Group membuat setiap karyawan menjadi satu kesatuan yang tidak dapat terlepas menjadi mata rantai yang saling berhubungan.

“Jadi ehh gak fair nya disitu aja sih, jadi mentang – mentang JFW lagi naik daun dia gak menyadari JFW ada karena Femina. Femina itu tutup JFW akan hilang / berpindah tangan karena sponsor – sponsor itu iklan media pas lama ada. Menurut gw yah kalau JFW mau lebih lagi dia harus menguatkan medianya ada space yang dia jual kepada client. Anak – anak JFW juga lagi bingung harus cari uang 12 M kalau gak salah. Segala sesuatu gak pernah dikomunikasikan dengan baik. Aku rasa orang lebih ikhlas dibilang gaji kamu 20% daripada didiamkan lalu dibayar 40%. Lebih sakit didiamkan tidak diberi kepastian.” (Desman, Redaktur Majalah Femina)

Manajemen Femina Group dengan mudah dapat mengarahkan kemana arah media ingin dilakukan karena setiap karyawan sudah erat satu sama lain. Menurut womentalk.com 18 Oktober 2017 untuk menggelar JFW 2018 (event Fashion Week) Femina Group mampu mengangkat 60 *fashion show* bertaraf internasional selama sepekan, JFW selalu menampilkan tren *fashion* terbaru, tidak hanya desainer dalam negeri, JFW juga menampilkan beberapa desainer atau *brand* dari luar negeri, JFW selalu berhasil mengangkat desainer baru, di JFW lah pengunjung dapat bertemu langsung dengan para selebriti dan *fashion influencer*.

“aku gak tau yah. Ribut – ribut media online majalah udah bobrok, tapi aku lihat JFW yah jauh – jauh hari itu ada hubungan timbal balik yah apakah desainer udah bayar, udah chip ini duit jadi kan harus tetap berjalan walau gaji karyawan kantor gimana. Kalau JFW aku lihatnya kantor tetap harus bertanggung jawab dengan acara itu karena mereka sudah chip ini duit didalamnya. Diluar kesenangan – kesenangan lain aku sih gak tau yah. Kalau Halal bi Halal yah iya yah cuman buat nyeneng nyenengin karyawan supaya gak marah yah. Yah kita sudah membaik? Buktinya mana yah. Itikad baik susah nih, aku menunggu juga dari mereka. Sebenarnya kantor sudah menunjukkan itikad sisa gaji di 5 bulan kedepan mau dibayarkan, 5 bulan dari Bulan Agustus. Di email tapi down gak bisa buka email jadi dikasih tau lisan. Kalau 2018 pokoknya sisa gaji akan dilunaskan katanya. Semoga aja yah” (Restu, Redaktur Senior Majalah Femina)

Hal ini membuat karyawan tetap bekerja untuk memajukan media / hidupnya media walau kenyataan hak yang diterima tidak sesuai dengan kesepakatan yang sudah disepakati bersama. Jurnalis tetap bekerja dengan diliputi oleh idealisme yang mereka pegang dan rasa kekeluargaan yang dirasakan dari suatu keluarga dan teman – teman yang ada di Femina Group.

“Dia gak punya plan / niat kok Femina itu. Teman – teman yang resign juga omong begitu CEO kita akan memperbaiki hal ini dan akhirnya dia keluar. Aturan – aturan tidak semuanya tidak ditegakkan dan itu dirindukan sama teman – teman. Harus datang jam 08.00 ditolelir sampai jam 11.00 padahal di media juga gak gitu – gitu

amat. Kembali ke jiwa masing – masing ada jiwa jurnalisisme yang harus kamu jalankan yah kamu jalankan” (Desman, Redaktur Majalah Femina)

Dalam berita di katadata.co.id, Svida selaku Chief Executive Officer Femina Group menyatakan, Femina Group juga telah memulai peralihan model bisnis dari media cetak dengan memperbanyak konten digital. Untuk itu, ia pun meminta dukungan dari seluruh karyawan. “Manajemen menegaskan bahwa karyawan selalu menjadi prioritas bagi perusahaan,” katanya.

“itu sih yang berat sih dari krisis ini, sebenarnya kalau aku ditanya aku sih sebisa aku, aku bisa survive dengan hidupku sendiri cuman orang – orang yang bergantung pada aku yang kemudian jadi berdampak. Itu yang beratnya sih yang jadi beban mental yang kalau aku mau egois misalnya yah udah yah kalau yang lain – lain kan yah itu sih, yah itu sih yang sekarang kondisinya terberat itu dan kondisi seperti itu aku rasa dan aku denger juga dari teman – teman yang lain yang di Femina yah kaya Pras yang resign kemarin gimana . Dia dipindah jadi artistik Ayahbunda itu dia juga kebutuhan paling besar dia yang ngasih orang tua sekarang dia yang dikasih sama orang tua.” (Naomi, Redaktur Senior Majalah Femina)

Hal ini beriringan dengan yang dirasakan jurnalis untuk dapat tetap bertahan di Femina Grop agar mampu mendorong pemulihan dari segi ekonomi perusahaan agar tetap eksis dan tetap berlangsungnya suatu media Femina Group. Karena tanpa dukungan dan kinerja para jurnalis selaku karyawan Femina Group, maka akan berdampak dalam stabilitas dan kinerja bisnis media itu sendiri. Dengan kata lain karyawan menjadi prioritas yang utama dalam suatu usaha / bisnis yang dijalani agar dapat terus bertahan dalam keadaan krisis yang terjadi di Femina Group.

“mungkin, aku gak punya hubungan baik sama teman – teman aku udah resign dari sejak awal yang 2016 yang THR di bagi – bagi, kaya yang baru masuk sama aku langsung resign. Ada tawaran lain tapi lebih takut sama gak yah kaya disini, mungkin sampai aku dapat tempat yang sesuai dengan aku yah aku lebih memilih ngambil kerjaan freelance deh untuk tambahan pemasukan tambahan lah. Sampai menunggu tempat yang pas. Aku tidak mem-push diri aku keluar secepat mungkin.” (Restu, Redaktur Senior Majalah Femina)

Menurut berita CNN Indonesia menyatakan “Secara sadar, kami paham akan tanggung jawab kami kepada seluruh karyawan. Dalam keadaan tersulit pun kami tetap mendahulukan hak karyawan. Untuk itu komitmen penyelesaian THR dalam tiga bulan ini adalah langkah terbaik yang mampu kami lakukan,” imbuah Svida. Dengan kondisi krisis ekonomi yang terjadi, manajemen paham bahwa hal yang sulit dalam melakukan skema dalam pembayaran yang terjadi hal ini diungkapkan dalam lisan kepada karyawan sebagai rasa empati dan dijelaskan terjadinya hal ini karena kondisi keuangan yang belum stabil dan akan menunggu sampai *cash flow* dapat pulih agar proses pembayaran dalam lancar kembali. Penjelasan yang terjadi membentuk secara tidak langsung rasa empati dan rasa kebersamaan yang tercipta selama ini sebagai keluarga Alisjahbana menjadi satu kesatuan untuk dapat berjuang bersama dan dapat bersama – sama memulihkan kondisi krisis dengan kinerja dan tetap bertahan di Femina Group agar media tetap dapat beroperasi dengan baik walaupun hak jurnalis tidak terpenuhi

seutuhnya.

Para jurnalis bekerja untuk kepuasan pribadinya disisi lain dengan kebutuhan materi yang ia peroleh. Rasa kebersamaan, nyaman, kekeluargaan menjadi salah satu pengikat ia tetap bertahan di Femina Group. Mereka merasakan adanya ikatan satu dengan yang lain dan rasa berjuang bersama agar dapat memulihkan kondisi perusahaan dalam membangkitkan ekonomi perusahaan dengan kerja mereka tetap bertahan di Femina Group.

4. Simpulan dan Saran

Kesimpulan yang akan peneliti paparkan, akan mengacu pada hasil analisis dari teori konstruksi sosial dan nilai ideologi. Nilai ideologi mengenai etika jurnalis dan hal yang ia tanamkan dalam dirinya hingga menjadi pedoman dalam dirinya untuk terus bekerja sebagai jurnalis. Pada subjek penelitian yaitu Desman, Naomi, Restu, Faunda, dan Dhany. Femina Group mampu membuat budaya organisasi dengan rasa kekeluargaan dipicu dari perusahaan keluarga yang didirikan dari keluarga Alisjahbana membuat sistem organisasi yang muncul di Femina Group bersifat kekeluargaan.

Hal ini menjadi budaya rasa kekeluargaan yang dibangun di Femina Group. Rasa kekeluargaan menimbulkan rasa kesetiaan, dilihat dari rasa memiliki satu dengan yang lain, keakraban yang terjadi menjadi iklim tersendiri dalam bekerja. Bekerja bukan hanya mengejar materi / uang tetapi ada rasa aktualisasi diri dan rasa nyaman yang dipertahankan. Bekerja sesuai idealisme etika jurnalistik dan terus berkarya dengan membuat tulisan artikel yang dapat dinikmati oleh banyak orang menjadi rasa aktualisasi diri yang timbul pada jurnalis. Aktualisasi diri sangat penting dan merupakan harga mati apabila ingin mencapai kesuksesan. Aktualisasi diri adalah tahap pencapaian oleh seorang manusia terhadap apa yang mulai disadarinya ada dalam dirinya.

Dari subjek penelitian ini meyakini, bahwa memegang idealisme jurnalis, mementingkan kebutuhan masyarakat dibandingkan hak diri sendiri menjadi kunci, tetap berkarya dan menginspirasi masyarakat menjadi hal utama sebagai jurnalis. Mereka bekerja bukan hanya mengejar materi tetapi bekerja dengan memberikan berita yang aktual, diperlukan masyarakat menjadi daya juang tersendiri dalam diri jurnalis. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa keempat subjek secara garis besar mengetahui bahwa sebagai jurnalis harus berpegang pada etika jurnalis, bekerja sebagai jurnalis adalah sebuah panggilan hidup dan cita - cita nya. Adanya pengakuan di dalam masyarakat menjadi nilai tambah tersendiri dalam diri jurnalis.

Daftar Pustaka

- A Gonzales-Harreo dan A.B. Pratt. 1996. An Integrated Symmetrical Mode for Crisis-Communication Management. *Journal Of Public Relation Research* 8(2), pp. 79-105.
- Basrowi dan Sukidin. 2002. *Metode Penelitian Perspektif Mikro: Grounded theory, Fenomenologi, Etnometodologi, Etnografi, Dramaturgi, Interaksi Simbolik, Hermeneutik, Konstruksi Sosial, Analisis Wacana, dan Metodologi Refleksi*. Surabaya: Insan Cendekia.
- Baran, J. Stanley dan Davis, K. Dennis, 2010. *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, Dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Berger Peter dan Luckman, Thomas. 1990. *Tafsiran Sosial Atas Kenyataan Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*. Jakarta: LP3ES.

- Burhan Bungin. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Boudreaux, Brian. 2005. Thesis. *Exploring a Multi-Stage Model of Crisis Management: Utilities, Hurricanes and Contingency*. Master of Arts in Mass Communication University in Florida.
- Darling, John. 1994. Crisis Management in International Business: Keys to Effective Decision Making. *Leadership & Organization Development Journal*, Vol. 15 No. 8, 1994, pp. 3-8 © MCB University Press Limited, 0143-7739. P (4)
- Eriyanto. 2008. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Guba, Egon G., and Yvonna S. Lincoln. 1994. *Competing Paradigms in Qualitative Research. Handbook of Qualitative Research*. California: Sage Publications.
- Hamilton, S. 1987. *A Communication Audit Handbook*. London: Longman.
- Hariyanto. 2009. Gender dalam Konstruksi Media. *Jurnal Komunika*. Volume 3, Nomor 2, Juli-Desember 2009. STAIN Purwokerto, hal. 185
<http://ejournal.unisba.ac.id>
<http://goyangkarawang.com/2010/02/triangulasi-dan-keabsahan-data-dalam-penelitian/>
<http://library-teguh.blogspot.com/2009/12/metode-triangulasi-penculikan-sampel.html>
<https://dinarjamaudin07.wordpress.com/2011/06/12/manajemen-krisis/>
www.jakarta.go.id PT Gaya Favorit Press Terbitkan Femina tahun 1972
<https://katadata.co.id/berita/2017/11/07/tak-hanya-cicil-gaji-karyawan-femina-juga-akan-jual-aset>
https://www.academia.edu/15830239/PERSPEKTIF_MANAJEMEN_KRISIS_1._Menurut_Gonzales-Harrero_and_Patt
https://www.academia.edu/14398430/ANALISIS_KRISIS_PADA_ORGANISASI_BERDASARKAN_MODEL_ANATOMI_KRISIS_DAN_PERSPEKTIF_PUBLIC_RELATIONS
<https://www.qerja.com/perusahaan/review/gaya-favorit-press-pt>
- Koontz, H and Wiehrich, H. 1991. *Pengurusan* (karya terjemahan oleh Salmi dan Siti Nadzrah). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Littlejohn, Stephen W. dan Karen A. Foss. 2005. *Theories of Human Communication*. Eight Edition. Albuquerque, New Mexico: Wadworth.
- M. Aswan Zanynu. 2011. Teori Ekologi Media: Tiga Asumsi Dasar. Diakses pada tanggal 14 September 2018 jam 9:31 AM dalam <http://about.me/aswanzanynu.2011>
- Merleau-Ponty, Maurice. 2012. *Phenomenology of Perception*. (Donald A Landes, Penerjemah) London and New York: Routledge
- Moloeng, Ixey J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda
- Mosco, Vincent. 2009. *The Political Economy of Communication*. Sage Publication.
- Rianto, Puji. Nasution, Prof. Dr. S. 2003. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Paul A. Argenti. 2010. *Komunikasi Korporat*. Salemba Humanika.
- PERTEKOM. Studi mengenai Marshal McLuhan tentang Medium adalah Pesan. Diakses pada tanggal 14 September 2018 08:41 dalam http://en.wikipedia.org/wiki/Marshall_McLuhan.2011.
- Prof, H. Hafied Cangara, M.Sc.,Ph.D. 2013. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. PT Rajagrafindo Persada.
- Poloma, Margareth. 2004. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Raco, J.R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Rahardjo, Susilo & Gudnanto. 2011. *Pemahaman Individu Teknik Non Tes*. Kudus: Nora Media

Enterprise

- Richard West dan Lynn H. Turner. 2008. *Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi: Buku 2*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Roger Simon. 1999. *Gagasan-gagasan Politik Gramsci*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan Insist.
- Salim, Agus. 2001. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: PT. Tiara Kencana.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.
- Stephen K. Sanderson. 1993. *Sosiologi Makro, Sebuah Pendekatan terhadap Realitas Sosial*. Jakarta: Rajawali.
- Stephen W. Little John dan Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Vita Kent. Teori Ekologi Media. Diakses pada tanggal 14 September 2018 jam 23:34 dalam <http://vitakent'smemoriesTeoriEkologiMedia.htm>.2012
- www.feminagroup.com