

BAB II

GAMBARAN OBYEK PENELITIAN

A. Sejarah Koran Tempo

Hadirnya Koran Tempo tidak bisa dipisahkan dari sejarah panjang lahirnya Majalah Tempo, Munculnya Tempo di gawangi oleh tokoh Goenawan Mohamad pada tahun 1971 di Jakarta. Cikal bakal majalah ini berasal dari Majalah Ekspres yang lahir di tahun 1970 yang di inisiasi beberapa pemuda kala itu diantaranya Goenawan Mohamad, Fikri Jufri, Christianto Wibisono, dan Usamah. Namun dalam perjalanannya Goenawan Cs memilih keluar dari Majalah Ekspres karena terjadi perbedaan prinsip dengan pemilik modal. (<https://korporat.tempo.co/tentang/sejarah> diakses 27 Maret 2016 pukul 10:21). Namun keinginan Goenawan untuk mendirikan majalah tak pernah surut hingga akhirnya Goenawan CS bertemu dengan Harjoko Trisnadi yang sedang mengalami masalah di dalam Malaja Djaja yang dikelolanya. Harjoko meminta kepada Gubernur DKI Jakarta pada waktu itu, Ali Sadikin untuk menswastakan Majalah Djaja. Pertemuan Goenawan CS dan orang-orang Majalah Djaja dibarengi pertemuan dengan Ir Ciputra sebagai pemodal, menelurkan kesepakatan berdirinya majalah Tempo di bawah PT. Grafis Pers sebagai penerbitnya.

Majalah Tempo terbit pertama kali pada 6 Maret 1971, majalah ini merupakan majalah mingguan yang berfokus pada berita dan politik juga merupakan majalah pertama yang tidak terafiliasi dengan pemerintah, pemilihan nama Tempo dikarenakan memiliki empat alasan. Pertama, nama itu singkat dan bersahaja, enak diucapkan oleh lidah Indonesia dari segala jurusan. Kedua, nama itu terdengar netral, tidak mengejutkan ataupun merangsang. Ketiga, nama itu bukan simbol suatu golongan. Dan keempat, “Tempo” yang berarti waktu dengan segala variasinya lazim digunakan oleh banyak penerbitan seluruh dunia.

Penggunaan nama Tempo juga menuai kontroversi dikarenakan beberapa pihak menganggap Tempo menjiplak konsep majalah "TIME", berawal dari surat pembaca mahasiswa Padjajaran Bandung, Ientje Nurhaty menulis surat, "Tidak berlebihan kalau dikatakan Tempo dalam segalanya meniru *Time*." apa yang disampaikan Nurhaty tidak mendapat tanggapan dari redaksi. Namun dalam terbitan 26 Juni 1972, Tempo mengiklankan dirinya, "Tempo meniru *Time*? Benar *Tempo* meniru waktu, selalu tepat, selalu baru. (Pontoh, 2008 : 98). Menurut Goenawan dia memang tertarik pada majalah *Time* karena gaya penulisanya.

Tuduhan yang sama kembali muncul pada tahun 1973 seorang pengacara dari kantor pengacara Widjojo alias Oei Tat Hway, yang mewakili *Time*, memasukan berkas gugatan ke Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Dalam berkas gugatan itu disebutkan *Tempo* "...membuat dan memasarkan majalah dengan merek TEMPO dalam segi empat dengan pinggiran merah, yang pada penglihatan sepintas lalu pada pokoknya dan keseluruhannya sama dengan majalah TIME." Namun pada akhirnya gugatan itu menguap dengan sendirinya dikarenakan pihak TIME tidak merasa menggugat Tempo, gugatan tersebut terjadi karena kesalah pahaman antaran TIME dan kantor pengacara Widjojo. (Pontoh, 2008 : 98).

Dalam perjalannya Tempo pernah dua kali mengalami pembredelan di era orde baru, pembredelan pertama terjadi pada tanggal 12 April 1982, di usia yang ke-12 tahun, Tempo dibredel oleh Departemen Penerangan melalui surat yang dikeluarkan oleh Menteri Penerangan kala itu, Ali Moertopo. Tempo dianggap telah melanggar kode etik pers. Ide awal pembredelan itu sendiri datang dari Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) yang saat itu dipimpin oleh Harmoko, wartawan harian *Pos Kota* (Pontoh, 2008: 101).

Dugaan kuat aksi pemberedelan tersebut dilatar belakangi liputan pada majalah Tempo yang menyoroti kampanye partai Golkar di lapangan banteng, Jakarta yang berakhir rusuh.

Presiden Soeharto, yang disebut sebagai motor partai Golkar, tidak senang dengan berita tersebut. Akhirnya Pada 7 Juni 1982 pemberedelan tersebut di cabut setelah Goenawan membubukan tanda tangan pada secarik kertas. Secarik kertas itu berisikan permintaan maaf Tempo dan kesediaan untuk dibina oleh pemerintah. Keputusan tersebut di ambil karena Goenawan tidak punya pilihan lain.

Pemberedelan yang kedua terjadi pada 21 Juni 1994, Tempo tidak sendirian bersama majalah Editor dan Detik, ketiga majalah ini mengalami nasib yang sama. Pemberedelan kali ini penyebabnya adalah berita Tempo yang terkait pembelian pesawat tempur eks Jerman Timur oleh BJ Habibie. Berita tersebut tidak menyenangkan para pejabat militer karena merasa otoritasnya dilangkahi. Namun, diduga, penyebab utamanya adalah karena Presiden Soeharto tidak suka Tempo sejak dulu, berita BJ Habibie, hanya sebagai tameng pembenaran.

Jika dulu syarat untuk terbit kembali terbilang mudah, untuk kali ini syarat yang diajukan pemerintah sangat sulit. Keluarga Persiden Soeharto yang diwakili Hasyim Djojohadikusumo, dalam penjelasannya kepada Erick Samola di sebuah pertemuan memberikan syarat, berita Tempo harus diketahui oleh mereka (Keluarga Presiden Soeharto). emimpin redaksi harus ditentukan oleh mereka, dan mereka bisa membeli saham Tempo (Pontoh, 2008:105). Hasil pertemuan tersebut didiskusikan oleh dewan redaksi dan akhirnya jajaran pemimpin Tempo bersepakat untuk menolak. Mereka rela Tempo tidak pernah terbit lagi, menurut mereka ini merupakan persoalan integritas diri.

Pemberedelan tersebut membuat keadaan internal Tempo dirundung banyak masalah diantaranya eksodus besar-besaran para wartawan yang keluar dari Tempo karena faktor ekonomi, ditengah problematika di dalam diri Tempo pada tahun 1996 Tempo meluncurkan majalah digital melalui www.tempo.co.id, hal ini bertujuan untuk eksistensi Tempo sendiri juga

penggunaan portal berita online situs tersebut lolos dari pengamatan Menteri Penerangan kala itu.

Jatuhnya Orde Baru pada tanggal 21 Mei 1998 yang ditandai lengsernya Presiden Soeharto dan diangkatnya BJ Habibie sebagai presiden sementara, semacam memberikan angin segar terhadap majalah Tempo. BJ Habibie mencabut pembredelan Tempo dan mengizinkannya untuk kembali terbit. Akhirnya pada tanggal 6 Oktober 1998 untuk pertama kalinya Tempo kembali terbit setelah selama empat tahun dibredel pemerintah, melalui PT Arsa Raya Perdana dan dengan investasi baru sekitar Rp 5 milyar Tempo terbit dengan tampilan yang baru.

Perkembangan Tempo pasca dibredel terus meningkat, Oplah mencapai sekitar 60 ribu eksemplar tiap kali terbit, mengalahkan majalah pesaing seperti Gatra, Gamma, Forum dan Panji Masyarakat. Begitu pula dari sisi iklan, Tempo meraih 41% porsi iklan dibandingkan para pesaingnya tersebut. Presentase tersebut meningkat di tahun 2000 menjadi 50% dan pada tahun 2005 menjadi 70%. Perkembangan pesat ini membuat manajemen melakukan terobosan-terobosan baru diantaranya menerbitkan majalah Tempo edisi Bahasa Inggris pada 12 September 2000. Dan pada 6 November 2000, Tempo menjadi media pertama yang masuk bursa saham (*Go Public*). Nama Pt Arsa Raya Perdana diganti menjadi PT Tempo Media Inti. Pada penawaran perdananya, Tempo menawarkan 200 juta saham dan 200 *warrn* guna meraup dana segar Rp 75 milyar.

Dana segar tersebut, 25% untuk pelunasan utang anak perusahaan, 15% untuk menambah modal kerja, dan 60% digunakan untuk mendirikan koran Tempo, dan ketika Tempo memasuki usia yang ke 30 pada 2 April 2001 diterbitkanlah Koran Tempo, kehadiran koran Tempo bertujuan untuk mengembalikan prinsip-prinsip jurnalistik harian yang terabikan, yaitu: cepat, lugas, tajam, dan ringkas. (Pontoh, 2008 : 134)

B. Sejarah Republika

Republika merupakan koran yang lahir sebelum era reformasi atas ide dari kalangan komunitas muslim. Sehingga tidak mengherankan jika Republika dianggap sebagai koran yang beraromakan Islam dan dianggap sebagai koran yang merepresentasikan kepentingan kaum muslim. Republika terbit pertama kali pada tanggal 4 Januari 1993 di Jakarta tepat lima tahun sebelum runtuhnya orde baru. Terbitnya Republika tidak bisa dilepaskan dari organisasi ICMI (Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia). Organisasi ini dibentuk tidak bisa dipisahkan dari sosok Mantan Presiden BJ Habibie yang memimpin ICMI pertama kali dan direstui oleh Presiden kala itu Soeharto. Terbentuknya ICMI menjadi angin segar bagi kaum intelektual menengah Islam pada khususnya dan bagi umat Islam seluruh Indonesia pada umumnya karena faktor kedekatan ICMI dengan pemerintahan. Sebagai contoh konkretnya setelah terjalin kedekatan kalangan Muslim dengan Soeharto beberapa peraturan baru yang menguntungkan umat Islam diterbitkan di antaranya: Perempuan dibolehkan berhijab dan pendidikan agama Islam di sekolah-sekolah negeri diperkuat. Peradilan Islam di Indonesia memiliki kekuatan yang meningkat dan hukuman berat dijatuhkan kepada jurnalis dan orang-orang lain yang dituduh telah menghina Islam dihadapan publik. (Ricklefs, 2008:668).

Habibie sendiri merupakan sosok yang unik Ia dari latar belakang sipil, kecerdasan akademis, kesalehan Islami, dan kedekatannya dengan Soeharto membuat Ia menjadi tokoh penting di ICMI. Sebelum Soeharto dekat dengan kalangan Muslim Soeharto mengandalkan kalangan militer sebagai kekuatan politik utamanya dan Partai Golongan Karya (Golkar) sebagai motor politiknya. Kedekatan Soeharto dengan kalangan Muslim dan mulai tekun belajar Islam ditenggarai oleh faktor meningkatnya korupsi dikalangan elit dan keluarga dekatnya, juga menginginkan dukungan dari kalangan Muslim yang mulai diperhitungkan secara politis.

Kedekatan inilah yang mempermudah perizinan penerbitan *Republika* keluar, yang sebagaimana diketahui bahwa pada waktu itu perizinan penerbitan sangat ketat.

ICMI yang resmi berdiri pada tanggal 7 Desember 1990 memiliki agenda-agenda penting demi menyuarkan kepentingan umat Muslim. Melalui Yayasan Abdi Bangsa yang dibentuk pada 17 Agustus 1992 ICMI merencanakan tiga program utama: (1) pengembangan Islamic Centre; (2) Pengembangan CIDES (*Centre for Information and Development Studies*) dan; (3) Penerbitan Harian Umum *Republika* (Hamad, 2004:120). Agenda ketiga inilah sebagai upaya dari ICMI untuk membuat media wacana komunitas Muslim untuk mengimbangi media-media yang ada pada waktu itu, yang sebagian besar media-media tersebut dimiliki oleh non-Muslim.

Lahirnya ICMI bukan sekedar perkumpulan cendekiawan Muslim tetapi mempunyai maksud lain, ICMI lahir dan bergerak penuh dengan muatan politis Islam. ICMI menyadari bahwa umat Islam sering kalah dalam bidang politik karena lemahnya pemikiran dan opini, maka tujuan dari ICMI Melalui Yayasan Abdi Bangsa mendirikan CIDES sebagai tandingan terhadap lembaga *think-tank* Golkar, CSIS (*Central Studies for Indonesia Strategies*) dan *Republika* sebagai pengimbang dari pers non-Islam (Hamad, 2004:121).

Para Pendiri Yayasan Abdi Negara berjumlah 48 orang terdiri dari beberapa menteri, pejabat tinggi, serta pengusaha yang ternama di antaranya Ir Drs Ginandjar Kartasasmita, Ibnu Sutomo, Harmoko, Muhammad Hasan, Tien Soeharto, Probosutedjo, Ir Aburizal Bakrie dan lain-lain. Sedangkan H. Muhammad Soeharto menjadi pelindung dari Yayasan Abdi Bangsa dan Prof Dr Ing BJ Habibie yang menjabat sebagai ketua ICMI juga bertindak sebagai ketua badan pembina Yayasan Abdi Bangsa. Pertama kali *Republika* lahir pemimpin umum dan kepala redaksi dipercayakan pada Parni Hadi, pemimpin perusahaan dipercayakan kepada Ir. Haidar

Bagir, M.A. untuk pengelolaan redaksi dipercayakan kepada Dr. Sinansari S. Encip, dan Zaim Uchrowi. Sementara dewan redaksi diisi oleh tokoh nasional seperti; Soetjipto Wirasardjono, M.Sc. Prof. Dr. Edy Sedyawati, Adi Sasono, Prof. Dr. Quarish Shihab, Dr. Nurcholis Madjid, dan Dr. M Amien Rais (Hasrullah, 2001:17).

Sebelum Republika lahir menjadi media penyalur suara kaum Muslim, upaya panjang telah dilakukan oleh mantan wartawan Tempo Zaim Uchrowi dan rekan-rekan untuk membuat media penyeimbang di antara media-media yang berafiliasi dengan Kristen, namun mendapat ganjalan-ganjalan sebelum kemudian ICMI lahir dan menerbitkan Republika. Dalam tulisan David T Hill menggambarkan bagaimana Republika mulai berdiri, Hill Mengatakan bahwa:

Republika brought together an Impressive chitch of some of the country's major liberal Islamic intellectuals and journalist, into a venture designed to procedure a quality paper which broadly secular in its coverage of events and issues, yet informed ideologically by Islamic values to much the same manner that kompas or suara pembaruan were by Christianity (Hill, 1995: 126).

Republika dibentuk bersama atas pengaruh dari beberapa negara besar dari para intelektual Islam Liberal dan para jurnalis menjadi sebuah bentuk spekulasi untuk menghasilkan sebuah koran yang berkualitas di mana seluruh peristiwa dan isu yang luas dikemas dengan ideologi Islam seperti halnya koran Kompas atau Suara Pembaruan yang berideologi Kristen. Munculnya Republika di tengah media-media Non-Muslim dimaksudkan agar Republika nantinya mampu menanggapi wacana-wacana yang berkembang dimasyarakat dalam frame Islam.

Lebih lanjut Hill mengatakan suatu dilema bahwa:

It is some what surprising to many foriegn observer that white more than 80% of the Indonesia population Is categorized as Moslem, two of the largest daily news paper are associated with christian interest overall, there has been sorry history of unsuceesful attempts to establish in 1974 and particularly during the mid-1980s, the Islamic media has been marginalized by more profesional secular of christian interest. (Hill, 1995: 124)

Menjadi sebuah kejutan ketika banyak pengamat dari luar negeri melihat lebih dari 80 persen masyarakat Indonesia adalah Muslim akan tetapi dua surat kabar terbesar berasosiasi dengan kepentingan pihak Kristen. Secara keseluruhan ada cerita sedih akan kegagalan media Islam untuk bertahan dari sejak tahun 1974 sampai pada pertengahan 1980an, media Islam selalu tersisihkan oleh kepentingan Kristen maupun ahli-ahli sekularisme. Hal ini menjadi ironi karena penganut agama Islam di Indonesia lebih dari 80% dan sekaligus terbesar di dunia, tidak memiliki media yang mampu bertahan dalam memperebutkan pasar media cetak.

Untuk melengkapi syarat bahwa penerbitan pers harus berbadan hukum maka Yayasan Abdi Bangsa mendirikan PT. Abdi Bangsa pada 28 November 1992. Sebulan kemudian, 19 Desember 1992 Republika Memperoleh SIUPP (Surat Izin Umum Penerbitan Usaha Pers) dari departemen penerangan RI No 238/SK/MENPEN/SIUP/A.7/1992 dan mulai resmi berdiri tanggal 4 Januari 1993 (Hamad, 2004:120).

Republika pernah melakukan strategi marketing yang unik ketika melalui PT. Abdi Bangsa menjual sahamnya di mana satu keluarga hanya bisa membeli satu lembar saham dengan nominal Rp 1000,00 (seribu rupiah). Dengan patokan ini PT. Abdi Bangsa menawarkan 2,9 Juta lembar kepada masyarakat khususnya umat Islam, ini berarti PT. Abdi Bangsa akan dimiliki oleh 2,9 juta kepala keluarga. Dengan harapan para pemegang selembarnya bisa menjadi pelanggan Republika dengan harapan meningkatkan omset penjualan sampai angka 2,9 Juta (Hasrullah, 2001:18).

Sementara ideologi Republika adalah ideologi pemiliknya PT. Abdi Bangsa yaitu Kebangsaan, Kerakyatan dan Keislaman; dengan tujuan mempercepat terbentuknya 'Civil Society'. Orientasi inilah yang sehari-hari dituangkan Republika dalam bentuk informasi dan sajian lainnya. Republika menampilkan Islam dalam wajah moderat (Hamad, 2004:122).

C. Sejarah Sindo

Sindo merupakan Surat Kabar Harian yang terbit pertama kali pada tanggal 29 Juni 2005 dengan nama Seputar Indonesia, terbit selama 7 hari dalam satu minggu dan berpusat di Jakarta. Diterbitkan oleh PT Media Nusantara Informasi (MNI), anak perusahaan PT Media Nusantara Citra Tbk. (MNC). Koran ini termasuk koran pendatang baru yang berusaha menarik perhatian pembaca koran nasional. Target pembacanya adalah masyarakat kelas menengah ke atas, pendidikan sarjana, segmentasi usia dari 18 tahun sampai dengan 40 tahun. Dengan diferensiasi pembaca laki-laki 60% dan pembaca perempuan sebanyak 40%. Karena koran ini berskala Nasional maka target distribusi Koran Sindo adalah seluruh kota-kota besar yang ada di Indonesia (<http://lovelyholidays.net/iklan-Sindo.html> diakses pada tanggal 18 Maret 2016 pukul 16:22 WIB). Perlahan namun pasti koran ini mampu bersaing dengan koran-koran nasional yang terlebih dulu hadir jauh sebelum Koran Sindo lahir misalnya koran Kompas, Republika, Suara Pembaharuan dan lain sebagainya.

Awalnya nama Koran Seputar Indonesia dipakai merujuk pada program berita Seputar Indonesia dari stasiun televisi RCTI yang juga dimiliki oleh MNC group. Seputar Indonesia pertama kali mengudara pada tanggal 1 November 1989 yang awalnya bernama Seputar Jakarta menjadi program berita yang menuai sukses, program berita menjadi program berita pertama di TV swasta dengan konsep mirip TVRI, program berita ini tercatat pernah mendapat penghargaan sebagai program berita terfavorit dalam ajang Panasonic Award pertama kali pada tahun 1997 dan kini menjadi pemenang dalam ajang yang sama dalam kurun waktu lima tahun kebelakang dari 2010-2015. (<http://www.rcti.tv/program/view/92/SEPUTAR%20INDONESIA#.U8jvsYCSzT4> diakses pada tanggal 18 Maret 2016 pukul 17:00 WIB) Kesuksesan dalam program berita Seputar Indonesia

yang membuat MNC Group menerbitkan Koran Seputar Indonesia dengan harapan menuai kesuksesan yang sama.

Jika berbicara tentang sejarah Koran Seputar Indonesia maka tidak bisa dilepaskan dari sejarah pemiliknya yaitu MNC Group, Koran ini merupakan bagian kecil dari unit bisnis yang dimiliki oleh PT MNC Investama Tbk yang bergerak di bidang Media, Jasa Keuangan, Energi dan Sumber Daya Alam serta Portofolio Investasi.

Perseroan ini didirikan pada tanggal 2 November 1989 di Surabaya dengan nama PT Bhakti Investments (selanjutnya berubah nama menjadi PT Bhakti Investama Tbk) yang pada awalnya berfokus pada bisnis kegiatan terkait pasar modal. Saat itu pemerintah melakukan berbagai deregulasi serta menerbitkan berbagai fasilitas untuk menggairahkan pasar modal Indonesia.

Setelah pemindahan kantor pusatnya ke Jakarta pada bulan Februari 1990, Perseroan ini semakin mampu mengembangkan bisnisnya sesuai dengan perkembangan di dunia pasar modal. Pada tahun 1994, Perseroan mulai memperluas bidang usahanya sehingga mencakup seluruh aspek kegiatan di pasar modal, yaitu di antaranya perdagangan dan perantara perdagangan efek, penasihat investasi, pengelolaan investasi, penjamin emisi, originasi dan sindikasi, penasihat keuangan, jasa riset serta bisnis merger dan akuisisi yang diikuti dengan peluncuran beberapa produk reksa dana. Melalui aksi Penawaran Umum Saham Perdana pada tahun 1997 PT Bhakti Investama *go public* ke Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya (kini "Bursa Efek Indonesia")

PT MNC Investama kini menjadi perusahaan korporasi besar yang banyak memiliki jaringan bisnis sukses kemudian memunculkan konglomerat baru bernama Hary Tanoesoedibyo.

Sebagai pemilik perusahaan yang awalnya hanya bergerak di bidang investasi dan dijalankan di kota kelahirannya Surabaya, Hary Tanoesoedibyo tergolong pandai dalam melihat peluang. Pada tahun 1998 ketika terjadi pergolakan dan runtuhnya orde baru, ekonomi Indonesia berjalan lambat dan lesu, investor pun berpikir dua kali untuk menanamkan modal karena resiko yang terlalu besar dan belum stabilnya politik di Indonesia. Namun tidak bagi Hary Tanoesoedibyo yang justru melihat kondisi saat itu merupakan peluang besar karena harga saham perusahaan-perusahaan unggulan dijual murah, dalam periode awal reformasi tersebut Hary dengan Bhakti Investamanya gencar membeli saham-saham yang memiliki potensi besar dikemudian hari, salah satu yang menarik baginya adalah saham dari PT Bimantara Tbk milik Bambang Trihatmojo putra ketiga mantan presiden Alm. Soeharto, PT Bimantara inilah yang membawahi stasiun televisi pertama di Indonesia yaitu RCTI.

Ketika itu berbisnis dengan keluarga cendana menjadi tabu karena bisnis mereka yang berbau KKN kemudian menjadi bulan-bulanan pers dan berbagi kelompok masyarakat yang mempertanyakan kejelasannya. Akan tetapi hal ini tidak menjadi alasan bagi Hary untuk tidak menanamkan sahamnya di PT Bimantara TBK walaupun dikuasai oleh Bambang dan Bambang saat itu mempunyai hutang yang banyak. “Bimantara termasuk dalam 10 obligor terbesar BPPN dengan sekitar 20 anak perusahaannya mengalami tunggakan hutang Rp 3,24 Triliun”. (Sudibyo, Agus : 2004 : 21).

Akhirnya Bambang dengan Kooperatif harus berkorban banyak dengan menjual aset-aset saham pentingnya kepada pengusaha lain. Bambang merupakan keluarga cendana yang dianggap cukup lunak, mudah dan kooperatif dalam menjalankan dan mengelola asetnya termasuk untuk melunasi utang-utangnya kepada pihak lain dengan menjual saham-sahamnya dibandingkan dengan keluarga cendana yang lain. Aset penting itu termasuk dengan PT Bimantara Citra Tbk di

mana Bambang perlahan-lahan melepaskan kepemilikannya. Pada awal 2000 Bambang melalui Asriland nya masih merupakan pemegang saham Mayoritas di Bimantara namun perlahan tapi pasti saham itu terus menyusut dan muncullah kuda hitam sekaligus pengendali baru Bimantara yaitu PT Bhakti Investama Tbk. Bhakti Investama dipegang oleh Hary Iswanto Tanoesoedibjo pria keturunan Tiongkok kelahiran Surabaya 26 September 1965.

Hingga awal 2000, Bambang adalah pemegang saham mayoritas Bimantara. Bambang menguasai 36,51 % saham melalui PT Asriland. Per 31 Juli 2000, saham Asriland di Bimantara menyusut menjadi 31,49 % dan hingga Juni 2003, saham tersebut menyusut lagi menjadi hanya 14,32 %. Langkah mundur Bambang dari Bimantara seiring dengan munculnya nama baru, PT Bhakti Investama sebagai pengendali baru Bimantara, sekaligus penguasa baru dalam jagad pertelevisian di Indonesia. (Sudibyo, Agus : 2004 : 22)

Bisa jadi hal ini merupakan salah satu strategi dari Hary untuk menguasai PT Bimantara TBK dengan mayoritas sahamnya sejak saat itu Bhakti Investama meningkatkan saham kepemilikannya di PT Bimantara TBK dan lambat laun menjadi pemilik saham mayoritas di PT Bimantara TBK. Terbukti Hary mulai menunjukkan perkembangan yang pesat dalam kepemilikan jumlah saham yang ada di Bimantara.

Juli 2001, saham Bhakti Investama di Bimantara tercatat masih 10,72%. Perlahan-lahan Bhakti meningkatkan kepemilikannya. April 2001, saham Bhakti Investama meningkat menjadi 24,975%.. dan 23 Nopember 2002 Bhakti Investama menambah pundi-pudinya menjadi 34,68% saham di PT Bimantara Citra. Setelah membeli lagi 7,25 Juta lembar saham. Hingga pertengahan Juni 2003 Bhakti Investama telah menguasai 37,60% saham Bimantara (Sudibyo, Agus : 2004 : 22).

Perlahan-lahan Hary dengan Bhakti Investama nya mulai meningkatkan lembar sahamnya di Bimantara sehingga menjadi penguasa dan pengendali dari PT Bimantara Citra TBK dan mengubah namanya menjadi PT Global Mediacom. Hingga kini pemegang mayoritas saham PT Global Mediacom tetap Hary Tanoesoedibyo melalui PT Bhakti Investama sejumlah 52,30% kemudian UOB Kay Hian (Hongkong) Ltd. sebanyak 7,29% dan publik sebesar 40,41%. Sementara saham milik Bambang Trihatmojo melalui PT Asriland nya sudah habis dan Bambang

sudah melepaskan jabatannya di PT Global Mediacom.
(http://www.mediacom.co.id/index.php?option=com_content&task=view&id=280&Itemid=293

diakses pada tanggal 19 Maret 2016 pukul 13:26 WIB)

Perkembangan kinerja yang terus tumbuh membuat perusahaan korporasi ini semakin besar dan kuat dalam tahun 2012 pendapatan MNC mencapai 6,27 triliun dan pada tahun 2013 naik 4% menjadi 6,52 triliun (Annual-report MNC, 2013:77). Perkembangan tersebut membuat MNC menjadi salah satu korporasi media terkemuka di Indonesia sehingga tidak mengherankan korporasi seperti ini dengan mudah membuat unit usaha baru yang strategis. Seperti halnya Koran Seputar Indonesia yang lahir dari sebuah program berita di RCTI yang kemudian berkembang menjadi surat kabar nasional dengan sokongan dana besar dan sumber daya manusia yang mumpuni membuat SKH Sindo tetap eksis hingga kini di tengah persaingan surat kabar yang kian sengit.

Tujuan dari diterbitkannya SKH Sindo adalah selain di management untuk menjadi surat kabar yang menguasai pangsa pasar nasional di antara media- media cetak lain juga sebagai sarana promosi yang efektif dalam memasarkan dan mempromosikan jaringan-jaringan media yang lain yang diproduksi oleh MNC sehingga menjadi saling suport dan mendukung antara media yang satu dengan yang lain sehingga memperkuat jaringan bisnis yang dibentuk MNC atau yang sering disebutkan oleh CEO sekaligus Owner MNC Group Hary Tanoesoedibyo sebagai usaha memperkuat sinergi dalam MNC Group.

D. Sejarah Kompas

Kompas merupakan koran terbesar di tanah air yang memiliki sejarah panjang hingga menjadi sukses seperti sekarang di bawah naungan Kompas Gramedia yang memiliki berbagai lini usaha di industri media. Hadirnya koran Kompas tidak bisa di lepaskan oleh sosok Jakob

Oetama dan PK (Petrus Kanisuis) Ojong, dimulai dari tahun 1963 ketika mereka berdua di bantu J. Adisubrata dan Irawati SH, menerbitkan majalah mingguan bernama Intisari di Jakarta. Sebelum memutuskan membuat majalah intisari PK Ojong dan Jakob Oetama sebenarnya sudah mempunyai latar belakang jurnalis dan sering berjumpa pada forum-forum seperti Ikatan Sarjana Katolik (ISKA), PK Ojong yang memimpin majalah Keng Po dan Star Weekly sementara Jakob Oetama menjadi penulis di majalah Penabur yang berhaluan Katolik. Tujuan membuat majalah intisari adalah untuk memberi bacaan bermutu dan membuka cakrawala masyarakat Indonesia (<http://www.kompasgramedia.com/about-kg/history> diakses pada tanggal 7 april 14:34)

Intisari terus menampakkan perkembangannya dibawah pimpinan PK Ojong dan Jakob Oetama, hingga disuatu hari dibulan April tahun 1965 Menteri Perkebunan Frans Seda ditelpon rekan sekabinetnya, Menteri/ Panglima TNI AD, Letjen Ahmad Yani. Isinya, setelah koran-koran nonkomunis dibredel, sebaiknya Partai Katolik memiliki sebuah koran (Frans Seda merupakan salah satu ketua partai Katolik). Alasannya yang disampaikan Ahmad Yani, karena hampir semua partai politik memiliki corong partai. Partai Komunis Indonesia (PKI) misalnya, punya Bintang Timur dan Wartah Bhakti (Sularto, 2011 : 107)

Saran Ahmad Yani yang di terima Frans Seda kemudian diobrolkan kepada kedua temanya yaitu Jakob Oetama dan PK Ojong, pada awalnya kedua orang ini sempat keberatan dikarenakan faktor politik ekonomi yang tidak kondusif dan infrastruktur yang tidak mendukung. Namun Frans bisa membujuk kedua orang tersebut kemudian dibentuklah sebuah yayasan dengan nama Yayasan Bentara Rakyat yang rencananya akan menerbitkan harian bernama Bentara Rakyat juga. Salah satu alasannya, kata Frans Seda, nama Bentara sesuai dengan selera orang Flores. Majalah Bentara, katanya, juga sangat populer di sana.

(<http://lipsus.kompas.com/hut45/sejarahkompas> diakses pada tanggal 7 April 2016 pukul 10:17 WIB).

Proses pendirian yayasan dan nama koran Bentara Rakyat kemudian di sampaikan kepada Bung Karno selaku Presiden oleh Frans Seda, namun nama tersebut tidak di iya kan oleh Soekarno, Soekarno menyarankan menggunakan nama Kompas sebagai koran baru tersebut, nama Kompas menurut Soekarno berarti sebagai pemberi arah dan jalan dalam mengarungi rimba dan lautan (Sularto, 2011:114). Kemudian nama tersebut dibicarakan kembali pada Yayasan, Jakob dan Ojong, mereka akhirnya bersepakat mengganti nama Bentara Rakyat menjadi Kompas.

Untuk mendapatkan izin penerbitan ketika itu bukan perkara mudah. Selain aparat yang mengatur perizinan dikuasai PKI, penerbit juga harus bisa menunjukkan bukti bahwa sudah ada pelanggan sekurang-kurangnya 3.000 orang. Maka, Frans seda kemudian menginstruksikan kepada anggota-anggota partai, guru-guru sekolah, dan anggota Koperasi Kopra Primer di Kabupaten sikka, Ende Lio, dan Flores Timur untuk secepat mungkin mengirim daftar 3.000 pelanggan, lengkap dengan tanda tangan dan alamat.

Tepat pada tanggal 28 Juni 1965 Kompas edisi perdana terbit dengan empat halaman dan tiras 4.824 eksemplar (<http://profile.print.kompas.com/profil/> diakses pada tanggal 7 April 2016 pukul 13:16 WIB), koran ini dihargai Rp. 25 per eksemplar dengan harga langganan Rp 500 per bulan termasuk ongkos kirim, dengan tarif iklan ditetapkan Rp 15 per mm/kolom. pada awalnya Kompas merupakan koran mingguan dengan delapan halaman, kemudian terbit empat kali dalam seminggu, hingga kemudian dalam waktu dua tahun telah berkembang menjadi surat kabar harian nasional dengan oplah 30.650 eksemplar.

Kompas dalam perjalanannya tidak terlepas dari berbagai kendala dan masalah, Kompas sempat dua kali dibredel pada tanggal 2 Oktober 1965, pemerintah melarang semua koran terbit, berkait dengan peristiwa G30S/PKI, termasuk Kompas. Larangan itu kemudian dicabut, dan Kompas terbit kembali pada tanggal 6 Oktober 1965. Pembredelan kedua terjadi 21 Januari sampai dengan 6 Februari 1978. Ketika itu, Kompas bersama sejumlah koran lain dilarang terbit karena memberitakan aksi-aksi demonstrasi mahasiswa.

Pada pembredelan pertama menjadi ujian besar bagi Kompas di tengah menanjaknya oplah koran. Kompas yang lahir dari partai politik Katolik namun tidak ingin dekat dengan katolik dan ingin bersikap *independent* dalam pemberitaan malah serba salah dalam menentukan sikap mau berdiri di mana, Kompas sering dikritik oleh kalangan katolik karena tidak ‘memihak’ Katolik, sementara bagi non-Katolik Kompas di cap sebagai koran katolik. Kata Jakob, “Kita ingin menjadi jembatan, tetapi jembatan yang selalu eksis, yang tidak hancur setelah dilewati. Kita siap jadi bola sepak, yang disepak pihak sana ditendang pihak sini. Tidak dalam arti korban, tetapi dalam arti sebagai saran mempertalikan komunikasi.” (Sularto, 2011:118).

Bagi Jakob Kompas ingin dijadikan sebagai Indonesia mini yang dihuni berbagai latar belakang dengan sikap toleransi yang tinggi tanpa memperlihatkan perbedaaan, tetap menjadi penyambung suara rakyat seperti *tagline* yang dipakai yaitu “Amanat Hati Nurani Rakyat”. Namun tetap saja faktor sejarah kedekatan dengan partai Katolik waktu itu membuat koran Kompas selalu diidentikan dengan Koran Katolik.

E. Sejarah Jawa Pos

Jawa Pos merupakan surat kabar harian bersekala nasional yang berpusat di Surabaya, berbeda dengan surat kabar nasional lainnya yang kebanyakan berada di Jakarta, cikal bakal jawa pos sebenarnya adalah surat kabar yang dibuat oleh The Chung Shen, seorang pegawai bioskop

di Surabaya yang pekerjaan sehari-harinya adalah menempelkan iklan film-film di bioskop tempat dia bekerja, dari pekerjaan dia sehari-hari The Chung Shen menangkap peluang bisnis untuk membuat surat kabar sekaligus media promosi bioskop ditempat dia bekerja. Tepat pada 1 Juli 1949 Djawa Post lahir dibawah naungan PT Perusahaan Penerbitan dan Percetakan Djawa Post Concern Limited. Perkembangan yang signifikan surat kabar harian Djawa Post kala itu membuat The Chung Shen melebarkan bisnisnya dengan menerbitkan koran berbahasa mandarin Hwa *Chiao Sien Wend* dan koran berbahasa Belanda *de Vrije Pers*. (<http://www.anneahira.com/jawa-pos.htm> diakses pada tanggal 8 April 2016 pukul 20:34 WIB)

Perkembangan Jawa Pos kala itu bukan tanpa kendala, ditahun 1982 persaingan dengan media cetak lain cukup ketat seperti Koran Surabaya Post kala itu yang menguasai pasar di wilayah Surabaya dan sekitarnya, selain masalah tersebut Chung Shen merasa tidak ada yang bisa meneruskan bisnisnya karena ketiga anaknya memilih menetap di Inggris, hal tersebut yang membuat Jawa Pos dijual kepada Eric F.H. Samola waktu itu merupakan Direktur Utama PT Grafiti Pers (penerbit majalah Tempo) dengan management baru Samola kemudian menunjuk Dahlan Iskan yang kala itu sebagai kepala biro Tempo di Surabaya untuk membenahi Jawa Pos. Ditangan dingin Dahlan Iskan lah Jawa Pos kembali bangkit dengan berbagai terobosan yang dia lakukan. Seperti Kesaksian dari Hermawan Kartajaya dalam bukunya “Saya masih ingat, sebelum Dahlan masuk, Jawa Pos seperti tinggal menghitung hari. Tiras maupun iklannya terus merosot. Ekuitas merek koran yang didirikan oleh The Chung Sen yang dulu sempat menjadi raja media di Surabaya juga merosot. Rupanya, kondisi semacam itu menjadi tantangan bagi Dahlan Iskan. (Kartajaya, 2002:82)

Berbagai langkah Dahlan Iskan untuk membenahi Jawa Pos diantaranya adalah mengubah gaya bahasa yang sebelumnya terlalu formal dan kaku menjadi sedikit *suroboyanan*

agar pembaca merasa dekat dengan dialek mereka sehari-hari, dan juga dengan cara karyawan Jawa Pos dan keluarganya diajak menjadi distributor penjualan untuk memasarkan masyarakat luas. Terobosan yang dilakukan Dahlan Iskan menampilkan hasilnya dengan yang sebelumnya oplah penjualan hanya 6000 eksemplar perhari dalam lima tahun oplah tersebut naik drastis menjadi 300.000 perharinya. Roda bisnis Jawa Pos terus dikembangkan dengan menciptakan koran lokal bertajuk Radar, yang tersebar di berbagai daerah di tanah air termasuk beberapa tabloid berada dibawah Jawa Pos News Network (JPNN) yang merupakan salah satu jaringan surat kabar terbesar di Indonesia yang memiliki lebih dari 80 surat kabar, tabloid, dan majalah, serta 40 jaringan percetakan di Indonesia.

Pada tahun 1997, Jawa Pos pindah ke gedung yang baru berlantai 21, Graha Pena, salah satu gedung pencakar langit di Surabaya. Sejak tahun 2002 dibangun Graha Pena di Jakarta yang menginspirasi banyak gedung Graha Pena lainnya untuk bermunculan di hampir semua wilayah di Indonesia. Jawa Pos bahkan membangun pabrik kertas koran sendiri yaitu PT Adiprima Sura Perinta yang mampu memproduksi kertas koran 450 ton/hari. Pada tahun 2002 Jawa Pos Grup mendirikan stasiun televisi lokal JTV di Surabaya, yang kemudian diikuti Batam TV di Batam, Riau TV di Pekanbaru, Fajar TV di Makassar, Palembang TV di Palembang, Parijs van Java TV di Bandung, Radar Cirebon Televisi RCTV di Cirebon Kota Wali. Memasuki tahun 2003, Jawa Pos Group merambah bisnis baru: Independent Power Plant. Proyek pertama adalah 1 x 25 MW di Kab. Gresik, yakni dekat pabrik kertas. Proyek yang kedua 2 x 25 MW, didirikan di Kaltim, bekerjasama dengan perusahaan daerah setempat. Pada tahun 2008, Jawa Pos Group menambah stasiun televisi baru: Mahkamah Konstitusi Televisi (MKTV) yang berkantor di Gedung Mahkamah Konstitusi Jakarta. Pada tahun 2009, Jawa Pos Group menambah data center baru: Fangbian Iskan Corporindo (FIC) yang berkantor di Gedung Graha

Pena Surabaya. (<http://profil.merdeka.com/Indonesia/j/jawa-pos/> diakses pada tanggal 8 April 2016 pukul 22:55 WIB)

Roda estafet kepemimpinan Jawa Pos akhirnya berganti kepada Azrul Ananda anak Dahlan Iskan sendiri pada tahun 2005, Setelahnya Dahlan Iskan mulai dekat dengan dunia politik, pada tahun 2009 dia diangkat menjadi Direktur Umum PT PLN, keberhasilannya mereformasi birokrasi ditubuh PLN membuat Dahlan Iskan diangkat menjadi menteri BUMN dibawah Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tahun 2011. Keberhasilannya memimpin kementerian BUMN mengantarkannya masuk dalam konvensi presiden Partai Demokrat tahun 2014, dalam Konvensi tersebut Dahlan Iskan menempati posisi teratas mengalahkan tokoh lainya seperti Anis Baswedan, Marzuki Ali dan Gita Wiryawan, namun dalam pemilu legislatif Partai Demokrat tidak mampu mendulang suara diatas 20% sebagai syarat untuk mengajukan calon presiden. Dalam perkembanganya Dahlan Iskan pun merapat ke kubu Jokowi dengan mendukungnya memenangi pemilihan presiden tahun 2014.

Keberhasilan Jawa Pos dalam menjadi salah satu koran terbesar ditengah air tidak bisa dilepaskan dari sosok Dahlan Iskan, dari kerja keras dan terobosannya lah koran yang hampir menemui titik akhir mampu bangkit. Meskipun secara struktural Dahlan Iskan tidak lagi ada jabatan di dalam Jawa Pos, sosoknya masih mampu mempengaruhi wacana-wacana yang dikembangkan dalam Jawa Pos karena selaku pemilik saham mayoritas. Pemberitaan yang dihadirkan pada Jawa Pos pastinya akan menyesuaikan dengan arah politik yang diambil oleh Dahlan Iskan.

F. Sejarah Media Indonesia

Media Indonesia sangat identik dengan sosok Surya Paloh sebagai tokohnya padahal dalam perjalanannya ada tokoh lain dibalik munculnya Media Indonesia, tokoh tersebut ialah Teuku Yousli Syah selaku pendiri Media Indonesia. Surya Paloh, mantan pimpinan surat kabar Prioritas, baru bergabung dengan Teuku Yousila Syah pada tahun 1988, atau 18 tahun setelah Media Indonesia pertama kali terbit.

Media Indonesia pertama kali diterbitkan pada tanggal 19 Januari 1970. Sebagai surat kabar umum pada masa itu, Media Indonesia baru bisa terbit 4 halaman dengan tiras yang amat terbatas. Berkantor di Jl. MT. Haryono, Jakarta, disitulah sejarah panjang Media Indonesia berawal. Lembaga yang menerbitkan Media Indonesia adalah Yayasan Warta Indonesia. Tahun 1976, surat kabar ini kemudian berkembang menjadi 8 halaman. Sementara itu perkembangan regulasi di bidang pers dan penerbitan terjadi. Salah satunya adalah perubahan SIT (Surat Izin Terbit) menjadi SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers). Karena perubahan ini penerbitan dihadapkan pada realitas bahwa pers tidak semata menanggung beban idealnya tapi juga harus tumbuh sebagai badan usaha.

Maka pada tahun tersebut lahirlah Media Indonesia dengan manajemen baru dibawah PT. Citra Media Nusa Purnama. Surya Paloh sebagai Direktur Utama sedangkan Teuku Yousli Syah sebagai Pemimpin Umum, dan Pemimpin Perusahaan dipegang oleh Lestary Luhur. Sementara itu, markas usaha dan redaksi dipindahkan ke Jl. Gondandia Lama No. 46 Jakarta. Awal tahun 1995, bertepatan dengan usianya ke 25 Media Indonesia menempati kantor barunya di Komplek Delta Kedoya, Jl. Pilar Mas Raya Kav.AD, Kedoya Selatan, Jakarta Barat. Di gedung baru ini semua kegiatan di bawah satu atap, Redaksi, Usaha, Percetakan, Pusat Dokumentasi - Perpustakaan, Iklan, Sirkulasi dan Distribusi serta fasilitas penunjang karyawan. Sejarah panjang

serta motto "Pembawa Suara Rakyat" yang dimiliki oleh Media Indonesia bukan menjadi motto kosong dan sia-sia, tetapi menjadi spirit pegangan sampai kapanpun.

Media Indonesia sangat terkenal dengan rubrik editorialnya, rubrik inilah yang menarik minat dari pembaca koran dan selalu ditunggu-tunggu. Berbeda dari koran umum nasional lainnya yang lebih mengutamakan berita utama, Media ini justru lebih dicari dengan rubrik editorialnya. Editorial ini merupakan opini dan pendapat dari redaksi koran mengenai masalah maupun peristiwa yang sedang terjadi (aktual). (<http://www.anneahira.com/media-Indonesia-17404.htm> diakses pada tanggal 12 April 2016 pukul 21:22 WIB)

Sejak Media Indonesia ditangani oleh tim manajemen baru di bawah payung PT Citra Media Nusa Purnama, banyak pertanyaan tentang apa yang menjadi visi harian ini dalam industri pers nasional. Terjun pertama kali dalam industri pers tahun 1986 dengan menerbitkan harian Prioritas. Namun Prioritas memang kurang bernasib baik, karena belum cukup lama menjadi koran alternatif bangsa, SIUPP-nya dibatalkan Departemen Penerangan. Antara Prioritas dengan Media Indonesia memang ada "benang merah", yaitu dalam karakter kebangsaannya.

Surya Paloh sebagai penerbit Harian Umum Media Indonesia, tetap gigih berjuang mempertahankan kebebasan pers. Wujud kegigihan ini ditunjukkan dengan mengajukan kasus penutupan Harian Prioritas ke pengadilan, bahkan menuntut Menteri Penerangan untuk mencabut Peraturan Menteri No. 01/84 yang dirasakan membelenggu kebebasan pers di tanah air. Tahun 1997, Djafar H. Assegaff yang baru menyelesaikan tugasnya sebagai Duta Besar di Vietnam dan sebagai wartawan yang pernah memimpin beberapa harian dan majalah, serta menjabat sebagai Wakil Pemimpin Umum LKBN Antara, oleh Surya Paloh dipercayai untuk memimpin harian Media Indonesia sebagai Pemimpin Redaksi. Saat ini Djafar H. Assegaff

dipercaya sebagai Corporate Advisor. Sejak 2005 Pemimpin Redaksi dijabat oleh Djadjat Sudradjat. Sedangkan Pemimpin Umum yang semula dipegang langsung oleh Surya Paloh, di tahun 2005, dijabat oleh Saur Hutabarat dan Wakil Pemimpin Umum dijabat oleh Andy F. Noya. Pada tahun 2006 sampai dengan saat ini, terjadi beberapa perubahan struktur organisasi. Posisi jabatan saat ini, sebagai berikut: Direktur Pemberitaan dijabat oleh Saur Hutabarat, Direktur Pengembangan Bisnis dijabat oleh Alexander Stefanus sedangkan Direktur Utama dijabat oleh Rahni Lowhur-Schad.