

**UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**SKRIPSI**

**KENDALA-KENDALA JURNALISTIK DALAM  
PERS ISLAM  
(STUDI KASUS HARIAN UMUM REPUBLIKA)**

**Disusun Oleh :**

**ERNI HARYANI  
NPM : 0989018032**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM STUDI KAMUNIKASI MASSA**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Mencapai Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi  
1995**

UNIVERSITAS INDONESIA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

N a m a : Erni Haryani  
No. Pokok Mahasiswa : 0989018032  
Judul Skripsi : Kendala-kendala Jurnalistik Dalam Pers Islam (Studi Kasus Harian Umum *Republika*)

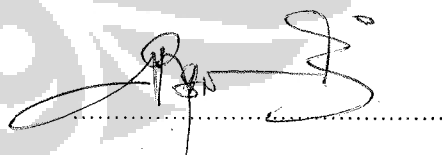
PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI

Tanggal : 10 April 1995  
Pembimbing I :  
Drs Lilik Arifin, MA



.....

Tanggal : 10 April 1995  
Pembimbing II :  
Drs Awang Ruswandi



.....

Tanggal : 10 April 1995  
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi :  
Drs Lilik Arifin, MA



.....

## KATA PENGANTAR

Ketika pada akhirnya tugas akhir ini selesai juga, ada sebersit pertanyaan terlintas "how to say?". Memang, sulit rasanya mengungkapkan syukur ke hadirat-Nya atas segala rahmat dan karunia yang membuat penulis merampungkan juga tugas akhir ini. Akhirnya, hanya syukur *Alhamdulillah* serta harapan agar ini semua menjadi amal sholeh di hadapan-Nya yang bisa dilakukan.

Wajarlah kiranya jika orang-orang berilmu memiliki derajat yang mulia di hadapan Yang Maha Mulia. Karena memang, proses meraih ilmu itu begitu panjang dan membutuhkan usaha maksimal. Kemudian, betapa tidak layaknya jika keberhasilan meraih ilmu dilihat dari tolok ukur keberhasilan secara materi. Karena cahaya ilmu yang bermanfaat, tidak bisa dinilai dari sekedar itu. Maka, betapa penulis tidak bisa menyembunyikan rasa "iri" kepada mereka --terutama pengajar-pengajar yang membimbing penulis selama menyelesaikan tugas akhir ini-- yang dianugerahinya karunia berupa kemampuan dan kesempatan untuk berbagi ilmu pada sesama. Betapa mulia karunia itu sebenarnya, betapa beruntung yang menerimanya.

Memang, rasanya tidak mungkin skripsi ini selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- Drs. Lilik Arifin, MA, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi sekaligus Pembimbing I, yang dengan lugas dan cermat mengekspresikan ilmunya yang luar biasa kepada penulis selama bimbingan, sehingga terbuka cakrawala pemikiran yang lebih utuh.

- Drs. Awang Ruswandi, sebagai Pembimbing II, yang begitu sabar memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Padahal kebingungan dan ketidaktahuan penulis tentunya menjengkelkan sekali. Juga untuk Mbak Shanty dengan segala keramahannya, maaf kalau ikut terganggu juga.
- Pak Ecip dan seluruh staf *Republika* yang telah membantu dalam proses pengumpulan data. Terima kasih untuk semuanya, semoga Allah selalu menyertai dalam menyelesaikan semua tugas yang ada, dan *Republika* menjadi kebanggaan kita semua, dan menjadi "corong" mata hati umat mayoritas kita.
- Kepada Drs. Edward Lukman, MA, yang telah memberi bimbingan yang berarti diawal pembuatan tugas ini.
- Kepada Bang Ade dan Mbak Nina, yang ide dan sarannya selalu penulis "curi" untuk skripsi ini, terima kasih yang dalam.
- Mbak Bonita, sebagai Pembimbing Akademik (PA), terima kasih atas kehangatan sikapnya selama ini.
- Teman-teman seangkatan (Hamidy, Hikmat, Tria, Oci, Yenni, dan lain-lain) yang menemani diskusi dan meminjamkan buku-buku. Juga untuk Mbak Sum, yang besar juga bantuannya.
- Kak Feri dan Mbak Vivi, *thanks* atas tunjangan fasilitasnya. Kepada semua kakak dan adik juga terima kasih atas bantuan do'a dan semangatnya.

Secara khusus, penulis ingin menyampaikan terima kasih dan cinta kepada A Oskar yang dengan penuh kesabaran membantu, menyemangati dan mendampingi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga hari-hari indah yang menghiasi

biduk kita selama ini, selalu mewarnai bahtera yang *Insy Allah* akan selalu kita layari bersama dan semoga pula, abadi dalam keridhaan-Nya. Serta untuk Mamah dan Bapak, semoga akhir perjalanan ini menjadi satu wujud terima kasih, hormat dan bakti kepada mereka, menjadi wujud syukur atas karunia orang tua seperti mereka. Untuk orang-orang tercinta inilah --Mamah, Bapak, dan Aa Oskar-- skripsi ini penulis persembahkan.

Akhir kata, penulis mohon maaf atas kekurangan dan kelemahan yang masih terdapat pada skripsi ini. Semoga bisa berguna, khususnya untuk perkembangan Pers Islam di bumi pertiwi tercinta.

Jakarta, April 1995

**Penulis**

## A B S T R A K

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

Erni Haryani, 0989018032

### **Kendala-kendala Jurnalistik Dalam Pers Islam (Studi Kasus Harian Umum *Republika*).**

vii + 125 halaman

Bibl. 54 ( 1966 ~ 1994 )

Pers berada dalam sistem komunikasi. Salah satu jenis komunikasi adalah komunikasi massa dan secara tradisional bidang ini salah satunya dicakup oleh disiplin akademis jurnalistik. Maka pers tidak terlepas dari masalah jurnalistik ini, bahkan seringkali orang mencampuradukkan pengertian jurnalistik dengan pers.

Pers Islam atau pers yang bernafaskan Islam tentu harus mengupayakan jurnalistik yang unsur-unsur isi, etika media dan komitmennya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Sementara pada umumnya, pers Islam identik dengan pers yang "marjinal", beroplah minim dengan isi liputan yang sempit dan eksklusif, serta berusia tidak panjang. Sehingga bisa dilihat di tengah semakin bertambahnya kelompok-kelompok masyarakat yang semakin intens pendekatannya terhadap Islam, ternyata tidak diiringi dengan pertumbuhan pers Islam.

Penelitian ini bertujuan melihat apa kendala-kendala jurnalistik yang dihadapi oleh pers Islam ketika menjalankan visi dan misinya. Untuk itu yang dilakukan adalah melihat kebijakan visi dan misi pers Islam tersebut dalam wilayah politik, wilayah ekonomi, wilayah budaya, wilayah agama, dan wilayah ilmu pengetahuan dan teknologi. Setelah itu baru dilihat kenyataannya dalam pelaksanaannya di lapangan. Selain itu juga berusaha melihat faktor-faktor lain yang menghambat kemajuan pers Islam.

Berdasarkan data yang berhasil dikumpulkan diperoleh hasil bahwa visi dan misi itu sendiri definisinya seringkali masih diperdebatkan. Adanya phobi Islam dan benturan dengan pemerintah ketika menjalankan kritik sosial, menjadi kendala ketika menjalankan misi politik. Sedangkan tarikan bisnis dan idealis juga harus dihadapi. Ditambah lagi dalam menjalankan fungsi hiburan, sehubungan dengan misi budaya, hiburan yang islami adalah sesuatu yang terus diupayakan, selain juga terus diperdebatkan. Sedangkan dalam wilayah agama, pengemasan Islam yang substantif dan perimbangan antara berita umum dan berita keislaman menjadi hal yang dipertimbangkan juga. Menyusul kerumitan dalam memenuhi kebutuhan pendidikan pembaca.

Sedangkan faktor-faktor lain yang terkait, yang menghambat perkembangan pers Islam adalah: adanya batasan dalam iklan, pemojokan dunia Islam oleh Barat, dan aspirasi umat yang beragam yang harus dipenuhi. Semua ini harus dihadapi oleh pers yang ingin menjadi suara hati umat mayoritas tersebut.

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	vi
BAB I    PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Permasalahan	1
B. Permasalahan	7
C. Tujuan Penelitian	16
D. Signifikansi Penelitian	16
BAB II    KERANGKA PEMIKIRAN	18
A. Pers : Suatu Medium Komunikasi Massa	18
B. Peranan dan Fungsi Pers	29
B.1 Peranan Pers	29
B.2 Fungsi Pers	32
C. Pers Islam : Suatu Tinjauan Konseptual	40
BAB III    METODE PENELITIAN	51
A. Pendekatan Penelitian	52
B. Tipe Penelitian	52
C. Teknik Pengumpulan Data	53
D. Objek Penelitian	54



E. Populasi dan Sampel	56
F. Metode Analisis Data	57
G. Operasionalisasi Tujuan Penelitian	58
H. Keterbatasan Penelitian	60
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	62
A. Riwayat Singkat Harian Umum <i>Republika</i>	62
B. Konteks Islam <i>Republika</i>	70
C. Konteks Sejarah <i>Republika</i>	71
BAB V ANALISIS HASIL PENELITIAN	75
BAB VI DISKUSI DAN KESIMPULAN	104
A. Diskusi	104
B. Kesimpulan	119
C. Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	122

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Permasalahan

Manusia membutuhkan informasi. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin tinggi pula tingkat kebutuhannya akan informasi. Bahkan menurut **Sardar** dalam waktu yang tidak terlalu lama, informasi akan menjadi penentu daya saing di seluruh dunia untuk meraih kekuasaan.<sup>1</sup> Ada kemungkinan pula bahwa negara-negara bangsa pada suatu hari akan berjuang untuk dapat menguasai informasi, persis seperti mereka berjuang di masa lalu untuk dapat menguasai wilayah.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Ziauddin Sardar, *Tantangan Dunia Islam Abad 21*, (Bandung : Mizan 1989), p.31

<sup>2</sup> Jean - Francois Lyotard, *The Post Modern Condition : A Report On Knowledge*, Manchester University Press, 1986, p.5

Sedangkan salah satu instrumen penyebar informasi tadi adalah media massa. Menurut McLuhan "The Medium is the Message", maka media adalah perluasan dari alat indera manusia.<sup>3</sup> Lebih jauh Lerner juga mengemukakan bahwa media massa membuka kepada massa besar umat manusia alam semesta melalui pintu yang tidak ada batasnya.<sup>4</sup>

Media massa memang bermacam-macam bentuknya, ia bisa berbentuk cetak maupun elektronik, seperti televisi, radio, surat kabar, film, majalah, dan buletin kantor berita yang mengelola penerbitan. Dalam pengertian umum, semua itu disebut pers. Tetapi dalam pengertian khusus, pers ialah media komunikasi massa cetak yang mengelola pemberitaan (berasal dari bahasa latin ; *pressus*).<sup>5</sup>

Pers muncul setelah revolusi besar dalam dunia percetakan ketika Johannes Gutenberg berhasil merancang sebuah mesin cetak yang berfungsi memperbanyak barang cetakan. Tahun 1456 itu oleh Everett M. Rogers disebut sebagai *Era Ke-dua Dari Kronologi Komunikasi Manusia*, sebab The Gutenberg Bible berhasil dicetak dengan alat besi setelah lebih dari dua abad Pi Sheng (Tiongkok) menemukan sejenis alat percetakan untuk buku.<sup>6</sup>

Walaupun manusia membutuhkan waktu sekitar 155 tahun untuk bisa menyaksikan munculnya surat kabar pertama di Eropa, tahun 1609, tapi sejak penemuan tersebut perkembangan ilmu pengetahuan di segala bidang berlangsung amat cepat dan dalam kelipatan serta kecepatan bagaikan deret ukur. Antara satu penemuan teknologi baru dengan penyempurnaan ke arah yang lebih baru

---

<sup>3</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 1992), p.220

<sup>4</sup> Daniel Lerner, *Memudarnya Masyarakat Tradisional*, (Yogyakarta : Gajah Mada University, 1993), p.30

<sup>5</sup> Drs. Unong Effendi, *Kamus Komunikasi*, (Bandung : CV Remadja Karya, 1991), p.76

<sup>6</sup> Everett M. Rogers, *Communication Technology : The New Media In Society*, (New York : The Free Press, 1986), p.25

senantiasa terjadi dalam frekuensi yang lebih sering dan dalam jangka waktu yang lebih pendek. Karena itu para ahli menyebut penemuan mesin cetak merupakan tanda dimulainya abad baru komunikasi modern.<sup>7</sup>

Kedudukan pers memang sangat strategis. Ia juga bisa berperan sebagai komunikator. *Aristoteles* pernah menggambarkan tiga unsur pokok dalam *Rhetoric* (retorika) yang berkaitan dengan suatu tindakan komunikasi --komunikator, pesan, dan penerima--, dan komunikatorlah yang paling memegang kedudukan terpenting dalam perspektif Islam mengenai komunikasi.<sup>8</sup> Dalam hal ini pers bisa dikatakan sebagai komunikator karena pers yang memberikan informasi pada khalayak.

Selain itu, salah satu unsur penting yang dapat berperan dalam penyebaran informasi dan menumbuhkan kesadaran serta motivasi tentang program pembangunan adalah pers. Kemampuan pers untuk menyampaikan informasi kepada sejumlah besar khalayak dalam waktu yang singkat tidak diragukan lagi. Pers atau surat kabar yang berfungsi sebagai penyebar informasi dapat berperan dalam penyampaian kebijaksanaan dan program pembangunan kepada masyarakat. Disamping itu masyarakat juga dapat menggunakan pers sebagai penyalur aspirasi dan pendapat serta kritik (kontrol sosial). Ia berperan sebagai salah satu penghubung yang kreatif antara pemerintah dan masyarakat.<sup>9</sup>

Pers memang mempunyai fungsi utama sebagai penyebar informasi. Di samping itu pers juga mempunyai fungsi-fungsi lain di dalam masyarakat. Di negara-negara Barat terdapat ide yang jelas tentang fungsi media dalam memainkan peran tertentu. *Lasswell* menekankan empat hal berikut:<sup>10</sup> penyajian berita, pengawasan,

---

<sup>7</sup> William L. Rivers & Wilbur Schramm, *Responsibility in Mass Communication*, revised edition (New York: Harper & Row Publisher, 1969), p.5

<sup>8</sup> Imtiaz Hasnain, *loc.cit.*

<sup>9</sup> F. Rachmadi, *op.cit.*, p.1

<sup>10</sup> Lihat Goran Hedebro, "Teori Komunikasi dan Perubahan Sosial", *Audientia* Vol.I (April-Juni 1993), p.17

interpretasi terhadap informasi dan penyajian berbagai aturan untuk bertindak, pengalihan nilai-nilai budaya dari suatu generasi ke generasi berikutnya atau dari suatu bagian masyarakat ke bagian yang lain. Pada perkembangan berikutnya, Schramm menambahnya dengan fungsi kelima yakni hiburan.<sup>11</sup> Fungsi keenam sebagai iklan.<sup>12</sup>

Pers juga merupakan bagian (subsistem) dari sistem yang lebih besar, yaitu *sistem komunikasi*. Sedangkan sistem komunikasi adalah sistem --yang berbeda dengan sistem lainnya-- mempunyai fungsi komunikasi. Sistem komunikasi dapat dilihat sebagai bagian atau subsistem dari sistem yang lebih besar (yaitu sistem masyarakat) yang dilayaninya. Suatu sistem komunikasi sebenarnya terkandung (*inherent*) dalam setiap sistem masyarakat. Corak dari sistem komunikasi di dalam suatu masyarakat tidak dapat tidak ditentukan oleh corak, bentuk, dan keragaman masyarakat itu sendiri.<sup>13</sup>

Dengan demikian telah jelas bahwa pers berada dalam sistem komunikasi dan salah satu jenis komunikasi adalah komunikasi massa. Maka apa yang dimaksud dengan komunikasi massa? Pada hakekatnya komunikasi massa adalah komunikasi dengan menggunakan saluran media massa.<sup>14</sup> Komunikasi massa juga mencakup studi ilmiah tentang media massa, pesan yang disampaikan media massa, khalayak yang berusaha untuk diraih, dan efeknya terhadap khalayak tersebut. Secara

---

<sup>11</sup> Charles R. Wright, *Mass Communication, A Sociological Perspective*, (New York: Random House 1975)

<sup>12</sup> William L. Rivers, Wilbur Schramm & Clifford G. Christians, *Responsibility of Mass Communication*, (New York : Harper & Row Publisher, 1980), p.18

<sup>13</sup> F. Rachmadi, *op.cit*, p.14

<sup>14</sup> Djaffar H. Assegaff, *Jurnalistik Masa Kini, Pengantar ke Praktek Kewartawanan*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 1985), p.11

tradisional, bidang ini dicakup oleh disiplin akademis jurnalistik, telekomunikasi, periklanan, hubungan masyarakat, dan cabang-cabang retorika.<sup>15</sup>

Dalam abad modern seperti sekarang, kehidupan masyarakat memang tidak dapat lagi dilepaskan dari jurnalistik dan pers. Secara ekstrem para ahli jurnalistik menyamakan pers dengan udara yang dibutuhkan manusia untuk hidup. Manusia modern tak lagi dapat hidup tanpa mendapatkan suguhan pers, yang memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi. Secara gamblang orang menyamakan jurnalistik dengan pers, dan terkadang lebih mudah dengan menyamakan jurnalistik sebagai surat kabar atau majalah. Hal ini disebabkan karena media massa yang paling tua dan yang pertama ditemui manusia adalah "media tercetak". Karena itu lazim sekali orang mencampur adukkan pengertian jurnalistik dengan pers. Jurnalistik itu sendiri dalam kaitannya dengan dunia modern berarti kegiatan untuk menyampaikan pesan atau berita kepada khalayak ramai (massa), melalui saluran media, entah media tadi media tercetak atau media elektronik seperti radio, televisi, dan film.<sup>16</sup> Dengan demikian apabila suatu penerbitan media massa ditunjang oleh jurnalistik yang baik dan profesional maka ia akan berkembang dengan baik pula. Sebaliknya bila terjadi hambatan dalam hal jurnalistiknya maka media massa tersebut tidak akan berkembang menjadi suatu industri media massa yang besar dengan oplag yang tinggi.

Kendala jurnalistik ini mungkin saja dialami juga oleh pers Islam. Pers yang seringkali tidak berusia panjang. Menurut A.M. Saefuddin, mass media umat Islam dalam bentuk majalah dan koran sangat lemah dan redup, oplahnya sangat

---

<sup>15</sup> Ahmad Kamil Mohamed, "Komunikasi Sebagai Suatu disiplin Akademis", *Jurnal Komunikasi Audentia* Vol. I (Januari-Maret 1993), p.7

<sup>16</sup> Djaffar H. Assegaff, *loc.cit*

memprihatinkan, penampilannya tidak profesional. Beritanya tidak aktual. Artikelnya tidak menarik. Berita-beritanya tidak lengkap dan kadaluarsa.<sup>17</sup>

Pers Islam memang menghadapi tantangan yang tidak ringan. Tantangan yang paling nyata adalah menghadapi kelompok umat Islam sendiri yang ternyata sangat beragam dan masing-masing kelompok mempunyai aspirasi yang berbeda-beda.

Selain itu suatu pers Islam tentu juga harus mengupayakan jurnalistik yang unsur-unsur isi, etika media dan komitmennya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Sementara pada umumnya media di dunia Muslim orientasinya sekuler dan nasionalis. Media tersebut berusaha menyesuaikan dirinya dengan inti jurnalistik Barat yang dominan dipengaruhi budaya internasional sekuler sekalipun tanpa memenuhi peran pers liberal.<sup>18</sup> Ditambah lagi pengembangan segi-segi redaksional perlu diiringi oleh pengembangan segi bisnis. Di satu sisi segi-segi idealisme perlu terus dikembangkan untuk mengimbangi perkembangan segi intelektual masyarakat yang mempunyai selera yang terus berubah dan jumlah konsumen yang bertambah banyak. Di sisi lain segi-segi bisnis perlu mendukung perkembangan segi idealisme tersebut menuju kepada kemandirian perusahaan lembaga penerbitan pers dalam menjalankan peran dan fungsinya.

Pertumbuhan industri media massa di Indonesia sedikitnya ditandai oleh tiga hal. Pertama, pengelolaan usaha di bidang media massa tidak lagi dilakukan dalam bentuk yayasan serta semata mengutamakan aspek idealnya, tetapi berupa PT (Perseroan Terbatas), yang didukung oleh sistem manajemen profesional dan menggunakan produk-produk teknologi canggih serta mengarah kepada

---

<sup>17</sup> Ahmad M. Saefuddin, "Potensi Kritis Umat Islam Indonesia", *Islam Di Indonesia Suatu Suatu Ikhtiar Mengaca Diri*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1992), p. 69

<sup>18</sup> Aslam Abdullah, *loc.cit*

*komersialisme*. Kedua, semakin banyaknya para pengusaha nasional atau lazim disebut para "konglomerat" yang menanamkan modalnya dibidang usaha media massa. Ketiga, media massa yang ada, semakin beragam bentuknya dan mengarah kepada spesialisasi.<sup>19</sup> Diantaranya adalah media massa yang berdasarkan nilai-nilai keislaman atau yang juga disebut sebagai pers Islam.

Sehubungan dengan pers Islam tersebut belum lama ini ICMI membidani lahirnya koran baru yang bernama *Republika*. Kelahiran harian umum *Republika* pada 4 Januari 1993 ini agaknya merupakan upaya untuk merealisasikan pers Islam yang bersifat *independent* dan bisa dibaca oleh semua kalangan baik muslim maupun non-muslim. Kehadiran *Republika* ini telah memberi nuansa baru --atau mungkin alternatif baru-- dari obsesi kita selama ini, yaitu munculnya sebuah harian umum bernafaskan Islam.<sup>20</sup>

Dan yang pasti lahirnya *Republika* menambah khasanah penerbitan Islam. Berbarengan dengan penambahan jumlah penerbitan Islam, bertambah pula kajian atau penelitian tentang pers Islam, baik yang berupa buku, artikel, maupun skripsi. Sayangnya, pembicaraan biasanya lebih terfokus pada ikhtiar mencari batasan-batasan pers Islam itu sendiri daripada menyinggung soal kendala dan peluangnya menghadapi proses industrialisasi dan globalisasi dengan berbagai dampak yang menyertainya.<sup>21</sup>

## B. Permasalahan

Pada pertengahan abad ke-20, dunia komunikasi mulai mengalami rangkaian perubahan mendasar. Hal ini terutama disebabkan oleh perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang dalam beberapa segi tertentu, dewasa ini telah

---

<sup>19</sup> Sasa Djuarsa Sendjaja, *ibid*

<sup>20</sup> Ainur Rofiq Sophiaan, *op.cit*, p.63

<sup>21</sup> Ainur Rofiq Sophiaan, *op.cit*, p.1



mendekati puncak. Komputer misalnya hampir sampai pada puncak miniaturisasi dan efisiensi. Teknologi jaringan data terpadu (*Integrated Data Service Network/ISDN*) yang dicanangkan sejak tahun 1970-an, sudah mulai berjalan, meskipun prasarananya belum lengkap.<sup>22</sup>

Semua perkembangan tersebut memberi dampak bagi perubahan kehidupan masyarakat. Dan sejalan dengan itu muncul pula berbagai teori dan konsepsi yang mengupas makna di balik perkembangan dan kemajuan informasi tersebut.

Konsepsi paling menarik menyangkut masalah perubahan masyarakat ini dikemukakan Alvin Toffler yang mencoba mencari makna yang lebih luas dari gejala perubahan tersebut. Toffler menyatakan perubahan yang terjadi dalam peradaban masyarakat sejak pertengahan abad ke-20 lalu merupakan Gelombang Ketiga dalam sejarah peradaban dunia yang implikasinya sama dahsyatnya dengan Gelombang Pertama (Revolusi Pertanian: 8000 SM - 1700 M) dan Gelombang Kedua (Revolusi Industri: 1700 M - 1970).<sup>23</sup>

Dalam gelombang Ketiga menurut Toffler akan terjadi perubahan total di segala bidang. Bukan hanya dalam perekonomian dan teknologi tetapi juga dalam struktur masyarakat, cara hidup, pranata sosial dan kebudayaan. Ciri-ciri masyarakat industri segera ditinggalkan dan digantikan dengan ciri-ciri masyarakat informasi.

Apabila mengacu pada konsepsi Toffler tentang perkembangan masyarakat, dewasa ini Indonesia sedang berada di tengah beberapa gelombang sekaligus. Kondisi tersebut memang dimungkinkan terjadi dalam suatu negara, seperti dikemukakan oleh John Naisbitt: "... adalah sangat mungkin sebuah negara berada

---

<sup>22</sup> M.Alwi Dahlan, "Perkembangan Dunia Komunikasi Dasawarsa 1990-an" dalam *Reporter* No.15/1991.

<sup>23</sup> Lihat selanjutnya Alvin Toffler, *The Third Wave*, (New York: Morrow, 1980).

dalam berbagai kondisi masyarakat pertanian, industri dan informasi secara simultan".<sup>24</sup>

Tetapi jika diamati dari segi teknologi, gejala kehidupan Gelombang Ketiga yang paling menampakkan diri dengan kuat di Indonesia, terutama sejak beberapa tahun terakhir. Di kota-kota besar mulai muncul cara dan gaya kehidupan peradaban informasi.<sup>25</sup> Jumlah pemilikan komputer pribadi meningkat amat pesat, diantaranya bahkan ada yang mempunyai akses dengan database luar negeri. Demikian juga jumlah permintaan antena parabola menunjukkan kecenderungan yang terus meningkat.

Sejalan dengan perkembangan dalam dunia komunikasi pada umumnya, di bidang pers terjadi pula perkembangan yang cukup pesat. Teknologi persuratkabaran sudah sampai pada penggunaan perangkat keras era informasi, seperti mesin setting, repro dan mesin cetak yang dikendalikan komputer. Teknologi cetak jarak jauh sudah mendekati tahap akhir persiapan dan dalam waktu dekat akan segera diterapkan. Pemilihan berita, gaya tulisan, tata wajah dan penampilan surat kabar sudah semakin sama dengan di luar negeri sebagai akibat meluasnya penerapan tolok ukur dan nilai-nilai informasi global.<sup>26</sup> Sementara itu jumlah oplag surat kabar juga meningkat. Sampai dengan Maret 1991 setiap hari surat kabar terbit sekitar 13.964.864 eksemplar, naik 19 persen dibanding periode 1989 - 1990 yang hanya mencapai 11.751.658 eksemplar.<sup>27</sup>

Sayangnya hingga sekarang belum ada studi khusus yang memantau peta peredaran media cetak Islam. Namun, sebagai gambaran kasar, jika tiap penerbitan

---

<sup>24</sup> Dikutip oleh Bob Widyahartono, "Teknologi Informasi dan Surat Kabar", dalam *Persuratkabaran Indonesia dalam Era Informasi* ( Jakarta: Sinar Harapan, 1986), p.177

<sup>25</sup> Dahlan, *op.cit.*, p.199

<sup>26</sup> M.Alwi Dahlan, "Perkembangan Dunia Komunikasi Dasawarsa 1990-an" dalam *Reporter*, No.15/1991

<sup>27</sup> Kompas, 18 Juni 1991

diambil rata-rata 40.000 eksemplar, dari 10 media yang dianggap sehat maksimal total tirasnya 400.000 eksemplar. Kesepuluh media itu adalah : *Amanah, Suara Hidayatullah, Al-Muslimun, Serial Media Dakwah, Suara Masjid, Aula, Ulumul Qur'an, Panji masyarakat, Salam, dan Estafet*. Dengan mempertimbangkan jumlah umat Islam sekitar 120 juta jiwa, maka tiap eksemplar media cetak Islam masih dibaca oleh 300 orang Muslim. Dengan asumsi 10 persen potensial pembaca, maka tiap eksemplarnya masih dibaca 30 orang. Perbandingan ini jelas tidak proporsional, karena idealnya tiap 1 eksemplar dibaca 5 orang.<sup>28</sup>

Kondisi pers seperti di atas sejalan dengan pengamatan Dewan Pers seperti tertuang dalam keputusan Sidang Pleno Dewan Pers ke-33 di Surakarta tahun 1990 dan Sidang Pleno Dewan Pers ke-34 di Jayapura tahun 1991.

Dalam keputusan pada Sidang Pleno tersebut, Dewan Pers mencatat bahwa Pers Indonesia sedang memasuki fase baru atau sedang mengalami transformasi. Ciri-ciri transformasi yang menonjol dan berpengaruh terhadap kehidupan pers adalah bobot modal, bobot teknologi, dan bobot bisnis yang semakin kuat kehadiran dan peranannya dalam penerbitan pers di Indonesia.<sup>29</sup>

Ciri-ciri itu dengan jelas ditandai antara lain dengan munculnya fenomena konglomerasi pers dan pers konglomerat yang mewarnai perkembangan dunia pers pada tahun-tahun terakhir ini.

Konglomerasi pers adalah pengelompokan pemilikan usaha penerbitan pers disatu tangan, atau di kelompok perusahaan pers tertentu. Sedangkan pers konglomerat diartikan sebagai perusahaan penerbitan pers yang mayoritas modalnya dimiliki oleh usahawan konglomerat (non-pers).<sup>30</sup>

---

<sup>28</sup> Ainur, *loc.cit.*, p.16

<sup>29</sup> Reporter, No. 15/1991, p.34-35

<sup>30</sup> Tjipta Lesmana, "Konglomerasi Pers dan Pers Konglomerat", Jakarta, 9 Februari 1990

Berbagai perkembangan yang terjadi tersebut mempengaruhi kondisi pers Indonesia. Adanya globalisasi misalnya, akan menimbulkan kemungkinan meluasnya proses liberalisasi arus informasi yang bisa menyeret sistem pers nasional jauh ke dalamnya. Dalam globalisasi arus berita tidak lagi dihambat oleh ruang dan waktu. Pengendalian informasi karena itu menjadi hal yang semakin mustahil. Dunia semakin transparan, sehingga masuknya nilai-nilai budaya asing ke dalam masyarakat menjadi relatif sulit dihindari.

Akibat lebih jauh adalah perubahan dalam konsep nilai berita. Tolok ukur dari nilai informasi global semakin luas diterapkan. Gejala ini sudah mulai terjadi di Indonesia, terutama bila diamati mengenai masalah gaya penulisan, pemilihan berita, tata wajah pers Indonesia.

Perubahan-perubahan cukup mendasar dalam bidang pemberitaan tersebut secara kebetulan sejalan dengan semangat pasal 19 dari Pernyataan Umum Hak-hak Azasi Manusia tentang Kebebasan Informasi Internasional. Bunyi pernyataan tersebut adalah : Everyone has the right to freedom of opinion and expression; this right includes freedom to hold opinions without interference and to seek, receive and import information and ideas through any media and regardless of frontiers.<sup>31</sup>

Jadi konsep kebebasan informasi menurut pasal tersebut memang menyangkal adanya batas-batas kekuasaan negara (*regardless frontier*). Hal ini bisa menyebabkan timbulnya benturan antara dua fenomena yang saling berlawanan. Di satu pihak, tekanan arus budaya kosmopolitan (globalisasi) kian besar, di lain pihak, tuntutan sistem (pers) nasional untuk melestarikan diri juga kian ketat. Dengan kata lain sedang terjadi gejala benturan antara arus globalisasi dan sistem pers nasional yang ingin mempertahankan kehadirannya.

---

<sup>31</sup> Dikutip dari J.C.T. Simorangkir, SH, *Hukum dan Kebebasan Pers* (Jakarta : Badan Pembinaan Hukum Nasional, 1980), p.27

Fenomena munculnya konglomerasi pers dan pers konglomerat semakin mempertegas adanya benturan tersebut. Fenomena tersebut mengakibatkan pers Indonesia mengalami pergeseran dari pers perjuangan (idealisme) menjadi pers industri.<sup>32</sup>

Gejala munculnya pers industri ditandai dengan masuknya kaum pengusaha non-pers ke dalam industri pers. Sebelumnya, hubungan antara pers dan dunia usaha oleh beberapa pengamat digambarkan seperti kucing dengan anjing. Pers menghindari dunia bisnis dan pemberitaannya, yang dianggap tertuju pada keuntungan semata, bertentangan dengan idealisme pers perjuangan. Sebaliknya dunia usaha yang masih serba tertutup curiga dengan keingintahuan orang pers mengenai bisnis, apalagi jika menyangkut kekayaan, modal, dan manajemen perusahaan.<sup>33</sup>

Namun dengan adanya deregulasi yang menyebabkan perkembangan dunia usaha yang luar biasa, pers dan dunia usaha saling membuka peluang. Bagi dunia usaha peluang tersebut bukan hanya sebagai wahana penyebaran informasi usaha dan untuk membangun citra perusahaan, tetapi bisnis pers itu sendiri ternyata mempunyai prospek yang baik untuk investasi.

Perkembangan tersebut mendorong komersialisasi dan perbisnisan dunia pers. Dalam tahun-tahun terakhir ini tampak berbagai usaha dalam dunia pers untuk memperkuat diri menurut ukuran bisnis, melalui kerjasama dan pengelompokan serta perluasan kepemilikannya. Penerbitan pers tertentu memiliki kelebihan modal yang menuntut mereka melakukan reinvestasi di bidang pers. Alternatif yang tersedia

---

<sup>32</sup> Lesmana, *loc.cit*

<sup>33</sup> M.Alwi Dahlan, "Pers Menjadi Fokus Berita", *Reporter*, No. 13/1991, p.16

adalah menaikkan oplag atau ekspansi ke daerah mengingat pers daerah pada umumnya lemah dalam pengelolaan, manajemen maupun jurnalistik.

Konsentrasi pemilikan akibat pertumbuhan ekonomi yang tidak merata itu menimbulkan kelompok-kelompok perusahaan pers. Antara lain dapat disebutkan:<sup>34</sup>

1. Kelompok Gramedia Kompas: 5 surat kabar, 20 majalah.
2. Kelompok Tempo Grafiti: 3 surat kabar, 7 majalah.
3. Kelompok Suara Pembaruan: 3 surat kabar, 2 majalah.
4. Kelompok Femina: 5 majalah.
5. Kelompok Kartini: 5 majalah.
6. Kelompok Ika Muda: 5 majalah.

Masuknya pemodal dan pengusaha non-pers dari satu sisi membawa akibat positif. Pengelolaan usaha pers yang ditangani profesional bisnis, dengan pertimbangan dan perhitungan bisnis, mempersehat industri pers. Karena itu berita, penampilan, dan distribusi dapat dilakukan dengan lebih profesional. Di sisi lain masuknya pemodal dan pengusaha non-pers melahirkan sejumlah konsekuensi yang ternyata seringkali berlawanan arah dengan pers idealis/pers perjuangan.

Meskipun secara normatif konglomerasi pers tidak bertentangan dengan sistem ekonomi Pancasila dan Sistem Pers Pancasila, namun timbul pertanyaan, apakah secara empiris kehadiran konglomerat pers mampu tetap menempatkan pers dalam posisi sebagai *advocatus civiliae* (pembela masyarakat) atau berubah sebagai *advocatus pecuniae* (pembela uang).<sup>35</sup>

Dari segi bisnis, penerbitan yang mengandalkan eksploitasi seks dan kekerasan memang sangat menguntungkan. Apalagi sejauh ini belum pernah ada penerbitan pers yang dibatalkan SIUPP-nya karena mengeksploitasi pornografi dan

---

<sup>34</sup> Tjipta Lesmana, *loc.cit.*

<sup>35</sup> Depari, *loc.cit.*

sadisme. Karena itu kecenderungan mengeksploitasi masalah seks dan kekerasan dengan tujuan pengembangan sirkulasi, cenderung makin sering dilakukan oleh beberapa penerbitan.

Pelanggaran terhadap Kode Etik Jurnalistik, seperti yang dicatat Dewan Kehormatan PWI, cenderung semakin tinggi, baik kualitasnya maupun kuantitasnya.<sup>36</sup> Bahkan Dewan Kehormatan PWI dan Pengurus Besar IDI (Ikatan Dokter Indonesia) sempat mengeluarkan pernyataan keprihatinan karena beberapa penerbitan menggunakan kolom-kolom kesehatan untuk eksploitasi masalah seks.<sup>37</sup>

Berbagai gejala yang terjadi tersebut sebenarnya menggambarkan pergolakan yang sedang terjadi dalam tubuh pers Indonesia. Alwi Dahlan menyatakan, "Pers Indonesia sedang mengalami perubahan mendasar dalam berbagai aspek, seperti peranan pers dalam masyarakat, struktur industrinya, maupun nilai-nilai profesional".<sup>38</sup>

Bila pada pers umum terjadi berbagai pergolakan, bagaimana dengan pers Islam? Yaitu pers religi yang mempunyai muatan nilai "plus" dibandingkan pers umum yang independen. Pergolakan atau kendala apa saja yang dihadapi oleh pers Islam, terutama dalam menjalankan visi dan misinya? Untuk membatasi sudut pandang penelitian, maka kendala yang akan dilihat hanya kendala jurnalistik yang paling esensial yang dihadapinya, dan menghambat kemajuannya.

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini memang berawal dari keprihatinan melihat fenomena yang ada di masyarakat dewasa ini. Di tengah semakin bertambahnya kelompok-kelompok masyarakat yang semakin intens pendekatannya terhadap Islam yang ternyata adalah kelompok terpelajar yang

---

<sup>36</sup> "Wakil Ketua MPR/DPR: SIUPP Hendaknya Ditinjau Kembali", Kompas, 22 Mei 1991

<sup>37</sup> "PWI dan IDI Prihatinkan Berita Rubrik Kesehatan", Kompas, 15 Juli 1991.

<sup>38</sup> Dahlan, *Loc.cit.*

kebutuhannya akan informasi juga besar, tentu secara teoritis diiringi dengan pertumbuhan pers Islam. Namun kenyataannya tidaklah demikian. Justru penerbitan-penerbitan yang hanya mengobrol sensasi murahan makin melejit. Sementara pada saat yang sama pers Islam masih nampak terseok-seok.

Tantangan yang dihadapi oleh pers Islam memang tidak sedikit. Dari mulai harus dapat menyalurkan aspirasi umat yang beragam dengan batasan-batasan yang tidak jelas sampai harus bersaing ketat dengan media lain di era informasi ini. Di mana informasi sudah menjadi barang komoditi yang dijadikan bisnis.

Maka ketika pers Islam berusaha menjalankan visi dan misinya, terbersit pertanyaan-pertanyaan : kendala jurnalistik apa yang dihadapi oleh pers Islam -- dalam hal ini yang berusaha bersifat umum-- agar dapat dibaca oleh masyarakat yang majemuk tapi juga berusaha konsisten dengan nilai-nilai Islam?

Penelitian ini hanya menyoroti kendala jurnalistik, karena masih sangat sedikit penelitian yang berusaha mengkaji kendala yang dihadapi pers Islam dalam hal jurnalistik. Padahal suatu media massa, baik itu cetak, televisi, maupun radio tidak terlepas dari masalah jurnalistik tersebut. Jurnalistik itu sendiri berasal dari bahasa Perancis, *Journal*. Artinya, catatan harian. Yakni kegiatan dalam komunikasi yang dilakukan dengan cara menyiarkan berita atau ulasannya mengenai berbagai peristiwa sehari-hari yang bersifat umum dan hangat dalam waktu secepat-cepatnya. Ringkasnya, kegiatan pencatatan atau pelaporan dan penyebaran berita tentang kejadian sehari-hari.<sup>39</sup> Berarti segala sesuatu yang menghambat kegiatan pencatatan, pelaporan atau penyebaran berita dapat dikatakan sebagai kendala jurnalistik.

Permasalahan yang dihadapi oleh pers Islam dalam hal jurnalistik ini tentu beragam sekali dan perlu penelitian yang mendalam. Maka penelitian ini berusaha

---

<sup>39</sup> Kurniawan Junaedhie, *Ensiklopedi Pers Indonesia*, (Jakarta: Gramedia 1991), p.116



menelaahnya satu persatu hingga akhirnya menemukan kendala jurnalistik paling substansial yang menghambat kemajuan pers Islam selama ini.

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang diajukan, maka tujuan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Mengetahui kebijakan redaksional pers Islam dalam hal visi dan misinya, sehubungan dengan keberadaannya di tengah-tengah pers umum.
2. Mengetahui kendala-kendala jurnalistik apa saja yang dihadapi oleh pers Islam, ketika menjalankan visi dan misinya, khususnya dalam bidang redaksional.
3. Mengetahui faktor-faktor lain yang terkait dalam menghambat kemajuan pers Islam.

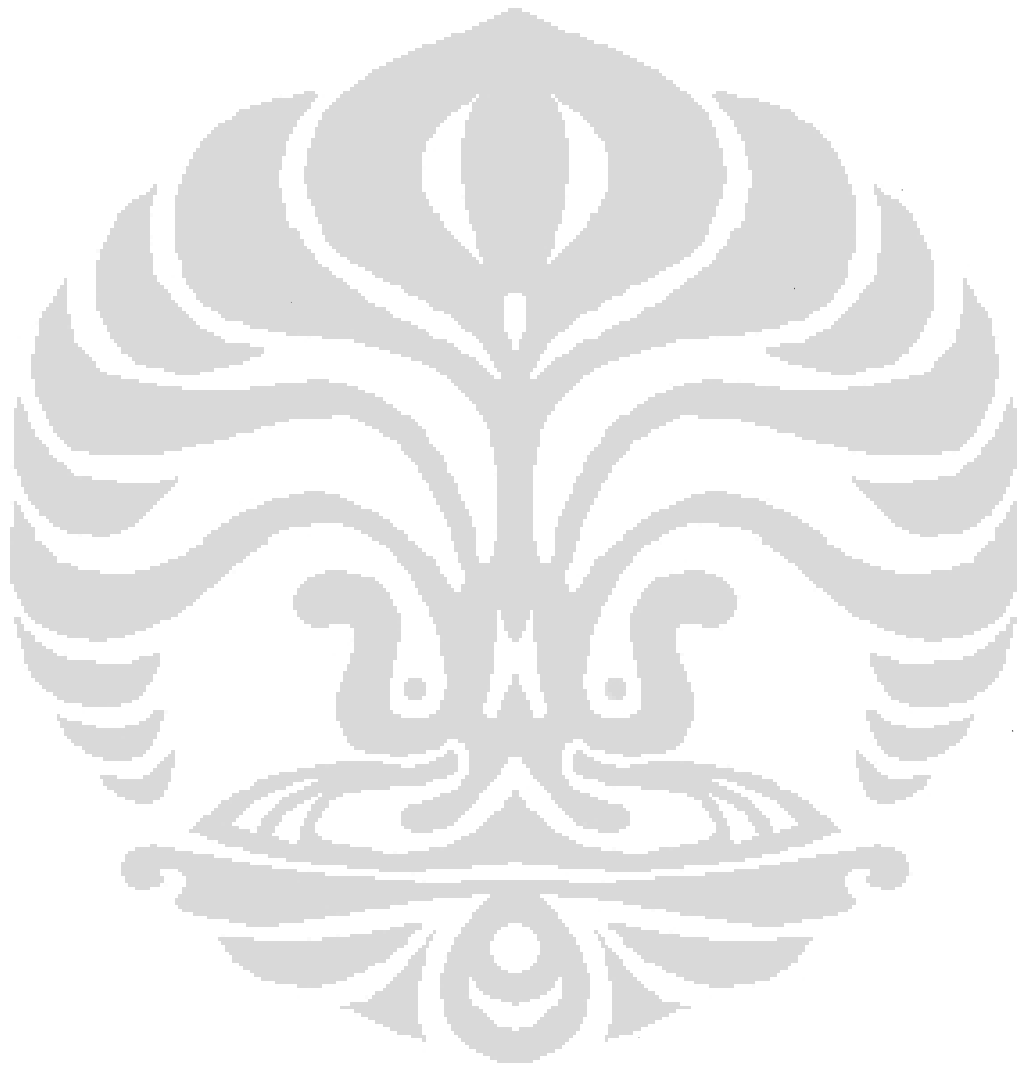
### **D. Signifikansi Penelitian**

#### **a. Signifikansi Praktis:**

Dalam tahap awal penelitian ini mungkin lebih memiliki signifikansi praktis, yaitu untuk mengungkapkan apa saja kendala jurnalistik yang menghambat suatu pers yang berdasarkan suatu ideologi tertentu. Sehingga diharapkan memberi masukan baru bagi pihak yang terlibat dalam masalah ini, khususnya kalangan pers Islam. Kemudian bisa dijadikan masukan untuk pengembangan pers Islam dimasa mendatang.

b. Signifikansi Akademis:

Secara akademis, penelitian yang bersifat deskripsi ini sangat diharapkan mampu memberi masukan tentang keberadaan pers Islam dengan segala tantangannya.



## BAB II KERANGKA PEMIKIRAN

### A. Pers: Suatu Medium Komunikasi Massa

Sebelum sampai pada uraian mengenai pers Islam yang dipakai untuk mengkaji penelitian ini akan dikemukakan terlebih dahulu uraian mengenai pers secara umum.

Banyak ungkapan dipakai oleh para ahli untuk menunjukkan asal-usul pers. Di antaranya yang cukup ekspresif ialah ungkapan sosiolog Kanada bernama McLuhan. Ia menyebut pers dan media massa umumnya sebagai *the extension of man*, eksistensi manusia. Kodrat pembawaan dan kebutuhan esensial manusia ialah berkomunikasi. Ia menyatakan diri, berbicara, menerima pesan dan menyampaikan pesan, ia berdialog, menyerap yang dilihat dan didengar, ia berada dalam suatu lingkungan dan bercengkerama dengan lingkungan dan dengan proses itu, ia menyatakan dan mengembangkan perikehidupannya yang bermasyarakat.

Di antara berbagai sarana media massa yang ada, surat kabar merupakan jenis yang tertua di dunia, seperti yang diungkapkan Charles S. Steinberg: "The newspaper is the oldest medium of mass communication, except for the book."<sup>40</sup> Baru setelah itu muncul sarana media massa lain, seperti radio, film, televisi, video, komputer. Meskipun demikian surat kabar tetap dianggap sebagai tulang punggung komunikasi. Hal ini disebabkan oleh sifat-sifat media itu yang menguntungkan, misalnya sifat permanen pesan-pesan yang telah dicetak, keleluasaan pembaca mengontrol keterdedaahannya (*exposure*), dan mudah disimpan serta diambil kembali.<sup>41</sup>

Pers dan media massa menjadi hasil karya budaya masyarakat manusia yang semakin berkembang dan meluas, sehingga keperluan berekspresi dan berkomunikasi tidak lagi memadai jika tidak dibantu oleh instrumen yang sanggup menyampaikan pesan secara serentak, cepat, menjangkau luas. Instrumen itu ialah media massa.

Karena isi ekspresi manusia yang bermasyarakat adalah aneka macam menyangkut segala bidang kehidupan yang menjadi minatnya, maka media massa pun memberikan isi yang beraneka macam.

Jika diamati lebih lanjut, konfigurasi itu ternyata mengandung apa yang oleh seorang ilmuwan, **Leon V. Siegel**, dinamakan "seuntai nilai-nilai." Seuntai nilai-nilai itu membangun visi atau suatu kerangka pandangan yang menjadi semacam kaca mata bagaimana wartawan melihat suatu kejadian, memberikan makna atau meletakkan tekanan pada kejadian tersebut.<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> Charles S. Steinberg, *Mass Media and Communication*, 2nd ed; revised and enlarged (New York: Hasting House Publisher, 1972), p.123

<sup>41</sup> Amri Jahi, *Media Cetak dan Pembangunan Pedesaan di Negara-Negara Dunia Ketiga*, dalam *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-Negara Dunia Ketiga*, (Jakarta: Gramedia 1988), p.114.

<sup>42</sup> Leon V. Siegel, *Reporters and Officials, The Organizations and Politics of Newsmaking*, DC Heath and Company, 1973

Konfigurasi atau visi surat kabar menjadi perangkat dalam persentuhan atau interaksinya dengan peristiwa dan permasalahan masyarakat yang menjadi tempat berlangsungnya kejadian, sekaligus juga menjadi sumber berita tentang kejadian dan permasalahan-permasalahan. Visi itu menjadi kerangka acuan yang kreatif dalam mencari, menggali, meliput, dan menyajikan kejadian serta persoalan menjadi berita yang aktual, bermakna, menarik. Visi itu juga memberikan bobot, warna, dan dimensi kepada kejadian-kejadian yang diangkat menjadi bahan berita, baik dalam proses seleksi maupun dalam proses memberikan makna dan bentuk.<sup>43</sup>

Karena dalam pekerjaan pers visi itu setiap kali dipertemukan dengan kejadian-kejadian aktual, maka amatlah mudah dimengerti apabila visi yang menjadi "seuntai nilai" pokok suatu penerbitan pers bukanlah suatu visi yang ditangkap dalam posisi statis dan beku, melainkan dalam posisi yang bergerak. Nilai-nilai dasar yang menjadi visi dan kerangka acuan pers itu dapat bermacam-macam, tergantung dari mereka yang mendirikan surat kabar atau majalah. Namun, sekalipun nilai-nilai dasar yang dirumuskan menjadi visi itu dapat bermacam-macam, ia tidak dapat melepaskan diri dari nilai dasar serta visi sentral yang berlaku dalam masyarakat tempat penerbitan itu berada, berkembang, bekerja melaksanakan peranan-peranannya.<sup>44</sup> Maka visi mempengaruhi kebijakan redaksional dan produk akhir suatu media. Visi juga mempengaruhi pelaksanaan fungsi dan peranan media tersebut, misalnya fungsi pers apa yang paling ditekankan oleh suatu penerbitan berdasarkan visi penerbitan tersebut.

Visi tadi menjadi fungsional dalam penyelenggaraan penerbitan pers dengan cara: pertama, visi dasar itu berlaku untuk seluruh pers sebagai lembaga, mencakup

---

<sup>43</sup> Jakob Oetama, *Perspektif Pers Indonesia*, (Jakarta: LP3ES, 1989), p.7

<sup>44</sup> *ibid*

bidang redaksi, pengelolaan segi bisnisnya yakni keuangan, sirkulasi, periklanan, administrasi, percetakan, teknologi, dan industri. Kedua, berlakunya nilai dasar atau visi tersebut dalam bidang redaksional. Nilai dasar dan visi tidak hanya berperan dalam membuat seleksi berita. Ia juga menjadi pegangan dan pedoman koran atau majalah dalam membangun pendapat dan komentarnya tentang berbagai kejadian dan permasalahan melalui berbagai rubrik opini seperti tajuk, karikatur, pojok, dan artikel yang disertai nama. Nilai, paham, dan visi dasar yang berlaku bagi masyarakat bangsa Indonesia ialah nilai dasar : Ketuhanan yang Maha Esa, Kemanusiaan yang Adil dan Beradab, Persatuan Indonesia. Kerakyatan yang Dipimpin Oleh Hikmat Kebijaksanaan Dalam Permusyawaratan/Perwakilan, Keadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat Indonesia.<sup>45</sup>

Kemudian, bagaimana perkembangan pers dewasa ini? Perkembangan pers dunia dewasa ini ibarat pedang bermata dua : menggembirakan sekaligus mengkhawatirkan. Dikatakan menggembirakan karena dengan pers proses transformasi sosial dapat berjalan amat cepat disamping distribusi informasi ilmu pengetahuan dan teknologi juga dapat merebak dengan amat mengagumkan, melewati batas-batas geografis yang tidak pernah terbayangkan sebelumnya.

Apa hendak dikata dengan kemajuan pers pula sebuah peradaban yang berciri pers global kini telah mendominasi umat sedunia. Ibarat terpaan angin, tidak seorangpun kini dapat melepaskan diri dari *media exposure* secara total. Bahkan konon tanpa pers pun kita tidak dapat hidup secara wajar. Lee Iacocca mengatakan, "We can't live without the press".

Persoalannya kini adalah siapa yang memenej dan mengendalikan institusi pers tersebut, serta bagaimana nilai-nilai dasar yang menjadi pijakan kebijakan

---

<sup>45</sup> *ibid*

redaksional. Disinilah kecemasan itu muncul. Dan karena perbedaan itu pula kini sedang terjadi sebagaimana yang disebut Alvin Toffler sebagai *total information war* antar media.

Demikian pentingnya fungsi dan eksistensi pers hingga ada satu pemero, siapa pun yang hendak melanggengkan kekuasaan amat bergantung pada sejauh mana ia mampu mengontrol pers sebagai lembaga demokrasi keempat, setelah eksekutif, yudikatif, dan legislatif.

Pers juga dapat digunakan untuk mempengaruhi sekaligus membentuk pendapat umum. Pakar komunikasi **Mc. Luhan** menyebutnya, "media is the message". Dalam konteks inilah pers kemudian menjadi alat yang paling efektif dalam pertarungan ideologi dan pemikiran di dunia.

Sudah menjadi rahasia umum bahwa sebuah *event* atau *opinion* dapat dikembangkan dari *angle* yang berbeda-beda. Apalagi pada tingkat analisis berita secara keseluruhan obyektivitas itu sebenarnya sudah dalam persepsi dan visi analisnya. Dapat dikatakan pula, berita atau informasi itu sudah "diformat" dalam program tertentu.<sup>46</sup>

Tingkat kecerdasan suatu bangsa biasanya diukur dari prosentase melek huruf (mampu membaca dan menulis) dari keseluruhan jumlah penduduknya. Lebih konkrit lagi ukuran tersebut biasanya dikaitkan dengan minat baca. Data BPS (Biro Pusat Statistik) pada tahun 1991 menyebutkan, penduduk yang berusia 10 tahun ke atas yang membaca koran/majalah (*print media*) cuma 21,6 %, sedangkan sisanya 64,4 % menonton televisi (*broadcast media*). Besarnya minat tonton televisi juga membuktikan bahwa di masa depan bisnis media cetak akan banyak tersaingi dengan media elektronik televisi.

---

<sup>46</sup> Ainur Rofiq Sophiaan, *op.cit*, p.68

Persaingan bisnis pers yang makin sengit telah mensyaratkan struktur dana yang kuat disamping profesionalisme yang tinggi. Sejarah pers di Indonesia mencatat paling banyak kisah jatuh-bangunnya suatu penerbitan. Banyak bermunculan penerbitan baru, sementara yang lainnya hidup serba pas-pasan, bahkan akhirnya menghentikan usahanya atau *colaps*. Sebab lain adalah dibreidel pemerintah karena pers Indonesia memang menganut sistem kebebasan pers yang bertanggung jawab. Agar tetap *survival* dalam kompetisi itu pers akhirnya harus memasuki era industrial, saat mana pers sudah menjadi bagian dari industri modern dengan segala konsekuensi bisnis, politis, dan sosio-kulturalnya. Pers industri adalah fenomena baru di Indonesia, karena sebelumnya peranan pers telah melekat dengan denyut nadi sejarah pergerakan yang dikenal sebagai Pers Perjuangan. Pers Perjuangan lebih menonjolkan idealisme kebangsaan daripada tujuan-tujuan komersial. Karena itu pers pada masa tersebut banyak melahirkan wartawan-wartawan pejuang. Diantaranya adalah H. Rosihan Anwar, Mochtar Lubis, Ramadhan K.H., B.M. Diah, Solichin Salam, Bur Rasuanto, dan H. Dja'far Assegaff.<sup>47</sup>

Memang masih ada peluang dan optimisme penegakan nilai-nilai idealisme seperti kejujuran, keberanian, keterbukaan, kebenaran. Namun, pada akhirnya pers industri pun akan dihadapkan pada persaingan yang cukup tajam. Artinya, masing-masing penerbitan akan berlomba-lomba menampilkan *straight news* yang eksklusif dan *investigative report* yang dalam. Di lain pihak, masyarakat yang semakin kritis dan terdidik akan menjadi pusat pengendalian dan tolok ukur kualitas sebuah penerbitan. Dr. Alvin Toffler ketika berceramah di Jakarta (1991) bahkan melihat adanya kecenderungan baru munculnya *participatory Journalism* yang sebagian besar isinya dipengaruhi oleh kehendak khalayak pembaca. Di negara-negara maju sudah lama

---

<sup>47</sup> *Op.cit.*, p.12



dikenal pertanyaan *what do the audience do for the media*, sementara di negara-negara berkembang masih pada tahap *what do the media do for the audience*. Akan tetapi di negara-negara yang bergerak maju menuju masyarakat industrial, munculnya media yang semakin representatif dan aspiratif dengan rakyat akan lahir.<sup>48</sup>

Tidak lengkap rasanya jika membicarakan pers tanpa menyinggung sejarah perkembangan pers di dunia agar bisa memetakan pers di Indonesia secara tepat.

Dalam sejarah perkembangan pers di dunia, pada hakekatnya dikenal 4 macam teori atau konsep tentang pers. Masing-masing teori merefleksikan keadaan masyarakat serta dasar-dasar pemikiran yang hidup dan berkembang dalam masyarakat tersebut waktu itu.

Pengelompokan konsep pers ke dalam empat teori besar ini tidak berarti bahwa pers di dunia ini secara absolut dapat dimasukkan ke dalam kelompok-kelompok itu secara tepat. Oleh karena sistem pers yang dijalankan oleh masing-masing negara berbeda satu sama lain, hal itu amat bergantung kepada sistem politik yang dianut negara bersangkutan. Bahkan sistem pers itu dipengaruhi pula oleh perkembangan ekonomi negara yang bersangkutan dan juga oleh perkembangan sosial dan budaya masyarakatnya. Lloyd Sommerland mengatakan : "The press is a social institution and its function and character will differ according to the political, economic and social structure of the country".<sup>49</sup>

Keempat teori itu sekedar memudahkan para peneliti untuk membedakan secara global sistem pers di negara-negara tertentu dengan karakteristiknya masing-masing. Empat teori dasar itu adalah : yang pertama Teori Otoriter (*Authoritarian*) terhitung mulai sejak abad XV, sewaktu pers untuk pertama kalinya

<sup>48</sup> *Op.cit.*, p.14

<sup>49</sup> E. Lloyd Sommerland, *The Press in Developing Countries*, (Sydney : Sydney University Press, 1966), p. 140

muncul sebagai suatu lembaga masyarakat ; yang kedua, yaitu Teori Liberal (*Libertarian*) yang diakui dan telah berkembang sejak abad XVII dan abad XVIII, sebagai akibat timbulnya revolusi dan perubahan yang besar di dalam pemikiran-pemikiran atau pengetahuan di Barat waktu itu, yang terkenal dengan nama abad "pencerahan" ; yang ketiga, yaitu konsep komunis Soviet yang muncul pada awal abad XX, sebagai akibat dari sistem pemerintahan komunis di Uni Soviet ; dan yang keempat, Teori Tanggung Jawab Sosial (*Social Responsibility*) yang muncul pada abad XX pula dan merupakan teori terbaru yang masih dalam taraf pengembangannya hingga saat ini.<sup>50</sup>

Teori otoriter dikenal sebagai sistem tertua di antara 4 sistem pers di dunia. Lahir pada abad kelima belas sampai keenam belas pada masa bentuk pemerintahan bersifat otoriter (kerajaan absolut). Dalam teori ini, media massa berfungsi menunjang negara (kerajaan) dan pemerintah dengan kekuasaan untuk memajukan rakyat sebagai tujuan utama. Oleh karena itu pemerintah langsung menguasai dan mengawasi kegiatan media massa. Akibatnya sistem media massa sepenuhnya berada di bawah pengawasan pemerintah. Kebebasan pers sangat tergantung pada kekuasaan raja yang mempunyai kekuasaan mutlak.

Sedangkan teori pers liberal berpendapat bahwa manusia pada dasarnya mempunyai hak-haknya secara alamiah untuk mengejar kebenaran dan mengembangkan potensinya apabila diberikan iklim kebebasan menyatakan pendapat. Hal ini tidak dapat berlaku apabila terdapat kontrol dari pemerintah. Teori ini berkembang di Barat yang menganut falsafah *Laiser fair laiser passer*. Prinsip dasar liberalisme, dapat kita lihat dari pandangan aliran ini mengenai hakikat manusia,

---

<sup>50</sup> Fred S. Siebert, Theodore Peterson dan Wilbur Schramm, *Four Theories of The Press*, ( Urbana : University of Illinois Press, 1963 ), p.2

hubungan masyarakat dan negara, serta hakikat dari kebenaran dan pengetahuan. Mengenai kebebasan pers, teori libertarian beranggapan bahwa pers harus mempunyai kebebasan yang seluas-luasnya untuk membantu manusia dalam usahanya mencari kebenaran. Untuk mencari kebenaran, manusia memerlukan kebebasan untuk memperoleh informasi dan pikiran-pikiran yang hanya dapat secara efektif diterima ketika itu, apabila disampaikan melalui pers. Dengan demikian jelas bahwa dalam masyarakat liberal, kebebasan pers merupakan hal yang sangat pokok, karena dari kebebasan pers ini akan dapat dilihat esensialita dari kebebasan manusia. Atau dengan kata lain, kebebasan pers dapat menjadi ukuran atas kebebasan yang dimiliki oleh setiap manusia.<sup>51</sup>

Bagaimana dengan Teori Pers Komunis? Teori ini berkembang pada awal abad kedua puluh sebagai akibat dari sistem komunis di Uni Soviet. Sistem ini mendasarkan diri pada teori Karl Marx tentang perubahan sosial yang diawali oleh teori dialektika Hegel. Sesuai dengan sejarah kelahirannya dan pertumbuhannya yang tidak dapat dilepaskan dari sejarah ideologi komunis dan berdirinya negara Uni Soviet, maka teori pers ini lebih sering disebut dengan istilah "Pers Totaliter Soviet" (*Soviet Communist*).<sup>52</sup>

Di dalam teori komunis ini, media massa merupakan alat pemerintah (partai) dan bagian integral dari negara. Ini berarti bahwa media massa harus tunduk pada perintah dan kontrol dari pemerintah atau partai. Tunduknya media massa pada partai komunis membawa arti yang lebih dalam, yaitu sebagai alat dari partai komunis yang berkuasa. Kritik diizinkan dalam media massa, tetapi kritik terhadap dasar ideologi dilarang. Media massa melakukan apa yang terbaik bagi negara dan partai, dan apa

---

<sup>51</sup> *ibid*

<sup>52</sup> Schramm, *Mass Communication*, University of Illinois Press, Urbana, Chicago, London 1960.

yang terbaik menurut pemimpin elit negara dan partai. Yang dilakukan media massa untuk mendukung komunis dan negara sosialis merupakan perbuatan moral, sedangkan perbuatan yang membahayakan atau merintangi pertumbuhan komunis adalah perbuatan immoral.<sup>53</sup>

Yang terakhir adalah Teori Tanggung Jawab Sosial. Teori ini muncul pada permulaan abad kedua puluh sebagai protes terhadap kebebasan yang mutlak dari teori libertarian yang mengakibatkan kemerosotan moral pada masyarakat. Dasar pemikiran teori ini adalah kebebasan pers harus disertai tanggung jawab kepada masyarakat. Teori ini merupakan hasil pemikiran para ahli pikir ketika itu yang merasa bahwa teori libertarian murni dan tradisional sudah tidak sesuai lagi dengan keadaan zaman dan kebutuhan masyarakat pada waktu itu. Teori ini sering dianggap sebagai suatu bentuk revisi terhadap teori-teori sebelumnya, yang menganggap bahwa tanggung jawab pers terhadap masyarakat sangatlah kurang. Hal ini ditekankan sebagai orientasi yang utama dari pers. Penekanan tanggung jawab moral kepada masyarakat dengan usaha untuk menghindari kemungkinan terjadinya keadaan yang membahayakan kesejahteraan umum. Teori ini berasal dari sebagian besar laporan "Komisi Hutchins" yang diterbitkan pada tahun 1947. Dari laporan ini dikembangkan pendapat betapa pentingnya pers dalam masyarakat modern seperti sekarang ini, menekankan pada keharusan akan adanya tanggung jawab sosial dari setiap media komunikasi.<sup>54</sup>

Setelah melihat empat macam teori dasar tentang pers tersebut, maka dimanakah sistem pers Indonesia berada?

Pers Indonesia --berdasarkan warisan sejarahnya-- senantiasa ditandai oleh komitmen sosial-politik yang kuat. Pada awalnya pers Indonesia adalah pers

---

<sup>53</sup> *ibid*

<sup>54</sup> Lihat Rachmadi, *op.cit.*, p.37

perjuangan, yang didukung oleh intelektual-intelektual terbaik dari zaman perjuangan.<sup>55</sup> Masalahnya ialah, setelah fase perjuangan politik untuk pembentukan negara itu relatif selesai, mau dikemanakan komitmen pers Indonesia yang merupakan pers perjuangan tersebut?

Ada beberapa pendapat mengenai hal ini. Di antaranya adalah pendapat **Jakob Oetama**. Menurutnya pers Indonesia mencoba menempuh suatu *via media* (jalan tengah) antara pers yang liberal dan pers yang hidup di negara-negara totaliter. Kalau di negara-negara Liberal pers menjadi *watch-dog* terhadap pemerintah, dan kalau di negara-negara totaliter pers menjadi perpanjangan tangan pemerintah, maka pers Indonesia --yang kadang kala menamakan dirinya pers Pancasila-- berusaha untuk menjadi mitra pemerintah dengan tetap mempertahankan fungsi kontrol sosialnya. Namun jelas bahwa kalaulah pers Indonesia hendak menempuh suatu jalan tengah seperti itu, maka gabungan tersebut harus dilakukan secara cermat dan kritis sehingga daripadanya dapat diperoleh kombinasi dari unsur-unsur terbaik dari masing-masing sistem, dan bukan sebaliknya.<sup>56</sup>

**Jakob Oetama** juga menerjemahkan pers perjuangan menjadi pers pembangunan. Menurut pengertiannya pers pembangunan mempunyai tiga tugas utama, yaitu memberikan informasi tentang pembangunan, melakukan interpretasi terhadap informasi yang diberikan, dan selanjutnya mendukung informasi dan interpretasi itu dengan tulisan yang bersifat promosi agar supaya informasi tersebut diterima dan dijalankan secara operasional.<sup>57</sup>

Pendapat yang lain mengatakan bahwa pers Indonesia mempunyai fungsi yang tidak mudah untuk dikatakan sama dengan fungsi pers Barat atau pers

---

<sup>55</sup> Menarik untuk dicatat bahwa hampir semua pemimpin Indonesia dari generasi 28 adalah penulis aktif dalam pers.

<sup>56</sup> Jakob Oetama, *op.cit.*, p.xx

<sup>57</sup> *Loc.cit.*

Komunis. Sistem pers Komunis jelas tidak bisa diterapkan di Indonesia, juga sistem pers Barat (Liberal) tidak bisa diterima begitu saja, walaupun ada unsurnya yang masuk ke dalam praktek jurnalistik Indonesia, yaitu konsep "tanggung jawab sosial" dari pers. Teori "tanggung jawab sosial" ternyata telah diterima dan dikembangkan di dalam kehidupan pers di Indonesia, walaupun berbeda dengan pengertian "tanggung jawab sosial" daripada pers di Amerika Serikat.<sup>58</sup>

## B. Peranan dan Fungsi Pers

### B.1 Peranan Pers

Peranan media cetak tidak dapat dilepaskan dari fungsi pers secara makro. Para insan pers sudah mafhum melihat peranan ini sebagai bagian dari fungsi kontrol sosial. Dalam bentuk yang lebih konkrit, peranan itu kemudian diterjemahkan dalam tiga fungsi, yaitu memberi informasi (*informatif*), menghibur (*rekreatif*) dan menanamkan nilai-nilai pendidikan (*edukatif*). Ketiga fungsi ini terjalin berkelindan dalam peranan kontrol sosial. Karenanya, pers mesti bersifat inovatif, kritis, dan reformatif.<sup>59</sup> Pers harus bersifat inovatif dengan jalan senantiasa mendorong masyarakat untuk selalu berfikir lebih maju dan gemar mengusahakan temuan-temuan baru yang bermanfaat bagi kemaslahatan umat di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi maupun pemikiran-pemikiran orisinal masyarakat. Pers juga harus kritis dengan cara tidak henti-hentinya memantau perkembangan setiap perubahan sosial dan denyut institusi sosial. Kedua usaha tersebut dimaksudkan agar masyarakat berwatak reformis yang *nota bene* menjadi kata kunci setiap kemajuan.

---

<sup>58</sup> Drs.F.Rachmadi, "Sistem Pers Indonesia", dalam *Bunga Rampai Catatan Pertumbuhan dan Perkembangan Sistem Pers Indonesia*, (Jakarta: Pantja Simpati, 1985), p.354

<sup>59</sup> Ainur Rofif S., *Op.cit.*, p.18

Sementara itu media cetak sendiri telah memainkan peranan-peranan di atas dalam kadar yang berbeda-beda sesuai dengan visi dan *policy* masing-masing medianya. Ada media cetak yang lebih menitikberatkan pada segi-segi rekreatif. Demikian pula ada yang mengutamakan segi edukatif dan informatif.<sup>60</sup>

Dalam media cetak yang besar biasanya ketiga peranan itu dimainkan secara berimbang. Bentuk-bentuk aksentuasi itu tidak perlu dipertentangkan sepanjang unsur-unsurnya tetap sejalan dengan moralitas profesi dan masih dalam batas-batas norma sosial.

Walaupun pers pada dasarnya, secara historis, adalah produk kebudayaan Barat, namun rasanya kurang tepat apabila kita menyamakan atau mengidentikkan peranan pers di negara-negara berkembang dengan peranan pers di negara-negara maju. Sebab, perangkat nilai serta kondisi lingkungan yang mendukung perubahan dan perkembangan pers di mana ia berada dan berfungsi itu sangat berbeda. Oleh karena peran pers selalu dikaitkan dengan masyarakat lingkungannya, maka adalah wajar apabila pers di negara berkembang itu mempunyai peran yang berbeda dengan pers di negara maju, yang mempunyai posisi mapan dengan khalayak yang menempatkan media massa sebagai bagian penting dari kehidupannya. Sedangkan pers di negara berkembang masih harus berhadapan dengan bagian yang cukup besar dari masyarakat yang "miskin informasi" dan belum termotivasi untuk menjadikan informasi sebagai kebutuhan pokok dalam skala prioritas kebutuhan mereka. Karena itulah di negara-negara berkembang peran pers sebagai sarana penghibur yang mengambil tempat cukup penting, di dunia Barat dianggap tidak begitu relevan. Peran pers lebih menunjuk pada peran yang "membangun", untuk

---

<sup>60</sup> Ainur, *Loc. cit.*

memberi informasi, mendidik, dan menggerakkan masyarakat berpartisipasi dalam pembangunan.

Pers mempunyai peranan penting sebagai alat perubahan sosial dan pembaharuan masyarakat. Pers atau surat kabar dapat berperan dalam penyampaian kebijaksanaan dan program pembangunan kepada masyarakat. Di samping itu masyarakat juga dapat menggunakan pers sebagai penyalur aspirasi dan pendapat serta kritik atau kontrol sosial. Ia berperan sebagai salah satu penghubung yang kreatif antara pemerintah dan masyarakat.<sup>61</sup>

Peranan dan fungsi pers selain melakukan pemberitaan yang objektif kepada masyarakat, juga berperan dalam pembentukan pendapat umum. Bahkan dapat berperan aktif dalam meningkatkan kesadaran politik rakyat dan dalam menegakkan disiplin nasional. Peranan pers dan media massa lainnya yang paling pokok dalam pembangunan adalah sebagai "agen perubahan", sebagai *agent of change*. Letak peranannya adalah dalam membantu mempercepat proses peralihan masyarakat tradisional menjadi masyarakat modern. Pers dan media massa sebagai agen perubahan sosial memiliki beberapa tugas yang dapat dilakukan untuk menunjang pembangunan sebagai salah satu tempat terjadinya pembaharuan dan perubahan sosial. Tugas-tugas yang dimaksud ialah:<sup>62</sup>

1. Pers dapat *memperluas cakrawala pandangan*. Melalui surat kabar orang dapat mengetahui kejadian-kejadian yang dialami negara-negara lain.
2. Pers dapat *memusatkan perhatian* khalayak dengan pesan-pesan yang ditulisnya. Dalam masyarakat modern, gambaran kita tentang lingkungan yang jauh diperoleh dari pers dan media massa lainnya. Masyarakat mulai menggantungkan pengetahuan pada pers dan media massa.

---

<sup>61</sup> Rachmadi, *op.cit*, p. 17

<sup>62</sup> *ibid*



3. Pers mampu *menumbuhkan aspirasi*. Dengan penguasaan media, suatu masyarakat dapat mengubah kehidupan mereka dengan cara meniru apa yang disampaikan oleh media tersebut.
4. Pers mampu *menciptakan suasana membangun*. Melalui pers dan media massa dapat disebarluaskan informasi kepada masyarakat. Ia dapat memperluas cakrawala pemikiran serta membangun simpati, memusatkan perhatian pada tujuan pembangunan sehingga tercipta suatu suasana pembangunan yang serasi dan efektif.

Berbagai peranan tersebut memperlihatkan apa yang dapat dilakukan oleh pers dan media massa sebagai agen perubahan sosial dan pembaharuan masyarakat. Selain hal-hal tersebut di atas, tentu saja masih banyak lagi peranan yang dapat dilakukan oleh pers.

## B.2 Fungsi Pers

Sebelum membahas fungsi pers secara khusus akan dibahas dahulu fungsi media massa secara umum.

Berbagai upaya mengkaji fungsi media massa pernah dilakukan, bukan oleh kalangan ahli komunikasi saja, tetapi juga oleh ahli ilmu sosial lainnya. **Harold D. Lasswell**, seorang ahli ilmu politik sudah sejak tahun 1948 mencoba melakukan penelitian tentang fungsi-fungsi utama media massa. Hasil penelitiannya dituangkan dalam artikel "The Structure and Function of Communication in Society" yang dimuat dalam buku *The Communication of Ideas* suntingan L. Bryson.

Menurut **Lasswell** ada 3 fungsi dasar komunikasi, yaitu: (1) pengawasan lingkungan, (2) pertalian (korelasi) antar bagian masyarakat dalam menanggapi

lingkungan, dan (3) transmisi warisan sosial dari satu generasi ke generasi berikutnya.<sup>63</sup>

**Charles R. Wright** kemudian menambahkan satu fungsi lagi (dari sekian banyak efek media massa yang begitu banyaknya), yakni fungsi hiburan (*entertainment*). Fungsi hiburan ini menurut **Mendelshon** didalamnya mengandung satu aspek, yaitu memudahkan orang-orang untuk menanggulangi masalah kehidupan yang sebenarnya, dan dapat pula menjauhkan kerapuhan masyarakat.

**Denis McQuail** juga menambahkan satu fungsi lagi dari media massa yang menurutnya cukup penting, yakni fungsi "mobilisasi".<sup>64</sup> Menurutnya, hampir di semua tempat media diharapkan ikut mengembangkan kepentingan nasional dan menunjang nilai-nilai utama dan pola-pola perilaku tertentu, terutama pada masa krisis. Bahkan di negara-negara sedang berkembang dan di banyak negara sosialis, menurut McQuail, peran mobilisasi diberikan kepada media secara resmi. Berdasarkan hal tersebut **Denis McQuail** menguraikan serangkaian ide dasar mengenai tujuan media dalam masyarakat sebagai berikut:

1. Informasi:
  - menyediakan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia
  - menunjukkan hubungan kekuasaan
  - memudahkan inovasi, adaptasi dan kemajuan
2. Korelasi:
  - menjelaskan, menafsirkan, mengoreksi makna peristiwa dan informasi
  - menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan

<sup>63</sup> Charles R. Wright, *Sosiologi Komunikasi Massa*, terjem. Drs. Jalaluddin Rakhmat, MSc., (Bandung: Remadja Karya, 1986), p.7

<sup>64</sup> Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1989), p.70

- melakukan sosialisasi
  - mengkoordinasi beberapa kegiatan
  - membentuk kesepakatan
  - menentukan urutan prioritas dan memberikan status relatif
3. Kesenambungan:
- mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan khusus (*sub culture*) serta perkembangan budaya baru.
  - meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.
4. Hiburan:
- menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi.
  - meredakan ketegangan sosial.
5. Mobilisasi:
- mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang pembangunan, ekonomi, pekerjaan, dan kadang-kadang dalam bidang agama.

Bagaimana dengan fungsi pers itu sendiri? Sebagaimana diketahui, bahwa setiap institusi itu mempunyai fungsinya sendiri-sendiri. Demikian pula pers sebagai institusi sosial mempunyai fungsi yang penting dalam komunikasi massa. Melalui pers manusia ingin mencapai komunikasi dengan masyarakat luas, tidak hanya di suatu daerah kecil, tetapi juga di daerah luas, bahkan sampai masyarakat dunia. Oleh karena itu kita peroleh sebutan: pers lokal, pers daerah (propinsional), pers nasional, dan pers dunia. Fungsi pers itu pada hakikatnya bersifat relatif dan bertalian dengan keperluan yang beraneka ragam di dalam masyarakat dan negara yang berbeda-

beda. Dan penerapan fungsi pers itu tentu berbeda di negara yang satu dengan negara yang lain, tergantung dari sistem sosial dan sistem politik yang dianut.<sup>65</sup>

Memang pers tidak dapat lepas dari struktur masyarakatnya. Oleh karena itu struktur sosial dan politik bersifat menentukan bagi corak, sepaak terjang, serta tujuan yang hendak dicapai oleh pers. Sebagai salah satu media komunikasi, pers turut mengambil bagian dalam proses perubahan masyarakat umumnya, baik di negara-negara berkembang maupun di negara-negara maju. Pers dapat memberikan sumbangannya yang cukup besar sebagai alat perubahan sosial di dalam usaha pembangunan bangsa. Sebagai lembaga masyarakat, pers mengemban fungsi mendukung kemajuan dan peningkatan suatu kehidupan masyarakat yang menjadi sumber eksistensinya. Pers hadir di tengah-tengah masyarakat karena eksistensinya itu diperlukan oleh masyarakat.<sup>66</sup>

Secara umum, pers berfungsi sebagai alat penyebar gagasan, cita-cita, serta pikiran manusia. Menurut **Wilbur Schramm**, surat kabar merupakan buku harian tercetak bagi manusia.<sup>67</sup> Bahkan **Bernard Berelson**, mengatakan kalau masyarakat merindukan surat kabar harian mereka, maka itu berarti bahwa mereka merindukan suatu alat yang diperlukan bagi kehidupan sehari-hari. Surat kabar merupakan sumber informasi terperinci dan interpretasi tentang masalah-masalah umum. Dari pernyataan tersebut terlihat bahwa pentingnya surat kabar itu terletak pada aspek informasi dan edukasi yang dibawakannya.

Sebagai medium komunikasi, surat kabar mempunyai tiga fungsi mendasar, yaitu:<sup>68</sup>

---

<sup>65</sup> Rachmadi, *op.cit*, p.18

<sup>66</sup> *ibid*

<sup>67</sup> Wilbur Schramm, *The Proseses and Effect of Mass Communication*, rev.ed. Urbana: University of Illinois Press, 1977, p.38.

<sup>68</sup> *ibid*

1. Memberi informasi yang objektif kepada pembaca mengenai apa yang terjadi di dalam lingkungannya, negaranya, dan yang terjadi di dunia.
2. Mengulas berita-beritanya dalam tajuk rencana dan membawa perkembangan menjadi fokus (sorotan).
3. Menyediakan jalan bagi orang yang akan menjual barang dan jasa untuk memasang iklan.

Edwin Emery<sup>69</sup> menambahkan fungsi surat kabar sebagai berikut:

1. Memperjuangkan kepentingan masyarakat dan membantu meniadakan kondisi yang tidak diinginkan.
2. Menyajikan hiburan kepada pembacanya dalam bentuk cerita bergambar, cerita pendek, dan cerita-cerita bersambung.
3. Melayani pembaca dengan menyediakan penasehat, biro informasi, dan pembelaan hak-hak pembaca.

Apabila tugas-tugas tersebut dapat dipenuhi oleh surat kabar, maka ia akan menjadi bagian yang integral dari kehidupan masyarakat.

Dengan demikian dapat disimpulkan beberapa fungsi penting yang dapat dijalankan oleh institusi pers, yakni:

1. Pers memiliki fungsi sebagai pengawas lingkungan. Dengan fungsi ini pers dapat memberikan peringatan mengenai ancaman dan bahaya yang mengancam di dunia. Dengan peringatan terlebih dahulu, masyarakat dapat memobilisasikan dan mencegah kerusakan.
2. Pers memiliki fungsi sebagai medium sosialisasi atau transmisi kebudayaan antara generasi yang satu dengan generasi lainnya. Pada umumnya fungsi ini juga dikenal sebagai fungsi pendidikan.

---

<sup>69</sup> Edwin Emery, Philip H. Ault, Waren K. Agee, *Introduction to Mass Communication*, Third Edition, New York; Dodd Mead & Company, Inc.

3. Pers memiliki fungsi sebagai medium korelasi. Di sini pers menyelenggarakan suatu hubungan sosial (*social contact*) antara warga negara yang satu dengan warga negara lainnya. Juga hubungan rohaniah antara tokoh-tokoh yang diberitakan dengan pembacanya.
4. Pers memiliki fungsi hiburan. Setiap saat pers menyediakan berita-berita yang merupakan sarana relaksasi dan untuk meredakan ketegangan sosial.

Selain empat fungsi di atas, pers juga memiliki fungsi sebagai kontrol sosial. Fungsi ini terutama berada di negara yang menerapkan sistem pemerintahan demokratis. Kontrol sosial yang dijalankan oleh pers bahkan dinilai lebih efektif dan efisien daripada yang dilakukan oleh Dewan Perwakilan Rakyat. Sebab kontrol sosial oleh pers tersebut tidak terikat oleh waktu-waktu persidangan, tetapi dapat dilakukan setiap waktu.

Dalam pengertian sehari-hari kontrol sosial dimaksudkan sebagai pengawasan masyarakat terhadap jalannya pemerintahan, khususnya pemerintah beserta aparaturnya. Namun, dalam pengertian yang lebih luas kontrol sosial juga dapat mencakup segala proses yang direncanakan maupun tidak yang bersifat mendidik, mengajak, bahkan memaksa warga masyarakat agar mematuhi norma-norma serta nilai-nilai sosial yang berlaku.<sup>70</sup>

Dalam konteks fungsi pers, kontrol sosial cenderung tertuju pada pemerintah, yakni mengawasi apakah pemerintah dan aparaturnya melaksanakan kebijaksanaan sesuai dengan yang ditetapkan. Oleh karena itu fungsi kontrol sosial pers selalu

---

<sup>70</sup> Soerjono Soekanto, *Sosiologi, Suatu Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Press, 1982), p.193.

membela kepentingan masyarakat, sehingga pers memperoleh julukan *the watch dog of the public interest*.<sup>71</sup>

Semua fungsi-fungsi tersebut dapat ditemui pada hampir setiap pers di mana pun. Hanya dalam pelaksanaannya mungkin intensitasnya berbeda-beda, tergantung dari sistem sosial, sistem politik dan ekonomi di mana pers tersebut beroperasi. Fungsi pers pada hakekatnya memang bersifat relatif dan bertalian dengan keperluan yang beraneka ragam di dalam masyarakat dan negara yang berbeda-beda. Karena itu, Prof. M. Rooy, mengatakan:

Ciri-ciri fundamental suatu masyarakat dalam bidang sosial politik, sosial ekonomi dan sosial budaya, seperti yang menampakkan diri sepanjang sejarah masyarakat tersebut, ternyata pada umumnya menentukan corak media massa yang bekerja di dalamnya, juga cara kerja media massa tersebut.<sup>72</sup>

M. Rooy juga menyatakan, perubahan dalam struktur masyarakat serta dalam orientasi kejiwaan dan pola berpikir, setelah waktu yang pendek atau yang panjang, akhirnya juga mempengaruhi pemikiran para komunikator dan pada gilirannya mencerminkan dampaknya pada struktur media massa.

Di Indonesia pers mempunyai kedudukan dan peranan yang khusus, mengingat sejarah pertumbuhannya dan ciri-ciri khas yang melekat pada dirinya. Pertumbuhan dan perkembangan pers Indonesia analog dengan perkembangan sejarah bangsa Indonesia. Karena itu, untuk dapat memahami fungsi surat kabar di Indonesia dewasa ini, kesejajaran sejarah pers dengan pergerakan-pergerakan

---

<sup>71</sup> F. Rachmadi, *op.cit.*, p.22.

<sup>72</sup> Pendapat Prof. M. Rooy dikutip oleh Jakob Oetama, *Perspektif Pers Indonesia*, (Jakarta: LP3ES, 1987), p.6-7

nasionalis dan harapan masyarakat luas bahwa pers harus tetap memainkan peranan dalam pembangunan nasional, harus dihayati lebih dahulu.<sup>73</sup>

Meskipun peranan pers Indonesia mengalami perubahan sesuai dengan perkembangan sejarah negara dan sistem politik yang berlaku pada setiap periode, namun sampai dengan pertengahan 1980-an, dalam segala perubahan dan perkembangan itu, pers Indonesia memiliki karakter yang konstan, yaitu memiliki komitmen sosial politik yang kuat. Pers Indonesia sepanjang sejarahnya tidak pernah sekedar berisi berita-berita ringan, seperti kriminal, seks dan sensasi. Namun yang selalu menonjol adalah berita dan analisa menyangkut kehidupan sosial, politik, ekonomi dan budaya.

**Jakob Oetama** menyatakan, pada umumnya pers Indonesia termasuk kategori serius, hampir tidak ada yang bisa dimasukkan dalam kategori *yellow paper*.<sup>74</sup> **Jakob Oetama** juga mencatat beberapa corak yang melekat kuat pada pers Indonesia, antara lain:

1. Pers Indonesia mempunyai komitmen yang kuat pada idealisme.
2. Pers Indonesia pertama-tama berfungsi sebagai sarana perjuangan, maka aspek komersial dari pers Indonesia di masa lalu kurang menonjol, kurang diperhatikan, bahkan umumnya lemah.

Perubahan dalam corak pers Indonesia baru terjadi dalam beberapa tahun terakhir ini. Penyebabnya terutama adalah perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang dianggap sebagai sumber perubahan ekonomi, politik, sosial dan budaya. Pengaruh globalisasi sudah terasa imbasannya di Indonesia, termasuk yang

---

<sup>73</sup> Don Michael Flournoy, *Analisa Isi Surat kabar-Surat kabar Indonesia* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1989), p.5

<sup>74</sup> Oetama, *op.cit.*, p.184



tampak dalam dunia pers. Tolok ukur dan nilai-nilai informasi global semakin luas diterapkan. Tetapi, tanpa perkembangan dan pemahaman etik profesi yang sesuai, perkembangan yang terjadi tersebut justru merupakan tantangan yang semakin berat. Tampaknya semakin mengalami dilema antara misi perjuangan dan pembangunan, antara nilai-nilai informasi global dengan nilai-nilai yang tumbuh dari budaya komunikasi nasional.

### C. Pers Islam: Suatu Tinjauan Konseptual

Pembicaraan tentang pers Islam dapat dimulai dengan melihat perkembangan pers Islam dengan menggunakan pendekatan sejarah.

Di masa lalu, pada awal perkembangan pers Melayu, pers Islam merupakan mata tombak dari pers perjuangan. Dari sejarah pers perjuangan, kita mencatat beberapa puluh surat kabar dan majalah Islam yang terbit di seluruh Indonesia. Menurut catatan, sampai 1942, tidak kurang dari 25 penerbitan Islam terdapat di seluruh pelosok Tanah Air.<sup>75</sup>

Masa Jepang tak perlu dibicarakan, karena seluruh penerbitan pers berada dalam satu cengkeraman kekuasaan militerisme Jepang. Di masa revolusi fisik, pers Islam kembali muncul, dan umumnya menjadi terompet partai.

Setelah penyerahan kedaulatan, pers Islam kembali mendapatkan tempatnya sebagai organ partai politik. Harian yang terbesar di kala itu adalah *Abadi*, sebagai suara partai Masyumi. Kemudian setelah Masyumi pecah, dan Nahdatul Ulama memisahkan diri, terdapat dua pers Islam yang kuat, yakni harian *Abadi* dan *Duta Masyarakat*. Kedua yang terakhir adalah suara dari partai Nahdatul Ulama, di

---

<sup>75</sup> Djafar H. Assegaff, "Pers Islam Kini dan Akan Datang", dalam *Islam dan Tantangan Abad Informasi*, (Jakarta:Penerbit Media Sejahtera 1993), p.4

samping harian *Pemandangan* yang diterbitkan oleh PSII. *Abadi* dilarang terbit bersamaan dengan dibubarkannya partai Masyumi dan *Duta Masyarakat* tetap terbit di samping beberapa majalah Islam seperti *Panji Masyarakat*, *Hikmah*, dan beberapa surat kabar Islam lainnya di daerah.<sup>76</sup>

Menarik untuk diamati adalah bahwa pers Islam sejak masa demokrasi liberal, tetap merupakan pers yang kecil. Pers yang besar adalah pers dagang, umumnya milik kalangan Tionghoa, seperti *Kenpo* dan *Sinpo*. Pers dagang tadi tetap *survive* sampai 1965 meskipun harus berganti nama berkali-kali, dan berganti pengasuh demi untuk tetap hidup dan menjaga kepentingan usahanya sebagai surat kabar yang menghasilkan uang. Surat kabar lainnya, khususnya yang berafiliasi dengan partai, hidup dalam keadaan "semu", karena besar kecilnya didukung oleh bantuan partai atau fasilitas lisensi dan dukungan keuangan berdasarkan sumbangan.<sup>77</sup>

Setelah orde baru, situasi pers Islam hampir serupa. pers Islam tetap menyandarkan diri kepada kepentingan partai. *Duta Masyarakat* terbit sebentar, lalu mati. *Abadi* terbit kembali, namun mengalami pukulan dan terkena pemberangusan. Majalah-majalah Islam ada beberapa yang masih bertahan, namun hanya dapat menutupi ongkos dan hidup dalam kondisi yang relatif "cukupan" saja. Ia tidak dapat berkembang menjadi pers yang mapan, yang sirkulasinya melonjak seperti roket.<sup>78</sup>

Majalah-majalah umum lainnya melesat maju, sebaliknya majalah Islam dan surat kabar Islam berada dalam keadaan *stagnant*, hidup cukupan saja.

---

<sup>76</sup> *ibid.*

<sup>77</sup> *ibid.*

<sup>78</sup> *ibid.*

Kemudian apa latar belakang munculnya kebutuhan umat terhadap pers Islam? Kebutuhan terhadap pers Islam setidaknya mempunyai tiga alasan, yakni alasan keagamaan, sosiologis, dan politis.<sup>79</sup>

**Tabel 1 Pers Islam Di Masa Penjajahan Belanda**

<b>Nama Penerbitan</b>	<b>Tahun</b>	<b>Organisasi</b>	<b>Kota</b>
Saro Tama	1914	Sarekat Dagang Islam	Surakarta
Sinar Djawa	1914	Sarekat Dagang Islam	Semarang
Simpaj	1914	Kaum Muda S.Dg. Islam	Bandung
Sarotomo	1916	Sarekat Islam	Surakarta
Sri Soerapati	1919	Sarekat Islam	Malang
Mimbar	1919	Sarekat Islama Banten	Serang
Teradjoe	1919	Sarekat Islam	Palembang
Tjablaka	1920	Sarekat Islam	Yogyakarta
Soeara Kita	1921	Sarekat Islam	Malang
Heroe Tjakra	1923	Sarekat Islam	Tulungagung
Balatentera Islam	1924	Sarekat Islam	Garut
Rosia Alam	1925	Muhammadiyah	Yogyakarta
Al Chair	1926	Muhammadiyah	Surakarta
Swara Islam	1931	Muhammadiyah	Semarang
Medan Ra'jat	1932	Persatoean Moeslim Indonesia	Padang
Adil	1932	Muhammadiyah	Surakarta
Al Hidayah	1933	Jong Islamieten Bond	Bandung
Al Walid	1933	Partai Sarekat Islam	Makassar
Wali Sanga	1934	Muhammadiyah	Yogyakarta
Islam	1934	Djemaah Ahmadiyah Qadian	Padang
Soeara Partij SI	1937	Partai Sarekat Islam	Bandung

(Tribuana Said: *Sejarah Pers Nasional dan Perkembangan Pers Pancasila*)

<sup>79</sup> Lihat Sudirman Tebba, "Orientasi dan Visi pers Islam", *Majalah Reporter* No 24 (Desember 1992-Januari 1993)

Kebutuhan yang bersifat keagamaan ialah munculnya kesemarakan kehidupan agama (Islam) belakangan ini. Hal ini ditandai dengan meningkatnya kegiatan umat dalam berbagai bidang sosial yang ada hubungannya dengan agama, seperti pendidikan, ekonomi, penerbitan bacaan agama, termasuk di bidang pers.

Alasan sosiologis ialah munculnya angkatan baru di kalangan umat yang lebih terdidik dan profesional dalam bidang masing-masing. Mereka membutuhkan bahan bacaan yang juga meningkat dan lebih bermutu. Mereka inilah yang memprakarsai berkembangnya pers Islam, baik sebagai pemodal maupun sebagai pengelola dan wartawan. Mereka pula yang sekaligus menjadi kelompok pembaca yang potensial bagi produk pers Islam.

Sedang alasan politis ialah berkembangnya pers sebagai lembaga yang turut berperan menampung dan menyalurkan aspirasi rakyat. Di masa lalu peran menyalurkan aspirasi masyarakat boleh dikatakan dimonopoli oleh lembaga-lembaga politik (organisasi sosial politik dan parlemen). Tetapi sekarang peran ini bisa pula dilakukan oleh lembaga lain di luar lembaga politik. Lembaga lain, terutama pers, turut mempunyai peran yang tidak kecil.

Pers yang ada sekarang tentu saja dapat memperjuangkan aspirasi masyarakat tanpa melihat agamanya. Tetapi umat Islam kadang-kadang mempunyai aspirasi sendiri yang belum tentu sama dengan aspirasi kelompok agama lain. Karena itu, aspirasi umat memerlukan perhatian tersendiri dari kalangan pers. Pers yang dikuasai oleh kelompok non-Islam belum tentu dapat memperjuangkan aspirasi umat Islam, lebih-lebih kalau aspirasi itu bertentangan dengan kepentingan kelompok agama mereka.

Pers juga merupakan lembaga tersendiri yang mempunyai peran memperjuangkan aspirasi umat. Sungguhpun tidak mudah mendefinisikan umat itu,

tetapi setidaknya dapat dipahami bahwa dalam menyelenggarakan kehidupan beragama, bermasyarakat dan bernegara, umat tidak jarang mempunyai keinginan yang hanya dapat diperjuangkan oleh kalangan Islam sendiri. Dalam konteks inilah kehadiran pers Islam sangat diperlukan.<sup>80</sup> Tetapi bagaimanakah keberadaan pers Islam ditengah gegap gempitanya era informasi ini?

Seiring dengan perkembangan Islam dan umat Islam khususnya pada generasi muda, perhatian terhadap pertumbuhan pers Islam terus meningkat. Disatu sisi para pengelola pers Islam semakin meningkatkan profesionalisme dan idealisme jurnalistiknya yang ditandai dengan semakin banyaknya rubrikasi yang dikemas dalam penampilan yang menawan. Di sisi lain *target audience* yang diharapkan juga makin bertambah, khususnya generasi muda yang dewasa ini makin terdidik. Tingkat apresiasi mereka juga bertambah intens dengan makin banyaknya keterlibatan penulis-penulis pemula yang menghiasi halaman-halaman pers Islam. Mereka inilah yang menjadi *potential market*.

Disamping itu proses transformasi sosial umat Islam berjalan sangat cepat. Bagi praktisi pers Islam sendiri fenomena itu dapat ditampilkan dalam konteks makin matangnya pemikiran umat yang akan bermuara pada konvergensi dari berbagai corak pers Islam. Ruang lingkup liputan pers Islam makin meluas, disamping itu juga dapat memperluas segmentasi selera pembacanya. Berbagai selera dan ragam pembaca (ummat) sudah mulai terpenuhi dengan *positioning* pers Islam yang lebih spesifik.

Ada pers Islam yang lebih menitikberatkan pada informasi, pendidikan hukum, dan akidah (*Al-Muslimun, Suara Hidayatullah, Risalah, Aula*), pengembangan intelektualitas dan filsafat agama (*Ulumul Qur'an, Pesantren, Mizan*), penyampaian

---

<sup>80</sup> *loc. cit*

informasi dunia Islam (*Panji Masyarakat, Serial Media Dakwah, Suara Masjid, Adzan*), pendidikan keluarga (*Amanah, Semesta*), pendidikan anak (*Sahabat, Aku Anak Saleh, Tunas Melati*), pendidikan remaja (*Estafet*), pendidikan eksekutif muslim (*Kiblat*). Belum lagi terhitung sejumlah tabloid yang cukup marak (*Salam, Hikmat, Jum'at, Tebuireng, Warta NU*). Masing-masing sudah memiliki *trade mark positioning* sendiri.

Sayangnya, tingkat apresiasi umat Islam terhadap medianya sendiri masih terbilang cukup rendah. Banyak pers Islam berguguran sebagian besar karena kurangnya dukungan dana. Umat Islam yang mayoritas ini ternyata memiliki daya beli lemah. Bagaimana pers Islam mampu menghidupi dirinya sendiri, sementara *income* dari sumber lain dirasa tidak mungkin cukup, seperti dari periklanan dan donor dermawan muslim.<sup>81</sup>

Selain itu kebanyakan media massa Islam hidup di negara-negara yang sedang berkembang. Karena itu media massa Islam juga masih berada pada tahap atau kondisi "sedang berkembang" pula. Hal itu berarti bahwa kemampuannya untuk bersaing dengan arus informasi internasional yang dikelola oleh kantor-kantor berita dan jaringan-jaringan media elektronik raksasa milik negara-negara maju (Barat) sangat lemah. Media massa Islam pada tahap perkembangan dewasa ini belum memiliki kekuatan untuk menyaingi kekuatan jaringan media massa Barat dan masih terintegrasi ke dalam sistem media massa negara-negara yang sedang berkembang dengan segala kelemahannya. Dengan perkataan lain, kecuali di negara-negara Islam, media Islam sangat lemah dan media sekuler mengalami kemajuan pesat. Sebagai contoh ialah Indonesia yang penduduknya mayoritas beragama Islam tapi ekonomi media massa Islam masih sangat lemah. Khalayak (pembaca, pemirsa, dan

---

<sup>81</sup> *op.cit.*, p.24

penonton) dikuasai oleh nilai-nilai budaya sekulerisme atau non-muslim. Akibatnya, media cetak yang laris hanyalah media cetak yang berciri sekulerisasi dalam berbagai perwujudannya. Misalnya, yang gemar menayangkan ratu-ratu sejagat yang berbusana sangat minim, iklan-iklan bioskop yang vulgar, wanita-wanita yang berpakaian olah raga renang dan sejenisnya (yang dalam sistem media massa Islam pesan-pesan seperti itu tidak boleh diturunkan atau dimuat). Pemasaran koran-koran dan majalah-majalah Islam kurang kuat. Kebanyakan pemasang iklan tidak menyukai media massa Islam.<sup>82</sup> Oleh karena itu maka pers Islam seringkali tidak bernafas lama, rentang waktu kehidupannya hanya sesaat saja, sekalipun bertahan lama tidak berkembang optimal atau mencapai oplag yang besar seperti pers-pers yang lainnya.

Dalam pasar global bisa kita lihat bahwa tidak ada satupun kantor berita Islam yang cukup handal dan kompetitif di pasar global, tidak ada koran atau majalah Islam yang dijadikan rujukan secara massif seperti halnya, katakanlah *Asian Wall Street Journal* atau *Time*. Ujung-ujungnya, seperti banyak dikeluhkan kalangan Islam, amat jarang wajah Islam ditampilkan secara proporsional dalam media massa dunia.<sup>83</sup>

Kenyataan ini mengundang cukup banyak orang untuk menelaah keberadaannya, termasuk melihat sebab-sebab kemajuan dan kemundurannya.

Sementara itu media cetak muslim (pers Islam) itu sendiri sebenarnya merupakan bidang studi yang tidak gampang dikaji. Istilah tersebut menyajikan permasalahan pembuatan definisi dan fokus studi yang sangat beragam, yang antara lain sering dipersulit oleh perspektif sejarah. Ditambah lagi tidak ada definisi yang

---

<sup>82</sup> Lihat A. Muis, "Media Massa Islam dan Era Informasi", dalam *Islam Dan Era Informasi*, (Jakarta: Dharma Caraka 1989)

<sup>83</sup> Yudi Latif dan Idi Subandy, ""Republika" dan Wajah Pers Kita", *Republika*, 7 Februari 1993

pasti mengenai pers Islam. Namun, sebagai pedoman kasar biasanya digunakan cara dengan menentukan unsur-unsur isi, etika media, dan komitmen terhadap Islam.<sup>84</sup>

Sedangkan untuk melihat batasan pers Islam yang lebih konkrit, **Assegaff** membagi pers Islam di masa mendatang dalam dua kategori besar, yaitu:

1. Pers umum yang dikelola oleh tenaga-tenaga mayoritas muslim dengan modal muslim.
2. Pers dakwah dan siar Islam, yang dikelola oleh muslim untuk muslim dengan modal muslim.

Kriteria jenis yang pertama adalah:

1. Isi liputan umum, kebijaksanaan liputan independen.
2. Pemimpin redaksi dan pimpinan perusahaan serta jajaran redaksi mayoritas muslim.
3. Pembaca masyarakat Indonesia yang majemuk.
4. Modal seluruhnya berada di tangan muslim.

Kriteria pers yang kedua adalah :

1. Isi liputan semata-mata mengenai masalah-masalah Islam, tidak hanya agama akan tetapi juga budaya dan pandangan hidup muslim.
2. Pengasuhnya muslim dan tokoh-tokoh ulama.
3. Pembacanya homogen, yakni kalangan muslim dan luar yang mempelajari Islam atau simpati dengan Islam.
4. Modal berada di tangan muslim.<sup>85</sup>

---

<sup>84</sup> Aslam Abdullah, *loc.cit.*, p.65

<sup>85</sup> Djafar H. Assegaff, "Pers Islam Kini dan Akan Datang", *Islam dan Tantangan Abad Informasi*, (Jakarta : Penerbit Media Sejahtera 1993), p.8



sumber rujukan Islam. Tetapi definisi yang diberikan umat tidak selalu sama dengan apa yang terdapat dalam kitab-kitab rujukan. Ada kelompok yang mendefinisikan syariat Islam pada aspek-aspek ibadah saja, sementara ada kelompok lain yang memasukkan ke dalam Islam apa saja yang dinilai baik secara akal.<sup>88</sup>

Islam itu sendiri adalah nilai-nilai dasar dan norma-norma asasi serta pengetahuan dan pemberitahuan Ilahiyah yang terkandung dalam kitab suci Al Quran, yang diperjelas oleh Sunnat-Rasul. Dalam pengertian yang dimaksud, Islam mengatur pelbagai hubungan manusia, baik dengan Tuhannya, maupun dengan sesama manusia, ataupun dengan alam lingkungannya. Tujuan asasinya yaitu, secara vertikal adalah keridhaan dan secara horisontal ialah kebahagiaan dan kesejahteraan manusia, baik di dunia maupun di akhirat. Sebagai agama yang mengatur pelbagai kehidupan dan penghidupan manusia, nilai-nilai dasar dan norma-norma asasi Islam itu memberi patokan-patokan pokok mengenai pelbagai kegiatan sosio-kultural manusia. Dengan demikian, sistem-sistem sosial-budaya islami (seperti politik, ekonomi, sosial, pendidikan dan lain sebagainya yang islami) ialah sistem-sistem yang berdasarkan Syariah dan Akhlak Islam, berakarkan Akidah Islam termasuk.<sup>89</sup>

Sedangkan umat Islam didefinisikan sebagai himpunan orang yang menyatakan dirinya sebagai pemeluk agama Islam. Dengan definisi ini, umat Islam di Indonesia adalah mayoritas penduduk yang sangat heterogen. Sebagian besar

---

<sup>88</sup> Jalaluddin Rakhmat, "Islam di Indonesia : Masalah Definisi", *Islam di Indonesia Suatu Ikhtiar Mengaca Diri*, (Jakarta: Rajawali Pers 1992), p. 54

<sup>89</sup> H. Endang Saifuddin Anshari, "Proporsionalisme Islami Sebagai Alternatif Terhadap 'Fundamentalisme' dan Oportunisme", *ibid*, p.87

Pers jenis kedua yang bersifat dakwah dan membina syiar Islam dan kebanggaan Islam, harus ditopang oleh kalangan usahawan muslim dan dana pers muslim yang mapan.<sup>86</sup> Sebaliknya, bagaimana realisasi pers Islam kategori jenis pertama di Indonesia? Yaitu pers yang menghapuskan simbol-simbol keagamaan yang berkesan eksklusif dan garang serta isi liputannya umum dan independen sehingga bisa dibaca oleh semua kalangan baik muslim dan non-muslim. Karena pers Islam pun diharapkan bisa menyajikan informasi yang dibutuhkan untuk maju, untuk menjadi cerdas, untuk kepentingan hidup maupun untuk kepentingan bisnis dan hidup sejajar dalam dunia usaha dengan masyarakat lainnya.

Mengelola sebuah pers Islam memang tidak mudah, sebab pekerjaan ini disamping terkait dengan etika profesi jurnalistik (kode etik jurnalistik), juga masih harus dipertimbangkan menurut etika Islam di bidang informasi. Belum lagi melihat merasuknya budaya *western* yang dilansir berbagai media, termasuk Indonesia. Lalu apa yang dimaksud dengan etika Islam di bidang informasi?

Jika dikaji secara teori memang bisa dipastikan bahwa ada perbedaan antara teori komunikasi perspektif Barat dengan teori komunikasi perspektif Islam. Teori Barat dalam komunikasi itu, atomistik, individualistik dan bebas nilai. Sebaliknya bagi Islam, teori komunikasi itu harus terikat budaya, partisipatoris, mengabdikan pada agama dan umatnya. Dengan demikian, salah satu aspek dari perspektif Islam terhadap komunikasi ialah penekanannya pada nilai-sosial, religius, dan budaya.<sup>87</sup> Tetapi ini pun kadang ditafsirkan orang berbeda-beda.

Begitu juga dengan syariat Islam. Ada perbedaan persepsi juga tentang hal ini. Sebenarnya apa yang dimaksud dengan syariat Islam dapat dilihat pada sumber-

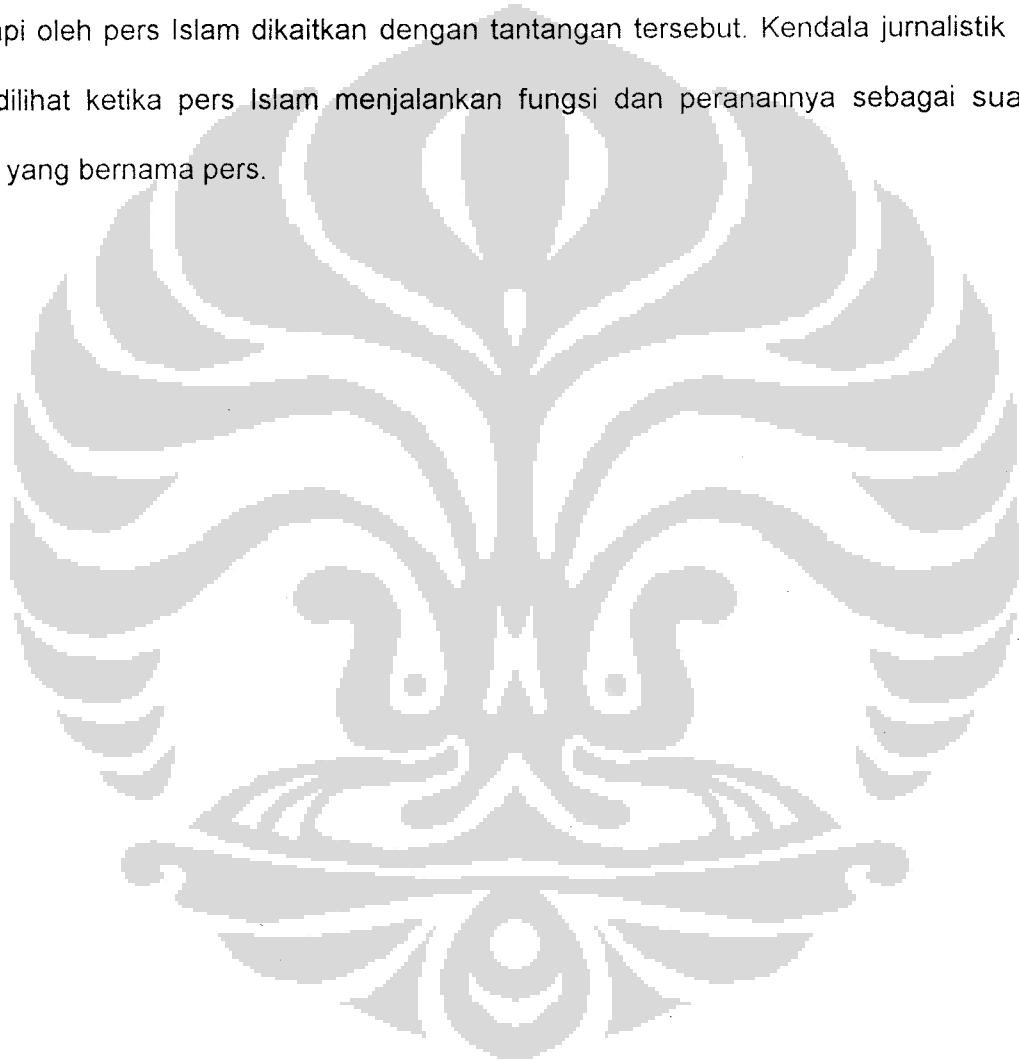
---

<sup>86</sup> *Loc.cit*

<sup>87</sup> Lihat Imtiaz Hasnain, "Komunikasi Menurut Pendekatan Islam", *Jurnal Komunikasi Audientia* Vol.I (Januari-Maret 1993), p.15

diantara mereka mungkin hanya terkait dengan Islam secara nominal saja. Sebagian besar tidak tahu apa-apa tentang Islam.<sup>90</sup>

Berdasarkan rumusan di atas, yaitu keberagaman umat Islam, batasan syariat Islam yang tidak jelas antar kelompok umat, teori komunikasi Islam yang sarat dengan nilai, dan beberapa tantangan lainnya, bisa diamati apa saja kendala jurnalistik yang dihadapi oleh pers Islam dikaitkan dengan tantangan tersebut. Kendala jurnalistik ini akan dilihat ketika pers Islam menjalankan fungsi dan peranannya sebagai suatu badan yang bernama pers.



---

<sup>90</sup> Jalaluddin Rakhmat, "Islam di Indonesia Masalah Definisi", *op.cit*, p.42

### BAB III METODE PENELITIAN

Dalam sebuah penelitian ada dua pengertian yang masih sering orang menyamakannya, yaitu metode penelitian dan metodologi penelitian. Sebenarnya meskipun berkaitan, kedua pengertian tersebut berbeda satu dengan yang lainnya. Metodologi penelitian adalah tata cara atau prosedur untuk menjalankan seluruh kegiatan penelitian,<sup>91</sup> sedangkan metode penelitian lebih terkait dengan cara yang ditempuh peneliti dalam memahami obyek penelitian yang menjadi sasaran penelitiannya.<sup>92</sup> Jadi, dapat dikatakan juga metode penelitian merupakan bagian dari metodologi penelitian.<sup>93</sup>

Dalam penelitian ini, metode penelitiannya adalah sebagai berikut :

---

<sup>91</sup> Mohammad Aslam Sumhudi, *Komposisi Riset Desain*, (Jakarta : Lembaga Penelitian Universitas Trisakti, 1985), p.35

<sup>92</sup> Koentjaraningrat (ed.), *Metodologi Penelitian Masyarakat*, (Jakarta : Gramedia, 1977), p.16

<sup>93</sup> Mohammad Aslam Sumhudi , *op.cit.*, p.36

### A. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan pertimbangan untuk mendapatkan hasil studi yang mendalam, maka peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Miles dan Huberman data kualitatif sangat menarik. Data kualitatif merupakan sumber dari deskripsi yang luas dan berlandaskan kokoh, serta memuat penjelasan tentang proses-proses yang terjadi dalam lingkup setempat. Dengan data kualitatif kita dapat mengikuti dan memahami alur peristiwa secara kronologis, menilai sebab akibat dalam lingkup pikiran orang-orang setempat, dan memperoleh penjelasan yang banyak dan bermanfaat. Dan lagi, data kualitatif lebih condong dapat membimbing kita untuk memperoleh penemuan-penemuan yang tak diduga sebelumnya dan untuk membentuk kerangka teoritis baru; data tersebut membantu para peneliti untuk melangkah lebih jauh dari praduga dan kerangka kerja awal.<sup>94</sup>

### B. Tipe Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, yang metodenya hanya memaparkan situasi atau peristiwa.<sup>95</sup> Di sini, peneliti terjun dan menganalisa data tanpa dibebani atau diarahkan oleh suatu hipotesa atau teori yang spesifik. Peneliti tidak berusaha menguji teori, sehingga perspektifnya tidak tersaring. Ia bebas mengamati obyeknya, menjelajahi dan menemukan wawasan baru sepanjang penelitian.<sup>96</sup>

Penelitian ini bersifat terbuka, masih mencari dan belum mempunyai hipotesa. Pengetahuan peneliti tentang gejala yang akan diteliti masih sangat buram. Penelitian

---

<sup>94</sup> Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta : UI Press, 1992), p.2

<sup>95</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1991), p.24

<sup>96</sup> *ibid*

ini dimaksudkan sebagai langkah awal untuk penelitian lanjutan yang lebih luas dan mendalam.<sup>97</sup>

### C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik peneliti untuk mendapatkan atau mengumpulkan data (informasi) yang dapat menjelaskan dan menjawab permasalahan penelitian secara objektif.<sup>98</sup> Pemilihan teknik pengumpulan data dipengaruhi oleh isi permasalahan yang ditetapkan sebagai topik penelitian.

Teknik pengumpulan data untuk digunakan sebagai dasar penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut :

#### 1. Wawancara Mendalam (*Indepth Interview*)

Cara pengumpulan data yang pertama adalah melalui *in-depth interview*, yaitu suatu cara mendapatkan data yang digunakan apabila seseorang guna tujuan tertentu mencoba memperoleh keterangan atau pendapat secara lisan dari orang-orang yang terkait dengan masalah yang diteliti.

#### 2. Pengamatan (*Observasi*)

Cara ini diambil untuk memberi sumbangan data kualitatif kepada dua teknik sebelumnya. Pengamatan ini kadang-kadang bermanfaat sebagai suplemen bagi analisis kualitatif, yakni membantu menginterpretasi wawancara atau pertanyaan terbuka dalam kuesioner.

#### 3. Studi Kepustakaan

Teknik ini digunakan untuk memperoleh data sekunder dengan menelusuri bahan kepustakaan yang relevan dengan permasalahan. Data ini dapat

---

<sup>97</sup> Masri Singarimbun, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Penerbit LP3ES, 1984), p.3

<sup>98</sup> Dr.Manase Malo & Sulistiawan, *Metode Penelitian Sosial*, Modul 6 - 9, (Jakarta: Karunika, 1986), p.1-3

menunjang pemahaman dan perumusan permasalahan, kerangka pemikiran serta hasil studi.

#### D. Obyek Penelitian

Ada dua metode pendekatan yang sederhana dalam menyelidik pers Islam. Pertama, metode pendekatan secara formal. pers Islam dipahami sebagai pers yang diterbitkan oleh umat Islam, menyuarakan aspirasi dan <sup>aktivitas</sup> aktifitas umat Islam dan bertujuan untuk mempertahankan misi dan eksistensi Islam.

Jika dilihat dari kacamata ini, maka belakangan telah tumbuh dan berkembang pers Islam yang cukup menggembirakan. Misalnya, *Amanah*, *Panji Masyarakat*, *Ulumul Qur'an*, *Pesantren*, *Suara Masjid*, *Serial Media Dakwah*, *Al-Muslimun*, *Risalah*, *Salam*, *Jum'atan*, *Iqra'* (tidak terbit), *Suara Hidayatullah*, *Ishlah*, *Adzan*, *Al-Hikmah*, *Islamika*, *Ummi*, *Inthilaq* dan *Semesta*.

Dengan berbagai gaya penulisan dan pola pemberitaan, mereka semua telah mengisi dan mewarnai khasanah media Islam yang berangkat dari cita-cita luhur : *izzul Islam wal Muslimun* (kejayaan Islam sebagai idealisme dan umat Islam sebagai realitas). Sayang, dalam sistem pendekatan seperti ini media tersebut baru tampil dalam bentuk majalah, belum berbentuk surat kabar. Tetapi harian "Pelita" dan "Republika" sering disebut sebagai representasi koran Muslim.

Dalam penelitian ini yang menjadi obyek adalah media massa cetak yang bercirikan Islam, yakni pers yang membawa pesan-pesan dakwah, dalam hal isi berita dan artikelnya. Sedangkan obyek penelitian yang dipilih adalah Harian *Republika*. Lahirnya *Republika* memang merupakan fenomena menarik pada dekade 1990-an ini. Selaras dengan pertumbuhan dan perkembangan literatur Islam --meskipun sebagian besar masih berupa karya terjemahan-- berbagai penerbitan Islam bermunculan. pers Islam yang sampai kini masih didominasi dalam bentuk majalah --ada dua koran *Pelita*

dan *Republika* yang disebut-sebut membawa aspirasi umat Islam-- terus berupaya meningkatkan kualitas penampilan dan isinya. Disamping itu berbagai kelompok kajian Islam juga menerbitkan buletin, lembaran, dan majalah secara terbatas. Hal ini sangat logis dengan makin meningkatnya tingkat kecerdasan dan kesadaran beragama umat Islam Indonesia.<sup>99</sup>

Pertimbangan lain memilih Harian *Republika* didasarkan pada penekanan Harian tersebut pada nilai-nilai religius atau bidang dakwah. Misalnya dimuatnya kolom Hikmah di halaman muka yang setiap hari kecuali hari Ahad, kemudian setiap hari Jum'at ada lembar khusus yang bernama Dialog Jum'at yang berisi profil, feature, artikel, tanya-jawab dan sebagainya yang menyangkut dunia keislaman dan dakwah.

Nilai-nilai religius lain yang dipegang teguh oleh Harian ini tercermin dari jaranginya ditampilkan foto wanita, misalnya, dengan pakaian yang minim atau menerawang. Aspek seksual wanita tidak ditonjolkan, walaupun ada, yang ditonjolkan itu lebih berkaitan dengan kepintaran, prestasi atau kepribadian, kedalaman berpikir, keimanan, dan hal-hal seperti itu.

Sekilas tampaknya *Republika* memilih bunuh diri : bertabrakan dengan pihak pemasang iklan yang justru biasanya mengekspose keindahan jasmani perempuan tersebut. Tapi pada dasarnya Harian ini berpegang teguh pada sejumlah hal, yaitu : pertama, wanita pada dasarnya tidak boleh diturunkan perannya sebatas pemuas nafsu rendah. Sebagai manusia, wanita punya sejumlah atribut lain yang berkenaan dengan fungsinya dalam masyarakat : sebagai ibu sekaligus istri, sebagai pemikir sekaligus aktivis, dan sebagainya. Kedua, seks adalah sesuatu yang suci. Terlalu mahal harga yang harus dibayar dengan menurunkan derajat keluhurannya.<sup>100</sup>

---

<sup>99</sup> Ainur Rofiq Sophiaan, *loc.cit*

<sup>100</sup> Kesimpulan "Dari Kami", *Republika*, 24 April 1994, p.3



### E. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh staf redaksi Harian Umum *Republika* yang sehari-harinya menangani, serta bertanggung jawab akan masalah redaksional.

Sampel dalam penelitian ini adalah masing-masing satu orang dari setiap tingkat jajaran redaksi Harian Umum *Republika* yang terkait dengan penelitian ini, yakni dari mulai reporter sampai pembuat kebijakan yang utama. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa mereka semua yang berkecimpung dan menggeluti dunia surat kabar sehingga bisa dijadikan tambahan referensi untuk menjelaskan masalah kendala jurnalistik secara umum. Penentuan responden sebagai sampel penelitian ini dilakukan secara *purposive* yaitu penarikan sampel yang dilakukan secara sengaja (*non-random*) karena sifat-sifat sampel yang sudah diketahui oleh si peneliti sendiri.<sup>101</sup> Jadi peneliti memilih responden dengan asumsi mereka mengetahui, dapat memberikan informasi, pendapat dan pandangan, serta berkaitan dengan masalah penelitian. Meskipun demikian sampel yang diwawancarai adalah responden yang juga diajukan oleh pihak *Republika* sendiri.

Dalam penelitian ini responden yang diwawancarai adalah :

1. Dr. S. Sinansari Ecip, Wakil Pemimpin Redaksi, mewakili suara pembuat kebijakan di *Republika*.
2. Farid Gaban, anggota Sidang Redaksi, mewakili suara team yang merumuskan langkah atau kebijakan di *Republika*.
3. Nashrun Marzuki, Sekretaris Redaksi, yang menunjang jalannya redaksional di *Republika*.

---

<sup>101</sup> Kenneth D. Bailey, *Methods of Social Research*, (Second Edition; London: The Free Press, 1982), p.99

4. Ikhwaniul Qiram, Redaktur Dialog Jum'at, yang mewakili bidang keislaman *Republika*.

Sedangkan untuk tingkat reporter diwakili oleh :

1. Adian Husaini, Reporter bidang politik, yang mewakili bidang politik di *Republika*.
2. Muryanti, Reporter untuk Lembar Wanita, yang mewakili bidang kewanitaan di *Republika*.
3. Burhan Solihin, Reporter untuk Lembar Manajer, yang mewakili bidang bisnis di *Republika*.
4. Firkah Fansuri, Reporter untuk Korcil (Koran Kecil), yang mewakili bidang anak-anak di *Republika*.

Untuk responden dari bagian periklanan *Republika* diwakili oleh :

1. Faruq Effendi, Advertising Support.

Sedangkan pemberian data tentang sirkulasi dan perkembangan *Republika* diberikan oleh :

1. Roch Diarto, Riset Pemasaran.
2. Akhmad Kurun, Research Eksekutif.
3. Dede Giantoro, Penelitian dan Pengembangan.

#### **F. Metode Analisis Data**

Pada hakekatnya, analisis data itu dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu analisis data kualitatif dan kuantitatif. Analisis kuantitatif berlaku untuk sampel yang jumlahnya besar atau banyak, dengan alat pengumpul data yang terstruktur, biasanya menggunakan kuesioner. Sedangkan analisis kualitatif dilakukan untuk sampel kecil atau beberapa orang, dengan alat pengumpul data yang tidak terstruktur. Dengan

jumlah sampel sedikit, maka hasilnya tidaklah memadai untuk membuat pernyataan dengan persentase seperti dalam analisis kuantitatif.<sup>102</sup>

Definisi kuantitatif menurut **Sunny Crouch** adalah "data yang kaya akan wawasan, pengertian, keterangan, dan kedalaman informasi, tetapi tidak dapat dibenarkan secara statistik".<sup>103</sup>

Data kualitatif memberikan detail dan kedalaman melalui kutipan langsung, pengamatan serta deskripsi mengenai pengalaman, pemikiran, sikap dan kepercayaan orang-orang yang terlibat dengan permasalahan penelitian. Tingkat kedalaman dan detail yang dicapai tergantung pada sifat dan tujuan penelitian yang diinginkan. Dalam kaitannya dengan penulisan skripsi ini, analisis data yang akan dilakukan adalah analisis kualitatif dengan landasan utama berupa kutipan dan deskripsi, sebab "pada dasarnya data kualitatif terdiri dari kutipan pembicaraan dan deskripsi tentang situasi, peristiwa, interaksi dan aktivitas".<sup>104</sup>

Pemilihan analisis ini juga sesuai dengan metode wawancara yang dilakukan yaitu wawancara mendalam (*indepth*) yang intensif dengan pertanyaan-pertanyaan terbuka, yang mungkin merupakan cara utama metode kualitatif memperoleh pengetahuan dari respondennya.

#### **G. Operasionalisasi Tujuan Penelitian**

Sebagaimana telah diuraikan di bagian Teknik Pengumpulan Data, peneliti menggunakan wawancara mendalam sebagai salah satu cara untuk memperoleh data. Dalam penelitian ini, daftar pertanyaan wawancara disusun tidak berstruktur, tetapi sebelumnya peneliti telah menyiapkan bahan-bahan atau fakta yang dianggap

---

<sup>102</sup> Sunny Crouch, *Marketing Research For Manager*, (London: Heineman, 1984), p.212

<sup>103</sup> *ibid*, p.176

<sup>104</sup> Michael Quinn Patton, *Qualitative Evaluation Methods* (Fourth Printing: California: Sage Publication, Inc., 1983), p.36

mewakili pokok permasalahan yang terdapat dalam pembahasan tentang pers Islam. Caranya dengan observasi (pengamatan) awal yang dilakukan di lingkungan penelitian sehingga bisa didapat gambaran kendala yang mereka hadapi. Kemudian dengan studi kepustakaan dengan menelaah berbagai referensi yang menyoroti masalah ini. Dengan demikian peneliti memperoleh data tentang kendala apa saja yang dihadapi oleh pers Islam secara umum dan *Republika* secara khusus. Setelah itu dijabarkan dalam pertanyaan penelitian yang dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan utama penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Tujuan penelitian pertama, yaitu : mengetahui bagaimana kebijakan redaksional pers Islam dalam hal visi dan misi, antara lain :

1. Apa visi dan misi *Republika*?
2. Apakah visi dan misi itu tidak bertentangan dengan keinginan pribadi?

Tujuan penelitian kedua, yaitu : mengetahui kendala-kendala jurnalistik yang dihadapi oleh pers Islam ketika menjalankan visi dan misinya, khususnya dalam bidang redaksional, dijabarkan dengan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apa kendala yang dihadapi dalam menjalankan visi dan misi?
2. Bagaimana mengemas misi keislaman agar substansinya saja yang muncul?
3. Apa alasan yang mendasari pengangkatan suatu fakta?
4. Bagaimana perimbangan antara berita umum dan berita keislaman?
5. Apa batasan iklan di *Republika*?
6. Apa yang ditekankan dalam menjalankan fungsi kontrol sosial?
7. Apa yang ditekankan dalam menjalankan fungsi pendidikan?
8. Apa yang ditekankan dalam menjalankan fungsi hiburan?

9. Bagaimana penggambaran Islam oleh dunia Barat?
10. Bagaimana kondisi umat Islam yang membaca *Republika*?
11. Bagaimana kondisi bisnis dan idealis di *Republika*?

Tujuan penelitian ketiga, yaitu : mengetahui faktor-faktor lain yang terkait dalam menghambat kemajuan pers Islam, ditetapkan berdasarkan data yang diperoleh selama pengumpulan data berlangsung.

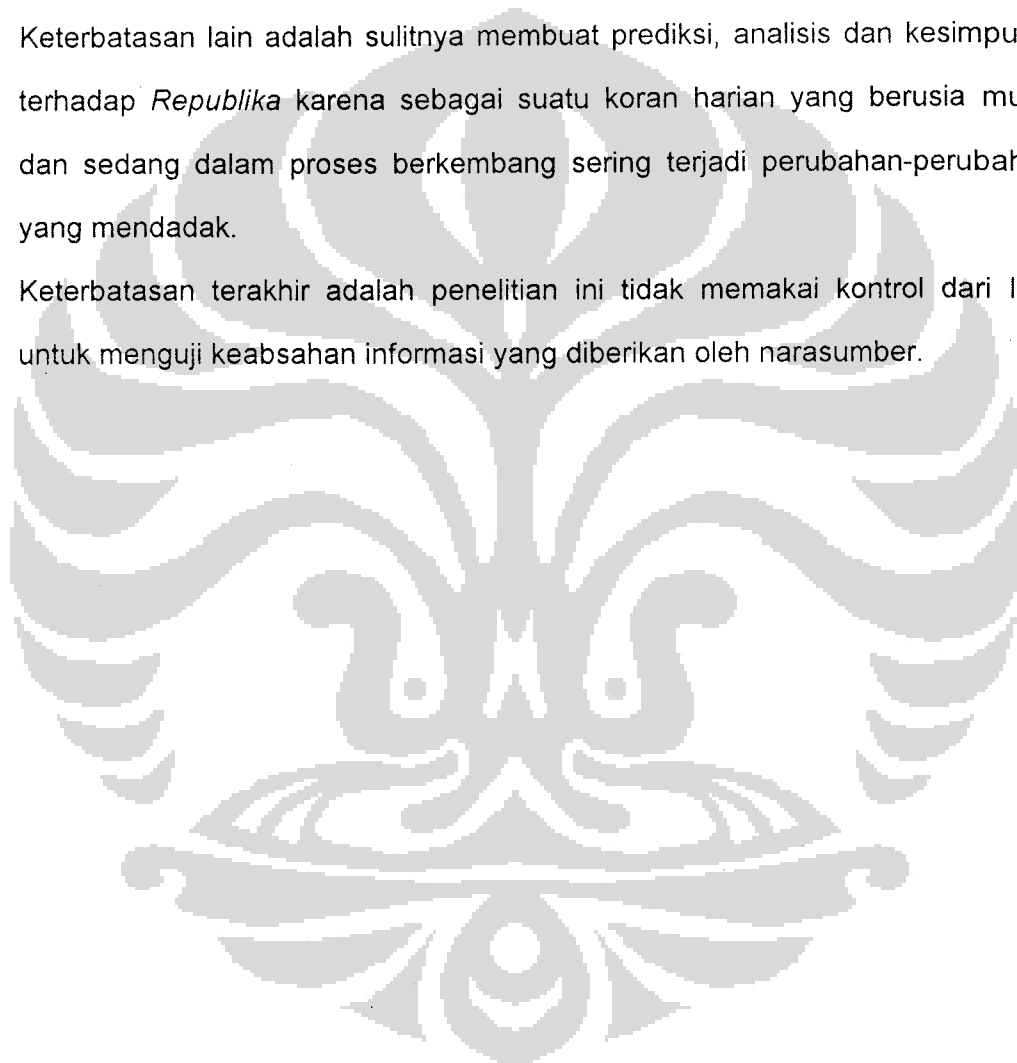
#### H. Keterbatasan Penelitian

1. Keterbatasan penelitian yang dirasakan oleh peneliti adalah menyangkut masalah pembatasan permasalahan, karena kendala jurnalistik itu sangat luas dan beragam. Sehingga observasi yang dilakukan harus sangat teliti dan mendalam agar data yang diperoleh adalah data yang paling substansial. Dalam hal ini penelitian harus cermat dan hati-hati agar hasilnya tidak subyektif-emosional.
2. Keterbatasan lainnya adalah masalah sampel. Sampel *purposive* dengan jumlah kecil menyulitkan terbentuknya suatu generalisasi, sehingga segala konklusi dan interpretasi harus dirujuk kembali pada sampel dan sasaran penelitian yang diambil. Chadwick menegaskan hal ini dengan pernyataan bahwa: "... Sampel *purposive* suatu saat berguna dan dapat menghasilkan karya kualitatif yang lengkap atau analisis jurnalistik yang baik, tetapi peneliti dan konsumen hasil penelitian harus diingatkan bahwa sampel yang diberikan mungkin tidak mewakili populasi yang lebih luas secara akurat".<sup>105</sup>

---

<sup>105</sup> Bruce A.Chadwick dkk., *Metode Penelitian Ilmu Pengetahuan Sosial*, terjemahan Dr.Sulistia ML., (Semarang: IKIP Semarang Press, 1991), p.272.

3. Keterbatasan berikutnya adalah sulitnya mendapatkan responden sebagai sampel penelitian ini. Hal ini disebabkan karena kesibukan responden yang bekerja di media massa harian, sehingga seringkali dikejar deadline, harus rapat redaksi, atau sering bepergian. Selain itu, responden yang diwawancarai adalah responden yang ditentukan oleh *Republika* sendiri.
4. Keterbatasan lain adalah sulitnya membuat prediksi, analisis dan kesimpulan terhadap *Republika* karena sebagai suatu koran harian yang berusia muda dan sedang dalam proses berkembang sering terjadi perubahan-perubahan yang mendadak.
5. Keterbatasan terakhir adalah penelitian ini tidak memakai kontrol dari luar untuk menguji keabsahan informasi yang diberikan oleh narasumber.



## BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

### A. Riwayat Singkat Harian Umum *Republika*

Penerbitan Harian Umum *Republika*, didasarkan pada kehendak untuk mewujudkan media massa yang mampu mendorong bangsa menjadi kritis dan berkualitas. Bangsa yang sederajat dengan bangsa lain yang maju di dunia, memegang nilai-nilai spiritualitas sebagai perwujudan Pancasila sebagai filsafat bangsa, serta memiliki arah gerak seperti digariskan UUD 1945.

Kehendak melahirkan masyarakat demikian, searah dengan tujuan cita-cita, dan program Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) yang dibentuk pada tanggal 5 Desember 1990, yaitu mewujudkan penyebaran program ICMI ke seluruh Indonesia dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa melalui program 5K, yaitu : Kualitas Iman, Kualitas Hidup, Kualitas Kerja, Kualitas Karya, dan Kualitas Pikir.

Untuk mewujudkan tujuan, cita-cita, dan program di atas, beberapa tokoh pemerintah dan masyarakat yang berdedikasi dan komitmen pada pembangunan bangsa dan masyarakat Indonesia, yang kebetulan beragama Islam membentuk Yayasan Abdi Bangsa pada tanggal 17 Agustus 1992, yang mempunyai tiga program, yaitu :

1. Islamic Center
2. CIDES (*Centre for Information and Development Studies*)
3. Harian Umum *Republika*

Para pendiri Yayasan Abdi Bangsa berjumlah 48 orang. Beberapa menteri, pejabat tinggi negara, serta pengusaha tergabung dalam Yayasan Abdi Bangsa ini. Seperti H. Harmoko, Ir. Drs. Ginanjar Kartasasmita, Ibnu Sutowo, Muhammad Hasan, Ibu Tien Soeharto, Probosutedjo, Ir. Aburizal Bakrie, dan lain-lainnya. Sedangkan Haji Muhammad Soeharto, Presiden RI, berperan sebagai pelindung yayasan. Sementara Prof. Dr. Ing. B.J. Habibie, yang juga menjabat Ketua Umum ICMI, bertindak sebagai ketua badan pembina Yayasan Abdi Bangsa.

Pada tanggal 28 November 1992, Yayasan Abdi Bangsa mendirikan PT Abdi Bangsa yang telah mendapatkan SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers) dari Departemen Penerangan Republik Indonesia No.283/SK/MENPEN/SIUPP/A.7/1992 tanggal 19 Desember 1992 untuk menerbitkan Harian Umum *Republika*.

Nama *Republika* merupakan ide dari Presiden Soeharto, yang disampaikan pada saat beberapa pengurus ICMI Pusat menghadap Presiden untuk menyampaikan rencana peluncuran harian umum, yang sebelumnya akan diberi nama "Republik".

Dalam pengelolaan Harian Umum *Republika* ditangani oleh sebuah manajemen sebagai berikut :

- I. Manajemen
  - Pemimpin Umum/Redaksi : Parni Hadi
  - Wakil Pemimpin Redaksi : S. Sinansari Ecip
  - Pemimpin Perusahaan : Haidar Bagir
  - Asisten Pemimpin Umum : Nasir Tamara
  - Manajer Adm. dan Keu. : Suhardjo HS



Manajer Produksi : Tommy Tamtomo  
Manajer Iklan : Rahmad Riyadi  
Manajer Sirkulasi : Afriadie Sunarya  
Manajer Promosi : Djoko Santoso  
Sekretaris Perusahaan : Y. Sofyan

## II. Redaksi

Pemimpin Redaksi : Parni Hadi  
Asisten Pemimpin Redaksi : Zaim Uchrowi  
Redaktur Pelaksana : Mustoffa Kamil Ridwan  
Edhy Aruman  
Farid Gaban  
Nasyith Madjidi  
Biro Redaksi : Ahmadi Thaha  
Sekretaris Redaksi : Nashrun Marzuki  
Dewan Redaksi : Soetjipto Wirosardjono  
Sedyawati  
Adi Sasono  
Quraish Shihab  
Nurcholis Madjid  
M. Amien Rais  
M. Dawam Rahardjo  
Sidang Redaksi : Parni Hadi  
Haidar Bagir  
Nasir Tamara

Mustoffa K. Ridwan

Alwi Shahab

S.Sinansari. Ecip

Zaim Uchrowi

Farid Gaban

A. Edhy Aruman

Ahmadie Thaha

Tommy Tamtomo

Nasyith Madjidi

Dalam menerbitkan Harian Umum *Republika*, PT Abdi Bangsa belum memiliki percetakan sendiri. Untuk aktiva tetap seperti gedung dan prasarana lainnya masih menyewa. Pengembangan terus dilakukan baik untuk penyediaan aktiva tetap seperti mesin cetak, gedung, maupun dalam hal pengembangan sumberdaya manusia.

PT. Abdi Bangsa dalam upaya penggalan dana untuk pengembangan usahanya, melakukan penjualan saham kepada masyarakat. Melalui penjualan saham ini, maka PT Abdi Bangsa akan menjadi perusahaan terbesar di dunia. Karena penjualan saham PT. Abdi Bangsa memang unik, yakni satu lembar saham hanya boleh dimiliki oleh satu keluarga. Sehingga dengan demikian, dengan menawarkan 2,9 juta lembar saham kepada masyarakat (Umat Islam), berarti PT. Abdi Bangsa akan dimiliki oleh 2,9 juta kepala keluarga/pemegang saham.

Sejak Harian umum *Republika* terbit tanggal 4 Januari 1993, oplah meningkat menjadi 100.000 eksemplar pada 15 Januari 1993. Hal itu berarti meningkat 2,5 kali lipat dibandingkan dengan rencana awal terbit dengan oplah rata-rata 40.000 eksemplar per-hari pada semester pertama tahun 1993. Sedang pada akhir semester

kedua, yakni pada bulan Desember 1993, oplah *Republika* mencapai 130.000 eksemplar per-hari.

Sementara volume penjualan iklan per hari rata-rata mencapai 15 persen dari ruang/space Harian Umum *Republika* 12 halaman. Ini berarti mengalami peningkatan 1,5 kali lipat dibandingkan dengan rencana awal terbit, yang ditargetkan sekitar 10 persen dari ruang/space Harian Umum *Republika* 12 halaman.

Dalam bidang produksi, prestasi *Republika* ditandai dengan berhasilnya meraih penghargaan bergengsi dalam lomba perwajahan media cetak 1993 yang diselenggarakan Serikat Grafika Press, pertengahan Oktober 1993. *Republika* berhasil menjadi juara pertama, yang sekaligus menempatkan diri sebagai surat kabar dengan desain perwajahan terbaik dibanding Media Indonesia dan Kompas, yang masing-masing menempati urutan kedua dan ketiga.

Sebagai tanggung jawab sosial kepada masyarakat luas, khususnya kepada 'kaum dhuafa' juga sekaligus ikut serta mensukseskan program pemerintah dalam mengentaskan kemiskinan pada bulan Juli 1993, Harian Umum *Republika* membuka program 'Dompot Dhuafa' dengan menghimpun, mengelola dan menyalurkan zakat, infaq dan sedekah, dimulai dari silaturahmi keluarga *Republika*. Alhamdulillah, program ini selama 6 bulan pertama mampu menghimpun dana sebesar Rp.87.501.970,00. Dari dana tersebut, hingga saat ini telah tersalurkan sebesar Rp.86.710.470,00, dengan prioritas penyaluran untuk peningkatan ekonomi produktif bagi pedagang kecil/kaki lima dan beasiswa untuk yatim-piatu.

Berdasarkan data dari Departemen Penerangan, pada tahun 1992 terdapat 73 penerbit surat kabar harian dengan total oplah 4.257.643 eksemplar. Dari jumlah tersebut 51 % atau 37 surat kabar harian terbit di pulau Jawa. Jumlah pembaca media cetak di 9 kota besar (Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Ujung

Pandang, Lampung, Palembang, dan Medan). Pada tahun 1993 sebanyak 13.864.000 orang. Dari jumlah tersebut, 13,8 % pembaca Pos Kota, 13,5 % pembaca Kompas, 4,4 % pembaca Suara Pembaharuan, 3,4 % Media Indonesia, dan pembaca *Republika* 2,7 % (SRI Media Index 1993).

Image bahwa Harian Umum *Republika* sebagai surat kabar pembawa aspirasi Umat Islam cukup jelas, hal ini dibuktikan juga oleh sebagian besar pelanggan *Republika* adalah Umat Islam (99 %) dan motivasi berlangganan untuk memajukan surat kabar yang menyalurkan aspirasi keagamaan (Bukhari, 1993).

Kecenderungan belanja iklan di Indonesia sampai tahun 1993 terus meningkat. Berdasarkan data adexcope SRI, untuk periode Januari - September 1993, total belanja iklan meningkat 48 % dibanding tahun 1992, yakni dari Rp.557.957.506.000,00 menjadi Rp.826.582.286.000,00. Dari nilai tahun 1993 tersebut 19.39 % dimuat di surat kabar, 7.83 % di majalah/tabloid, dan 72.78 % pada TV swasta (TPI dan RCTI/SCTV).

Berdasarkan data tersebut, merupakan indikator bahwa peluang peningkatan pasar (sirkulasi dan iklan) untuk Harian Umum *Republika* pun cukup besar. Apalagi bila mengingat semakin meratanya pendapatan per-kapita masyarakat yang diikuti dengan semakin membaiknya taraf pendidikan masyarakat maka kebutuhan akan informasi sudah menjadi kebutuhan sehari-hari. Realita ini dibuktikan oleh pertumbuhan *Republika* di tahun pertama 1993.

Sementara itu dalam "Catatan 2 tahun perjalanan Koran Masyarakat Baru" (SRI Printscope 1994) diungkapkan bahwa sebagai koran dengan karakter yang khas, lugas, dan objektif, *Republika* telah menjadi kepercayaan bagi semua pihak, baik kalangan pembaca maupun pengusaha. Dalam perjalanannya, ternyata muncul beberapa fenomena menarik. Pencapaian tirus 160.000 per hari sampai September

1994 adalah suatu hal di luar perkiraan. Begitu pula dengan hasil penelitian SRI (Media Index, 1994) yang mengungkapkan adanya "peningkatan" profil pembaca *Republika*, khususnya di 9 kota besar Indonesia. Namun dari semua itu, yang lebih penting dan menjadi perhatian *Republika* adalah bagaimana agar dapat senantiasa menjawab tuntutan sekaligus kepercayaan sebagai medium aspirasi masyarakat Indonesia kini.

Berdasarkan penelitian terhadap *Republika* yang dilakukan *Survey Research of Indonesia* (SRI) tadi juga diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Pembaca *Republika* terbanyak adalah pria yang meningkat dari 59,47 % tahun 1993 menjadi 69,00 % pada tahun 1994. Sedangkan wanita 40,53 % pada tahun 1993 menjadi 31,00% di tahun 1994.
2. Pembaca *Republika* tahun 1994 tersebar merata antara kelompok usia 15-19 tahun (19,00%), 20-24 tahun (20%), 25-29 tahun (16 %), dan 30-34 tahun (18 %). Peningkatan yang paling tajam dari tahun 1993 adalah di kelompok usia 30-34 tahun yaitu dari 10,29 % menjadi 18,00% pada tahun 1994. Dengan demikian maka usia pembaca *Republika* yang paling potensial adalah ditingkat ini.
3. Dalam hal pendidikan pembaca juga terjadi peningkatan ditingkat akademi, yaitu dari 14, 47 % pada tahun 1993 menjadi 17,00 % pada tahun 1994. Selain itu ditingkat universitas mencapai 13,00% pada 1994.
4. Pada umumnya pekerjaan utama pembaca *Republika* yang paling banyak adalah White Collar, yaitu sebanyak 36,51 % tahun 1993 menjadi 45 % tahun 1994. Disusul dengan Mahasiswa, yaitu sebanyak 38,36 % pada 1993 menjadi 24 % pada 1994.

5. Pembaca *Republika* tahun 1994 yang terbanyak berasal dari golongan status sosial ekonomi B, yaitu penghasilan Rp.400.000-600.000 sebanyak 23%. Sedangkan yang diatas Rp.900.000 sebanyak 15%. Sedangkan golongan A2, yaitu penghasilan Rp.500.000-900.000 mencapai jumlah 16,00%. Disusul dengan golongan C1 dan C2 sebanyak 19,00% dan 17,00%.
6. Trend distribusi *Republika* sejak peluncurannya yang pertama (1993) hingga 1994 menunjukkan peningkatan yang cukup dramatis, yaitu mulai dari tiras 100.000 pada bulan Januari 1993 menjadi 160.000 pada September 1994. Peningkatan dan jumlah tiras ini merupakan prestasi bagi *Republika* sebagai suatu koran harian yang masih berusia muda.

Dengan tiras 160.000 lebih per hari, *Republika* kini tampil lebih lengkap dengan berbagai informasi penting berupa suplemen, mulai dari :

1. Soal politik (**Tekad**) pada hari Senin.
2. Dunia sepakbola (**Rekor**) pada hari Selasa.
3. Keuangan dan pasar modal (**Rekadana**) pada hari Rabu.
4. Manajemen dan pemasaran (**Manajer**) pada hari Kamis.
5. Dunia Islam (**Dialog Jumat**) pada hari Jumat.
6. Prestasi dan kehidupan wanita (**Wanita**) pada hari Sabtu.
7. Informasi yang edukatif buat si buyung (**Koran Kecil**) pada hari Ahad.

Semua kemasan informasi tersebut tentunya merupakan upaya *Republika* untuk memperjelas segmen pembaca serta pembeli potensial. Dengan demikian maka siapapun pembaca diharapkan dapat menikmati *Republika*.

## B. Konteks Islam *Republika*

Haidar Bagir mengungkapkan bahwa misi *Republika* diletakkan dalam konteks Islam kosmopolitan. Jadi bagaimana penjelasan konteks Islam *Republika* sesungguhnya? Dengan mempertimbangkan bahwa media adalah pesan dan pesan adalah perpanjangan dari pikiran seseorang, maka dengan membaca media sebenarnya kita juga membaca arus kesadaran dan impian suatu komunitas tertentu dalam ruang dan waktu tertentu pula. Dalam konteks ini kita bisa menduga, jumudnya pikiran Islam selama berabad-abad yang telah meredusir Islam secara habis-habisan hingga sebatas hukum halal-haram yang ditafsirkan secara skripturalistik, menjadi alasan yang mencukupi untuk menjelaskan mengapa Pers Islam yang hidup selama ini begitu *rigid* dan sempit. Yang mematok liputan berita sebatas aktivitas pengkajian, skeptisime terhadap Barat atau dalil-dalil klasik tentang "pembid'ahan".<sup>106</sup>

Oleh karena itu, mengembangkan daya pikir media Islam sebenarnya tidak berhenti pada dirinya sendiri, tetapi yang paling berat justru berupaya memacu upaya rekonstruksi pemikiran Islam, bilamana perlu dengan jalan mempertanyakan dan mendekonstruksi berbagai term dan premis-premis tradisional yang diterima secara *taken for granted*.<sup>107</sup>

Dalam hal ini kita melihat ada arus kesadaran baru yang menjadi nafas hidup koran baru yang bernama *Republika* ini. Salah satu cara yang paling gampang untuk mengamati kecenderungan ini bisa dilihat dari pemilihan namanya, yang dalam batas-

<sup>106</sup> Yudi Latif dan Idi Subandy, " "Republika" dan Wajah Pers Kita", *Republika*, 7 Februari 1993.  
<sup>107</sup> *Ibid*

batas tertentu mengindikasikan pergeseran-pergeseran orientasi eksistensialnya, dalam Islam eksklusif ke Islam inklusif, dari Islam lokalit ke Islam kosmopolit, dari Islam "sajadah" ke Islam "sahadah". Bila ingin lebih jelas bacalah Tajuk Rencana nomor perdananya. "Sebuah harian umum di tengah bangsa yang tengah membangun seharusnya punya wawasan kebangsaan. *Republika* lahir dengan semangat demikian. Ia diperuntukkan bagi segenap bangsa. Ia memandang setiap persoalan dengan sudut pandang yang didasarkan pada kepentingan seluruh bangsa Indonesia".<sup>108</sup>

Hubungan antara keislaman dan kebangsaan memang memerlukan pemikiran yang sungguh-sungguh. Dan bukti kesungguhan ini telah diabadikan koran ini dalam sebuah monumen "kawin emas" berupa pembelian beberapa saham *Republika* oleh para pembesar bangsa.<sup>109</sup>

Ada persoalan yang lebih pelik ketimbang sekedar monumen. Pertama adalah masalah pemahaman, dan kedua adalah problem kepentingan. Tentang bagaimana Pers Islam menyikapi dan mendefinisikan masalah ini bukan saja akan mempengaruhi kebijakan redaksionalnya, tetapi juga akan menentukan kelangsungan hidupnya. Di sini *Republika* dituntut untuk menyesuaikan medan semantiknya dari simbolisme formalis ke simbolisme substansialis. Jadi, singkatnya bagaimana menjadikan Islam sebagai oksigen bukan patok-patok penyekat.<sup>110</sup>

### C. Konteks Sejarah *Republika*

Jika kita telusuri, kita buka-buka kembali, lalu kita renungkan lembar demi lembar koran-koran besar yang pernah hidup di tanah air kita akan segera kita pergoki bahwa masing-masing koran tersebut memiliki kekuatannya sendiri-sendiri. Di mana

---

<sup>108</sup> *Ibid*  
<sup>109</sup> *Ibid*  
<sup>110</sup> *Ibid*



kekuatan-kuatannya tersebut sedikit banyak mencerminkan kekuatan-kekuatan sekaligus kelemahan-kelemahan zamannya.

Kalau lembaran koran itu adalah potret dari realitas sejarah yang berhasil direkam oleh para wartawannya dengan integritas moral dan komitmen profesinya, maka fakta sejarah itu benar-benar bisa kita gunakan untuk berkaca dalam menyikapi berbagai hal yang pada beberapa sisinya ada paralelisme diakronis dengan peristiwa masa kini bahkan untuk generasi mendatang. Lain halnya, bila fakta-fakta itu mengalami distorsi apalagi manipulasi. Kita tidak saja akan bercermin pada "kaca sejarah" yang "buram", tapi sejarah itu sendiri tidak lebih dari sekedar konsesus kebohongan belaka.<sup>111</sup>

Tetapi jangan lupa, idealnya, peranan pers tidak hanya berhenti sekedar cermin sejarah, yang bersikap pasif, sadrah sepenuhnya pada tarikan "pasar" sejarah (*history pull*), melainkan bisa juga berperan sebagai pembentuk sejarah (*media push*). Tarik tolak antara kedua peran ini memang amat rentan. Bagaimana cara membentuk sejarah tanpa mendistorsikan realitas sejarah adalah tugas berat yang amat krusial. Dalam hal ini, salah satu aspek fundamental untuk bisa memfasilitasi hal itu adalah kemampuan pers untuk bisa memperlengkapi dirinya dengan daya baca yang kritis terhadap tanda-tanda zaman, sebagai batu tumpuan untuk bertindak. Di sini kita melihat kelahiran *Republika* sungguh-sungguh berada dalam kurun dan atmosfer sejarah sosial, budaya, ekonomi dan politik yang "istimewa" kalau tidak bisa dikatakan unik, yaitu dengan ciri-ciri sebagai berikut:<sup>112</sup>

Pertama, *Republika* lahir pada penghujung abad "kapital" ketika orang dicekam hipnosa *cripto-madievalisme*, yang berisi kecemasan dan mimpi buruk tentang ketidakpastian abad mendatang, yang mendorong mereka mencari

---

<sup>111</sup> *Ibid*  
<sup>112</sup> *Ibid*

ketenangan lewat "anggur" spiritualisme. Kondisi ini lalu dipacu oleh hembusan angin globalisasi dengan penderasan proses monokulturisasi kebudayaan, yang membuat bubarahnya *culture-confident* komunitas budaya yang pada gilirannya mendorong mereka mencari kepastian identitas dirinya lewat "simbol-simbol" keagamaan. Dilihat dari segi pangsa pasar, kondisi ini akan menguntungkan media massa yang bernuansa keagamaan, karena akan begitu reseptifnya konsumen terhadap "muatan-muatan" pesan keagamaan. Di sisi lain jika simbol-simbol keagamaan yang diekspose oleh media tersebut tidak dipilih secara hati-hati, maka konflik budaya dan keresahan sosial baru menjadi tak terelakkan. Dengan pertimbangan bahwa setiap "bahasa" memiliki komunitasnya sendiri dan setiap isu bisa membelah "jagad besar" tunggal menjadi renik-renik dunia kepentingan yang terpecah. Di sini, media akan mempunyai andil yang besar dalam membiakkan kotak-kotak kehidupan sosial yang sudah sedemikian terkotak-kotak.

Kedua, *Republika* lahir di penghujung PJPT I bersama kisah sukses sejarah ekonomi "pertumbuhan" dengan menyisakan jurang lebar kesenjangan sosial. Kita baca satu demi satu paling sedikit ada 59,6 juta angkatan kerja Indonesia yang masih tergolong miskin pendidikan (SD ke bawah), kurang lebih ada 30 juta penduduk Indonesia yang berada di bawah garis kemiskinan, dan sedikitnya ada 54,2 % keluarga perkotaan yang mempunyai pendapatan di bawah Rp.150.000 per-bulan, antara perkotaan dan pedesaan.

Ketiga, *Republika* hadir pada saat sejarah feriperalisasi peran politik Islam mulai surut diterpa angin repatrialisasi kaum santri menuju pusat-pusat kekuasaan, membentuk gelombang santrinisasi birokrasi dengan ICMI sebagai simbolnya. Menguatnya peran politik Islam ini memerlukan resonansi alat pemancar, yang bertugas untuk membentuk opini publik yang *favorable*. Di sinilah *Republika* tampil.

Keempat, *Republika* tumbuh dalam kurun waktu ketika industri pers nasional tengah bergulat untuk keluar dari berbagai permasalahan kemandegan. Terutama menyangkut masalah kelesuan alias tidak berkembangnya sirkulasi media cetak pada tahun-tahun terakhir ini. Juga porsi iklan yang disedot oleh media lain, terutama televisi swasta yang jumlahnya kian bertambah. Belum lagi dengan gencarnya invasi koran dan majalah manca negara yang diproduksi dengan teknologi canggih (kecepatan dan aktualitasnya). Juga harga yang semakin ditekan karena produksinya yang berskala global.

Dihadapkan pada kenyataan ini, kalangan pers biasanya menuduh masyarakat sebagai biang keladinya. Ketika sirkulasi media cetak menurun, yang dilihat sebagai penyebabnya adalah rendahnya minat baca dan daya beli masyarakat terlebih-lebih setelah berkembangnya media televisi. Atau secara apologetis sementara kalangan pers kerap kali berdalih, "kami lumpuh karena mempertahankan idealisme". Di sini dimensi idealisme sering diletakkan dalam posisi diametral dengan dimensi komersial padahal, derajat tertentu dari idealisme justru merupakan prasyarat yang dibutuhkan bagi sukses komersial.<sup>113</sup>

---

<sup>113</sup> *Ibid*

## BAB V ANALISIS HASIL PENELITIAN

Analisis akan disusun berdasarkan tujuan penelitian, yaitu sebagai berikut :

### A. Kebijakan Redaksional *Republika* Dalam Hal Visi dan Misi

Sebelum menganalisis dan menginterpretasikan data, akan diungkapkan terlebih dahulu kebijakan *Republika* secara umum yang berupa Konsep Produk & Visi Usaha sebagai berikut :

#### A.1 Visi

*Republika* adalah sebuah surat kabar yang lahir di tengah Indonesia yang berubah secara cepat dari sebuah masyarakat petani ke masyarakat industri. Dalam perubahan yang melanda hampir semua aspek kehidupan ini - politik, ekonomi, iptek, sosial, budaya - "keterbukaan" menjadi kata kunci. *Republika* memilih berposisi untuk turut mempersiapkan masyarakat Indonesia memasuki masa dinamis ini tanpa perlu kehilangan segenap kualitas yang telah dimilikinya.

*Republika* sadar bahwa arus perubahan yang sangat didambakan ini, pada saat yang sama, mengandung jebakan. Sebuah pasar ekonomi dunia yang

sepenuhnya terbuka misalnya, hanya akan bermanfaat bila kita memiliki barisan pengusaha yang telah memiliki segenap sumber daya yang dibutuhkan untuk berkompetisi. Sebuah jaringan komunikasi dunia, misal lainnya, potensial sekali untuk menimbulkan kapasitas kritis masyarakat dalam menyaring sendiri arus informasi dari jaringan global tersebut.

Dengan demikian maka, motto *Republika* "Mencerdaskan Kehidupan Bangsa", berarti semangat mempersiapkan masyarakat memasuki era baru itu. Keterbukaan dan perubahan telah dimulai dan tak ada langkah kembali bila memang bersepakat mencapai kemajuan. Meskipun demikian, mengupayakan perubahan yang juga berarti pembaruan; bagi *Republika* tak mesti mengganggu stabilitas yang telah susah payah dibangun selama ini.

Keberpihakan *Republika* tentunya kuat kepada mayoritas penduduk di negeri ini yang mempersiapkan diri mereka bagi munculnya sebuah dunia dan suasana yang lebih baik serta adil. Media massa dengan *Republika* salah satu darinya, hanya menjadi penopang agar langkah-langkah itu memang bermanfaat bagi kesejahteraan bersama.

Cara *Republika* mengungkapkan visinya adalah dengan cara menghadapi kekinian secara proaktif sambil mengantisipasi perubahan-perubahan di masa depan untuk mempertahankan keunggulan. Masa depan usaha informasi tercetak, menurut visi *Republika* akan diwarnai oleh persaingan dengan media audiovisual dan media elektronik. Karenanya, konsep produk *Republika* akan terus diarahkan pada pendayagunaan maksimum keunggulan-keunggulan komparatif media cetak.

Sebagai manifestasi dari kesadaran ini, maka perhatian khusus akan diberikan pada pengembangan sumberdaya manusia yang memiliki kemampuan adaptasi yang

tinggi terhadap perubahan-perubahan dan memiliki keterampilan untuk menghasilkan produk yang secara dinamis bisa memenuhi kebutuhan pembacanya.

Dalam hal positioning, *Republika* memposisikan diri sebagai media bagi *decision maker*, baik di pemerintah maupun swasta dan "kelas menengah", mereka bukan hanya bagian dari populasi yang berpenghasilan menengah ke atas, namun juga yang sekaligus mengandung sebagian atau keseluruhan ciri-ciri berikut : berpartisipasi politik demokratis, memiliki mobilitas sosial yang dinamis, sangat menghargai profesionalisme, mempunyai akses luas pada jaringan komunikasi internasional, beraktivitas *leisure* tinggi dan akrab - atau minimal "gandrung" - dengan teknologi. Pada saat yang sama mereka diperkirakan memiliki kepedulian sosial dan kesadaran religius yang tinggi.

Corak jurnalisme *Republika* adalah jurnalisme yang ingin menyajikan informasi yang selengkap-lengkapnyanya dan relevan bagi para pembacanya. Selain itu ia juga berupaya mengembangkan corak jurnalisme yang "mudah dibaca". Bahasa dan gaya penuturannya diupayakan sederhana, lincah dan tidak kaku tanpa mengabaikan kaidah bahasa. Visualisasi dan desain yang menarik juga diupayakan.

Pilihan topik *Republika* tidak mengandung pretensi untuk menjadi terlalu filosofis. Yang menjadi perhatian adalah topik-topik yang dekat dengan dan berdampak langsung pada masyarakat pembaca. Ini bukan berarti mengabaikan kedalaman dan keseriusan. Ia justru berupaya mengembangkan semacam surat kabar "semi magazine". Artinya, akan banyak berita yang ditulis dengan gaya *features*. Dalam hal ini apa yang berlangsung sehari-hari sebisa mungkin dibingkai, ditafsirkan, diberi kedalaman.

## A.2 Misi

Diterjemahkan ke dalam berbagai aspek kehidupan, misi yang diemban *Republika* adalah sebagai berikut :

### A.2.1 Wilayah Politik :

*Republika* mendorong demokratisasi , optimalisasi lembaga-lembaga negara, mendorong partisipasi politik semua lapisan masyarakat, serta mempromosikan pengutamakan kejujuran dan moralitas dalam politik.

### A.2.2 Wilayah Ekonomi :

*Republika* mendorong kemandirian, keterbukaan dan demokratisasi ekonomi, mempromosikan profesionalisasi yang tetap mengindahkan nilai-nilai kemanusiaan dalam manajemen, menekankan perlunya pemerataan sumber-sumber daya ekonomi serta mempromosikan prinsip-prinsip etika dan moralitas dalam bisnis.

### A.2.3 Wilayah Budaya :

*Republika* mendorong sikap yang terbuka dan apresiatif terhadap bentuk-bentuk kebudayaan yang menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan, dari manapun datangnya; mempromosikan bentuk-bentuk kesenian dan hiburan yang sehat, mencerdaskan, menghaluskan perasaan, mempertajam kepekaan nurani; serta bersikap kritis terhadap bentuk-bentuk kebudayaan yang cenderung mereduksi manusia dan mendangkalkan nilai-nilai kemanusiaan.

#### A.2.4 Wilayah Agama :

*Republika* mendorong sikap beragama yang terbuka dan sekaligus kritis terhadap realitas sosial ekonomi kontemporer, mempromosikan semangat toleransi yang tulus, mempromosikan pengembangan penafsiran-penafsiran ajaran ideal, agama dalam rangka mendapatkan pemahaman yang segar dan tajam; mendorong pencarian titik-titik temu sejauh mungkin diantara agama-agama yang ada. Sebagai surat kabar yang bernafaskan Islam, *Republika* ingin mewujudkan Islam sebagai "rahmatan lil'alam" (kesejahteraan bagi semesta alam) bahkan yang pertama dan terutama "rahmatan lil Indonesia" (kesejahteraan bagi bangsa Indonesia).

#### A.2.5 Wilayah Ilmu Pengetahuan - Teknologi :

*Republika* mendorong masyarakat untuk lebih mencintai iptek, menumbuhkan kesadaran akan arti penting penguasaan teknologi dalam kompetisi ekonomi politik internasional, mempromosikan riset-riset dasar guna pengembangan ilmu menuju swadaya teknologi, memberi perhatian pada segi etis dan moral dalam pengembangan ilmu, menuju swadaya teknologi, memberi perhatian pada segi etis dan moral dalam pengembangan ilmu, menuju swadaya teknologi, memberi perhatian pada segi etis dan moral dalam pengembangan ilmu, bersikap kritis terhadap teknologi yang berkecenderungan mereduksi kemanusiaan dan eksploitasi tanpa batas terhadap alam.



**B. Kendala-kendala Jurnalistik yang Dialami *Republika* Ketika Menjalankan Visi dan Misi, Khususnya Dalam Bidang Redaksional.**

Mengenai visi dan misi *Republika*, para responden telah memberikan gambaran yang sama, yaitu visinya seperti yang tertera di korannya : "Mencerdaskan Kehidupan Bangsa". Sementara, menurut Wakil Pemimpin Redaksi, misi keislamannya tidak perlu disebutkan, yang penting sesuai dengan ICMI, yaitu meningkatkan 5K (Kualitas Iman, Kualitas Hidup, Kualitas Kerja, dan Kualitas Pikir). Dan tujuan diadakannya *Republika* adalah sesuai dengan arahnya misi tadi.

Sedangkan Sekretaris Redaksi memaparkan :

Anggapan masyarakat yang mengatakan bahwa *Republika* koran Islam adalah tidak salah. Hal ini didasari dengan pertimbangan bahwa masyarakat Indonesia paling banyak adalah umat Islam maka *Republika* memformulasikan dirinya dengan memberikan perhatian lebih banyak pada golongan tadi. Dan dengan mengangkat masyarakat kelas bawah atau masyarakat yang tertindas, maka itupun tidak salah karena Islam itu *rahmatan lil alamin* yang ideal.

Mengenai hal ini reporter Lembar Wanita juga menambahkan bahwa jumlah muslim di Indonesia sebanyak 85 % tapi masih berada di posisi marginal maka *Republika* ingin agar umat ini tidak berada di posisi marginal terus. Kemudian juga disadari sebenarnya ada hegemoni informasi yang dikuasai oleh non-muslim, maka *Republika* berusaha untuk memutus hegemoni itu dan membuat umat Islam lebih diperhitungkan. Tujuan didirikannya *Republika* pun sesuai dengan visi dan misi tadi. Dengan kata lain *Republika* ingin mengangkat golongan muslim.

Menurut para responden ini, misi *Republika* juga disesuaikan dengan misi ICMI karena *Republika* adalah bagian dari ICMI. Untuk memperjelas hal ini Reporter Politik mengungkapkan bahwa ICMI kelahirannya didasari oleh pemikiran bahwa umat Islam itu mayoritas, maka umat harus terwakili dalam politik, sosial, dan ekonomi secara proporsional. Selama ini umat Islam belum terwakili dalam percaturan kenegaraan,

padahal umat Islam berjasa dalam kemerdekaan, tetapi tersisih dalam percaturan tadi. Sejak 1928 baru ada keberpihakan terhadap umat Islam terutama dari Presiden sebagai Mandataris MPR. Misalnya, ada peraturan pembolehan siswi berjilbab, ICMI, dan lain-lain.

Ia juga menegaskan :

ICMI memang momentum luar biasa yang ditunggu-tunggu oleh kalangan muslim. Terhadap kondisi ini ada yang mengatakannya sebagai : Islamisasi, ijo royo-royo, dan lain-lain. Sebenarnya kondisi inipun belum proporsional, baru mengarah ke proporsional saja. Maka kelahiran *Republika* tak terlepas dari proses tadi.

Menurutnya, sementara umat Islam belum terwakili secara proporsional, media massa Islam pun hanya menempati posisi marjinal saja. Fenomena menarik sekarang ini adalah justru media-media Islam yang belum punya SIUPP seperti *Intilq* dan *Ummi*, oplahnya besar. Hal ini disebabkan salah satunya karena media-media tersebut merupakan bagian dari sistem pengkaderan/dakwah dan cukup bagus isinya sehingga ia tersosialisasi dengan mudah. Tetapi itupun tetap terbatas dan marjinal, tidak leluasa bergerak, untuk menjadi legal pun tak mudah.

Rupanya, untuk menjadi sebuah Pers Islam yang baik adalah tidak mudah. Apalagi jika mengingat jatuh bangunnya sejarah Pers Islam. Tetapi menurut reporter lembar manajer ada perbedaan antara *Republika* dengan Pers Islam lainnya, yaitu dalam hal penyajian. Pernyataan yang lebih jelas sebagai berikut :

Misi boleh sama tapi penyajian bisa berbeda, itu bedanya. Sebenarnya awalnya tidak mudah, contohnya ketika kita meliput SDSB, awalnya sulit dan sendirian, media lain tidak ada yang memuat karena mereka penerima iklan SDSB. Kasus film *True Lies*, adalah contoh yang lain. Meskipun akhirnya berdampak larisnya film itu, tapi itu tidak masalah, yang penting kita memberi kaca mata bagi penonton seperti apa film itu.

Permasalahannya adalah, visi dan misi *Republika* sebenarnya tidak selalu sejalan dengan keinginan pribadi-pribadi yang ada di *Republika*. Hal ini dipaparkan

oleh seorang anggota sidang redaksi. Menurutnya, *Republika* tidak punya misi dan visi yang jelas. Soal itu masih terus diperdebatkan karena *Republika* masih tumbuh dan terus berproses. Jadi misi *Republika* secara definitif belum ada. Sementara ini nilai keislamannya muncul secara otomatis saja, yaitu misalnya dimulai dari kelahirannya yang diawali oleh kelahiran ICMI, maka misinya sesuai dengan ICMI, meskipun itu tidak dominan, karena pada prakteknya yang terjadi adalah masih diskusi. Apalagi visi dan misi itu tujuan yang abadi, kekal, dan tidak berubah, padahal dalam sehari-hari ada problem yang dinamis dan berbeda-beda.

Bahkan menurutnya, tidak perlu pendefinisian visi dan misi yang saklek, yang diperlukan adalah prinsip-prinsip jurnalistik. Makin plural suatu organisasi yang bisa mengakomodasi perbedaan-perbedaan untuk mencari sintesa yang lebih bagus adalah makin baik. Walaupun demikian tetap dibutuhkan pemimpin yang bisa mengendalikan dan sewaktu-waktu juga membuat keputusan, karena berdebat terus juga tidak baik. Tetapi perbedaan pendapat dalam Islam pun rahmat, jadi hal itu tidak apa-apa terjadi bahkan islami. Kalau sudah hanya orang tertentu saja yang berhak menjalankan koran ini, hal itu malah diktator dan tidak islami. Maka tak heran selalu ada perdebatan-perdebatan untuk menentukan yang dimuat atau tidak.

Untuk mengatasi hal ini Wakil Pemimpin Redaksi menjelaskan bahwa *Republika* memang menyadari bahwa landasan kerja yang bisa dibilang filosofi, visi dan lain sebagainya itu memang sesuatu yang abstrak dan *Republika* sering mendapat dadakan-dadakan peristiwa yang sering kali harus sesuai dengan itu. Dadakan itu tidak boleh jadi perdebatan berkepanjangan, maka selalu diadakan rapat untuk memutuskan paling lambat pukul 19:00 WIB untuk halaman muka, dan pukul dua siang untuk halaman dalam. Maka rata-rata para redaktur sudah bisa mengoperasionalkan menjadi keputusan yang aktual. Meskipun demikian para

responden menyadari bahwa perdebatan-perdebatan itu merupakan suatu proses yang memperkaya *Republika*.

Selain perdebatan tentang visi dan misi di atas, kendala lain yang dihadapi oleh *Republika* sehubungan dengan misinya adalah sebagai berikut :

#### B.1 Dalam Wilayah Politik :

Permasalahan yang timbul di wilayah politik adalah adanya phobi Islam. Reporter politik menjelaskan bahwa pada bidang ini umumnya kalangan pers tidak begitu suka dengan isu keislaman atau biasa disebut dengan phobi Islam. Misalnya mereka enggan meliput di masjid-masjid, dan lain-lain. Menghadapi hal ini tentu *Republika* tidak bisa mengikuti arus begitu saja. Sebagai koran yang berafiliasi pada ICMI yang merupakan wadah umat muslim tentu ada keberpihakan pada umat ini. Maka *Republika* tetap berpihak pada umat agar mereka mendapat posisi politik yang wajar. Selama ini orang yang menuntut kewajaran tadi biasanya dituduh sektarian, yaitu orang yang hanya berpikir tentang kalangannya sendiri saja. Maka bisa dibayangkan betapa berat ketika memperjuangkan umat. Keberpihakan ini ditunjukkan dengan konsistennya *Republika* ketika menggugat SDSB yang dianggap judi dan merugikan masyarakat. Meskipun awalnya *Republika* berjuang sendiri ia tetap konsisten sampai akhirnya SDSB tumbang.

Tentang keberpihakan dan konsistennya *Republika* pada golongan mayoritas ini, ditambahkan oleh seorang anggota sidang redaksi sebagai berikut :

Indikator inilah yang paling jelas menunjukkan mengapa *Republika* dibidang koran Islam yang lebih substantif daripada koran-koran Islam yang lain. Pers lain mungkin memandang SDSB sekedar halal haram, tetapi *Republika* tidak memandang sekedar itu, melainkan dilihat juga betapa SDSB merusak tatanan sosial. *Republika* melihat dari segi sosial, ekonomis, maupun budaya. Ini sejalan dengan semangat Islam yang memang sangat universal.

Begitu juga dengan kasus konglomerasi, tambahannya, hal itu tidak hanya dipandang sebagai pertarungan antara Cina dan pribumi semata, tetapi karena sistem konglomerasi sekarang ini banyak tidak adil. Ketidakadilan itu memang dilihat dari adanya sekelompok pengusaha muslim yang tidak punya power di sisi ekonomi, sementara ada sekelompok pengusaha yang kebetulan non-muslim dan berkuasa. Dalam hal ini *Republika* bukan anti-Islam atau anti-Cina, tetapi konteksnya keadilan sosial. *Republika* tidak ingin dianggap koran Islam karena hanya ada Hikmah dan Dialog Jum'atnya saja. Padahal berita-berita yang lain disemangati dengan semangat Islam juga.

Kendala lain dalam wilayah politik yang dihadapi *Republika* adalah dalam menjalankan fungsi kontrol sosial yang mengharuskan berhadapan dengan pemerintah. Hal ini diungkapkan oleh Wakil Pemimpin Redaksi. Menurutnya, betapapun *Republika* didirikan oleh ICMI yang menyangkut beberapa pejabat penting pemerintahan tetapi terkadang mereka sendiri perlu dikritik. Jadi *Republika* harus pandai-pandai meniti di atas buih agar tidak melanggar peraturan yang ada karena *Republika* -seperti juga koran yang lainnya- tidak kebal terhadap hukum.

Salah seorang anggota sidang redaksi juga menambahkan bahwa idealnya memang media massa bekerja sama dengan pembaca (masyarakat) dan pemerintah untuk menegakkan kebenaran, tapi kenyataannya tidak seideal itu. Padahal kalau bicara pers secara keseluruhan, memang ada ideal pers untuk menegakkan kebenaran dan sebagainya tapi media massa itu bukan suatu yang sakral, ia bisa juga berbuat salah. Untuk itu, yang diinginkan adalah kalau *Republika* membuat kesalahan harus dibuktikan dengan jelas. Diakuinya, kondisi Indonesia memang agak sulit karena pemerintah agak kuat, maka *Republika* harus bergerilya dalam arti harus berkompromi dengan pemerintah. Memang selama ini, dikalangan pemerintah

(kalangan tertentu) sebelum tahun 90-an relatif ada yang selalu curiga pada Islam terutama dengan adanya kasus jilbab, atau kasus Lampung. Tapi sejak tahun 90-an ada pandangan baru pemerintah terhadap Islam misalnya dengan dibentuknya ICMI. Disitulah orang Islam punya ruang yang lebih luas. Ini ada kaitannya dengan politik tingkat tinggi.

Tetapi ia lebih jauh lagi menjelaskan sebagai berikut :

Anggapan bahwa pemerintah sudah pro pada Islam tidak bisa dilihat sekedar itu. Secara langsung maupun tidak langsung kita di"tekan" dengan tidak boleh menulis ini dan itu, tapi itu problem semua koran. Kita bisa lihat apakah *Republika* selalu pro pemerintah atau tidak. Pemerintah setuju SDSB, konglomerat, uji coba 5 hari, kita tidak. Yang terjadi sebenarnya bukan pro atau anti tapi mekanisme bersama yang saling memperkaya, saling mengingatkan. Dan *Republika* selalu berpihak pada kepentingan umat karena umat lebih abadi ketimbang pemerintah yang cuma golongan elite.

Reporter Lembar Wanita juga mengungkapkan bahwa tak heran apabila dalam menjalankan kontrol sosial bukan hanya *clean government* yang ditekankan tetapi semua bidang yang perlu dikritik tanpa peduli muslim atau bukan. Kalau kata akal sehat tidak benar maka dikatakan tidak benar. Sampai sekarang ini sudah cukup sering *Republika* "menggoyang" ketimpangan yang ada, misalnya dalam kasus garam di Madura, ekspor fiktif, dan sebagainya.

Untuk mengatasi pembatasan dari pemerintah, Wakil Pemimpin Redaksi menjelaskan sebagai berikut :

*Republika* berusaha untuk tidak salah. Kalaupun ternyata "nyenggol" sedikit itu resiko karena kepentingan masyarakat harus didahulukan. Maka ada budaya berunding untuk menentukan suatu hal yang biasanya dengan cara rapat Dewan Redaksi seminggu sekali.

Dalam rapat ini bertemu Dewan Redaksi dengan para pimpinan, yaitu Pemred (Pemimpin Redaksi) dan Redpel (Redaktur Pelaksana) untuk membicarakan topik atau isu yang akan diangkat minggu ini. Setelah itu ada rapat sidang redaksi, yaitu

Pemred dengan anggota dewan Sidang Redaksi untuk menjabarkan apa yang sudah diputuskan. Aspirasi dari dalam juga dibicarakan dalam kesempatan ini. Besoknya dioperasionalkan dalam rapat koordinasi redaksi. Kalau ada reporter yang salah menafsirkan, atasannya langsung yang menegur. Misalnya kalau reporter salah, redaktornya yang menegur, begitu seterusnya. Kebijakan untuk reporter adalah berupa arahan dari redaktur berupa apa saja yang harus diliput agar tidak *mubazir*.

## **B.2 Dalam Wilayah Ekonomi :**

Dalam wilayah ini, kendala yang dirasakan adalah tarikan bisnis dan idealis serta masih sedikitnya pengusaha besar muslim. Menurut seorang anggota sidang redaksi, tarikan bisnis dan idealis yang umumnya dialami oleh semua media massa, juga dirasakan oleh *Republika* dan itu akan selalu terjadi, bahkan di Amerika yang katanya sangat liberal. Rasanya tidak mungkin punya organisasi yang independen kalau secara bisnis tidak independen. *Republika* tentu saja tidak bisa hanya minta dana pada instansi tertentu saja, melainkan harus punya bisnis yang kuat. Dengan cara itu *Republika* punya saluran-saluran idealisme.

Ia juga beranggapan bahwa untuk mengatasi ini maka dalam beberapa hal kompromi itu boleh dilakukan, itulah hidup. Tentu kompromi dengan batas tertentu dan didasari juga oleh nilai keislaman. Misalnya suatu ketika *Republika* sadar betul bahwa ada berita yang tidak layak muat, tetapi karena tidak ada dana untuk biaya operasi, maka *Republika* dipaksa untuk memilih, di situlah *Republika* menghadapi dilema dan pilihannya tidak mudah. Dalam realitanya harus diakui bahwa pengusaha-pengusaha besar di Indonesia yang bisa pasang iklan besar itu bukan muslim. Bila dalam tekanan seperti itu *Republika* masih bisa menunjukkan wajah Islam sendiri itu suatu prestasi, karena tekanannya bukan dari pemerintah saja tetapi juga tarikan-

tarikan ke gagasan non-Muslim. Pilihan itu tidak mudah. Meskipun demikian dalam berbisnis *Republika* tidak mengesampingkan nilai-nilai idealisme, itulah yang dilakukan *Republika* selama ini. Selain itu juga menumbuhkan kelompok Islam yang secara ekonomi juga kuat. Sehingga *Republika* tidak akan bergantung pada pengusaha-pengusaha non-Muslim lagi. Itulah sebabnya tidak bisa dengan mudah menyingkirkan orang yang tidak 100 % Muslim. Inilah problem yang harus dilihat secara keseluruhan. Maka *Republika* selalu mengambil jalan tengah dan mengadakan kompromi-kompromi.

Selain penegasan dari responden di atas bahwa meskipun harus berbisnis tapi *Republika* selalu berusaha tidak mengesampingkan nilai-nilai idealis, reporter Lembar Manajer juga mengungkapkan :

Agar bisa bertahan media memang harus berbisnis. Bisnis koran itu dari dua hal, pertama dari pembeli, kedua dari iklan untuk itu media harus berinteraksi dengan banyak orang, dengan pengusaha, pejabat, dan yang lainnya yang mempengaruhi hidup matinya sebuah media. Dalam hal ini kalau *Republika* keras dalam berbisnis bisa berakibat buruk, *Republika* bisa hanya berumur satu atau dua tahun, setelah itu mati, dan kalau mati siapa yang akan membela kepentingan umat lagi. Sementara orang-orang tidak menyadari bahwa seperti Kompas misalnya itu tidak menyuarakan opini seluruh orang, melainkan aspirasi sekelompok kecil orang saja dan berusaha untuk membuat opini di masyarakat. Begitu opini mereka masuk dan masyarakat bersikap seperti opini itu maka Kompas sudah berhasil.

Menurutnya, Lembar Manajer sebagai rubrik yang dekat dengan dunia bisnis, sebenarnya ingin mengangkat pengusaha muslim yang baik sebagai usaha untuk mengatasi dominasi bisnis oleh kalangan non-pribumi. Tetapi memang belum banyak pengusaha muslim yang layak diangkat. Kalau tidak layak diangkat tentu tidak akan dipaksakan.



### B.3 Dalam Wilayah Budaya :

Dalam wilayah ini, kendala yang dihadapi adalah dalam hal hiburan. Sebagai sebuah media massa, *Republika* juga tidak terlepas dari menjalankan fungsi ini, meskipun ia menyandang gelar sebagai Pers Islam yang kosmopolit. Karena Salah satu fungsi pers adalah memberi hiburan. Hal ini telah diuraikan di bagian Kerangka Pemikiran.

Permasalahannya, dunia hiburan itu tidak bebas nilai, identik dengan hurai-hurai, pelecehan norma-norma susila, dan eksploitasi wanita. Untuk itu seorang anggota sidang redaksi mengatakan bahwa *Republika* memang masih selalu berdebat dan juga kritis terhadap hiburan karena hiburan itu tidak bebas nilai. Misalnya ada perdebatan apakah jazz itu islami apa tidak. Maka pemuatan hiburan karena ingin meningkatkan apresiasi dan juga daya kritis pembaca terhadap hiburan yang ada. Selain itu, menurutnya :

Dalam beberapa hal, film *Little House on The Praire* itu sebenarnya lebih mengandung nilai-nilai Islam yang bisa diadopsi untuk menyadarkan kita pada keuniversalan. Dan sebenarnya Islam itu juga sangat universal dan memberi ruang pada budaya-budaya lokal yang jauh lebih bagus dari agama-agama lain. Contohnya bagaimana Islam di Indonesia mengadopsi wayang dengan memasukkan misi-misi Islam lewat wayang tersebut. Itulah kekuatan Islam yang tidak bisa begitu saja diremehkan.

Menurutnya, hiburan yang ada memang seringkali justru memutarbalikkan norma-norma Islam tapi tidak bisa dicut begitu saja, yang perlu ditingkatkan adalah daya kritis pada pembaca tadi. Opera-opera sabun di televisi tidak cukup penting untuk ditonton. Jadi perlu diapresiasi secara kritis, jangan diterima begitu saja. Selain itu, sekarang ini banyak seniman Indonesia yang terjebak dalam kategori Islam yang sangat sempit. Misalnya dengan menerjemahkan film Islam itu harus selalu ada khotbahnya.

Menurut Wakil Pemimpin Redaksi, sebagai suatu Pers Islam maka hiburan yang ke arah pornografi dan melanggar syariat Islam tentu disisihkan. Wujud konkrit hiburan di *Republika* ada di halaman hiburan, yaitu halaman 5 yang memuat acara televisi. Disitu dimuat juga berita-berita lain seperti pembuatan film asing di Situbondo. Peletakkan liputan TV di halaman hiburan ini karena memang TV saling melengkapi dengan surat kabar. Kemudian *Republika* juga pernah meliput acara Tahun Baru di Hard Rock Cafe. Mengangkat bagaimana remaja-remaja muslim menutup acara Tahun Baru, misalnya dengan mengucapkan *Assalamu'alikum* sebelum menyanyi. Jadi sejauh itu tidak melanggar syariat Islam berita-berita yang menyangkut dunia hiburan tetap diangkat.

Reporter lembar manajer menegaskan pendapat tadi dengan memaparkan sebagai berikut :

Sebisa mungkin kita membuat berita hiburan yang islami, meskipun mungkin kategori yang islami itu beragam, misalnya meskipun yang ditampilkannya banyak artis tapi kita sudah berusaha. Foto-foto pun dipilih yang menarik dan sopan, misalnya foto Stalone dan Sharon, Sharon kita tutup dadanya lebih rapat.

Reporter Lembar Wanita juga mengatakan bahwa *Republika* lebih menekankan hiburan yang tidak berselera rendah, jadi berusaha ditampilkan hiburan yang enak dibaca tanpa seronok, tetap menghibur tetapi dalam kemasan yang baik. Tentu saja sebisa mungkin *Republika* membuat berita yang islami meskipun kategori islami itu beragam adanya.

#### **B.4 Dalam Wilayah Agama :**

Telah diungkapkan bahwa misi *Republika* dalam wilayah agama adalah mendorong sikap beragama yang terbuka, mempromosikan semangat toleransi yang

tulus dan mewujudkan Islam sebagai "rahmatan lil Indonesia" (kesejahteraan bagi bangsa Indonesia). Maka, dengan memilih nama "Harian Umum *Republika*" agaknya *Republika* berusaha untuk bisa dibaca oleh semua kalangan masyarakat Indonesia. Tidak terbatas hanya untuk kalangan muslim saja. Untuk itu semua responden sepakat bahwa Islam yang ditampilkan adalah substansinya saja.

Maka seorang reporter politik menjelaskan bahwa sebenarnya ada dua sistem yang mewakili dakwah Islam, yaitu :

1. Sistem skripturalis (politik simbol) : yaitu sistem yang langsung mengibarkan bendera Islam, misalnya dengan banyak menampilkan ayat-ayat Al Qur'an.
2. Sistem substansialis (politik garam) : sistem ini tidak punya ciri tetapi mempengaruhi dengan misi tertentu.

Dalam hal ini *Republika* memilih yang substansialis, yaitu yang menampilkan Islam hanya substansinya saja.

Tentang pengemasan Islam secara substantif ini juga ditegaskan oleh anggota sidang redaksi sebagai berikut :

Menurut saya jurnalisme sebagai suatu profesi sudah islami, sudah otomatis islami. Saya tidak mengatakan bahwa jurnalisme itu suatu yang netral tapi jurnalisme yang dilakukan secara benar sudah mendekati Islam, maksudnya karena jurnalisme punya nilai-nilai ideal seperti mencerdaskan orang, bersikap fair, juga peduli pada yang lemah, dan itu menurut saya terangkum dalam nilai-nilai Islam.

Selain itu, menurutnya bicara tentang buruh juga islami, tanpa harus menyebutnya islami atau bukan. Maka *Republika* mengkritik pengusaha Islam yang mengupah buruh sedikit. Jika menurut orang lain simbol itu sebagai suatu yang penting, misalnya dengan adanya jadwal sholat, hikmah dan lainnya, agar dikatakan islami, menurutnya tidak bisa seperti itu. Meskipun itu sekedar simbol, tetapi substansi keislaman sendiri harus diterjemahkan lebih luas. Tidak bisa seseorang yang tiap hari

ke masjid dikatakan sudah Islam 100 %, tapi harus dilihat dalam konteks yang lebih luas, misalnya apakah ia peduli terhadap lingkungannya atau orang-orang sekitarnya.

Para responden juga mengatakan agar hanya substansi Islamnya saja yang muncul, berita tidak perlu pengemasan khusus. Mengenai pengemasan ini, reporter Lembar Wanita mengungkapkan :

Tidak ada teknik khusus, tetapi yang penting bagaimana bermain dalam pemilihan berita dan redaksionalnya agar perjuangan *Republika* tidak semata-mata seperti koran dakwah. Dengan kata lain *Republika* berusaha membuat koran Islam lebih populer, meskipun bukan berarti mengepopkan agama, seperti juga identik dengan pendapat bahwa seni yang bermutu itu adalah seni yang tidak pop atau seni yang pop itu adalah seni yang tidak bermutu.

Wakil Pemimpin Redaksi juga memperkuat pendapat ini dengan mengungkapkan bahwa substansi itu sudah muncul dengan sendirinya. Karena kalau sebagian besar orang di *Republika* sudah mempunyai pandangan yang islami maka yang keluar islami juga, berhasil atau tidaknya orang lain yang menilai. Jadi filter Islam itu otomatis saja.

Pengemasan misi keislaman secara substantif ini bukan berarti untuk menyembunyikan misi keislamannya. Karena sebenarnya misi keislaman itu tidak bisa disembunyikan, seperti misalnya jadwal sholat yang tidak bisa diimplisitkan, atau suplemen Dialog Jum'at di hari Jum'at. Namun yang pasti, pada berita yang tidak berbau Islam pun sebenarnya disemangati juga oleh semangat universal Islam. Hal ini diungkapkan oleh reporter Lembar Manejer.

Kendalanya adalah ada begitu banyak peristiwa yang bisa diangkat faktanya menjadi berita. Untuk sebuah pers umum tentu hal ini tidak bermasalah karena yang penting aktual dan menarik. Tetapi bagi sebuah pers yang bernafaskan Islam, yang ingin mengemas Islam secara substantif, kepentingan umat tentu juga harus diperhatikan.

Tentang hal ini anggota sidang redaksi menjelaskan bahwa :

Yang mendasari pemilihan suatu fakta untuk dimuat di *Republika* adalah *inner-mind* yang berupa ide-ide untuk menegakkan kebenaran, kepentingan yang lebih luas dan dilandasi oleh nilai-nilai Islam. Itulah yang mempengaruhi penampilan secara keseluruhan. Meskipun demikian perlu diingat bahwa *Republika* masih sangat muda dan masih harus belajar, jauh berbeda dengan *Kompas* yang sudah jauh lebih pandai dalam membuat agenda dan misi korannya. Mereka punya orang-orang yang qualified.

Menurutnya masyarakat bisa lihat apa yang diinginkan *Kompas* yaitu masyarakat nasionalis yang meleburkan warna-warna. Kebetulan warna yang dominan adalah warna Islam, maka warna itu yang banyak dilebur. Mereka jadi mengangkat ide atau isu persatuan dan kesatuan, mereka juga punya ketakutan kalau-kalau kita tidak berfikir tentang Indonesia dan membuat Indonesia menjadi negara Islam yang akan melibas kepentingan minoritas. Padahal di era seperti sekarang, identitas itu perlu. Itulah mengapa orang-orang muda mulai belajar Al Quran kembali, itu merupakan proses pembalikan dari universalisme atau keseragaman tadi baik di tingkat nasional maupun internasional dengan pengaruh-pengaruh global. Maka sekarang muncul proses balik, dan orang mengatakan itu ekstrim atau fundamentalis, padahal itu wajar. Di saat semua harus diseragamkan ada energi-energi yang ingin menegaskan identitasnya bahwa saya orang Jawa, orang Islam, dan lain-lain. Semua memang tidak bisa diseragamkan begitu saja. Fundamentalisme itu muncul dimana-mana, juga di umat Kristen atau Yahudi, jadi artinya tidak hanya di kalangan umat Islam.

Untuk itu, Wakil Pemimpin Redaksi juga menegaskan bahwa memang ada misi islami dalam pengangkatan suatu fakta. Misi keislaman itu menjadi kendali pemberitaan.

Selain pertimbangan menyangkut kepentingan umum, membela yang kecil tetapi lemah dan yang besar tetapi betul dalam pengangkatan suatu fakta, reporter Lembar Manajer juga menambahkan sebagai berikut :

Kalau pers umum dalam mengangkat berita biasanya hanya dilihat menarik atau tidaknya, *Republika* berusaha untuk menampilkan berita yang menunjukkan sikap politik *Republika*.

Maka bisa dilihat, meskipun *Republika* adalah koran yang bernafaskan Islam tapi bukan berarti semua beritanya tentang keislaman. Demikian kira-kira kesimpulan dari para responden. Untuk itu, Wakil Pemimpin Redaksi lebih jelas mengungkapkan sebagai berikut :

Tidak ada perimbangan yang pasti mengenai berita umum dan berita Islam. Yang jelas, Hikmah dan Dialog Jum'at saja yang jelas-jelas keislamannya. Tapi berita-berita yang lain tetap diwarnai semangat Islam.

Sedangkan menurut Sekretaris Redaksi pada dasarnya semua berita *Republika* adalah berita umum, yang penting faktanya bernilai berita tinggi dan memenuhi kaidah jurnalistik. Sedangkan Islam sebagai nuansanya. Misalnya, secara moral Islam mengajarkan kita untuk meniadakan ketidakadilan, maka gagasan ini merupakan konsep yang harus dipromosikan. Contohnya, *Republika* bicara tentang Marsinah, tidak dipedulikan apa agama Marsinah, tetapi *Republika* melihat ketidakadilan disitu, karena Islam *concern* terhadap hal itu, maka *Republika* pun *concern* terhadap hal itu.

Namun seringkali hal ini tidak disadari oleh masyarakat karena seolah-olah ada anggapan bahwa pers Islam harus senantiasa mengibarkan bendera keislamannya, padahal menurut Wakil Pemimpin Redaksi *Republika* pers Islam sebaiknya tidak setiap saat mengibarkan benderanya, meskipun memang bendera itu ada. Hanya pada saat-saat kritis dan genting bendera itu baru dikibarkan. Dikibarkan

dalam dua pengertian; yang pertama secara pasif untuk menunjukkan bahwa pers itu punya bendera dan bisa mempertahankannya, kedua secara aktif memperlihatkan bahwa Pers Islam juga bisa ekspansif dan bisa menerobos kemana-mana atas nama bendera tersebut. Menurutny Pers Islam yang ada selama ini, --bukan surat kabar dan umumnya masih dengan ijin Surat Tanda Terdaftar (STT)-- terlalu mengibarkan misi yang fanatik. Ini menurutnya boleh saja, tetapi meskipun umat Islam jumlahnya mayoritas di Indonesia ternyata tidak terlalu banyak yang membaca atau berlangganan majalah atau media cetak yang isinya terlalu fanatik itu. Contohnya, harian *Pelita* ketika membela kepentingan Partai Persatuan Pembangunan dalam konstelasi pemilu beberapa waktu yang lalu --sebelum menjadi *Pelita* Golongan Karya-- banyak dibeli pada saat yang kritis tersebut. Karena menyuarakan aspirasi yang berbeda daripada suara yang ada di permukaan, tetapi setelah itu pasarnya jatuh kembali, kemudian bangkrut dan akhirnya diserahkan pada pihak lain. Karena itu responden berpendapat bahwa sebaiknya Pers Islam itu tidak setiap saat mengibarkan bendera keislamannya. Mungkin jika situasinya berbeda pendapat ini bisa saja berubah karena perkembangan zaman. Untuk bisa diterima oleh kalangan masyarakat yang lebih luas, Pers Islam perlu menghapuskan simbol-simbolnya. Dalam penerbitan harian *Republika* diterjemahkan dalam pengertian pers yang bernafaskan Islam. Nafas itu ada, terasa, tetapi tidak terlihat. Namun Islam tetap menjadi inti yang menghidupkan pers tersebut; tanpa nafas dia akan mati. Penghapusan simbol keagamaan dilakukan oleh pers Nasrani, seperti contohnya harian *Kompas* dan *Suara Pembaruan*. Dalam hal ini Pers Islam yang hanya memakai simbol keagamaan biasanya hanya menguntungkan atau melorjak tirasnya pada kejadian tertentu saja, misalnya saat terjadinya Perang Teluk. Jadi yang dijual adalah eksploitasi emosional saja, bukan logika. Hanya mempermainkan emosi. Padahal kita

ingin orang membeli berdasarkan logika, dengan pertimbangan tertentu. Kalau alasan membeli menggabungkan antara logika dan emosi itu masih bisa diterima, sedangkan jika berdasarkan emosi saja atau semata-mata orang membeli karena sama-sama Islam, itu tidak boleh.

#### **B.5 Dalam Wilayah Ilmu Pengetahuan - Teknologi**

Dalam wilayah iptek ini, *Republika* harus memenuhi kebutuhan pendidikan pembaca yang beragam. Para responden mengungkapkan sebagai berikut :

Untuk memenuhi kebutuhan pendidikan pembaca, reporter lembar wanita mengungkapkan bahwa *Republika* selalu bertindak berdasarkan survey. Kalau hasil survey menunjukkan bahwa *Republika* lebih banyak dikonsumsi oleh kelas menengah ke bawah, maka yang diprioritaskan adalah bagaimana memenuhi kebutuhan pendidikan kelas ini; jadi sesuai dengan kebutuhan pasar dan diusahakan tidak menggurui.

Tetapi orang sering sekali mengidentikkan pendidikan dengan rubrik pendidikan yang berupa cerita tentang sekolah dan sebagainya. Hal ini diungkapkan oleh anggota sidang redaksi. Menurutnya, dengan kontrol sosial, membuka dialog, atau diskusi sebenarnya sudah mendidik. Itu sudah merupakan informasi pendidikan yang diberikan oleh media massa secara luas yaitu dengan memberikan berita secara benar, berimbang, dan bernuansa dialog. Itulah mendidik. Ia juga berpendapat, pendidikan yang berhasil justru dengan cara seperti itu, bukan dengan khotbah seperti guru yang berbicara di depan murid. Apalagi media yang hanya ingin menjadi guru dan pembaca sebagai murid biasanya akan gagal. Itu sebabnya media-media Islam di masa lalu banyak yang tidak berhasil, karena cenderung instruktif, dogmatis, dan mendikte. Hal ini harus dihindari karena pembaca mungkin sudah banyak



mendengar khotbah. Contohnya, penataran P4 yang banyak bersifat khotbah justru membuat tidur pendengarnya. Beda jika materi yang diberikan dikemas dalam cerita yang menarik. Masyarakat itu tidak bodoh, jadi yang penting bagaimana cara penyajiannya. Kalau khotbah atau mendikte itu bukan membuat masyarakat lebih pintar.

Pendidikan untuk anak-anak juga tidak dilupakan, biasanya ada di Lembar Korcil (Koran Kecil). Untuk itu reporter Korcil menjelaskan bahwa Korcil intinya adalah penggabungan antara pendidikan dengan hiburan agar lebih diterima oleh anak-anak. Dalam mengangkat tokoh idola untuk anak juga diusahakan tokoh agama, meski tidak kaku. Selain itu selalu ada berita bulan puasa dan hari-hari keagamaan. Memang disadari sekali bahwa anak-anak itu tunas baru, jadi perlu dinasehati tetapi tidak secara vulgar, melainkan secara simbolik saja. Untuk mengatasi serbuan informasi Barat pada anak (seperti serbuan kisah Satria Baja Hitam) *Republika* juga berusaha untuk menggabungkan fantasi dan idealis, diseimbangkan dan diramu sedemikian rupa, kemudian digambarkan dalam kemasan Islam yang tidak kaku. Bentuknya bisa berupa cerpen-cerpen yang islami atau gambar-gambar yang senada. Sekali-kali ngepop tetapi tidak menyepelekan keislaman. Ini semua untuk mengantisipasi serbuan tadi. Bagaimanapun fantasi itu memang menjual sekali, jadi secara keseluruhan *Republika* berusaha untuk mencakup semua hal.

Untuk memenuhi kebutuhan pendidikan keislaman pembaca, khususnya yang muslim, Wakil Pemimpin Redaksi menjelaskan bahwa :

Salah satu upayanya adalah memberikan pendidikan khusus keislaman, misalnya dalam rubrik Dialog Jum'at yang berisi tanya Jawab dengan Quraish Shihab. Atau kolom Hikmah yang muncul setiap hari. Tujuannya untuk mengingatkan pembaca akan nilai-nilai keislaman dan mengajak merenung sesaat ditengah kesibukan rutinitas.

Tetapi kebutuhan pendidikan umat tentang keislaman berbeda antara satu dengan yang lain. Ia kemudian menjelaskan bahwa *Republika* berusaha mengatasi hal ini dengan cara sedikit demi sedikit memperdalam kajian keislamannya. Misalnya dalam rubrik Tanya Jawab dengan Quraish Shihab, jawaban pertanyaan mengapa malas sholat bisa mendalam dan mencakup ke persoalan lain yang menjadi implikasinya. Jadi dari yang sederhana ke yang mendalam.

Reporter Lembar Manajer berpendapat bahwa :

Kalau disempitkan dalam masalah agama umumnya memang bisa dilihat di rubrik Hikmah atau Dialog Jum'at saja, tetapi sebenarnya hampir semua berita diberi nuansa Islam. Misalnya kalau *Republika* menghantam Bapindo sebenarnya itu islami juga, tidak peduli siapa tokoh-tokoh yang terlibat dan itu berarti mendidik umat supaya bisa fair.

### C. Faktor-faktor lain yang menghambat kemajuan pers Islam

#### C.1 Iklan

Para responden sependapat bahwa sebagai pers yang bernafaskan Islam, *Republika* mengalami kendala adanya batasan dalam hal iklan. Ia tidak sebebaskan media lain dalam memasang iklan. Kritik datang bertubi-tubi bila lengah atau memuat iklan yang melanggar norma-norma islami, seperti pornografi, obat-obatan yang tidak rasional, minuman keras, judi dan lain-lain.

Reporter Lembar Wanita juga menjelaskan, penggambaran wanita dalam iklan pun harus hati-hati. Misalnya :

ketika ada iklan mobil dengan model wanita yang berpakaian mini, *Republika* menerima banyak kritik berupa fax, surat pembaca dan telpon. Akhirnya dengan bantuan komputer rohnya dipanjangkan.

Untuk itu, selain *Republika* harus berhati-hati dalam menampilkan wanita dalam iklan karena banyaknya eksploitasi wanita dalam bidang ini, *Republika* juga berusaha semaksimal mungkin baik dalam iklan maupun artikel untuk tidak berada pada *mainstream* bahwa wanita itu komoditi bisnis dan sex. Mengenai hal ini kembali reporter lembar wanita menjelaskan :

Justru dengan iklan dan artikel yang dimuat, *Republika* berusaha untuk menepis anggapan bahwa wanita itu komoditi bisnis dan sex serta berusaha menunjukkan bahwa wanita punya potensi-potensi. Karena itu pada artikel tokoh dan profil pada Rubrik Lembar Wanita yang diangkat tidak hanya tokoh yang cantik saja tetapi yang berhasil dalam hal bisnis atau yang lainnya. Kriteria pemilihan adalah prestasinya dan orang tersebut harus istimewa, artinya berguna bagi orang lain, mengabdikan diri, sukses dalam bidang tertentu.

Sedangkan untuk iklan yang melibatkan anak-anak, reporter Korcil (Koran Kecil yang berisi artikel untuk anak-anak) memaparkan bahwa selama produknya untuk anak, tidak apa-apa modelnya anak-anak, asal tidak berlebihan dan mereka tetap berada di dunianya.

*Republika* memang punya batasan, untuk itu reporter lembar manajer menjelaskan sebagai berikut :

*Republika* punya batasan karena pembaca kita memang spesifik. Misalnya hal-hal yang sudah jelas haram seperti alkohol tidak akan dimuat iklannya. Atau ketika ada polemik antara Sprite dan Coca Cola, perusahaan Coca Cola menawarkan untuk memasang iklan, tapi kita jawab kita akan menerima iklan mereka kalau mereka sudah mendapat sertifikat halal. Pernah juga *Republika* kecolongan ketika barter iklan dengan hotel, ternyata hotel tersebut kerjasama dengan Bir Bintang, maka kita diprotes.

Selain itu, responden dari bagian advertising support juga menjelaskan bahwa pengusaha-pengusaha besar yang non-muslim ternyata punya pilihan yang rasional, sebagai mitra bisnis bukan Islam atau tidaknya yang mereka pilih tetapi cocok atau

tidaknya dengan segmen pasar mereka. Meskipun demikian *Republika* memang unggul dalam jumlah iklan yang produknya cenderung "aman", misalnya seperti pendidikan; mungkin karena pengiklan melihat motto *Republika* yaitu Mencerdaskan Kehidupan Bangsa.

Menurut bagian periklanan batasan-batasan iklan tadi memang sedikit mengganggu dalam kelancaran periklanan di *Republika*, tetapi karena *Republika* punya pangsa pasar tersendiri yang akan dibidik maka hal itu tidak terlalu menjadi masalah. Memang diakui banyak yang menawarkan iklan yang menyalahi aturan, dan itu tidak diterima begitu saja, jadi perlu diedit sedemikian rupa. Misalnya menutup wanita berpakaian mini atau membuat materi iklan sendiri dengan persetujuan pihak pengiklan. Memang belum tentu kliennya setuju, tetapi kalau mereka berkeras iklannya tidak dimuat, atau mereka bisa memilih dengan memasang iklan *cooperate* saja, misalnya pengusaha rokok yang tidak bisa mengiklankan produknya bisa mengiklankan (*cooperate*) perusahaannya.

Tentang pembatasan dalam iklan ini, Wakil Pemimpin Redaksi menambahkan sebagai berikut :

Kadangkala pemasang iklan yang dikritik jadi jera. Tetapi *Republika* tetap punya batasan iklan, salah satunya adalah iklan tersebut harus islami. Dengan batasan itu ternyata selama ini tidak ada kekurangan dari pemasukan iklan, bahkan setiap bulan jumlah iklan yang masuk meningkat dan pemasang iklan biasanya sudah tahu sendiri iklan bagaimana yang akan dimuat oleh *Republika*.

## C.2 Pemojokan Dunia Islam

Tidak bisa dipungkiri adanya kantor-kantor berita asing yang seringkali bias ketika memberitakan dunia Islam. Inilah kendala penting yang juga dihadapi oleh dunia pers yang ingin menampilkan fakta seobjektif mungkin, terutama oleh Pers

Islam yang jelas memihak pada umat. Maka kendala ini pun dihadapi oleh *Republika*. Hal ini diakui oleh seluruh responden. Seperti yang diungkapkan oleh reporter bidang politik sebagai berikut :

Kita memang masih lemah, ada dominasi Barat. Misalnya seperti kasus di Bosnia. Sebenarnya itu pembersihan etnis tapi pers Barat mengatakannya hanya perang saudara. Untuk mengatasi ketidakadilan pemberitaan tentang Islam kita harus kembali pada prinsip imbang. Pertama, ya berpihak pada kebenaran, yang sudah benar harus diakui, misalnya khamar itu haram, ya tidak perlu dicek lagi. Tapi kalau ada berita yang belum jelas kebenarannya harus dilacak dulu. Misalnya peledakan di Tel.Aviv. Semua media bilang yang bertanggung jawab itu Hamas, padahal setelah dicek faktanya yang bilang itu adalah seorang penelpon gelap yang belum jelas kebenarannya.

Untuk mengatasi hal itu, menurut Wakil Pemimpin Redaksi ada beberapa upaya yang dilakukan oleh *Republika*, di antaranya adalah melanggan media-media yang penerbitnya Islam seperti dari Inggris, atau yang lainnya, kemudian mendengar suara-suara lain seperti dari pengamat atau yang meliput langsung kejadiannya. *Republika* juga sudah tahu mana kantor berita yang berlebihan, maka setiap berita selalu difilter lagi.

Upaya lain juga dipaparkan oleh reporter Lembar Manajer, yaitu jika mendapat berita dari luar negeri selain memaparkan informasinya tetapi juga dengan sisi pembelaan, contohnya Bosnia yang oleh mereka sekedar dikatakan sebagai perang saudara tetapi *Republika* berusaha untuk mengungkapkan fakta sebenarnya bahwa itu adalah pembersihan etnis, atau tidak segan-segan *Republika* menguraikan keburukan-keburukan PBB kalau memang demikian. Persoalannya memang tidak ada lagi kantor berita yang bisa memasok berita selain Barat. *Republika* hanya bisa menyaring dan mengumpulkan fakta dari sumber lain. Jadi ditampilkan fakta tetapi diberi kerangka berfikir sebagai umat Islam. Sementara ini secara ekonomis memang tidak mungkin menempatkan reporter dimana-mana.

Seorang anggota sidang redaksi mengungkapkan sebagai berikut :

Sumber-sumber berita keislaman bisa saja masih tetap Barat, karena dikalangan Barat sendiri ada yang kritis terhadap praktek-praktek politik di Barat. Meskipun demikian kita harus skeptis saja mendengar informasi dari mereka dan terus membaca buku. Karena peristiwa yang terjadi hari itu tidak bisa dipisahkan dari peristiwa yang terjadi di masa lalu dalam konteks yang lebih luas. Jadi memang perlu juga melanggan buku dari Iran, Inggris dan sebagainya. Itulah salah satu upaya untuk mendapatkan berita yang lebih akurat.

Menurutnya, untuk mendapatkan informasi yang akurat ini pernah juga *Republika* mengirimkan wartawannya ke Sarajevo, jadi bisa memberikan perspektif yang lebih benar pada pembaca. Tetapi tidak selamanya bisa begitu, untuk membiayai itu *Republika* harus menjadi organisasi yang sukses dalam bisnis. Itu sebabnya *Republika* pernah memasang iklan yang seronok dan diprotes.

### C.3 Aspirasi Umat Yang Beragam

Para responden berpendapat bahwa kendala lain yang dihadapi oleh *Republika* adalah beragamnya aspirasi umat Islam sendiri.

Lebih jelas Wakil Pemimpin Redaksi memaparkan bahwa memang koran *Republika* ini pertama-tama milik orang Islam, tetapi penampilannya koran umum. Dalam Islam ternyata ada banyak aliran seperti NU, Muhammadiyah, dan yang lainnya, yang ternyata punya logika dan pemahaman sendiri-sendiri. Maka kenyataan ini juga merupakan salah satu kendala di *Republika*. Kendala itu adalah berupa protes yang datang silih berganti dari setiap aliran atau kelompok itu. Misalnya :

Pada satu kesempatan *Republika* mendapat surat yang menuduh bahwa *Republika* terlalu mementingkan kepentingan penguasa oleh suatu kelompok tertentu, sementara pada kesempatan lain dituduh terlalu berpihak pada NU oleh kelompok lainnya, dan lain sebagainya.

Diakui, disatu sisi senang juga mendapat masukan tetapi di sisi lain, betapa sulit menampung aspirasi umat yang berbeda-beda terutama dalam menafsirkan tampilan *Republika*.

Ia juga menambahkan bahwa kendala itu memang bisa bersisi dua, yaitu kendala dari dalam dan kendala dari luar. *Republika* selalu memandang itu sebagai tantangan dan selalu juga mengambil jalan tengah kalau ada benturan. Yang penting tidak menambah musuh. Kendala dari dalam sepertinya tidak terlalu besar, misalnya kantor, peralatan, atau SDM yang belum maksimum. Itu semua karena *Republika* belum *settle* secara jurnalistik, belum 2 tahun, meskipun demikian usia muda tersebut tidak boleh dijadikan alasan. Yang berat justru kendala dari luar, yaitu dari pemerintah dan masyarakat. Pemerintah yang mempunyai regulasi, masyarakat yang membeli produk. Dua-duanya punya hak di *Republika*, yang satu lewat peraturan, yang satu mau beli. Masyarakat ini keinginan dan aspirasinya banyak dan pemegang saham *Republika* juga banyak. Koran-koran lain pemegang sahamnya sedikit, biasanya perusahaan-perusahaan yang bermodal besar. Sedangkan di *Republika* dengan Rp 5.000,00 sudah bisa membeli saham dan kalau ada berita yang salah menurut mereka pasti langsung protes. Tentu saja tidak mudah menampung semua protes ini.

Menurutnya, untuk mengatasi masukan pembaca yang beragam tadi terpaksa harus ada korban. Biasanya *Republika* memilih yang terbanyak. Contohnya, surat pembaca, yang terbanyak masuklah yang diangkat. Kemudian berusaha untuk proporsional dalam membuat pemberitaan, misalnya kalau NU muktamar tentu NU yang diberitakan. Kalau Muhammadiyah atau PDI yang bermuktamar tentu mereka yang diangkat. Sedangkan kalau mengenai konflik antar kelompok sedapat mungkin tidak diangkat. Sikap *Republika* ini biasanya terlihat di Tajuk, bukan dari pemberitaan. Jadi berita di halaman satu tidak selalu mencerminkan sikap *Republika*. Sedangkan

untuk mengatasi perbedaan pendapat dalam hal syariat Islam biasanya ditanyakan pada tokoh yang tidak terlalu fanatik tetapi juga tidak terlalu moderat. Jadi ada tokoh yang dipanut.

Seorang anggota sidang redaksi juga menambahkan bahwa aspirasi masyarakat itu memang beragam, tidak bisa dibilang bahwa Islam itu hanya Muhammadiyah atau Syiah saja. Jadi kalau ingin dibilang koran Islam, sebisa mungkin harus bisa memenuhi semua aspirasi itu. Kalau indikasinya orang bingung menempatkan dimana *Republika*, itu menunjukkan keberhasilan *Republika* dalam memenuhi semua aspirasi tersebut. Jadi semakin plural *Republika*, itu berarti semakin baik. Satu hal lagi ada lapisan masyarakat Islam tertentu yang tidak suka kentalnya simbol-simbol Islam. Dari sisi itu *Republika* pun harus bisa mewedahi aspirasi mereka. Begitu *Republika* dipersempit menjadi koran yang bisa memenuhi aspirasi satu golongan tertentu saja, maka *Republika* tidak bisa lagi dikatakan koran Islam. Itulah kenapa *Republika* masih memuat jazz, film, dan lain-lain. Itu karena konsumen jazz juga orang Islam dan mereka tidak bisa dikeluarkan begitu saja dari kelompok pembaca Islam.

Kebingungan mengatasi beragamnya aspirasi ini ada yang disikapi oleh reporter lembar wanita dengan cara mengikuti kata hati saja, karena masih ada yang diatas yang mengedit dan mengontrol jika ternyata kata hati itu salah.

Sedangkan tentang aspirasi di dalam *Republika* sendiri dijelaskan oleh anggota sidang redaksi sebagai berikut :

Untuk mengontrol pandangan yang "di bawah" dilakukan oleh yang "di atas", misalnya dengan mengadakan rapat. Tapi kita masih berproses, kita terus diskusi sehari-hari bila kita melihat suatu peristiwa. Meskipun hal itu kan tidak formal, tapi setiap kali diskusi muncul persamaan persepsi. Sudah berhasil atau tidak kita menyamakan persepsi tidak bisa saya pastikan karena kita masih sering berdebat dan berbeda pendapat, dan menurut saya itu sehat. Perbedaan tafsiran terhadap Islam itu merupakan hal yang biasa.



## BAB VI

### DISKUSI DAN KESIMPULAN

#### A. Diskusi

Pada Bab V telah dijelaskan pokok-pokok kebijakan *Republika* dalam hal visi dan misi. Kemudian dari uraian yang dikemukakan oleh para narasumber tersebut, dapat dilihat adanya berbagai kendala yang dialami *Republika* dalam melaksanakan visi dan misinya. Kendala yang paling esensial adalah tentang masih adanya perdebatan tentang visi dan misi *Republika* itu sendiri.

Padahal, sebagaimana telah diuraikan pada Bab Kerangka Pemikiran, konfigurasi atau visi surat kabar sebenarnya menjadi perangkat dalam persentuhan atau interaksinya dengan peristiwa dan permasalahan masyarakat yang menjadi tempat berlangsungnya kejadian, sekaligus juga menjadi sumber berita tentang kejadian dan permasalahan-permasalahan. Visi itu menjadi kerangka acuan yang kreatif dalam mencari, menggali, meliput, dan menyajikan kejadian serta persoalan menjadi berita yang aktual, bermakna, dan menarik. Visi itu juga memberikan bobot, warna, dan dimensi kepada kejadian-kejadian yang diangkat menjadi bahan berita, baik dalam proses seleksi maupun dalam proses memberikan makna dan bentuk.<sup>114</sup>

---

<sup>114</sup> Jakob Oetama, *Perspektif Pers Indonesia*, *Loc.cit.*

Untuk sebuah media yang cukup besar dan ingin berkembang lebih besar lagi, agaknya ketidakpastian visi dan misi sebaiknya tidak terjadi. Bila hal ini terjadi karena *Republika* memiliki problem dinamis yang berbeda-beda, sementara misi itu sendiri suatu hal yang tetap dan kekal maka bisa saja visi yang menjadi "seuntai nilai" pokok suatu penerbitan pers bukanlah suatu visi yang ditangkap dalam posisi statis dan beku, melainkan dalam posisi yang bergerak. Karena dalam pekerjaan pers, memang visi itu setiap kali dipertemukan dengan kejadian-kejadian aktual. Nilai-nilai dasar yang menjadi visi dan kerangka acuan pers itu dapat bermacam-macam, tergantung dari mereka yang mendirikan surat kabar atau majalah. Namun, sekalipun nilai-nilai dasar yang dirumuskan menjadi visi itu dapat bermacam-macam, ia tidak dapat melepaskan diri dari nilai dasar serta visi sentral yang berlaku dalam masyarakat tempat penerbitan itu berada, berkembang, bekerja melaksanakan peranan-peranannya.

Selain itu keberadaan visi harus jelas karena visi mempengaruhi kebijakan redaksional dan produk akhir suatu media. Visi juga mempengaruhi pelaksanaan fungsi dan peranan media tersebut, misalnya fungsi pers apa yang paling ditekankan oleh suatu penerbitan berdasarkan visi penerbitan tersebut. Jika suatu pers punya visi yang tidak jelas, dikhawatirkan tidak jelas pula bentuk dan tujuan dari pers tersebut. Apalagi untuk sebuah Pers Islam yang biasanya punya misi yang jelas untuk umat yang diwakilinya.

Visi menjadi fungsional dalam penyelenggaraan penerbitan pers dengan cara : visi dasar itu berlaku untuk seluruh pers sebagai lembaga, mencakup bidang redaksi, pengelolaan segi bisnis yakni keuangan, sirkulasi, periklanan, administrasi, percetakan, teknologi, dan industri. Kedua, berlakunya nilai dasar atau visi tersebut dalam bidang redaksional. Dengan demikian suatu pers dengan visi yang jelas akan lebih jelas bentuk dan tujuannya.

Meskipun demikian, kebijakan yang diungkapkan oleh Wakil Pemimpin Redaksi, yaitu dengan senantiasa mengadakan rapat untuk memutuskan sesuatu, agaknya sudah tepat. Mengingat musyawarah memang dilakukan untuk menentukan pendapat.

Sedangkan dalam wilayah politik, ditemukan adanya masalah "phobi Islam" dan pelaksanaan fungsi kontrol sosial dalam berhadapan dengan pemerintah. Hal ini rupanya memang harus dihadapi apalagi bila mengingat bahwa misi *Republika* dalam wilayah politik adalah mendorong demokrasi, optimalisasi lembaga-lembaga negara, serta mengutamakan kejujuran dan moralitas dalam politik. Ditambah lagi *Republika* adalah sebuah surat kabar yang bernafaskan Islam.

Telah dijelaskan pada Bab Kerangka Pemikiran bahwa kontrol sosial memang merupakan salah satu fungsi pers yang sangat penting, terutama di negara yang menerapkan sistem pemerintahan yang demokratis. Kekuatan utama media massa sebagai alat kontrol sosial terletak pada fungsinya sebagai pengawas lingkungan. Selain itu pelaksanaan fungsi kontrol sosial oleh pers sebagian besar ditujukan kepada pemerintah dan aparatnya.

Maka pelaksanaan fungsi kontrol sosial ini memang tertuju pada pemerintah, yakni untuk mengawasi apakah pemerintah dan aparatnya melaksanakan kebijaksanaan sesuai dengan yang ditetapkan. Oleh karena itu fungsi kontrol sosial pers selalu membela kepentingan masyarakat, sehingga pers memperoleh julukan *the watch dog of the public interest*. Dalam hal ini tentu *Republika* pun harus jeli dalam melaksanakan fungsi ini. Keberadaannya yang diawali oleh ICMI, tidaklah bisa membuat *Republika* menyuarakan kepentingan golongan tertentu saja. Apalagi ICMI sering digambarkan sebagai cerminan terbaik dari perubahan politik fenomenal dalam dekade ini: diakomodasinya aspirasi-aspirasi politik kalangan muslim oleh pemerintah

Orde Baru. Memang bisa dibilang sejak awal kelahirannya, ICMI kényang dengan berbagai kecaman yang dialamatkan padanya. Bahkan barangkali, istilah "primordial, sektarian" baru (kembali) dikenal setelah keberadaan ICMI diperdebatkan. ICMI juga dituduh sebagai mengembalikan "politik aliran".<sup>115</sup> Maka *Republika* sebagai sebuah koran yang cikal bakalnya berawal dari organisasi ini harus pandai-pandai menempatkan diri dan tidak berafiliasi pada partai politik apapun agar bisa diterima masyarakat secara umum.

Dalam wilayah ekonomi ditemukan adanya kendala berupa tarikan bisnis dan idealis serta masih sedikitnya pengusaha muslim yang bisa menopang tegaknya media massa Islam.

Untuk menjadi pers yang kuat, pengembangan segi-segi redaksional memang perlu diiringi oleh pengembangan segi bisnis. Apalagi bila dilihat bahwa misi *Republika* dalam wilayah ekonomi adalah mendorong kemandirian. Di satu sisi segi-segi idealisme perlu terus dikembangkan untuk mengimbangi perkembangan segi intelektual masyarakat yang mempunyai selera yang terus berubah dan jumlah konsumen yang bertambah banyak. Di sisi lain segi-segi bisnis perlu mendukung perkembangan segi idealisme tersebut menuju kepada kemandirian perusahaan lembaga penerbitan pers dalam menjalankan peran dan fungsinya. Sayangnya, seringkali pengembangan segi bisnis membuat sebuah media melalaikan segi idealisnya. Maka tak heran apabila terjadi tarikan-tarikan antara segi bisnis dan idealis ini.

Pada era "informasi" dewasa ini, media massa memang tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, pendidikan, hiburan, dan kebudayaan, tetapi juga telah tumbuh menjadi sarana *bisnis*. Kini, informasi telah menjadi komoditas yang dapat

---

<sup>115</sup> "ICMI dan Berbagai Cerita Mengenaunya", *Republika*, 9 Januari 1995.

diperjualbelikan untuk mendapatkan keuntungan. Perkembangan yang terjadi di dunia, termasuk Indonesia, menunjukkan bahwa sejalan dengan pertumbuhan ekonomi dan kemajuan teknologi komunikasi, media massa telah tumbuh menjadi industri yang cukup vital dalam suatu negara. Dalam hal ini, Denis McQuail antara lain mengatakan :<sup>116</sup>

"Media massa adalah suatu industri yang tumbuh dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, memproduksi barang dan jasa, serta menghidupkan industri lainnya yang terkait; media massa juga merupakan suatu industri yang memiliki aturan-aturan dan norma-norma yang menghubungkan dirinya dengan masyarakat dan industri-industri sosial lainnya, dan sebagai institusi sosial, media massa diatur oleh masyarakat."

Pengelolaan usaha pers yang ditangani profesional bisnis, dengan perhitungan dan pertimbangan bisnis memang dapat mempersehat industri pers. Karena baik berita, penampilan, dan distribusi dapat dilakukan dengan lebih profesional. Tetapi masuknya pemodal dan kerjasama dengan berbagai kalangan ini tentu saja harus dicermati agar tidak melahirkan sejumlah konsekuensi yang berlawanan arah dengan idealis sebuah Pers Islam.

Kedua segi tersebut, yaitu segi idealisme dan segi bisnis membutuhkan ramuan pengelolaan yang harus direkayasa secara terpadu. Apabila hanya salah satu segi saja yang ditonjolkan sebagai akibat rekayasa yang tidak terpadu, maka akan terjadi kepincangan yang pada akhirnya akan menghambat kemajuan dan pematapan pengusaha lembaga penerbitan pers itu sendiri.<sup>117</sup>

<sup>116</sup> Hal tersebut disampaikan oleh Sasa Djuarsa Sendjaja dalam Seminar Nasional "Peranan dan Tantangan Ilmu Komunikasi Menghadapi Megatrend 2000 Serta Memasyarakatkan Teknologi Komunikasi Dalam Rangka Pembangunan Nasional", di Universitas Padjadjaran, Bandung (26-27 Oktober, 1990)

M. Sholeh Thamrin, "Pengembangan dan Pematapan Usaha Penerbitan Pers", *Reporter* No.16 (Agustus-September 1991), p. 15

terjadi kepincangan yang pada akhirnya akan menghambat kemajuan dan pemantapan pengusaha lembaga penerbitan pers itu sendiri.<sup>117</sup>

Dengan demikian maka selain kendala belum banyaknya pengusaha besar muslim di Indonesia, kendala lain juga bagaimana mempertahankan idealisme. Jika *Republika* bisa tetap bertahan seperti yang diungkapkan di atas, maka bisa jadi perubahan sifat pers dari yang bersifat idealisme menjadi pers industri yang cenderung *profit oriented*, tidak terjadi di *Republika*. Apalagi menjadi pers yang menggunakan eksploitasi seks dan kekerasan untuk meningkatkan sirkulasi surat kabar. Walaupun belum ada pers yang dibatalkan SIUPP-nya karena mengeksploitasi pornografi dan kekerasan. Selain itu dengan mempertahankan idealismenya *Republika* juga akan bisa menjalankan fungsi pers seperti yang telah dirumuskan secara baku dalam UU Pokok Pers, yaitu sebagai penyebar informasi yang objektif, menyalurkan aspirasi rakyat, meluaskan komunikasi dan partisipasi masyarakat serta melakukan kontrol sosial yang konstruktif. Selain itu misi *Republika* yang ingin menekankan prinsip-prinsip etika dan moralitas dalam bisnis dapat terwujud.

Tetapi karena usia *Republika* yang relatif masih muda, bisa saja *Republika* berubah dalam hal idealisme ini di kemudian hari. Maka waktu juga yang akan mencatat sejauh mana *Republika* bisa bertahan dalam hal ini.

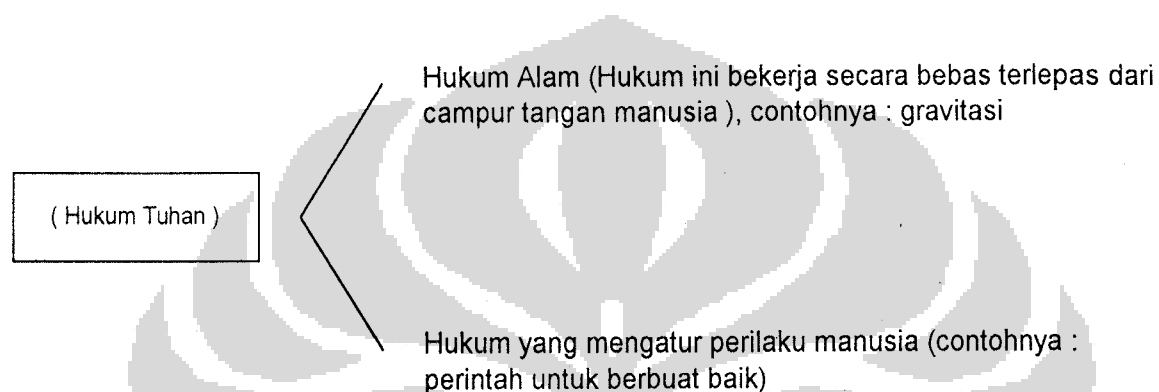
Dalam wilayah budaya ditemui kesulitan dalam menentukan hiburan yang layak muat. Memang jika mengamati pendapat para responden, umumnya mereka sepakat bahwa hiburan yang ingin ditampilkan *Republika* adalah hiburan yang islami. Tetapi permasalahannya sulit menentukan batasan hiburan yang islami apalagi bila mengingat bahwa dunia hiburan itu tidak bebas nilai, identik dengan hura-hura, pelecehan norma-norma susila, dan eksploitasi wanita. Selain itu beragamnya

---

<sup>117</sup> M. Sholeh Thamrin, "Pengembangan dan Pemantapan Usaha Penerbitan Pers", *Reporter* No.16 (Agustus-September 1991), p. 15

budaya yang ingin mempromosikan bentuk-bentuk kesenian dan hiburan yang sehat.

Sementara itu, keberagaman nilai keislaman memang bisa dimengerti bila diingat bahwa nilai menurut perspektif Islam bersumber pada hukum Ilahiyah, yang dapat dibagi dua seperti tampak pada model berikut:<sup>118</sup>



Hukum yang mengatur perilaku manusia dapat digunakan sebagai patokan budaya atau rujukan bagi budaya Islam. Ajakan tentang budaya Islam adalah kebajikan. Sementara, budaya dengan manusia sebagai pusat pemahaman, mengungkapkan bahwa segala sesuatu yang dihasilkan dari interaksi manusia dengan dunia fisik dan dunia spiritualnya serta makna yang muncul dari hal tersebut menjadi konsepsi dari patokan perilaku manusia. Patokan tersebut berubah sejalan dengan ikatan ruang dan waktu.

Dengan demikian hukum yang mengatur perilaku manusia bisa saja berbeda antara satu kelompok komunitas manusia dengan kelompok lainnya. Satu hal yang dianggap benar oleh satu kelompok belum tentu disetujui oleh yang lainnya. Begitu

<sup>118</sup> Ahmad Kamil Mohamed, "Komunikasi Sebagai Suatu Disiplin Akademis", *ibid*, p.5

juga dalam hal hiburan ini. Suatu hiburan belum tentu dianggap layak muat dan islami oleh semua kelompok yang ada. Demikianlah yang terjadi di *Republika*.

Dalam wilayah agama, sesuai dengan misi keagamaannya, yang salah satunya adalah berusaha untuk mendorong pencarian titik-titik temu sejauh mungkin di antara agama-agama yang ada serta menjadikan Islam sebagai "rahmatan lil Indonesia" (kesejahteraan bagi bangsa Indonesia) baik muslim atau bukan, maka *Republika* mengemas Islam dalam bentuk substantif agar bisa dibaca oleh semua kalangan. Meskipun demikian keberpihakan pada umat mayoritas, dalam hal ini Islam, tetap dipertimbangkan. Selain itu berita-berita yang dimuat adalah berita umum tetapi tetap disemangati oleh semangat Islam. Atau dengan kata lain, berita apapun yang diangkat tetap dinuansai oleh warna Islam.

Bila mengacu pada pendapat dari para responden di atas dan pendapat dari Assegaff yang membagi Pers Islam dalam dua kategori besar, agaknya *Republika* memang termasuk dalam kategori jenis pertama yang isi liputannya umum, independen, dan untuk dibaca masyarakat Indonesia yang majemuk tanpa mempermasalahkan agamanya. Sukses surat kabar dengan bentuk ini dicapai oleh *Kompas*, yang menurut Jakob Oetama meskipun *Kompas* adalah koran yang berafiliasi pada Partai Katolik tapi yang dibuat adalah koran umum yang melepaskan diri dari eksklusivisme dan sesuai dengan jamannya. Inilah yang membuat *Kompas* berkembang.

Pemilihan bentuk *Republika* yang seperti ini bisa saja mengantar *Republika* ke pintu kesuksesan serupa. Tentu saja dengan upaya yang lebih maksimal mengembangkan substansi Islam yang sebenarnya agar tidak berkembang anggapan bahwa sukses *Republika* sekarang ini semata-mata karena awalnya didukung oleh



kekuatan politik yang besar, seperti ICMI dan pejabat pemerintahan lainnya. Dukungan politik yang pasti membuat "cemburu" media Islam lainnya.

Selain itu memang jika dilihat dari sejarah Pers Islam, pers Islam yang hanya mengibarkan Islam sebagai bendera atau simbol adalah pers yang tidak bertahan lama. Karena sebagaimana yang diungkapkan oleh Wakil Pemimpin Redaksi, umat Islam yang jumlahnya mayoritas di Indonesia ternyata tidak terlalu banyak yang membaca atau berlangganan majalah atau media cetak yang isinya sempit dan terlalu fanatik. Namun tentu saja pengemasan Islam yang substantif ini dan penghapusan simbol-simbol keislaman jangan sampai melebur nilai-nilai Islam yang sebenarnya. Karena jika demikian maka akan lebur juga nilai luhurnya sebagai Pers Islam dan seringkali Pers Islam yang tidak jelas keislamannya pun tidak diminati pembaca.

Keberpihakan pada umat memang sudah selayaknya dilakukan oleh *Republika*. Mengingat sebagai suatu pers yang bernafaskan Islam tentu harus mengupayakan jurnalistik yang unsur-unsur isi, etika media dan komitmennya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Sementara pada umumnya media di dunia muslim orientasinya sekuler dan nasionalis. Apalagi *Republika* meletakkan dirinya dalam konteks Islam kosmopolitan, maka *Republika* harus berupaya untuk menepis anggapan yang ada selama ini bahwa Islam hanya membahas soal halal-haram yang ditafsirkan secara skripturalistik. Sehingga orang tidak lagi beranggapan bahwa Pers Islam adalah pers yang rigid dan sempit.

Apalagi jika diingat bahwa pers yang rigid dan sempit bisa tidak bertahan lama. Jika mengacu pada teori-teori perang pasar, kelemahan tersebut justru terletak pada kesalahan berfikir yang melekat pada pelaku-pelaku Pers Islam, bahwa produk yang lebih Islami akan memenangkan pertempuran pemasaran di hadapan pasar umat

Islam.<sup>119</sup> Sehingga tak jarang Pers Islam isi liputannya sempit dengan menggunakan atribut-atribut formal Islam tanpa memperhatikan isi keredaksiaan maupun manajemennya yang tidak islami. Pers Islam sering dicermati semata-mata dalam konteks redaksional. Artinya, hanya penerbitan yang memberitakan atau menulis berita seputar Dunia Islam saja yang layak dalam barisan Pers Islam.

Sedangkan dalam wilayah ilmu pengetahuan dan teknologi, ditemui kesulitan dalam memenuhi kebutuhan pendidikan pembaca yang beragam, baik pendidikan dalam hal keislaman maupun yang lainnya. Apalagi masyarakat seringkali mengidentikkan pendidikan dalam kategori sempit. Sebenarnya, membuka dialog, menjalankan keadilan dan kontrol sosial secara benar dan berimbang adalah juga mendidik.

Dalam hal fungsi pendidikan ini, *Republika* memang harus terus meningkatkan kualitasnya. Karena mengingat bahwa umat Islam pada masa ini masih sering digolongkan pada umat yang tertinggal dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Maka selain pendidikan keislaman, pendidikan dalam hal ini pun harus diperhatikan. Karena tidak benar anggapan bahwa agama itu terlepas dari ilmu yang lain.

Selain itu dapat dikatakan bahwa di negara-negara berkembang yang rakyatnya belum maju, surat kabar dalam banyak hal merupakan buku pelajaran sehari-hari, merupakan buku pelajaran yang paling murah. Oleh karena itu tidak mengherankan kalau tokoh-tokoh atau pemimpin-pemimpin selalu menonjolkan tentang fungsi mendidik ini sebagai fungsi pers yang penting, sekalipun fungsi mendidik dalam teori pers dimasukkan dalam fungsi tambahan. Maka *Republika* harus bisa menjadi buku pelajaran sehari-hari dalam segala hal untuk pembacanya.

---

<sup>119</sup> Ainur Rofiq Sophiaan, *Tantangan Media Informasi Islam*, (Surabaya : Risalah Gusti, 1993), p. x

Sehingga bisa terwujud misi ipteknya yang ingin mendorong masyarakat untuk lebih mencintai iptek, memberi perhatian pada segi etis dan moral dalam pengembangan ilmu, serta misi lainnya secara keseluruhan.

Faktor-faktor lain yang menghambat redaksional *Republika*, yang ditemukan selama penelitian adalah tentang pembatasan dalam hal iklan. Dalam hal ini *Republika* juga harus selektif dalam memuat iklan, karena umumnya iklan-iklan yang ada mengeksploitasi seks dan wanita. Gejala ini sebenarnya diawali oleh media massa Barat. Maka tak heran apabila ada biro-biro iklan yang jera karena iklannya diedit oleh *Republika* sebelum dimuat.

Memang disadari bahwa Media massa Islam pada tahap perkembangan dewasa ini belum memiliki kekuatan untuk menyaingi kekuatan jaringan media massa Barat dan masih terintegrasi ke dalam sistem media massa negara-negara yang sedang berkembang dengan segala kelemahannya. Dengan perkataan lain, kecuali di negara-negara Islam, media Islam sangat lemah dan media sekuler mengalami kemajuan pesat. Sebagai contoh ialah Indonesia yang penduduknya mayoritas beragama Islam tapi ekonomi media massa Islam masih sangat lemah. Khalayak (pembaca, pemirsa, dan penonton) dikuasai oleh nilai-nilai budaya sekulerisme atau non-muslim. Akibatnya, media cetak yang laris hanyalah media cetak yang berciri sekulerisasi dalam berbagai perwujudannya. Misalnya, yang gemar menayangkan ratu-ratu sejagat yang berbusana sangat minim, iklan-iklan bioskop yang vulgar, wanita-wanita yang berpakaian olah raga renang dan sejenisnya (yang dalam sistem media massa Islam pesan-pesan seperti itu tidak boleh diturunkan atau dimuat). Pemasaran koran-koran dan majalah-majalah Islam kurang kuat. Kebanyakan pemasang iklan tidak menyukai media massa Islam.<sup>120</sup>

---

<sup>120</sup> Lihat A.Muis, "Media Massa Islam dan Era Informasi", dalam *Islam Dan Era Informasi*, (Jakarta: Dharma Caraka 1989)

Tetapi pengalaman sejarah juga menunjukkan bahwa ketidakjelasan wujud misi keislaman dalam produk juga merupakan salah satu sebab yang menyebabkan runtuhnya Pers Islam selama ini. Maka agar terjalin ikatan dengan pembaca *Republika* yang spesifik perlu ditingkatkan suatu kejelasan komitmen yang berkesinambungan.

Faktor lain yang terkait adalah keharusan untuk menghadapi arus informasi dunia yang seringkali memojokkan dunia Islam. Sehingga *Republika* harus berupaya sedemikian rupa untuk bisa memuat berita tentang dunia Islam seobjektif mungkin.

Arus informasi dunia memang masih didominasi oleh pers Barat yang *nota bene* dikendalikan Zionis internasional. Sementara umat Islam hanya memiliki kantor berita Islam IINA (*International Islamic News Agency*) dan beberapa kantor berita anggota OKI. Yang terakhir ini sebagian besar beritanya sudah disensor oleh pemerintah masing-masing. Akan halnya Pers Islam di Indonesia kondisinya nyaris tidak beda dengan di luar negeri. Sebagai perbandingan, dewasa ini ada 275 penerbitan pers (SIUPP dan STT), 20 diantaranya termasuk Pers Islam (7,27 %) (Data Dirjen PPG Departemen Penerangan RI, 1991).<sup>121</sup>

Belum lagi tekanan dari luar, misalnya bagaimana pers Zionis melaporkan ikhwal Islam dan dunia Islam. Pers tersebut menjadi penyambung lidah dari kepentingan yang lebih fundamental lagi, yaitu apa yang dikenal dengan gerakan *Free Masonry*--sebuah gerakan yang tanggal dan tempatnya masih menjadi perdebatan--. Gerakan ini di beberapa kota dan negara kadang tampil dengan nama nama yang berbeda telah menjadi alat politik, moral, kebudayaan, dan ekonomi dan gerakan Zionis internasional. Tujuannya antara lain, menggunakan uang dan seks untuk menguasai orang yang berpengaruh atau terkemuka, mendidik mahasiswa

---

<sup>121</sup> Ainur, *op.cit.*, p.70

yang berbakat dan cerdas serta menguasai media massa, seperti radio, surat kabar,, dan lain-lain.<sup>122</sup> Secara moral gerakan ini jelas destruktif dan non-agamis.

Secara ideologis, pers demikian sering menggambarkan Islam jauh dari persepsi sebagaimana layaknya dipahami para penganutnya. Islam, menurut kaca mata mereka tidak lebih dari persoalan hukum, otokrasi, mode-mode logika abad pertengahan dan teokrasi. Melalui laporan dan artikel-artikelnya pers demikian selalu berusaha menafsirkan Islam dari konteks ideologi modernisasi dan pengakuan Barat atas eksistensi Israel.<sup>123</sup>

Total tiras pers sekarang 14 juta eksemplar sekali terbit, sekitar 300 ribu eksemplar diantaranya Pers Islam (2,1 %). Hampir lima puluh persen merupakan tiras pers *Triad Power* (Sinar Harapan, Kompas Gramedia, Tempo Grafiti). Dilihat dari data ini, maka sungguh sangat tidak berimbang eksistensi Pers Islam. Apalagi dari 20 yang ada hanya 5 % yang dapat dikatakan hidup secara sehat (meski belum sempurna). Selebihnya Pers Islam berada dalam kondisi hidup segan mati tak mau.<sup>124</sup>

Akan halnya liputan-liputan seputar Dunia Islam, khususnya isu Timur Tengah, pers kita sendiri tampaknya ada dalam lingkaran setan. Hingga sekarang nyaris tidak ada akses informasi lain selain daripada sumber-sumber kantor berita Barat. Media-media di Dunia Muslim untuk liputan internasional masih sangat bergantung pada empat kantor berita raksasa, yaitu UPI, AFP, AP dan Reuter.

Menurut catatan Dr. Aslam Abdullah, ada 42 negara Muslim yang memiliki kantor berita sendiri, namun mereka itu menghasilkan tidak lebih dari 1000 kata dalam 24 jam. Dalam sebuah survey tahun 1986 ditemukan bahwa kebanyakan surat kabar berbahasa Arab, Inggris, Parsi dan Urdu di 12 negara Muslim dalam memuat

<sup>122</sup> Muhammad Safwat as-Saqa Amini dan Sa'adi Abu Habib, *Gerakan Free Masonry*, Rabithah Alami Islami, Mekkah, 1992, p.8.

<sup>123</sup> Edward W. Said, *Penjungkirbalikan Dunia Islam* (terjemahan Pustaka, 1986), p.70.

<sup>124</sup> *Loc.cit.*

pemberitaan tentang perkembangan kaum Muslim baik di negara mayoritas maupun minoritas Islam, 90 % diperoleh dari keempat kantor berita tadi. Di sisi lain IINA (*International Islamic News Agency*) dan OKI mengaku mentransmisikan 10.000 sampai 12.000 kata per hari, namun produknya sulit tampil di halaman-halaman koran di Dunia Muslim.<sup>125</sup>

Kecuali itu, Pers Islam belum mampu menjadi kekuatan pengimbang (*countervailing power*) bagi pers umum yang sering melecehkan Islam dan umatnya. Paling jauh hanya memberikan serangan-serangan balik. Itu pun dengan kekuatan dan sumber daya yang amat terbatas. Pandangan ini mungkin terdengar pesimistis tapi memang demikianlah kenyataannya.

Dr. Ziauddin Sardar, pakar komunikasi Muslim, pernah menyatakan, "Umat Islam akan terus menjadi obyek ketidakadilan informasi dunia, jika kita sendiri tidak pernah memberikan perhatian yang cukup dan kerja yang keras di bidang informasi". Dengan menggunakan kategorisasi Alvin Toffler, tidak berlebihan kiranya jika dikatakan bahwa secara umum umat Islam masih berada dalam era informasi gelombang pertama (ditandai dengan informasi *mouth to mouth*). Sebaliknya, umat lain sudah begitu canggihnya menguasai era informasi gelombang kedua (pers, radio dan televisi) dan era informasi gelombang ketiga (faksimile, video, handphone, satelit, dan lain-lain).<sup>126</sup>

Faktor terkait terakhir yang ditemui di *Republika* selama penelitian adalah sulitnya mengatasi aspirasi umat Islam sendiri yang beragam. Pers Islam memang menghadapi tantangan yang tidak ringan. Tantangan yang paling nyata adalah

---

<sup>125</sup> Aslam Abdullah, "Media Muslim: Sekarang dan Masa Depan", *Jurnal Komunikasi Audientia I (Januari-Maret 1993)*, p.83  
<sup>126</sup> *Loc.cit.*

menghadapi kenyataan bahwa umat Islam memang sangat beragam dan masing-masing kelompok mempunyai aspirasi yang berbeda-beda.

Umat Islam Indonesia pada kondisi saat ini memang terbagi dalam beberapa kelompok sosial. Secara historis banyak dari kelompok-kelompok tersebut terbentuk karena berbeda faham dalam urusan ritual individual, bukan karena faktor sosial kemasyarakatan. Namun ternyata adanya kelompok-kelompok sosial di atas mampu menjadi atau dibuat menjadi kelompok sosial yang bertikai pada isu-isu sosial dan kepentingan-kepentingan sosial. Akibatnya umat Islam lalu menjadi terpecah belah terhadap berbagai permasalahan sosial kemasyarakatan, dan berantakan tidak bisa banyak bersaing dalam persaingan sosial. Keadaan yang sangat menyedihkan adalah bahwa kelompok-kelompok di atas dalam menghadapi isu-isu sosial yang strategis dan berskala nasional bukan saja berbeda pendapat, namun bahkan pendapat-pendapat tadi sulit untuk direkonsiliasikan. Seperti yang sama-sama dipahami dunia sosial adalah dunia yang heterogen dan kompetitif. Dalam satu kesatuan terkecil sistem sosial, yakni negara akan selalu ada berbagai kelompok ideologis terhadap cara memandang jagad raya ini.<sup>127</sup>

Jika dilihat dari pendapat para responden di atas, agaknya semua sepakat bahwa meskipun menampung beragam aspirasi umat itu tidak mudah tetapi hal tersebut dapat diterima sebagai suatu konsekuensi yang wajar dari sebuah Pers Islam. Dan kenyataan tersebut bukan berarti merupakan suatu penghambat kerja mereka. Masing-masing responden umumnya mempunyai kiat tersendiri untuk mengatasinya, misalnya dengan mengikuti kata hati dan sebagainya. Meskipun demikian ada juga kebijakan umum yang dibuat sebagai pegangan bersama. Misalnya seperti yang diungkapkan oleh pembuat kebijakan di *Republika* yang pada

---

<sup>127</sup> Fuad Amsyari, "Reorientasi Cara Berfikir, Bersikap dan Bertindak Ummat (Islam di Indonesia : Suatu Otokritik)", *ibid*, p. 198.

penelitian ini diwakili oleh Wakil Pemimpin Redaksi, yaitu dengan mengambil suara terbanyak dahulu untuk ditanggapi. Karena suara terbanyak bisa mewakili beberapa golongan. Dan selama ini kondisi tersebut bisa diatasi meskipun seringkali juga *Republika* mendapat tuduhan-tuduhan tertentu, seperti koran Syi'ah, koran ICMI, dan sebagainya.

Dengan demikian, maka pers yang didasari oleh misi keislaman dan menghadapi umat yang beragam aspirasinya bukan berarti tidak bisa berkembang sebagaimana pers umum lainnya. Melainkan bagaimana Pers Islam tersebut bisa mengambil sikap yang bijak untuk mengatasi kendala yang ada dalam upaya meraih keberhasilan bersama.

## **B. KESIMPULAN**

Lebih jauh kenyataan-kenyataan tersebut membawa kita pada kesimpulan bahwa berbagai perkembangan yang terjadi di dunia komunikasi mempengaruhi juga kondisi pers di Indonesia. Dalam Pers Islam, pengaruh itu salah satunya berupa pergeseran, yaitu kalau dulu Pers Islam seringkali mengibarkan bendera keislamannya dengan banyak menampilkan ayat-ayat Al Qur'an dan jargon-jargon Islam, sekarang Pers Islam lebih substantif dengan hanya memberikan nuansa Islam yang universal pada semua beritanya. Atau dengan kata lain, Islam menjadi nafas untuk media tersebut, sehingga tidak terkesan eksklusif dan bisa dibaca oleh semua kalangan umat.

Sayangnya, Islam sebagai nafas tersebut kadangkala digambarkan dengan tipis sekali. Maka seringkali tidak ada bedanya atau orang tidak bisa membedakan antara koran yang bernafaskan Islam ini dengan koran lain yang tidak punya misi



tersebut. Bahkan, apakah ini koran yang bernafaskan Islam pun masih sering diperdebatkan orang.

Selain itu, bentuk pers Islam seperti ini bukan berarti tidak menyisakan kendala untuk diatasi. Kendala jurnalistik ternyata dialami juga oleh Pers Islam yang meletakkan dirinya dalam konteks Islam kosmopolitan. Kendala tersebut terjadi sehubungan dengan pelaksanaan visi dan misinya, yaitu dalam wilayah politik, wilayah ekonomi, wilayah budaya, wilayah agama, dan wilayah ilmu pengetahuan-teknologi. Sedangkan faktor-faktor lain yang terkait, yang juga menjadi kendala dan ditemui di lapangan selama penelitian ini adalah : adanya batasan-batasan iklan, rumitnya mengantisipasi pemojokan dunia Islam oleh Barat, dan aspirasi umat yang beragam.

Satu hal penting yang perlu disadari adalah *Republika* merupakan pers Islam yang unik. Artinya pers dengan misi keislaman yang cenderung moderat atau kosmopolit. Kenyataan ini bisa dibuktikan dengan melihat jajaran tokoh *Republika* seperti Nurcholis Madjid, Quraish Shihab, Dawam Rahardjo dan lain-lain. Adanya tokoh pembaharu ini merupakan salah satu sebab perbedaan bentuk *Republika* dengan pers Islam lainnya

Hasil seperti di atas bisa saja disebabkan karena kebanyakan isu-isu yang diangkat sebagai obyek penelitian ini memang isu-isu yang bersifat umum, tidak menyangkut isu-isu tertentu yang khusus. Namun demikian, untuk memperoleh gambaran dan kesimpulan yang lebih pasti dan komprehensif, kiranya harus dilakukan penelitian lebih jauh dan lebih seksama.

### C. Saran

1. Karena *Republika* memilih bentuk menjadi pers Islam yang independen dan membidik pembaca yang heterogen, maka *Republika* sebaiknya tampil lebih fleksibel.
2. Berdasarkan pengalaman sejarah yang menunjukkan jatuh bangunnya pers Islam, maka sebaiknya tidak hanya dalam segi redaksional pers Islam berbenah diri, melainkan juga dalam hal manajemen dan pengembangan profesionalisme sumber daya manusia. Karena dengan manajemen dan sumber daya manusia yang baik, suatu pers akan lebih sehat dan punya kesempatan berkembang lebih besar daripada pers yang tidak didukung dengan baik.
3. Dalam hal pengangkatan tokoh, sebaiknya *Republika* lebih selektif lagi. Tokoh-tokoh yang ditampilkan dan menjadi figur di masyarakat memang harus yang mempunyai prestasi dan kemampuan khusus, tapi bukan berarti dengan mengesampingkan keislamannya. Artinya, tokoh yang ditampilkan sebaiknya juga islami.
4. Meskipun hanya dijadikan nafas oleh *Republika*, ada baiknya jika nafas itu "terasa" dan tidak perlu terlalu implisit sehingga orang yakin akan nafas Islam yang mewarnai *Republika* dan tidak mempertanyakan lagi keislamannya.
5. Kesepakatan di kalangan intern *Republika* sebaiknya digalang dengan baik, sehingga tidak ada perbedaan pendapat yang dikhawatirkan akan menyebabkan perpecahan.

## DAFTAR PUSTAKA

## BUKU

- Amini, Muhammad Safwat as Saga dan Sa'adi Abu Habib. *Gerakan Free Mansory*. Rabithah Alam Islami. Mekkah 1992.
- Assegaff, Djaffar H. *Jurnalistik Masa Kini Pengantar Ke Praktek Kewartawanan*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1985.
- Bailey, Kenneth D. *Methods of Social Research*. (Second Edition; London: The Free Press, 1982).
- Chadwick, Bruce A. dkk. *Metode Penelitian Ilmu Pengetahuan Sosial*. Terjemahan Dr.Sulistia M.L., (Semarang: IKIP Semarang Press, 1991).
- Crouch, Sunny. *Marketing Research For Manager*. (London: Heineman, 1984).
- Effendi, Unong. *Kamus Komunikasi*. Bandung: CV Remadja Karya, 1991.
- Emery Edwin, Philip H. Ault, Warren K. Agee. *Introduction to Mass Communication*. Third Edition. New York; Dodd Mead & Company.
- Junaedhie, Kurniawan. *Ensiklopedi Pers Indonesia*. Jakarta: Gramedia, 1993.
- Koentjaraningrat. *Metodologi Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia, 1987.
- Lerner, Daniel. *Memudarnya Masyarakat Tradisional*. Yogyakarta: Gajah Mada University, 1993.
- Lytard, Jean-Francois. *The Post Modern Condition: A Report On Knowledge*. Manchester University Press, 1986.
- McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga 1989.
- Malo, Manasse & Sulistiawan. *Metode Penelitian Sosial*. Modul 6 - 9. (Jakarta: Karunika, 1986).
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press, 1982.
- Oetama, Jakob. *Perspektif Pers Indonesia*. Jakarta: LP3ES 1989.

- Patton, Michael Quinn. *Qualitative Evaluation Methods*, (Fourth Printing: California: Sage Publication, Inc., 1983).
- Rachmadi, F. *Perbandingan Sistem Pers Analisis Deskriptif Sistem Pers di Berbagai Negara*. Jakarta: PT Gramedia, 1990.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya, 1984.
- . *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remadja Rosdakarya, 1992.
- Rivers, William R. & Wibur Schramm. *Responsibility in Mass Communication*. New York: Harper & Row Publisher 1969.
- Rogers, Everett M. *Communication Technology: The New Media In Society*. New York: The Free Press, 1986.
- Said, Edward W. *Penjungkirbalikan Dunia Islam*. Terjemahan Pustaka 1986.
- Sardar, Ziauddin. *Tantangan Dunia Islam Abad 21*. Bandung: Mizan, 1989.
- Schramm, Wilbur. *The Process and Effect of Mass Communication*. Urbana: University of Illinois Press. 1977.
- *Mass Communication*. Urbana: University of Illinois Press, Chicago 1966
- Siebert, S. Fred, Theodore Peterson dan Wilbur Schramm. *Four Theories of The Press*. Urbana: University of Illinois Press. 1983.
- Siegel, Leon V. Reporters and Officials. *The Organizations and Politics of Newsmaking*. DC Heath and Company 1973.
- Singarimbun, Masri. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Penerbit LP3ES, 1984.
- Simorangkir, J.C.T. *Hukum dan Kebebasan Pers*. Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional. 1980.
- Soekanto, Soerjono. *Sosiologi, Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Press 1982.
- Sophiaan, Ainur Rofiq. *Tantangan Media Informasi Islam*. Surabaya: Risalah Gusti, 1993.
- Sommerland, E. Llyod. *The Press in Developing Countries*. Sydney: Sydney University. 1966.
- Sumhudi, Mohammad Aslam. *Komposisi Riset Desain*. Jakarta: Lembaga Penelitian Universitas Trisakti, 1985.

Steinberg, Charles S. *Mass Media and Communication*. New York: Hasting House Publisher 1972.

Wright, Charles R. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Terjemahan Dr.Jalaluddin Rakhmat Msc. Bandung: Remadja Karya 1986.

#### ARTIKEL, JURNAL, DAN SKRIPSI

Abdullah, Aslam. "Media Muslim: Sekarang dan Masa depan". *Jurnal Komunikasi Audientia* Vol. I (Januari-Maret 1993).

Amsyari, Fuad. "Reorientasi Cara Berpikir, Bersikap, dan Bertindak Ummat (Islam di Indonesia: Suatu Otokritik)". *Islam di Indonesia Suatu Ikhtiar Mengaca Diri*. Jakarta: Rajawali Pers 1992.

Anshari, Endang Saifuddin. "Proporsionalisme Islami Sebagai Alternatif Terhadap Fundamentalisme dan Oportunisme". *Islam di Indonesia Suatu Ikhtiar Mengaca Diri*. Jakarta: Rajawali Pers 1992..

Assegaff, Djafar H. "Pers Islam Kini Dan Akan Datang". *Islam Dan Tantangan Abad Informasi*. Jakarta: Penerbit Media Sejahtera (1993).

Dahlan, M. Alwi. "Perkembangan Dunia Komunikasi Dasawarsa 1990-an". *Reporter* No.15/1991.

----- "Pers Menjadi Fokus Berita". *Reporter* No.13/1991.

"Dari Kami", *Harian Republika*. (24 April 1994).

Hasnain, Imtiaz. "Komunikasi Menurut Pendekatan Islam". *Jurnal Komunikasi Audientia* Vol. I (Januari-Maret 1993).

Hedebron, Goran. "Teori Komunikasi Dan Perubahan Sosial". *Jurnal Komunikasi Audientia* Vol. I (Januari-Maret 1993).

Jahi, Amri. "Media Cetak dan Pembangunan Pedesaan di Negara-Negara Dunia Ketiga". *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara Dunia Ketiga*. Gramedia, 1988.

Latif, Yudi dan Idi Subandy. " "Republika" dan Wajah Pers Kita". *Harian Republika*. (7 Februari 1993).

Lesmana, Tjipta. "Konglomerasi Pers dan Pers Konglomerat". *Jayakarta*. 9 Februari 1990.

- Mohamed, Ahmad Kamil. "Komunikasi Sebagai Suatu Disiplin Akademis". *Jurnal Komunikasi Audientia* Vol. I (Januari-Maret 1993).
- Muis, A. "Media Massa Islam dan Era Informasi". *Islam Dan Era Informasi*. Jakarta: Darma Caraka (1989).
- "Pers Indonesia: Renungan dan Gugatan Diri". *Prisma* No.8/1885.
- "PWI dan IDI Prihatinkan Berita Rubrik Kesehatan". *Kompas* 15 Juli 1991.
- Rachmadi, F. "Sistem Pers Indonesia". dalam *Bunga Rampai Catatan Pertumbuhan dan Perkembangan Sisitem Pers Indonesia*. Jakarta: Pantja Simpati. 1985.
- Rakhmat, Jalaluddin. "Islam di Indonesia Masalah Definisi". *Islam di Indonesia Suatu Ikhtiar Mengaca Diri*. Jakarta : Rajawali Pers 1992.
- Saefuddin, Ahmad M. "Potensi Kritis Umat Islam di Indonesia". *Islam di Indonesia Suatu Ikhtiar Mengaca Diri*. Jakarta : Rajawali Pers 1992.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. "Peranan Dan Tantangan Ilmu Komunikasi Menghadapi Megatrend 2000 Serta Memasyarakatkan Teknologi Komunikasi Dalam Rangka Pembangunan Nasional". Makalah dalam Seminar Nasional di Universitas Padjadjaran. Bandung (26-27 Oktober 1990).
- Tebba, Sudirman. "Orientasi dan Visi Pers Islam". *Majalah Reporter* No.24 (Desember 1992-Januari 1993).
- Thamrin, M. Sholeh. "Pengembangan Dan Pemantapan Usaha Penerbitan Pers". *Majalah Reporter* No.16 (Agustus-September 1991).
- "Wakil Ketua MPR/DPR: SIUPP Hendaknya Ditinjau Kembali." *Kompas* 15 Juli 1991.