

BAB II

GAMBARAN UMUM PENELITIAN

A. Gambaran Profil Penelitian

1. Surat Kabar Harian Tribun Jogja

a. Sejarah Tribun Jogja

PT. Media Tribun Jogja merupakan salah satu anak perusahaan dari Kompas Gramedia (KG) yang didirikan oleh Petrus Kanisius Ojong dan Jakoeb Oetama pada tanggal 28 Juni 1965. Seiring berkembangnya waktu, perusahaan ini dapat menghasilkan berbagai macam surat kabar. Kompas Gramedia sendiri mempunyai dua jenis surat kabar yakni surat kabar Nasional dan surat kabar lokal. Surat kabar yang bersifat nasional adalah KOMPAS, sedangkan surat kabar yang berbasis lokal atau regional adalah Tribun Network dan Warta.

Tribun diambil dari filosofi istilah lain dari panggung atau stadion. Pertama, Tribun itu selalu berada di posisi yang lebih tinggi daripada arena dan selalu bisa melihat ke semua arah, dari sini Tribun memberikan pandangan lebih luas karena posisinya yang diatas, dimana mereka bisa melihat segala sesuatu hal dengan jelas. Nama Tribun pertama kali digunakan tahun 2004 oleh Tribun Kaltim. Sedangkan Tribun Jogja merupakan unit pers daerah dengan urutan ke 11 yang memakai nama Tribun. Bagi Tribun Jogja masyarakat ditempatkan sebagai orang spesial

di panggung kehormatan. Hal ini dikarenakan nama tribun yang diartikan panggung kehormatan dan menjadi tempat untuk memberitahu, memperlihatkan dan menunjukkan hal-hal spesial yang dilakukan oleh insan tersebut. Oleh karena itu, nama yang digunakan oleh Tribun Jogja bisa didefinisikan bahwa pembaca Harian Tribun Jogja ditempatkan sebagai orang yang terhormat dan menyajikan berita secara lengkap.

Kantor redaksi dan bisnis Tribun Jogja terletak di Jl. Jendral Sudirman No. 52 Yogyakarta dan lokasi percetakan Harian tribun Jogja terletak di Dusun Nusupan, Trihanggo, Gamping, Sleman tepatnya di KM 8 *Ring Road* Barat Nusupan Yogyakarta. Untuk target pembaca yang diinginkan oleh Tribun Jogja adalah pebisnis dan anak muda yang berusia 25-45 tahun dengan pengeluaran perbulan sebesar Rp 2.000.000,- hingga Rp 3.000.000,- per bulan. Segmentasi pembaca Tribun Jogja berdasarkan jenis kelamin adalah 40% Wanita dan 60% Laki-Laki.

Tribun Jogja terlebih dahulu mengeluarkan koran digital dengan nama “Tribun Jogja *Online*” pada tanggal 1 November 2010 disusul penerbitan versi surat kabar yang terbit pertama kali pada tanggal 11 April 2011 dengan tampilan sebanyak 24 halaman. PT Media Tribun Yogya mampu mencetak surat kabar Harian Tribun Jogja hingga 65 eksemplar setiap harinya dengan isi berita yang berkonsepkan *Lifestyle*. Pembagian isi berita terdiri dari berita lokal sebanyak 75% dan 25% untuk berita nasional serta internasional.

Tribun Jogja juga hanya menjual surat kabar hariannya dengan harga yang sangat terjangkau yaitu seribu rupiah, sehingga banyak dikenal sebagai “koran dua ribuan”. Hal ini dimaksudkan agar Tribun Jogja dapat dibaca oleh seluruh lapisan masyarakat serta bisa memenuhi kebutuhan masyarakat dari berbagai kalangan. Dengan harga tersebut masyarakat diberikan pilihan jika ada yang murah dan lengkap, mengapa harus membayar lebih mahal. Selain harga eceran terdapat pula harga khusus yakni sebesar Rp 55.000,- jika ingin berlangganan. Konsep inilah yang membuat Tribun Jogja berbeda dengan kompetitor koran lain dan membuat peneliti merasa tertarik untuk mengambil media ini sebagai objek penelitian yang dapat dikatakan sebagai media *mainstream* yang baru tetapi cukup cepat mendapatkan respon yang baik oleh masyarakat Yogyakarta yang pada kenyataannya banyak kompetitor surat kabar lainnya.

b. Profil Tribun Jogja

1) Visi

Menjadikan kelompok usaha penerbitan surat kabar, media online dan percetakan daerah terbesar dan tersebar di DIY maupun Jateng.

2) Misi

Menciptakan informasi yang terpercaya untuk memberikan spirit baru dan mendorong terciptanya demokratisasi di daerah dengan menjalankan bisnis yang beretika, efisien dan menguntungkan.

3) Logo dan *Tagline*

Gambar 2.1

Logo SKH Tribun Jogja



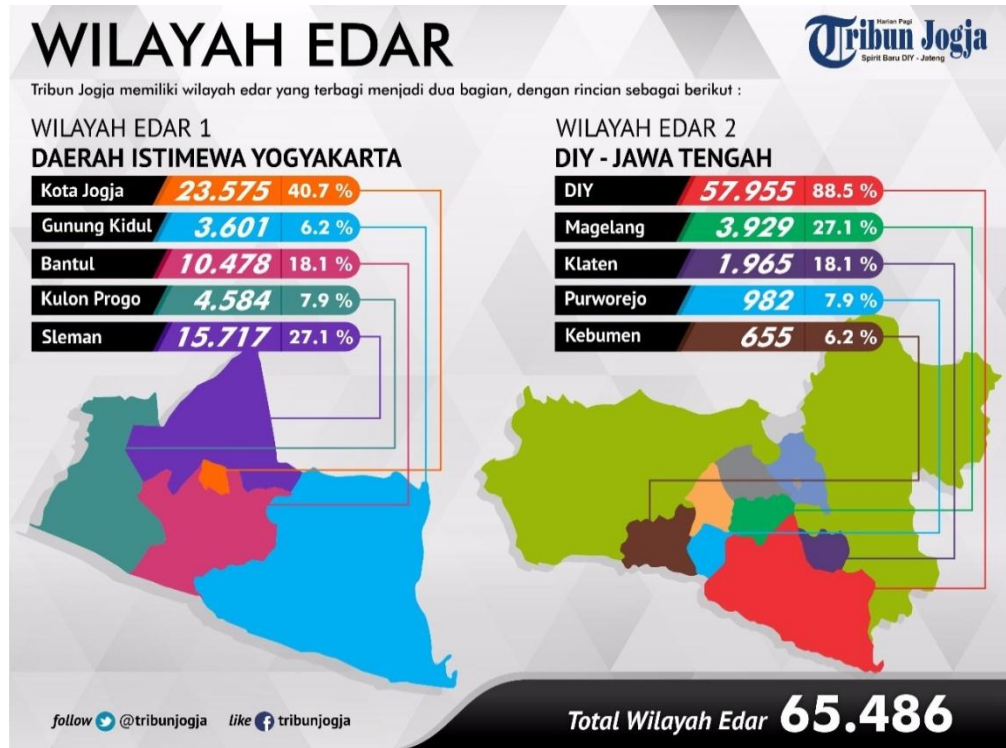
Sumber: www.jogja.tribunnews.com (diakses pada 13 Juli 2018)

Tagline Tribun Jogja ialah “Spirit baru DIY - JATENG”. Keinginan Tribun Jogja adalah ingin mendorong terciptanya demokratisasi di wilayah DIY dan Jateng (*Company Profile* Tribun Jogja).

4) Distribusi Wilayah Edar (DIY & Jateng)

Gambar 2.2

Distribusi Wilayah Edar SKH Tribun Jogja



Sumber: Studi Dokumentasi *Company Profile* Tribun Jogja

5) Susunan Tim Redaksi SKH Tribun Jogja

Pemimpin Umum	: Hermandarmo
Pemimpin Redaksi /	
Penanggung Jawab	: Ribut Raharjo
Manajer Produksi Redaksi	: Ibnu Taufik Jr
Manajer Liputan	: Sulistiono
Editor Senior	: Setya Trisna Sumargo
Staf Redaksi	: Hermandarmo, Ribut Raharjo, Ibnu Taufik Jr, Baskoro Muncar, Sulistiono, Agus Wahyu Triwibowo, Iwan al- Khasni, Joko Widiyarso, Iwan Apriansyah, Hendy Kurniawan,

Ikrob Didik Irawan, Rina Eviana Dewi, Mona Kriesdinar, Obed Doni
Ardianto, Muchamad Fatoni, Yoseph Hary Wibowo, Harry Susmayanti

Reporter :Siti Ariyanti, Rento Arinugroho,

Gaya Lutfiyanti, Agung Ismiyanto, Yudha Kristiawan, Pradito Rida

Pertana, Amalia Nurul Fathonaty, Hening Wasisto, Christi Mahatma,

Victor Mahrizal, Hamim Thohari, Kurnniatul Hidayah, Azka Ramadhan

Pewartu Foto : Bramastyo Adhy, Hasan Sakri

Ghozali, Hendra Krisdianto

Sleman : Siti Umayah, Santo Ari

Handoko

Gunung Kidul : Wisang Seto

Kulon Progo : Singgih Wahyu Nugraha

Bantul : Susilo Wahid Nugraha

Magelang : Rendika Ferry Kurniawan

Tata Wajah dan Grafis : Suluh Prasetyo Aji Pamungkas,

Nugroho Saputro, Afifudin, Bayu Rusbianto, Muhammad Fauzirakhman,

Yusuf Hariyanta, Yoga Hersogama

IT : Benny Ma'il bin Izmail, Arif

Purnomo

Sekretariat Redaksi : Fembri Nugroho

Sumber: SKH Tribun Jogja edisi 05 Juni 2018

2. Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat

a. Sejarah Kedaulatan Rakyat

Pada zaman kolonial Belanda sekitar tahun 1930-an terdapat satu-satunya surat kabar yang menjadi hiburan bagi khalayak khususnya masyarakat D.I. Yogyakarta yaitu surat kabar sore berbahasa Jawa dengan huruf latin yang bernama “Sedya-Tama”. Direksi penerbitan surat kabar Sedya-Tama dijabat oleh R. Rudjito dan dicetak oleh penerbit Mardi Moelja. Tahun 1942 Barisan Propaganda Jepang (*Sendenbu*) masih membiar surat kabar Sedya-Tama terbit dengan syarat harus menggunakan bahasa Indonesia. Karena mendapat tekanan dari pihak Jepang secara terus-menerus akhirnya penerbitan surat kabar Sedya-Tama dihentikan sendiri oleh R. Rudjito. Kantor Sedya-Tama kemudian dirampok oleh Jepang dan digunakan sebagai kantor penerbitan surat kabar Jepang dengan nama “Sinar Matahari” (Oetama dalam Wicaksono, dkk, 2015: 123-124).

Menurut Soedarisman Poerwokoesoemo yang pada saat itu menjabat sebagai Komite Nasional Indonesia Daerah (KNID) Yogyakarta bahwa penyegelan kantor Sedya-Tama dilakukan oleh KNID Yogyakarta dan dibantu oleh H. Samawi yang merupakan ayah dari Idham Samawi yaitu mantan Bupati Bantul dan menjabat sebagai anggota DPR dari Yogyakarta yang dilantik pada tahun 2014 dengan tujuan agar surat kabar

Sinar Matahari tidak dimanfaatkan Jepang untuk memanipulasi situasi. Dalam membuat siaran kilat yang menyiarkan berita-berita Proklamasi, para pekerja Sinar Matahari pernah meminjam mesin cetak dari Percetakan Taman Siswa. Setelah kantor Sinar Matahari disegel, masyarakat Yogyakarta menjadi buta akan informasi mengenai situasi dunia bahkan keadaan dalam negeri.

H. Samawi, Soemantoro, dan Bramono akhirnya membuka segel kantor Sinar Matahari dengan tujuan ingin mengambil alih dan menerbitkan surat kabar pengganti Sinar Matahari. Tanggal 26 September 1945, akhirnya seluruh persiapan percetakan surat kabar mulai dari *layout* dan lainnya sudah selesai, namun nama surat kabar pengganti Sinar Matahari belum di dapatkan. Akhirnya H. Samawi dan Soemantoro kemudian menghadap Ketua KNID Yogyakarta, Soedarisman Poerwokoesoemo yang kemudian mencetuskan nama “Kedaulatan Rakyat” untuk nama surat kabar tersebut.

Menurut Hamad dalam Wicaksono dkk (2015: 123) Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat didirikan HM. Samawi dan M. Wonohito tidak lama setelah Indonesia merdeka, yaitu pada 27 September 1945 atau 40 hari setelah Proklamasi 17 Agustus 1945. Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat ini adalah koran lokal yang sangat melekat dengan kultur masyarakat daerah dan Yogyakarta secara khusus, sehingga sebagai

sebuah merek sering kali masyarakat setempat menyebut Koran apapun namanya dengan sebutan “KR”. Hal itu menunjukkan bahwa KR merupakan Koran penting dan diperhitungkan di daerah Yogyakarta.

Sejak awal, Kedaulatan Rakyat berkantor di lokasi yang strategis di Yogyakarta yaitu di Jalan Margoutomo atau yang lebih dikenal sebagai Jalan Mangkubumi. Lokasi ini dekat dengan Tugu Yogyakarta, Stasiun Yogyakarta, serta Jalan Malioboro yang menjadi roda utama perekonomian sekaligus pusat pemerintahan Provinsi Yogyakarta. Sebagai Koran lokal, Kedaulatan Rakyat lebih banyak mengangkat berita tentang perkembangan di Yogyakarta dan beberapa daerah di Jawa Tengah. Hal ini terlihat dari rubrikasi Kedaulatan Rakyat yang berisi liputan lokal Yogyakarta, Bantul, Sleman, Gunung Kidul, Kulon Progo, Solo, Pantura, Kedu, Banyumas dan Semarang.

Porsi rubrikasi liputan lokal Yogyakarta lebih banyak daripada Jawa Tengah. Selain itu ada liputan nasional, pendidikan, ekonomi, olahraga, otomotif, teknologi, wisata, gaya hidup dan remaja melalui rubrik “Kaca”. Kedaulatan Rakyat juga bekerja sama dengan perguruan tinggi melalui pemagangan mahasiswa untuk mengelola rubrik Swara Kampus. Secara umum, gaya pemberitaan Kedaulatan Rakyat mencerminkan tradisi komunikasi orang Jawa. Kedaulatan Rakyat cenderung menghindari berita yang provokatif dan berprinsip pada kearifan lokal *“mipunani tumraping*

liyan” yang berarti bermanfaat bagi orang lain (Wicaksono, dkk, 2015: 124-125).

Alamat kantor utama dan redaksi SKH Kedaulatan Rakyat terletak di Jalan Margo Utomo (P. Mangkubumi) 40 – 42 Yogyakarta, 55232 dengan lokasi percetakan yaitu di Jalan Raya Yogya – Solo Km 11 Sleman Yogyakarta 55573. Perjalanan bisnis Kedaulatan Rakyat akhirnya tiba pada perkembangan tren di masyarakat yang menunjukkan fenomena meningkatnya penggunaan jaringan internet sebagai sarana untuk mendapatkan informasi. Maka dari itu, KR akhirnya juga membuat versi *online* dari edisi cetaknya dengan alamat <http://www.kr.co.id> dan www.krjogja.com.

b. Profil Kedaulatan Rakyat

1) Visi

Menjadikan Kedaulatan Rakyat sebagai Surat Kabar Harian yang ingin dibaca oleh khalayak berdasarkan data pada bagian sirkulasi Kedaulatan Rakyat pada tahun 2015 bahwa Kedaulatan Rakyat merupakan koran dengan sirkulasi peredaran yang sangat luas sebagai salah satu media yang patut diperhitungkan di Indonesia. Oleh karena itu, para wartawan berusaha memberikan muatan surat kabar yang menarik dan menjalin hubungan seluas-luasnya.

2) Misi

Tertulis pada *tagline* Kedaulatan Rakyat yaitu “Suara Hati Nurani Rakyat” dimana dalam pemuatan beritanya mengutamakan hati nurani rakyat serta menggalang persatuan dan kesatuan. Hal ini dikarenakan KR terus mengembangkan diri dengan mempertimbangkan kondisi internal bangsa Indonesia. Kedaulatan Rakyat juga selalu berusaha memposisikan dirinya sebagai jembatan suara rakyat dengan pemerintah agar terciptanya komunikasi dua arah sehingga opini publik bisa tersalurkan sebagaimana mestinya.

Seiring dengan perkembangan zaman, Kedaulatan Rakyat *Group* juga menerbitkan berbagai media baru yaitu diantaranya Koran Merapi, SKM Minggu Pagi, KR Radio 107.2 FM yang juga menjadi peluang maupun kesempatan bagi pelajar untuk menjadi reporter remaja sebagai *mmedia* siaran reporter rubrik kaca berupa tulisan jurnalistik, cerpen dan puisi sebelum tulisan naik cetak dan KRJogja.com sebagai portal berita online resmi yang dibuat dengan tujuan mengakomodasi para pembaca yang sudah memanfaatkan teknologi untuk mengakses informasi karena Kedaulatan Rakyat ingin menargetkan kalangan anak muda agar tetap menjaga eksistensi surat kabarnya (*Company Profile* Kedaulatan Rakyat dalam Khoirinnisa, 2017).

3) Logo dan *Tagline*

Gambar 2.3

Logo SKH Kedaulatan Rakyat



Sumber: www.krjogja.com (diakses pada 13 Juli 2018)

Dengan *tagline* Kedaulatan Rakyat ialah “Suara Hati Nurani Rakyat”.

c. Susunan Tim Redaksi SKH Kedaulatan Rakyat

Perintis	: H Samawi (1913 – 1984) M Wonohito (1912 – 1984)
Penasihat	: Drs HM Idham Samawi
Komisaris Utama	: Prof Dr Inajati Adrisinjati
Direktur Utama	: dr Gun Nugroho Samawi
Direktur Keuangan	: Imam Satriadi SH
Direktur Umum	: M Wirmon Samawi SE MIB
Direktur Produksi	: Baskoro Jati Prabowo SSos
Pemimpin Umum	: dr Gun Nugroho Samawi
Pemimpin Redaksi /	

Penanggung Jawab : Drs Octo Lampito MPd

Wakil Pemimpin

Redaksi : Drs H Ahmad Luthfie MA., Ronny
Sugiantoro SPd, SE, MM.

Redaktur Pelaksana : Primaswolo Sudjono SPt, Joko
Budhiarto, Mussahada.

Manajer Produksi

Redaksi : Ngabdul Wakid

Redaktur : Drs Sihono HT, Drs Widyo
Suprayogi, Dra Esti Susilarti MPd, Dra Hj Fadmi Sustiwi, Dra
Prabandari, Isnawan, Benny Kusumawan, Drs Hudono SH, Drs Swasto
Dayanto, Husein Effendi SSI, Hanik Atfiati, MN Hassan, Herry
Sugito, Drs Jayadi K Kastari, Sutopo Sgh, M Arief Budiarto, Subchan
Mustafa, Sulisty Sutopo, Drs Hasto Sutadi, Muhammad Fauzi SSos,
Drs Mukti Haryadi, Retno Wulandari SSos, H Chaidir, M Sobirin,
Linggar Sumukti, Agung Purwandono, Riyana Ekawati SIKom,
Wahyu Priyanti SH, Ardhi Wahdan.

Fotografer : Effy Widjono Putro, Surya Adi
Lesmana

Grafis : Joko Santoso SSn, Bagus Wijanarko

Sekretaris Redaksi : Dra Hj Supriyatin

Pemimpin Perusahaan : Fajar Kusumawardhani SE

Kepala TU Langganan : Purwanto Hening Widodo BSc
Manajer Iklan : Agung Susilo SE
Alamat Kantor Utama dan Redaksi : Jl. Margo Utomo (P. Mangkubumi)
No. 40 – 46 Yogyakarta, 55232
Telp. dan Fax : (0274) 565685 / (0274) 563125
E-mail : naskahkr@gmail.com
Homepage : <http://www.kr.co.id> dan
www.krjogja.com
Radio : KR Radio 107.2 FM

Sumber: SKH KR edisi 18 Juli 2018

B. Pers di Indonesia

1. Perkembangan Pers dari Masa ke Masa

Perkembangan pers dari masa ke masa menjadi salah satu panduan bagi penulis untuk memperkuat dan menunjukkan bukti nyata bagaimana awal mula berkembangnya pers di Indonesia. Penulis memetakan skema pers di Indonesia; Pers Kemerdekaan, Pers Pemerintah Orde Lama, Orde Baru dan Era Reformasi. Pers di masa prakemerdekaan merupakan alat pergerakan untuk melawan bangsa penjajah, karya jurnalisme pertama kali beredar di Indonesia adalah tulisan tangan *Memorie der Nouvelles* yang ditulis oleh Jan

Pieterszoon Coen pada 1615. (Muhtadi, 2016: 12-13). Tahun 1717, Belanda mendatangkan mesin cetak dan Indonesia bisa melahirkan surat kabar di Jakarta pada tahun 1776 dengan nama *Vendu Niews* yang memberitakan tentang pelelangan barang.

Ada beberapa tahapan dalam perkembangan sejarah pers di Indonesia. Pertama, disebut “Babak Putih” yakni dari tahun 1744 sampai tahun 1854 dimana surat kabar mutlak dimiliki orang-orang Belanda yang dibuat menggunakan bahasa Belanda dan dibaca oleh pembaca berbahasa Belanda. Surat kabar itu bernama *Bataviasche Nouvelles*. Kemudian pada tahun 1776 juga terbit surat kabar *Vendu Niews*. Babak kedua berlangsung antara tahun 1854 sampai masa kebangkitan nasional. Pada tahun 1854 ini dikenal sebagai kemenangan kaum liberal (politik etis) di Belanda yang memberikan kelonggaran pada kegiatan pers di Hindia Belanda. (Ryan Sugiarto, 2008: 28).

Pulau Jawa menjadi awal mulanya pers berkembang di Indonesia dikarenakan pulau Jawa adalah pusat daerah perlawanan bangsa penjajah dan tentunya mengalami perkembangan yang cukup pesat di berbagai bidang, salah satunya dunia jurnalisme. Beberapa surat kabar yang lahir diantaranya; *Soerabajaach Advertentieblad* di Surabaya tahun 1835, *Bataviasche Advertentieblad* di Jakarta 1851, *Materiram* di Jogjakarta tahun 1885 dan masih banyak lagi. Ketika beberapa media cetak di pulau Jawa tersebar luas, beberapa daerah lainnya juga turut meramaikan dunia pers Indonesia melalui surat kabar berbahasa daerah seperti; *Soewara Oemoem* berbahasa Jawa &

Madura di Surabaya, *Parahiyangan*, *Sipatahun* (majalah pertama berbahasa Sunda), *Palito* di Batak dan lainnya. Hal tersebut kemudian disusul oleh terbitnya pers di Sumatera seperti; *Sumatera Bode* tahun 1893, *Soematra Courant*, *Padangscbe Handelsblad* berbahasa Belanda dan lainnya (Hidayatullah, 2016: 63-64).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Imantri Perdana, tentang perkembangan pers dan Peranannya dalam pergerakan sosial dalam masa reformasi (1998-2014) yang telah dipublikasikan dalam academia.edu, Imantri menjelaskan Pada masa penjajahan Belanda, pers Indonesia sudah mempunyai kantor berita yang di sebut dengan nama “Aneta” yang kemudian pada tahun 1951 dibeli oleh pengusaha-pengusaha nasional dan melalui yayasan pers biro “Indonesia-Aneta” dengan “Pers Biro Indonesia” akhirnya dilebur menjadi satu dengan nama “Antara”. Aneta didirikan pada tanggal 1 April 1917 oleh *Dominique W. Berrety*, seorang yang berketerunan bangsa Italia dan Indonesia. Sebelum Aneta berdiri, setiap surat kabar di Indonesia mempunyai kantor beritanya sendiri yang memerlukan biaya sangat besar dan berita yang diterima tidaklah terlalu lengkap. Jika dalam kalangan pers kolonial di zaman penjajahan Belanda ada kantor berita Aneta, di dalam kalangan pers nasional yang di tengah-tengah pergerakan dan pers kita menghadapi hantaman oleh pihak penjajah, maka pada tanggal 13 Desember 1937 berdirilah *Kantor Berita Nasional “Antara”* yang memegang peranan penting dalam perjuangan bangsa Indonesia. Jika Aneta menyiarkan berita-berita yang sifatnya membela

segala prestasi dan segala kebaikan hati Belanda, maka dengan berdirinya kantor berita Antara dengan maksud untuk menandingi kantor berita Aneta dan juga sebagai untuk mengkoordinasikan dan mempersatukan kekuatan pers nasional dalam suatu bentuk sumber berita-berita yang tidak kolonial dan tidak nasional. Walaupun dalam azasnya, “Antara” didirikan untuk menyiarkan berita-berita yang objektif dari segala penjuru tanah air.

Pers yang biasanya berhadapan dengan para penjajah, kini malah berhadapan dengan pemerintahan sendiri tepat setelah Indonesia merdeka. Pers di awal kemerdekaan Indonesia ini dikenal dengan sebutan Orde Lama. Pada masa rezim orde lama (1945-1965), kala itu fungsi media lebih difokuskan sebagai alat Ideologisasi dan Medium Manifesto Politik Soekarno yang merujuk pada pasal 2 UU No. 11 Tahun 1966 mengenai ketentuan pokok pers yang menyebutkan bahwa media sebagai bagian kekuatan progresif, revolusioner dalam menentang imperialism, kolonialisme, neo-kolonialisme, feodalisme, liberalism, komunisme, dan fasisme atau diktatur (Mukhijab, 2015: 106). Kala itu, pers hanya mengarah pada pers perjuangan, sehingga secara tidak langsung kebijakan ini mengakibatkan terhambatnya perkembangan dalam industri pers.

Sejatinya pers dan pemerintah adalah dua sisi yang saling mendukung demi kepentingan berbangsa dan bernegara, namun ada saja segelintir oknum yang memanfaatkan jabatan dan keadaan untuk membuat aturan sesuai dengan kehendaknya tanpa memikirkan nasib bangsanya. Selain itu,

perbedaan ideologi para pemilik media dan para petinggi pemerintah tidak sejalan dan berbeda pendapat.

Adapun beberapa perkembangan pers di masa orde lama diantaranya; Pers revolusi ketika pemerintah dan sebagian pemilik lembaga pers memosisikan pers sebagai alat revolusi, Pers partisan ketika pers bekerjasama dengan partai politik serta pemiliknya ikut berperan aktif dalam partai politik tertentu, Pers merdeka ketika pers diakui kedudukannya sebagai pers yang merdeka dan bebas yang sudah diatur di UUDS 1950 namun hal ini kemudian dituding sebagai faktor lahirnya pers liberal dan Pers yang diatur oleh SIT (Surat Izin Terbit) untuk mengatur kebebasan pers.

Pers di tahun 1950-an dipelopori oleh partai politik dan organisasi massa melahirkan surat kabar yang menjamur. Surat kabar besar pada masa itu adalah *Harian Rakjat* (Partai Komunis Indonesia), *Pedoman* (Partai Sjarikat Islam), *Suluh Indonesia* (Partai Nasional Indonesia) dan *Abadi* (Masjumi). Pada masa pemerintahannya, presiden Soekarno menerapkan pers terpimpin. Surat kabar yang sisinya tidak sesuai dan tidak sejalan dengan tujuan demokrasi terpimpin akan dibredel dan dicabut izin terbitnya, *Indonesia Radja* adalah surat kabar pertama yang dibredel pada pemerintahan Orde Lama (Hidayatullah, 2016: 66-67).

Kepemimpinan presiden berganti dari Soekarno ke Soeharto, namun nyatanya malah membawa dunia pers dalam keterpurukan. Rezim pemerintahan yang dipimpin selama 32 tahun ini menyudutkan dan

mendiskriminasi dunia pers. Bisa dikatakan rezim Soeharto ini sebagai Pers Orde Baru yang mematikan dunia pers. Pemerintah sejatinya mengakui eksistensi pers dan mengekang keberadaan pers. Memang SIT sudah sempat dicabut pada masa ini namun kembali dicanangkan lagi untuk melembagakan pers, sehingga pemerintah mengeluarkan peraturan baru yaitu SIUP (Surat Izin Usaha Penerbitan) SIT, dan SIC (Surat Izin Cetak) yang dicantumkan pada UU di ketentuan pokok pers.

SIUP pada praktiknya bukan hanya sebagai alat pengendali dan penindasan kemerdekaan pers, tetapi juga merugikan para pemilik pers karena diperjualbelikan dalam jumlah miliaran rupiah. Hadirnya kebijakan SIUP di dunia pers Indonesia cenderung menjadi alat pebisnis para pemilik modal dan melupakan fungsi pengendalian sosialnya. Tahun 1974 pemerintah membredel beberapa surat kabar nasional dan daerah karena memberitakan kasus Malapetaka Lima Belas Januari (Malari). Alasan utama dibredelnya beberapa surat kabar tersebut karena dianggap telah menghasut rakyat dan merusak wibawa serta kepercayaan terhadap kepemimpinan nasional (Nurudin dalam Hidayatullah, 2016: 69-70).

Setelah reformasi tahun 1998, kebebasan pers dibuka kembali. Sinar Harapan kembali terbit, meskipun suara pembaharuan juga tetap terbit. Sinar Harapan tetap terbit pada sore hari dengan segmen pasar pembaca di wilayah perkotaan. Namun, untuk kali kedua koran ini tutup pada tahun 2015. Jika tahun 1986 Sinar Harapan tutup karena alasan politik, pada tahun 2015 Sinar

Harapan tutup karena lasan ekonomi. Beredar di sore hari agaknya menyebabkan berita-berita yang ditulis sinar harapan tidak lagi aktual bagi pembaca perkotaan yang telah akrab dengan media daring (Junaedi dalam Sulhan dan Wijayanti, 2017: 249)

Begitu banyaknya aksi ancaman dari pemerintah kepada para aktivis pers, namun hal tersebut tidak memadamkan kegigihan mereka untuk menyuarakan kemerdekaan pers. Bagi mereka yang tidak kuat, memilih mundur dari pers dan masa ini ditandai dengan dibredelnya 30 media cetak seperti *Sinar Harapan* dan *Prioritas*, dan sisanya “membredel” dirinya sendiri karena tidak sanggup bertahan. Keterpurukan dunia pers di rezim ini melahirkan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) sebagai perlawanan komunitas pers Indonesia terhadap kesewenang-wenangan rezim pada orde baru.

Banyaknya media pers yang dibredel memicu aksi solidaritas serta perlawanan terhadap pengekan pers dan pada momen tersebut para jurnalis berkumpul di Sirnagalih, Bogor dan dimanfaatkan untuk mendeklarasikan berdirinya AJI. Aksi ini juga menyita perhatian Pemerintah lewat Departemen Penerangan dan Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) yang menegur keras, dimana kepada para pemimpin redaksi agar tidak mempekerjakan mereka yang tergabung dalam deklarasi Sirnagalih. Pada masanya, pemerintah Orde Baru mencanangkan sistem pers yang berlaku yaitu pers Pancasila. Hal tersebut sesuai dengan ideologi politik pemerintah yang berdasarkan Pancasila

berisikan keharusan lembaga pers untuk mendukung pembangunan bangsa dan bertanggung jawab kepada Negara serta mentaati asas tunggal Negara yakni Pancasila (Hidayatullah, 2016: 70-71).

Indonesia mulai memasuki era keterbukaan pers reformasi setelah Soeharto bersama rezimnya lengser, termasuk jurnalis mulai menikmati kebebasan berbicara, berkumpul, dan berorganisasi. UU pers pun diperbaiki dengan UU No. 40 tahun 1999 tentang Pokok Pers dihilangkannya pembredelan pers oleh negara, dan dibukanya kesempatan untuk mendirikan pers dan media elektronik.

Jika pada sebelumnya permasalahan pers yang terjadi adalah permasalahan politik, selanjutnya beralih pada permasalahan ekonomi, dikarenakan para pembaca lebih memilih media daring yang notabene lebih cepat penyebarannya dibandingkan dengan media cetak biasa. Hal ini disebabkan oleh perkembangan teknologi yang mempengaruhi pola dan cara bagaimana masyarakat bermedia. Berpindahannya pembaca kepada media daring ini selaras dengan penjelasan Dwi Pela Agustina dalam *Proceeding Comicos* 2014 yang telah dipresentasikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dimana pada penelitiannya, Dwi Pela menjelaskan tentang bahwasanya Perkembangan teknologi menjadikan pola komunikasi masyarakat turut mengalami perubahan. Begitu pula dengan perkembangan komunikasi massa dalam aktivitas Jurnalisme. Menurut Haris Sumadiria (2008: 7), jurnalisme merupakan kegiatan menghimpun berita, mencari fakta dan melaporkan

peristiwa yang dilaporkan oleh wartawan berita dan disebarkan oleh media massa. Berkaitan dengan penyebaran itu pulalah teknologi komunikasi memiliki andil dalam perubahan terkait dengan kegiatan jurnalisisme. Oleh karena itu, mau tidak mau perkembangan teknologi komunikasi mulai dari era tulisan sampai dengan era dalam jaringan (daring) atau siber atau internet telah mempengaruhi pola dan cara bagaimana masyarakat bermedia.

Selain itu, pers di Indonesia tetap tidak terlepas dari permasalahan, walaupun sudah bebas dari peraturan orde baru. Hal tersebut disebabkan oleh kebebasan dan peraturan baru yang mulai diberlakukan, diantaranya;

1. Pers kebablasan yang terjadi ketika kehidupan pers terjun sebebaskan-bebasnya tanpa ada aturan, bebas mengkritik siapapun, bertindak melakukan apapun bahkan bebas untuk tidak memakai aturan
2. Banyaknya jumlah penerbit
3. Kekerasan terhadap jurnalis yang cenderung meningkat semenjak reformasi
4. Permasalahan terhadap masyarakat yang sering memberi tekanan dan mengintimidasi para jurnalis. Masyarakat tidak mau melakukan diskusi dan langsung demonstrasi, mendatangi kantor pers dan mengadu ke pengadilan
5. Monopoli media kerap terjadi di media massa ketika siapa saja yang memiliki modal maka ia akan menguasai media. Hal tersebut berdampak pada isi berita yang ditampilkan akan condong pada kubu

partai yang dimiliki oleh si pemilik modal. Para konglomerat pemilik media ini membentuk grupnya masing-masing seperti; *Jawa Pos Group, Media Indonesia, Kompas Tv, Tempo* dan *MNC*

6. Pers asing yang mulai masuk ke Indonesia. Selain memberi nilai-nilai positif untuk bangsa, kemajuan pers asing juga sangat mempengaruhi pers di Indonesia (Hidayatullah, 2016:72-73).

Pemberitaan pers sekarang sudah tidak mementingkan aktualisasi beritanya, bahkan sering melakukan provokasi, pembunuhan karakter, berita bohong, dan maraknya pemerasan dengan menggunkanan identitas wartawan. Pers terlalu terlena dengan kebebasan sehingga tidak menjunjung tinggi tingkat profesionalisme yang pada akhirnya banyak pers berjatuhan karena ketidakprofesional-annya dalam menjaga kode etik jurnalisisme. Harusnya para wartawan bisa menjunjung tingkat profesinalisme dalam bekerja dan menjaga integritas wartawan demi menyampaikan berita yang bermutu, aktual, dan bisa dipercaya oleh masyarakat.

Berakhirnya pemerintahan orde baru yang otoriter memungkinan pers menikmati kembali kebebasan yang selama tiga dasawarsa terakhir dirampas oleh pemerintah. Tidaklah mengherankan apabila setelah puluhan tahun kebebasannya dipasung, pers berada dalam masa *euphoria*. Kebebasan pers diartikan sebagai kebebasan tanpa batas kebebasan mutlak dalam keadaan demikian, pers telah dinilai “kebablasan” dalam menggunakan kebebasannya dan pada gilirannya menimbulkan *predatory press freedom* atau kebebasan

pers yang bersifat ganas, tak mengindahkan kepentingan dan hak pihak lain (Harahap, 2000: 272).

2. Pers Nasional Berjaringan

Pada masa Orde Baru ada sederetan perubahan yang terjadi pada industri pers dimana bangkitnya beberapa impremium pers dan tumbangnya satu demi satu surat kabar independen yang berskala kecil dengan sapu breedel pemerintahan. Harian-harian tersebut awalnya berkaitan dengan komunitas katolik dan protestan yang meskipun kecil jumlahnya namun memiliki pengaruh besar secara politis. Kondisi ini menjadi bukti bagaimana perusahann pers yang mampu meniti dari orde lama ke Orde Baru terlepas dari bergelut pada kondisi politik dan bisnis yang terjadi pada saat itu.

a. Kelompok Kompas Gramedia

Kompas adalah surat kabar harian pagi paling terkemuka dengan angka penjualan tertinggi di Indonesia (penjualan di tahun 1991 tercatat 525.000, lebih dari 50.000 datang dari edisi minggu). Kompas didirikan tahun 1965 oleh sejumlah jurnalis Khatolik keturunan China dan Jawa. Lahir lewat inisiatif partai Katholik, Kompas muncul sebagai upaya menyuarakan suara Katholik di tengah hiruk pikuk politik Indonesia periode 1960-an. Kala itu menurut Jakob Oetama, satu dari dua redaktur pendiri kompas “terjadi penutupan terhadap sejumlah surat kabar yang dicap anti Soekarno dan anti komunis”.

Dengan kata lain Kompas mengisi kekosongan tersebut, harian ini selamat dari badai politik tahun 1966. Pada saat kelahiran orde baru koran ini secara umum menunjukkan sikap mendukung (T. Hill, 2011 :97).

Sirkulasi Kompas awalnya tidak besar, hanya 5.000 namun angka penjualan tersebut menanjak seiring dengan menetapnya reputasi Kompas berkat analisa yang mendalam dan gaya penulisan yang tajam.

b. Kedaulatan Rakyat

Merupakan surat kabar milik PT Badan Penerbit Kedaulatan Rakyat, yang berdiri pada tahun 1945 dengan 102.000 lebih pembaca. KR adalah harian daerah yang ulet dan nasionalis dari Yogyakarta, memiliki sejumlah penerbitan terkait berskala sederhana pada tahun 1991 saudara Tri Presiden duduk sebagai “penasihat”. Memiliki akar yang mantap dalam menghadapi para kompetitor baru.

c. DeTIK

Merupakan tabloid milik Yayasan Pancasila Mulya, yang berdiri pada tahun 1977 dengan 215.000 lebih pembaca (diklaim pada tahun 1994). Tabloid ini semakin memantapkan sebagai alternatif radikal diantara majalah-majalah lain yang telah mapan setelah sebelumnya tabloid ini dibangkitkan oleh Surya Persindo di akhir tahun 1992, yang dikenal dengan wawancara-wawancara detail tanpa tedeng aling-aling dengan sejumlah figur politik oposisi dan para kritikus. Sifatnya yang

inovatif dan berhasil menarik perhatian publik dibredel pada bulan Juni 1994. (T. Hill, 2011 :97).

3. Pers Lokal

a) Spasialisasi

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Zulfiningrum, Rahmawati (2014), spasialisasi adalah proses untuk mengatasi peluang dan waktu, memetakan sejauh mana media mampu menyajikan produknya ke hadapan pembaca, pemirsa, ataupun konsumennya dengan batasan ruang dan waktu. Spasialisasi merupakan proses perpanjangan institusioanl media melalui bentuk korporasi dan besarnya badan usaha media (Mosco dalam Zulfiningrum, 2014: 141).

Badan usaha media memiliki dua sifat yaitu horizontal dan vertikal. Bentuk badan usaha media yang bersifat horizontal dapat disebut dengan konglomerasi media, dimana perusahaan-perusahaan media tersebut tidak hanya memiliki bisnis yang berhubungan dengan media tetapi memiliki bisnis lain seperti hotel, pusat perbelanjaan dan sebagainya. Sedangkan spasialisasi yang bersifat vertikal membuat para pengusaha media mengutamakan bisnis yang bertujuan untuk memperoleh kontrol dalam produksi media, dimana bisnis tersebut menguasai beberapa aspek yang berhubungan dengan bisnis media seperti stasiun televisi, radio, surat kabar, majalah, dan media online (Shirley dalam Zulfaningrum, 2014: 141).

b) **Konglomerasi**

Tahun-tahun pada permulaan 1990-an adalah masa yang penuh warna-warni bagi setiap industri pers di Indonesia, ditengah tekanan sederetan masalah ekonomi, sirkulasi media cetak ternyata meroket tinggi dibandingkan pada kurun waktu 1980-an. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat pembaca media meluas. Imperium-imperium pers besar seperti Kelompok Kompas-Gramedia, Kelompok Tempo-Grafiti/Jawa Pos, dan Kelompok Surya Persindo-Media Indoensia berhasil menangkap peluang pasar luar jakarta yang ternyata besar dan berusaha untuk menggarapnya dengan baik. Oleh karena itu, mereka terus berupaya untuk masuk ke pusat daerah. Keberhasilan koran daerah sebagian dipengauhi oleh loyatlitas ke daerah. Sementara itu, disisi lain hal sebaliknya terjadi pada surat kabar berskala nasional, dimana semakin lebar jarak pers nasional terhadap keterkaitan dengan agama maupun etnis, semakin sukseslah surat kabar tersebut (T. Hill, 2011: 198).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anggia Valerisha, tentang dampak praktik konglomerasi media terhadap pencapaian konsolidasi demokrasi di Indonesia yang telah dipublikasikan di Jurnal Universitas Katolik Parahyangan, pada dasarnya praktik konglomerasi media adalah ketika perusahaan media saling bergabung menjadi perusahaan yang lebih besar yang membawahi banyak media termasuk

jenis-jenis media yang beragam sebagai bagian dari bisnisnya. Hal ini bisadilakukan dengan cara membeli saham, *joint venture/merger*, atau akuisisi (mengambil alih).

Lebih jauh Anggia menjelaskan bahwasanya di Indonesia, sebanyak 12 kelompok media besar¹⁵ menguasai saluran informasi dari ujung Aceh hingga Papua. Kedua belas kelompok media ini menguasai saluran informasi mulai dari media cetak koran, majalah, radio, televisi, serta jaringan berita *on-line*. Diantaranya Visi Media Asia, MNC Group, Kelompok Kompas Gramedia, Elang Mahkota Teknologi, Grup Jawa Pos, Mahaka Media, CT Group, BeritaSatu media Holdings, Media Group, MRA Media, Femina Group, dan Tempo Inti Media.¹⁶ Dari deretan 12 kelompok media besar tersebut, terdapat 5 (lima) kelompok yang menjadi perhatian, yaitu Viva Group (dulu Bakrie & Brothers), Media Group, MNC Group, Trans Corporation, dan Jawa Pos Group. Kelima kelompok media ini.