

BAB II

GAMBARAN UMUM

A. Pers Nasional : Dari Cengkeraman Politik Orde Baru ke Persaingan Pasar

Lengsernya rezim Orde Baru digadang-gadang menjadi tonggak terwujudnya kebebasan pers di Indonesia. Kebebasan pers yang sifatnya represif, melalui Departemen Penerangan, pemerintah akan memberedel media massa yang pemberitaannya dianggap mengusik jalannya pemerintahan.

Pada rezim Orde Lama, di bawah kekuasaan Soekarno ketika Republik Indonesia sedang dalam tahap negosiasi dengan Belanda, pers merupakan media yang bersifat partisan. Di balik embel-embel “Pers Perjuangan”, para pemilik media atau perusahaan pers dalam menjalankan roda kerjanya dengan bangganya selalu bergandengan dengan partai-partai politik. Mereka dijadikan “alat” atas pandangan-pandangan partai tersebut.

Surat kabar *Harian Rakyat* yang berafiliasi dengan Partai Komunis Indonesia merupakan salah satu contoh dari sekian surat kabar yang berafiliasi dengan partai politik pada saat itu. Selain itu terdapat juga di antaranya, kantor berita Antara yang berjalan partisan dengan pemerintah, surat kabar *Pedoman* dengan Partai Sosialis Indonesia, dan *Abadi* dengan Masyumi. Dengan adanya bentuk afiliasi tersebut,

pemerintah kemudian memformalkan Keputusan Menteri Penerangan (no 29/SK/M/65) yang tertanggal 26 Maret 1965 tentang “Norma-Norma Dasar untuk Badan Usaha Pers dalam rangka meningkatkan pers Indonesia”. Keputusan tersebut mewajibkan seluruh surat kabar dan terbitan periodik untuk mengaitkan diri dengan partai politik, golongan karya, atau organisasi massa secara resmi. Selain itu, staf redaksi juga haruslah orang-orang pilihan partai (Hill, 2011:26).

Kegiatan pemberedelan yang dilakukan oleh setiap penguasa ini telah terjadi sejak Indonesia masih bernama Hindia Belanda, di mana pers “yang tidak bersahabat” akan mendapatkan sebuah ancaman untuk dideportasi dari Hindia Belanda. Hingga Indonesia memasuki rezim otoriter di bawah naungan Soeharto, kegiatan pemberedelan terus terjadi. Semasa rezim otoriter berkuasa, negara terkesan sangat terobsesi untuk mengatur masyarakatnya. Jika diibaratkan negara adalah bapak, sementara masyarakat adalah anak. Dengan relasi semacam ini, penguasa bebas mengatur apa yang boleh dan tidak boleh dikonsumsi oleh rakyat. Tak terkecuali mengatur secara ketat informasi dan kebebasan pers (Utomo, 2016:92).

David T. Hill (2011:34) menuliskan, bahwa awal mula adanya “tangan besi legislatif” ditandai dengan munculnya Undang-undang (No.11) tahun 1966 tentang Prinsip-prinsip Dasar Pers. Landasan-landasan hukum ini muncul setelah adanya pergantian kekuasaan politik yang *chaos* pada 1 Oktober 1965 yang menyebabkan penutupan

46 dari 163 surat kabar yang diduga terkait atau menjadi simpatisan Partai Komunis Indonesia (PKI). Undang-undang tersebut, menyatakan bahwa “Pers nasional tidak dapat disensor atau dikendalikan” (bab 2 pasal 4) dan “Kebebasan pers dijamin sebagai bagian dari hak-hak dasar warga negara” (pasal 5 ayat 1) serta “Penerbitan tidak memerlukan surat izin apa pun” (bab 4, pasal 8 ayat 2). Pada akhirnya undang-undang tersebut hanya seperti pemanis belaka. Selama masa peralihan, para penerbit surat kabar wajib memiliki Surat Izin Terbit (SIT) dari Departemen Penerangan dan Surat Izin Cetak (SIC) dari lembaga keamanan militer KOPKAMTIB. Kedua izin tersebut saling berkaitan, tanpa memiliki dua izin tersebut, sebuah media bisa dipastikan tidak dapat terbit secara hukum.

Departemen Penerangan pada bulan September 1982 mengubah SIT (Surat Ijin Terbit) dengan SIUPP (Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers). Meskipun demikian, perubahan tersebut dinilai tidak berarti banyak bagi penerbitan. Pada akhirnya semua penerbitan pers tetap tunduk di bawah kuasa pemerintah. Palu beredel tetap menyentuh Sinar Harapan pada tahun 1986, Prioritas pada tahun 1987, juga Tempo, DeTIK, dan Editor pada tahun 1994 karena dianggap “mengusik” jalannya roda pemerintahan.

Struktur Orde Baru tidak memberi ruang bagi struktur alternatif atau oposisi, karena negara pada era ini digerakkan oleh budaya dengan norma militerisme dan fasisme. Era Orde Baru ditandai oleh struktur

sosial dengan kekuasaan negara yang bersifat hegemonik dan korporatis. Seperti misalnya di dalam politik, prinsip massa dijalankan mengambang, sehingga peran politik dijalankan secara elitis, lalu para elit politik dikendalikan secara sentralistis dan bersifat *top-down*. Pada satu pihak, informasi bagi elit disediakan secara tertutup dalam institusi masing-masing yang tentu sudah terkooptasi dalam sistem negara yang korporatis. Pada pihak lain, informasi media massa disaring guna kepentingan penguasa negara. Dalam menjalankan peran sosialnya, mereka cukup menunggu instruksi dari atasan masing-masing, sehingga fungsi pragmatis dirasa tidak berguna bagi media massa (Siregar, 2000:178).

Fase industrialisasi pada Orde Baru merupakan pembabatan semua retorika revolusioner pers. Pers yang bebas dan bertanggungjawab didoktrin sebagai pers yang bersandar pada Pancasila yang tafsirnya sudah diberi batas oleh rezim. Pada era ini, rendahnya jaminan terhadap kebebasan pers memaksa pers untuk melakukan ekspansi dan diversifikasi produk (Utomo, 2016:118).

Para pengamat mencatat sejak 1980an, pers Indonesia mengalami proses transformasi menjadi semakin terindustrialisasi. Dhanil Dhakidae berpendapat bahwa adanya konsentrasi kepemilikan media yang didorong oleh kekuatan negara dan pasar menyebabkan jurnalisme Indonesia di bawah Orde Baru menjadi “melemah secara politik” sejak 1975. Perusahaan-perusahaan media hanya

terkonsentrasi oleh segelintir elite yang berkuasa di Orde Baru. Hal tersebut kemudian menyebabkan adanya kontrol atas arus pemberitaan (Tapsell, 2018:44).

Dalam buku yang sama, Krishna Sen dalam Ross Tapsell (2018:35) menyebutkan, bahwa “media telah menjadi penanda setiap transisi monumental dalam memori kehidupan” di Indonesia. Seperti misalnya, surat kabar menandai pergulatan nasionalisme pada era Orde Lama, lalu perkembangan radio dan televisi menandai era otoritarianisme Orde Baru. Pemerintah Orde Baru melanggengkan kuasanya melalui TVRI dan RRI pada saat itu ketika media cetak banyak yang diberedel.

Hal ini senada dengan yang ditulis oleh Roy Thaniago (2015:21), monopoli informasi merupakan modus yang digunakan oleh Orde Baru dalam menyokong kekuasaan. Rezim Orde Baru sangat mengerti potensi informasi apa saja yang memungkinkan tumbuhnya kesadaran kritis masyarakat. Maka kemudian media cetak dikontrol secara ketat oleh Departemen Penerangan, dan TVRI menjadi stasiun televisi tunggal yang bersiaran di seluruh Indonesia hingga akhir dekade 1980an.

Pengendalian media massa oleh Orde Baru yang bersifat otoriter bukan semata-mata hanya untuk menguasai media-media tersebut. Lebih jauh dari itu, yakni untuk menguasai alam pikiran masyarakat yang kemudian hal tersebut dilakukan guna struktur negara yang

bersifat monopolistis dapat berjalan. Pada akhirnya dengan kata lain, baik mekanisme melalui struktur gelap, maupun pengendalian media massa, itu semua dimaksudkan untuk mengendalikan masyarakat (Siregar, 2000:179).

Setiap media mempunyai pesannya masing-masing. Kemudian yang dicatat, yakni media digital di Indonesia tidak hadir dalam ruang hampa, melainkan kelanjutan dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sebelumnya. Setelah terbukanya keran kebebasan pers di Indonesia setelah runtuhnya Orde Baru, para pemilik media kemudian berlomba-lomba menyajikan informasi sebanyak-banyaknya, ada pula yang menyajikan sebuah informasi dengan begitu vulgar tanpa takut akan ancaman pembredelan.

Kebebasan yang diberikan oleh pers juga diperkuat dengan adanya penyetujuan UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers yang menggantikan UU No. 21 Tahun 1984. Di dalam UU yang baru tersebut, secara tegas dinyatakan mengenai dijaminnya kebebasan pers dan tidak adanya penyensoran, pemberedelan, dan lainnya. Bahkan juga ditiadakannya peran pemerintah untuk mengatur kehidupan pers tersebut (Susilastuti, 2000:228).

Selain itu, tak jarang pula yang mengembangkan sayap kepemilikan media lebar-lebar. Pelan-pelan para pemilik media ini mengakuisisi berbagai platform atau perusahaan media. Tak hanya satu platform, namun banyak platform media.

Wisnu Prasetya Utomo (2016:119-120) menulis, bahwa bisnis media ini bergerak dalam persaingan pasar yang semu. Konsentrasi kepemilikan media berada pada kelompok kepentingan lama di Orde Baru. Jurnalis bekerja dalam kondisi di mana berita-berita dijadikan pemilik media sebagai alat untuk meraih keuntungan. Dalam kondisi tersebut, wartawan tidak memiliki banyak wewenang dalam memutuskan kebijakan media. Posisinya yang bersifat profesional menjadi rentan sehingga tidak memiliki daya tawar yang kuat dalam hubungan produksi. Hingga akhirnya, jurnalis menjadi teralienasi dari produk jurnalistik yang mereka hasilkan.

Dalam penelitiannya, Ross Tapsell mengidentifikasi dan membahas delapan konglomerat digital utama di Indonesia. Delapan konglomerat media tersebut, ialah Chairul Tanjung, Hary Tanoesoedibjo, Eddy Sariaatmadja, James Riady, Jacob Oetama, Aburizal Bakrie, Dahlan Iskan, dan Surya Paloh. Melihat kecenderungan berita multiplatform, perusahaan-perusahaan media cetak di Indonesia juga berebut membeli atau membuat platform berbasis penyiaran dan infrastruktur komunikasi. Di era digital, perusahaan menganggap mereka perlu mempunyai portofolio multiplatform karena memungkinkan adanya promosi lintas platform. Strategi ini dianggap memudahkan mereka merayu para pengiklan dibanding dengan perusahaan yang hanya mempunyai satu platform di pasar media (Tapsell, 2018:99).

Seperti contoh misalnya, Jawa Pos Group yang membentuk Jawa Pos News Network (JPNN). Kemudian merambah ke televisi dan radio sejak 2002, lalu telah memiliki 15 stasiun televisi local pada 2009. Jumlah ini naik menjadi 22 yang dibawah perusahaan induk baru Jawa Pos Media Corporation pada 2014. Seperti yang dikutip oleh Ross Tapsell (2018:97), Dahlan Iskan berpendapat bahwa surat kabar masih akan bertahan sedikit lama tetapi ia memprediksi nantinya di masa depan, surat kabar hanya untuk satu kota.

Salah seorang eksekutif KompasTV juga berpendapat demikian, bahwa konglomerasi multiplatform sangat penting, karena mereka akan tertinggal karena sirkulasi Koran Kompas semakin menurun. Publik sekarang lebih tertarik dengan media *online* dan audiovisual (Tapsell, 2018:98).

Berkembangnya internet di Indonesia telah mengubah lanskap media di Indonesia. Kendati di belahan lain internet sudah merontokkan banyak surat kabar dalam skala mondial. Ketika para media yang secara tradisional diakui telah mengembangkan (dan memantapkan) kualitas jurnalisme di ranah daring, ironisnya sebagian besar media di sini masih terus berkutat mencari pembaca melalui judul yang dibuat bombastis, semacam artikel cepat saji. Pada akhirnya, medium telah berubah, tetapi (semestinya) ia tidak mematikan jurnalisme yang berkualitas (Salam, 2016:ix).

B. Profil Surat Kabar

1. JAWA POS

Jawa Pos berdiri pada 1 Juli 1949 dengan nama awal, yakni Djawa Post. Djawa Post didirikan oleh The Chung Shen, seorang pegawai bagian iklan di sebuah bioskop di Surabaya. Kemudian Jawa Pos diambil alih oleh Eric FH Samola, Direktur Utama PT Grafiti Pers (penerbit majalah Tempo), dan menunjuk Dahlan Iskan untuk memimpin Jawa Pos. Dahlan Iskan menghidupkan kembali Jawa Pos yang waktu itu hampir mati dengan menjadikan surat kabar tersebut dalam kurun waktu 5 tahun oplah dapat mencapai 300.000 eksemplar dari yang sebelumnya, yaitu 6.000 eksemplar.

Pada tahun 1992, Jawa Pos menjadi surat kabar ketiga terbesar di Indonesia dengan perkiraan sirkulasinya mencapai sekitar 350.000. Hill (2011:107) menyebutkan, Jawa Pos menjadi contoh bagaimana “putra daerah” berhasil merebut pasar nasional. Kemudian, Kelompok Jawa Pos membeli sejumlah saham beberapa media di daerah-daerah, seperti Manuntung di Balikpapan dan Cahaya Siang di Manado, kelompok Jawa Pos juga menjadi pemegang saham mayoritas harian Akcaya di Pontianak, Mercusuar di Palu, Fajar di Ujungpadang, Manado Post di Sulawesi Utara, Suara Maluku di Ambon, Suara Nusa di Mataram Lombok, Riau Pos di

Pekanbaru, Cendrawasih Post di Jayapura, Batam Post di Batam, Independent di Jambi, Palangkaraya Pos di Kalimantan Tengah, dan harian baru di Bengkulu (berdiri atas dukungan Surabaya Post, pesaing Jawa Pos) bernama Semarak.

Ross Tapsell (2018:64) mencatat, keberhasilan Dahlan Iskan dalam merevitalisasi Jawa Pos yang berbasis di Surabaya pada tahun 1980an membuat perusahaannya, Grup Jawa Pos, meraup keuntungan sebesar AS\$2,8 juta pada 1998. Model bisnis yang dilakukan oleh Dahlan Iskan adalah dengan membeli, membangun, dan merawat surat kabar lokal dengan biaya rendah.

Di bawah kepemimpinan, Azrul Ananda, anak Dahlan Iskan, pada awal 2010, Jawa Pos Group berhasil menciptakan 140 koran lokal di seluruh Indonesia. Jawa Pos Group kini menjadi konglomerat multiplatform dengan membentuk Jawa Pos News Network (JPNN). Kemudian jaringan ini sudah merambah ke televisi dan radio sejak 2002, lalu pada 2009 telah memiliki 15 stasiun televisi lokal. Pada 2014, di bawah perusahaan induk baru Jawa Pos Media Corporation, jumlah ini lalu naik menjadi 22, yang meliputi beberapa perusahaan media lokal di beberapa provinsi, misalnya kelompok Fajar Media di Makassar (Tapsell, 2018:96).

2. KOMPAS

Kompas didirikan pada 1965 oleh beberapa jurnalis Katholik keturunan Cina dan Jawa. Melalui Partai Katholik, Kompas muncul sebagai upaya menyuarakan suara Katholik di tengah ramainya politik Indonesia periode 1960an. Kompas merupakan surat kabar harian pagi paling terkemuka dengan angka penjualan tertinggi di Indonesia, penjualan di tahun 1991 tercatat sebesar 525.000, dan edisi Minggu tercatat lebih dari 50.000 (Hill, 2011:97).

Pada mulanya, Kompas diberi nama Bentara Rakyat. Menurut Frans Seda, nama ini diambil dari sebuah mingguan yang terbit di Flores pada 1946-1958, Bentara Katolik. Bentara bisa diartikan sebagai pembawa pesan. Nama Kompas baru pertama kali muncul ketika Frans Seda menghadap Soekarno untuk melaporkan kesiapan penerbitan korannya (Sutamat, 2012:20).

Kompas dilahirkan dalam situasi sejarah ketika “politik menjadi panglima”. Saat itu partai politik diakui sebagai satu-satunya organisasi sosial yang diijinkan untuk menyalurkan aspirasi politik masyarakat. Oleh karenanya, setiap surat kabar yang terbit pada saat itu diharuskan untuk berafiliasi dengan salah satu parpol, dan Kompas memilih untuk merapat dengan

Partai Katolik yang dipimpin oleh IJ. Kasimo pada saat itu (Mallarangeng, 2010:51).

Ben Anderson memberi label kepada Kompas sebagai koran Orde Baru sejati. Hal ini lantaran Kompas menjunjung tinggi kehati-hatian dan secara sadar memilih menjadi moderat setiap kali mengulas masalah-masalah politik sensitif. Kompas lolos dari banjir beredel pada tahun 1970an (Hill, 2011:98).

Pada saat peristiwa Gerakan 30 September PKI (G30S) pada 1965, Papehrada (Penguasa Pelaksan Perang Daerah) memerintahkan untuk menutup beberapa surat kabar, termasuk Kompas, yang dikhawatirkan akan menambah “kebingungan” masyarakat atas situasi politik saat itu, atau akan memihak PKI pada 1 Oktober. Namun, lima hari kemudian, pada 6 Oktober, Kompas diberi izin untuk terbit kembali (Mallarangeng, 2010:52).

David T. Hill (2011:99) menambahkan, di bawah kepemimpinan Jakob Oetama, pada kurun waktu 1980-an Kompas menerapkan berbagai strategi diversifikasi bisnis serta aneka penanaman modal secara besar-besaran. Imperium tersebut dinamakan Kelompok Kompas-Gramedia . Pada awal 1990an, Kompas-Gramedia memiliki 38 anak perusahaan yang saling berkelindan. Jakob Oetama tetap duduk di kursi pimpinan imperium tersebut dan membuatnya masuk sebagai

urutan ke-120 dalam daftar pembayar pajak pribadi terbesar pada tahun 1991. Pada 1989, Kompas berhasil mengambil 26,8 persen porsi iklan seluruh surat kabar di Indonesia, yakni sekitar Rp. 50.258 juta dan diperkirakan naik hingga 32,2 persen di tahun 1993.

Surat kabar terbesar di Indonesia, Kompas, memiliki kemitraan jangka panjang dengan saya penerbitannya, yakni Gramedia yang juga mendominasi pasar buku di Indonesia. Seperti halnya dengan Jawa Pos Group, Kompas Group membangun koran lokal harian dengan nama depan Tribun. Pada tahun 2015 dalam pasar media, situs berita daringnya, kompas.com memiliki sekitar 450 jurnalis dan berada di posisi kedua di belakang detik.com. Tahun 2007, sebagian besar saham di TV-7 dijual kepada Chairul Tanjung dan mendirikan stasiun televisi sendiri, yakni KompasTV pada 2008 (Tapsell, 2018:97-98).

Dikarenakan budaya jurnalisme cetaknya sudah lama mapan, para jurnalis dan editor Kompas enggan menggabungkan kerjanya dengan televisi dan lini daring perusahaan. Pendapatan utama bisnis Kompas Group yaitu surat kabar hariannya yang beroplak sekitar 500.000 eksemplar pada 2014 (Tapsell, 2018:99).

3. REPUBLIKA

Republika terbit pertama kali pada Januari 1993. Surat kabar harian ini hadir menjawab tantangan yang dilontarkan para partisipan dalam seminar ICMI (Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia) pada 1991. Terbitnya Republika ini dipelopori oleh ICMI melalui Yayasan Abdi Bangsa yang diketuai Menteri Riset dan Teknologi, B.J. Habibie dan dimiliki oleh PT. Abdi Bangsa. Berkat dukungan dari ICMI pula, SIUPP segera didapatkan oleh Republika tanpa kendala yang berarti (Hill, 2011:155).

Dalam menjalankan usahanya untuk menciptakan surat kabar yang “berkualitas”, Republika menggalang sejumlah intelektual dan jurnalis Islam liberal paling berpengaruh di negeri ini. Dalam memilih liputan peristiwa dan masalah yang diangkat, Republika tergolong sekuler. Meski demikian, harian ini secara ideologis menginformasikan nilai-nilai Islami layaknya Kompas atau Suara Pembaruan dengan muatan Kristianinya (Hill, 2011:155).

Dana awal yang dimiliki oleh Republika yakni dari sejumlah pengusaha Muslim. Supaya harian Republika ini dapat menghindari kegagalan manajerial, beberapa tokoh seperti Tanri Abeng, eksekutif nomor satu dari Bakrie Brothers dan anggota dewan perusahaan produsen minuman keras Multi

Bintang Indonesia memberikan bimbingan manajerial kepada harian ini. ICMI memegang lima puluh satu persen saham perusahaan ini, sementara 20 persen sisanya dimiliki karyawan, seperti yang telah diatur oleh peraturan SIUPP (Hill, 2018:156-157).

Ross Tapsell (2018:106) mencatat, pada 2001 *Republika* dibeli oleh seorang pengusaha, yaitu Erick Thohir. Setelah itu Thohir juga membeli media berbahasa Mandarin, *Harian Sin Chew Indonesia* serta majalah-majalah olahraga dan gaya hidup lainnya, kemudian mendirikan perusahaannya, yakni Mahaka Group. Erick Thohir juga memiliki saham *Visi News Asian* milik Bakrie Group, hal ini membuat portofolio media miliknya terhubung dengan sebuah konglomerat digital.

Banyak yang mempertanyakan Thohir sebagai pemilik *Republika*. Banyak kalangan Islam memandang Thohir sebagai simbol yang sebenarnya dilawan oleh media Islam di Indonesia, yaitu raja media yang kapitalis, sekuler, kosmopolit. Meskipun demikian, dengan adanya koneksi bisnis yang dimilikinya, Thohir tetap mampu membuat *Republika* bertahan di era digital. *Republika* bergerak membuat stasiun televisi kabel, Alif TV, melalui Transvision, membangun ROL (*Republika Online*), dan mempunyai konten video di YouTube (Tapsell, 2018:107).