



UNIVERSITAS INDONESIA

**PERAN IKLAN DALAM MENGISI KEMERDEKAAN :
STUDI KASUS SURAT KABAR *MERDEKA*
1945—1949**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Humaniora**

IKA APRIANI KUSUMADEWI

NPM 0706279805

**FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA
PROGRAM STUDI ILMU SEJARAH
DEPOK
JULI 2011**

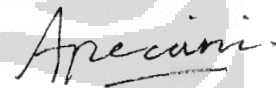
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan menyatakan bahwa skripsi ini saya susun tanpa tindakan plagiarisme sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Indonesia.

Jika di kemudian hari ternyata saya melakukan tindakan plagiarisme, saya akan bertanggung jawab sepenuhnya dan menerima sanksi yang dijatuhkan oleh Universitas Indonesia kepada saya.

Depok,

Juli 2011



Apriani

Ika Apriani Kusumadewi

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Ika Apriani Kusumadewi

NPM : 0706279805

Tanda Tangan : 

Tanggal : 13 Juli 2011

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :
Nama : Ika Apriani Kusumadewi
NPM : 0706279805
Program Studi : Ilmu Sejarah
Judul : Peran Iklan dalam Mengisi Kemerdekaan:
Studi Kasus Surat Kabar *Merdeka* (1945-1949)

Skripsi ini telah berhasil dipertahankan di hadapan dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Humaniora pada Program Studi Ilmu Sejarah, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

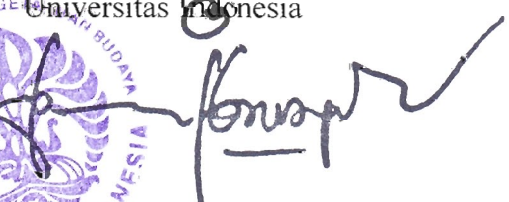
Ketua/ Penguji: Tri Wahyuning M. Irsyam M.Si ()
Pembimbing : Dr. Magdalia Alfian ()
Penguji : Dra.Sudarini Suhartono M.A ()
Panitera : Tini Ismiyani M. Hum ()
Ditetapkan di : Universitas Indonesia, Depok
Tanggal : 13 Juli 2011

oleh

Dekan

Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya
Universitas Indonesia




Dr. Bambang Wibawarta
NIP.196 51023 1 99003 1 002

iv

Universitas Indonesia

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Humaniora Jurusan Sejarah pada Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

(1) Dr. Magdalia Alfian selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini. Serta ucapan terima kasih kepada para dosen di Program Studi Ilmu Sejarah yang telah membantu dalam menimba ilmu selama di perkuliahan sehingga penulis dapat sampai pada tahap penulisan skripsi ini, dan juga memberikan dorongan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

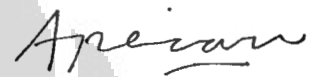
(2) Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral yang tak terhingga. Serta kepada Adiku, Iswandi dan sepupuku Ita.

(3) Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Khususnya teman-teman se-angkatan 07 antara lain Gemita, Hafsari, Rayi, Inesya, Marcia (yang menjadi teman selama mengumpulkan sumber skripsi) Amy, Egar, Adel, Gadis, Nurul, Indra, Agung, Inu, Fikri, Asca, Upat, Dody, Tiko, Limbong, Gilang, Miki, Fahmi, Wahyu, Rahdil, Bob, Tely, Tyson dan teman-teman lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah mengisi hari-hari penulis di masa kuliah. Serta penulis mengucapkan terima kasih kepada senior 04,05, 06, Ano, Rima, mba' Arie, Egi, Yoga, Gembel dan lainnya. Serta kepada junior 08,

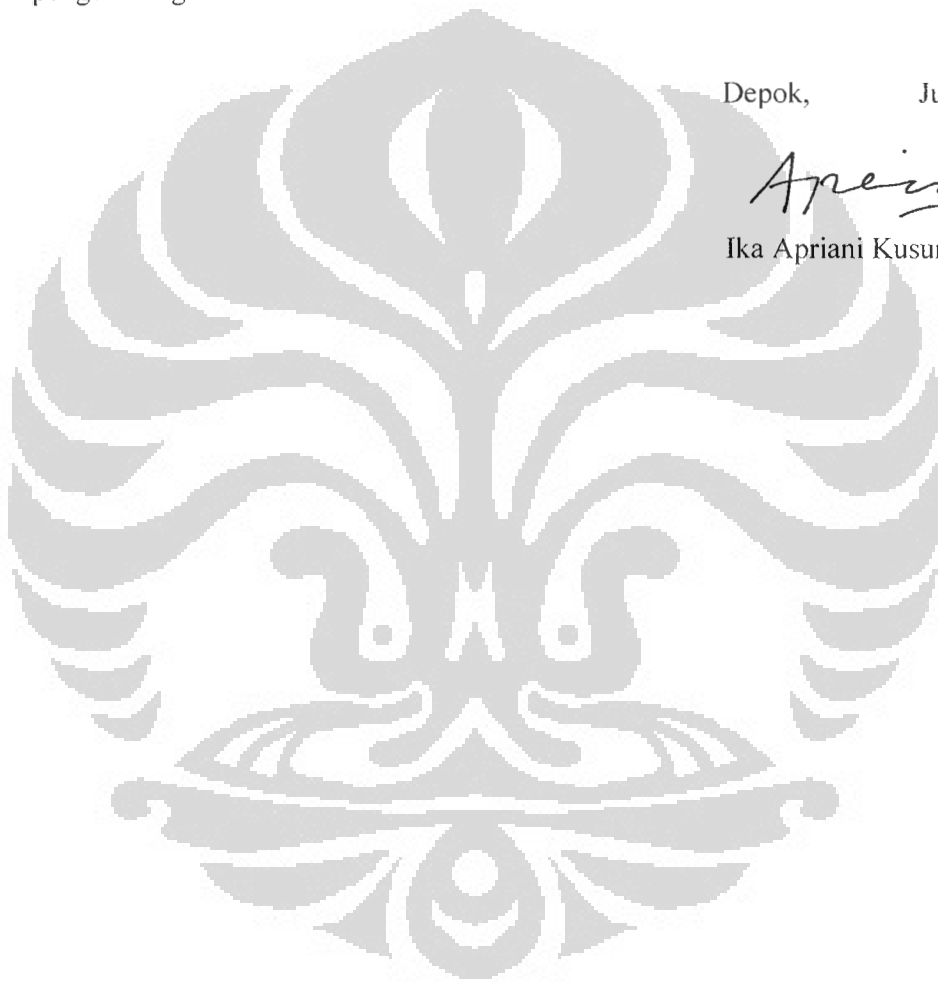
(4) Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada keluarga besar KOPMA FIB UI, Estri, Irma, Sarah dan Siput yang selalu mengingatkan dan memberi semangat selama penulisan skripsi ini. Terima kasih juga kepada petugas perpustakaan FIB UI, dan perpustakaan nasional khususnya petugas lantai 4.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Penulis juga meminta maaf kepada pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Depok, Juli 2011



Ika Apriani Kusumadewi



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ika Apriani Kusumadewi
NPM : 0706279805
Program Studi : Ilmu Sejarah
Departemen : Sejarah
Fakultas : Ilmu Pengetahuan Budaya
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

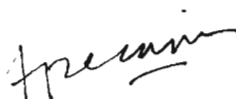
Peran Iklan dalam Mengisi Kemerdekaan: Studi Kasus Surat Kabar *Merdeka*
(1945-1949)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada Tanggal : 13 Juli 2011

Yang Menyatakan



(Ika Apriani Kusumadewi)

ABSTRAK

Nama : Ika Apriani Kusumadewi

Program Studi : Ilmu Sejarah

Judul : Peran Iklan Dalam Mengisi Kemerdekaan :
Studi Kasus Surat Kabar *Merdeka* (1945—1949)

Skripsi ini membahas peran iklan dalam mengisi kemerdekaan pada surat kabar *Merdeka* 1945—1949. Iklan selama masa revolusi turut mengambil peran aktif dalam mengisi kemerdekaan Indonesia. Surat kabar *Merdeka* sebagai surat kabar nasional memanfaatkan iklan sebagai media untuk mendukung kemerdekaan khususnya iklan non-komersial. Secara garis besar iklan dalam surat kabar ini di bagi ke dalam dua bagian yaitu iklan pendukung kemerdekaan dan iklan pengumpulan dana kemerdekaan. Skripsi ini menggunakan metode sejarah sebagai metode penelitiannya yaitu heuristik, kritik, interpretasi, dan historiografi. Kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan skripsi ini ialah iklan merupakan alat komunikasi yang efektif pada masa revolusi sebagai penyampai pesan kepada masyarakat sehingga masyarakat bahu-membahu dalam mendukung revolusi kemerdekaan.

Kata kunci:

Revolusi, Iklan, Surat kabar *Merdeka*

ABSTRACT

Name : Ika Apriani Kusumadewi

Study Program: History

Title : The Role of Advertising in the Independence Era:
Case Study *Merdeka* Newspaper (1945-1949)

This thesis tries to explain about the role of advertising in fulfilling the independence era in *Merdeka* Newspaper 1945-1949. Advertising during the revolution era also took an active role in fulfilling the Independence of Indonesia. *Merdeka*, as national newspaper, used advertisements as a media to support the Independence, especially in the form of non-commercial advertisements. Broadly, the advertising in this newspaper was divided into two parts, Independence-Supporting Advertising and Independence Fund-Rising Advertising. This thesis is using the Historical Method which consists of Heuristic, Critics, Interpretation, and Historiography. The Result of this thesis proved that Advertising is the most effective communication way in the revolution era as the messenger to the public, so public follow to supporting independence of revolution.

Keywords:

Revolution, Advertising, *Merdeka* Newspaper

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	ix
Bab I Pendahuluan	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Rumusan Masalah	6
I.3. Ruang Lingkup	6
I.4. Tujuan	7
I.5. Metode Penelitian	7
I.6. Tinjauan Sumber	8
I.7. Sistematika Penulisan	9
Bab II Fungsi Pers Pada Masa Revolusi	10
II.1. Keadaan Masa Revolusi	12
II.1. Pers Pada Masa Revolusi	16
II.2. Surat Kabar <i>Merdeka</i> 1945—1949	21
Bab III “Iklan Kemerdekaan” Dalam Surat Kabar <i>Merdeka</i>	26
III.1. Iklan Sebagai Alat Propaganda	26
III.2. Iklan Pendukung Kemerdekaan	31
III.3. Iklan Pengumpulan Dana Kemerdekaan	40
Bab IV Dampak Iklan Dalam Surat Kabar <i>Merdeka</i>	47
IV.1. Dampak Sosial dan Budaya	47
IV.2. Dampak Ekonomi	52
Bab V Kesimpulan	58
DAFTAR REFERENSI	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Iklan Fonds Pengangguran	3
Gambar 3.1 Iklan Keluarga	26
Gambar 3.2 Iklan Surat Kabar <i>Merdeka</i>	27
Gambar 3.3 Iklan Sosialisasi Pekik Kemerdekaan	32
Gambar 3.4 Iklan Propaganda 1	32
Gambar 3.5 Iklan Propaganda 2	33
Gambar 3.6 Iklan Bank Rakyat Indonesia	35
Gambar 3.7 Iklan PERWABI	36
Gambar 3.8 Iklan BKR	37
Gambar 3.9 Iklan Permintaan Karangan	38
Gambar 3.10 Iklan Untuk Palang Merah Indonesia	38
Gambar 3.11 Iklan Fonds Kemerdekaan	41
Gambar 3.12 Berita Fonds Kemerdekaan	42
Gambar 3.13 Iklan Pinjaman Nasional 1946	44
Gambar 3.14 Iklan Pasar Malam Amal	46
Gambar 3.15 Iklan Kartupos Fonds Kemerdekaan	46
Gambar 4.1 Berita Amal	53
Gambar 4.2 Iklan Ucapan Terima Kasih Fonds Kemerdekaan	56

BAB I

Pendahuluan

I.1. Latar Belakang

Pada tanggal 17 Agustus 1945, Indonesia berhasil memproklamkan kemerdekaannya dan mulai memasuki babak baru. Pada masa tersebut terjadi perubahan-perubahan dalam masyarakat baik di bidang politik, ekonomi maupun sosial yang menyangkut dasar atau pokok-pokok kehidupan, yang dikenal dengan sebutan revolusi. Selama masa revolusi tersebut rakyat Indonesia berjuang bahu-membahu dan menunjukkan pengorbanan-pengorbanan yang dilakukan atas nama revolusi. Surat kabar-surat kabar dan majalah-majalah yang mendukung kemerdekaan bermunculan di banyak daerah, terutama di kota besar seperti Jakarta, Yogyakarta dan Surakarta. Surat kabar sendiri telah ada di Indonesia sejak 1615 dibawa oleh Jan Pieterzoon Coen.¹ Pada tahun 1908 kaum pribumi telah menjadikan media cetak sebagai alat untuk menyebarkan cita-cita bangsa Indonesia. Surat kabar yang terbit pada awal tahun 1900-an antara lain *Budi Utomo*, *Darmo Kondo*, *Utusan Hindia* dan *Fadjar Asia*.

Surat kabar sebagai sarana komunikasi turut menentukan keberhasilan perjuangan pada masa revolusi, karena keberhasilan perjuangan juga bergantung pada keberhasilan media dalam menyampaikan pesan-pesan ke tengah masyarakat. Media cetak lebih banyak dipilih oleh masyarakat sebab dianggap lebih efektif dalam menyampaikan pesan ketimbang media elektronik. Hal ini disebabkan, pada masa itu hanya sedikit orang yang memiliki media elektronik seperti radio, sementara televisi belum ada dan baru masuk Indonesia tahun 1962. Media cetak seperti surat kabar memiliki kelebihan dalam hal dokumentasi, dapat dibaca berulang-ulang kali dan dapat dinikmati semua kalangan. Dalam media cetak biasanya terdapat foto, artikel, iklan dan lainnya yang berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Salah satu saluran

¹ Drs. I. Taufik. *Sejarah dan perkembangan Pers di Indonesia* (Jakarta: Triyincó, 1977) hal. 19

penyampaian pesan yang paling efektif adalah iklan atau yang pada masa revolusi dikenal dengan sebutan *adpertensi*².

Kehadiran iklan dalam media cetak seperti surat kabar tidak dapat dianggap remeh, sebab iklan ikut andil dalam pemasukan dana selain oplah penjualan. Iklan memiliki beberapa pengertian, salah satunya adalah pesan-pesan yang disampaikan oleh seorang, kelompok perusahaan atau badan-badan pemerintah dalam suatu harian, penerbitan berkala atau barang cetakan yang diterbitkan secara luas.³ Menurut KBBI, iklan adalah berita pesan (untuk mendorong, membujuk) kepada khalayak ramai tentang benda atau jasa yang ditawarkan. Iklan adalah pemberitahuan kepada khalayak ramai mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di dalam media masa seperti surat kabar atau majalah. Secara teori Iklan terbagi menjadi dua jenis yaitu:⁴

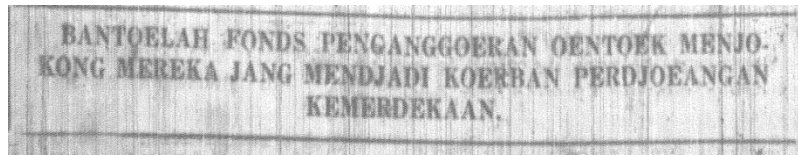
1. Iklan Layanan Masyarakat atau *nonprofit* yaitu iklan-iklan ditampilkan tidak untuk mencari keuntungan tetapi lebih bersifat mendidik masyarakat. Iklan ini merupakan bagian dari kampanye *Social Marketing* bertujuan menjual gagasan atau ide untuk kepentingan atau pelayanan masyarakat
2. Iklan Standar yaitu jenis iklan yang ditata secara khusus untuk memperkenalkan produk barang dan jenis pelayanan kepada konsumen. Biasanya dilakukan dalam kegiatan pedagang untuk mencari keuntungan.

Beberapa iklan pertama di masa revolusi yang muncul di surat kabar memuat himbauan bantuan. Contohnya :

²*Adpertensi* istilah yang diambil dari bahasa Belanda(*advertentie*), istilah ini dipakai oleh media cetak pada masa awal kemerdekaan. Rendra Widyatama. *Pengantar Periklanan* (Jakarta : Buana Pustaka Indonesia, 2005) hal. 14

³ E. Zaenal Arifin dkk. *Pemakaian Bahasa dalam Iklan Berita dan Papan Reklame*. (Jakarta : Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1992) hal. 6

⁴ Agus S. Madjadikara. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004) hal. 15



Gambar 1.1 Iklan Fonds Pengangguran

Sumber : Surat kabar *Merdeka*, 5 Oktober 1945

Dana yang dihimpun dari iklan-iklan ini pada umumnya dimaksudkan untuk membantu beberapa hal penting yaitu melanjutkan perjuangan, mempertahankan kemerdekaan, membangun atau memperbaiki sekolah dan mengaktifkan BPKKP (Badan Penolong Keluarga Korban Perang). Iklan-iklan tersebut tercatat sebagai jenis iklan layanan masyarakat pertama dalam sejarah periklanan Indonesia.⁵ Pesan yang terkandung dalam iklan pada masa revolusi adalah berupa ajakan atau himbauan kepada masyarakat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan demi kepentingan umum, iklan-iklan ini dikeluarkan oleh badan pemerintah, perusahaan-perusahaan, asosiasi, dan sebagainya.⁶

Pada masa revolusi media iklan hanya terbatas pada media cetak surat kabar dan majalah. *Merdeka* merupakan salah satu media/surat kabar pro-republik yang menayangkan iklan. *Merdeka* membawa jiwa pers “Republik” dan berhaluan nasionalis.⁷ Pada 1947 tercatat bahwa surat kabar yang terbit setiap hari ini (kecuali hari libur) memiliki oplah cukup besar melebihi *Berita Indonesia* yang terbit lebih dulu.⁸ *Merdeka* merupakan peralihan dari *Asia Raya* yang sudah tidak terbit sejak akhir September⁹. Atas inisiatif B.M. Diah, ia mengajak teman-

⁵ PPPI (Persatuan Perusahaan Iklan Indonesia). *REKA REKLAME: Sejarah Periklanan Indonesia 1744—1984* (Yogyakarta : Galangan press, 2004) hal.71

⁶ *Ibid.*, hal. 72

⁷ J.R. Chaniago, *et. al. Ditugaskan Sejarah, Perjuangan Merdeka 1945—1985* (Jakarta: PT. Merdeka Sarana Usaha, 1987) hal. 2

⁸ Menurut pengakuan B. M. Diah, tahun 1946 surat kabar yang dipimpinnya telah mencapai 10.000 eksemplar, sedangkan surat kabar lainnya pada masa revolusi hanya beroplah 2.000-5.000 saja. Andi Suwirto dan Ika Listiyarini. *Suara Dari Dua Kota : Revolusi Indonesia dalam Pandangan Surat Kabar Merdeka (Jakarta) dan Kedaulatan Rakyat (Yogyakarta) 1945—1947* (Jakarta: Balai Pustaka, 2000) hal. 119

⁹ Bulan September, awal kebangkitan pers nasional, ditandai dengan dibukanya kembali kantor berita *Antara*. *Asia Raya* mulai tidak stabil dengan perubahan situasi dan kemudian pada 10 September 1945 menghentikan penerbitannya. J. R. Chaniago, *et.al. Op. Cit.* Hal 24

temannya yang dulu bekerja sebagai wartawan *Asia Raya* untuk mengambil-alih surat kabar ini dan mendirikan surat kabar *Merdeka* yang berfungsi sebagai suara pemerintah republik dengan motto "Soeara Rakjat Republik Indonesia". Pada 1 Oktober 1945, terbitlah surat kabar *Merdeka* yang diketuai oleh B.M. Diah, seorang wartawan yang disegani dan salah seorang generasi 45.¹⁰ Pers yang terbit pada awal kemerdekaan, tentunya memiliki corak tersendiri dalam sifat dan fungsinya.

Surat kabar *Merdeka* ikut berperan dalam mengisi kemerdekaan antara lain melalui iklan. Iklan pada surat kabar *Merdeka* tidak hanya memuat iklan yang menawarkan produk-produk komersial tetapi juga iklan non-komersial yang menghimbau masyarakat untuk memberikan dukungan secara moral maupun material. Dalam hal ini, iklan memainkan peran sebagai alat informasi kepada masyarakat, termasuk mengenai pengambil-alihan perusahaan asing menjadi milik bangsa Indonesia. Selain itu, *Merdeka* juga memberikan ruang kepada masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam mengisi kemerdekaan melalui tulisan. Surat kabar ini juga memuat artikel-artikel yang menggambarkan semangat dan jiwa revolusi melalui tulisan yang dikemas dalam iklan, misalnya iklan yang menghimbau masyarakat, khususnya pembaca untuk memberikan dukungan secara material dengan menyumbangkan dana, seperti kepada Fonds Kemerdekaan yang didirikan pemerintah pada 6 September 1945, atau menyumbang untuk panti-panti asuhan dan pihak-pihak yang membutuhkan.¹¹ Sumbangan-sumbangan yang diterima oleh redaksi *Merdeka* kemudian diproses peruntukannya dan diserahkan kepada pihak-pihak yang berhak menerima dengan cara mengambilnya di kantor redaksi.

Iklan-iklan yang terdapat dalam surat kabar *Merdeka* ini memainkan peranan penting dalam mendukung kemerdekaan Indonesia, sebab mempengaruhi masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam mengisi kemerdekaan. Sesuai dengan fungsi media cetak itu sendiri yaitu menyebarkan informasi, mendidik, menghibur dan yang utama yaitu, mempengaruhi masyarakat. Sehingga menimbulkan dampak di dalam masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi.

¹⁰ Andi Suwirta. *Op.cit.*, hal. 12

¹¹ *Ibid.*, hal. 50

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis menganggap penting untuk mengetahui peran sebuah media cetak untuk memobilisasi rakyat melalui iklan, terutama iklan-iklan yang dimuat oleh surat kabar *Merdeka*.

Ketertarikan penulis akan topik yang diajukan ini sedikit banyak didukung oleh karya-karya terdahulu baik berupa tesis, maupun skripsi. Tesis yang telah diterbitkan pada tahun 2000 oleh Balai Pustaka yang berjudul *Suara Dari Dua Kota: Revolusi Indonesia dalam Pandangan Surat Kabar Merdeka (Jakarta) dan Kedaulatan Rakyat (Yogyakarta) 1945—1947* misalnya, merupakan hasil karya Andi Suwirta dan Ika Listiyarini. Dalam buku tersebut menggambarkan bagaimana harian *Merdeka* mendukung kemerdekaan Indonesia dari kacamata jurnalis. Dukungan yang diberikan oleh orang-orang yang berada di balik sebuah media tidak dalam bentuk materi, melainkan melalui karya-karya jurnalistik berupa esai, karikatur, artikel dan aspek lain yang dimasukkan ke dalam surat kabar.

Sementara skripsi yang tulis oleh Niken Porbosari, berjudul “Penjajahan Seni Massa di Jakarta pada Masa Revolusi: Iklan Film pada *Berita Indonesia* dan *Merdeka*” menceritakan tentang iklan komersial mengenai dinamika iklan film masa revolusi, khususnya yang ada pada surat kabar *Merdeka* dan *Berita Indonesia*. Keberadaan skripsi tersebut turut memberikan inspirasi penulisan skripsi ini. Penulis termotivasi untuk menulis tentang iklan tetapi dengan jenis dan sudut pandang berbeda.

Skripsi lain adalah yang ditulis oleh Farida Ariyani “Sumber-sumber Dana Perjuangan Pemerintah Republik Indonesia pada Masa Revolusi 1945—1949”. Skripsi tersebut membahas tentang berbagai upaya-upaya yang dilakukan pemerintah untuk mengisi kekosongan kas dan menghadapi keadaan tidak stabil pada masa revolusi. Skripsi tersebut menginspirasi penulis untuk membahas media yang digunakan untuk mengumpulkan dana kemerdekaan, yang terkait dengan bab di dalam penulisan ini.

Dari sekian buku yang terkait dengan revolusi, penulis belum melihat adanya tulisan tentang peran iklan dalam mengisi kemerdekaan. Penulis berusaha meneliti mengenai dukungan yang diberikan oleh surat kabar, khususnya *Merdeka* melalui iklan-iklan yang terbit pada awal kemerdekaan. Oleh karena itu, penulis

mengajukan judul “Peran Iklan Dalam Mengisi Kemerdekaan : Studi Kasus Surat Kabar *Merdeka* 1945--1949 ”.

I.2. Rumusan Masalah

Berajak dari latar belakang di atas, permasalahan yang akan dibahas adalah bagaimana peran iklan dalam mengisi kemerdekaan yang dimuat pada surat kabar *Merdeka*. Untuk membantu menjawab permasalahan di atas diajukan beberapa pertanyaan penelitian yaitu :

1. Bagaimana keadaan pers pada masa revolusi ?
2. Bagaimana iklan dapat mendukung revolusi?
3. Apa dampak dari hasil penayangan iklan tersebut?

Iklan yang dimaksud di sini adalah iklan pendukung kemerdekaan dan iklan pengumpulan dana. Iklan pendukung kemerdekaan adalah iklan yang memberi dukungan secara moril sedangkan iklan pengumpulan dana adalah iklan yang membantu pemerintah dalam mengumpulkan dana kemerdekaan. Media iklan yang diteliti hanya terbatas pada surat kabar *Merdeka*, karena surat kabar tersebut merupakan surat kabar yang pro-prepublik dan cukup berpengaruh di masa awal revolusi dibandingkan dengan surat kabar *Berita Indonesia* yang terbit lebih dulu di Jakarta.

I.3. Ruang Lingkup

Lingkup penelitian ini dibatasi dari awal kemerdekaan pada 1945 hingga Indonesia diakui menjadi sebuah negara merdeka pada KMB di Den Haag, 1949. Tahun 1945 dipilih karena selain tahun lahirnya bangsa Indonesia juga pada bulan Oktober 1945 surat kabar *Merdeka* terbit dan banyak menampilkan iklan yang mendukung kemerdekaan Indonesia. Sementara tahun 1949, dipilih sebagai batas akhir pembahasan skripsi ini karena pada saat itu Indonesia telah diakui oleh dunia internasional secara *de facto* maupun *de jure* sebagai sebuah Negara dan iklan mengenai kemerdekaan berhenti di tahun tersebut. Iklan yang akan diteliti

hanya terbatas pada iklan yang mendukung kemerdekaan dan iklan pengumpulan dana revolusi.

I.4. Tujuan

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengungkapkan peran iklan pada masa revolusi dan untuk menambah referensi ilmiah mengenai peranan sejarah periklanan, khususnya iklan non-komersial. Penelitian ini juga dilakukan sebagai bahan informasi untuk mengetahui mengenai iklan pendukung kemerdekaan pada masa perang kemerdekaan yang terdapat pada surat kabar *Merdeka*.

I.5. Metode Penelitian

Penulis menggunakan studi kepustakaan. Studi kepustakaan merupakan suatu upaya untuk mengumpulkan sumber (primer dan sekunder) atau hasil penelitian yang telah dilakukan baik oleh perorangan maupun instansi terkait dengan tema yang dibahas dalam penelitian ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sejarah yang terdiri atas empat tahap, yaitu tahap *heuristik*, kritik, interpretasi dan historiografi.

Pada tahap *heuristik* penulis mencari data di beberapa perpustakaan termasuk perpustakaan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Indonesia (FIB UI). Adapun skripsi yang ditemukan dijadikan sebagai batu pijakan untuk pencarian sumber selanjutnya, yaitu skripsi dengan judul “Penjajahan Seni Masa di Jakarta pada Masa Revolusi: Iklan Film pada Berita Indonesia dan Merdeka” yang disusun oleh Niken Porbosari, mahasiswa FIB UI Program Studi Ilmu Sejarah. Skripsi tersebut membahas mengenai dinamika iklan-iklan komersial khususnya film di masa revolusi. Pencarian dilanjutkan ke Perpustakaan Pusat UI, dan ditemukan satu buku karangan Neta S. Pane yang berjudul *Aku Wartawan Merdeka* yang diterbitkan pada tahun 2009 oleh Pustaka Spirit, membahas perjalanan surat kabar dan usaha B.M Diah sebagai wartawan *Merdeka* untuk mempertahankan surat kabar tersebut.

Pencarian data kemudian dilanjutkan di Perpustakaan Nasional RI, dengan memeriksa kelengkapan surat kabar *Merdeka* dari tahun 1945-1949 yang telah berbentuk microfilm. Pencarian data juga dilakukan di Perpustakaan Umum DKI Jakarta Gedung Nyi Ageng Serang, Kuningan. Satu buku yakni buku berjudul *REKA REKLAME: Sejarah Periklanan Indonesia 1744—1984* terbitan PPPI(Persatuan Perusahaan Iklan Indonesia) ditemukan di sana. Buku ini menceritakan secara singkat mengenai perjalanan periklanan di Indonesia, dari masuknya iklan hingga berdirinya sebuah organisasi yang menyatukan perusahaan periklanan di Indonesia atau yang dikenal sekarang dengan PPPI(Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia).

Setelah data-data tersebut ditemukan dan dikumpulkan, kemudian dilakukan tahap kritik, yaitu tahapan klasifikasi sekaligus mengkritik sumber-sumber yang berhasil didapatkan. Pada tahap ini penulis berusaha memilah-milah buku-buku yang didapatkan. Kemudian tahap intepretasi, yaitu membuat penafsiran dan analisa terhadap sumber yang ditemukan dan mulai memasukan sumber-sumber yang terkait dengan masalah yang akan diteliti. Lalu yang terakhir dilakukan tahap historiografi, yaitu penulisan skripsi. Historiografi berbentuk tulisan yang menggambarkan seluruh tahapan metode penelitian sejarah yang sudah disatukan. Pada tahap ini, permasalahan yang dibahas akan diuraikan secara naratif. Penulisan penelitian ini akan mengfokuskan analisis iklan yang terdapat pada surat kabar *Merdeka* pada masa revolusi, tentunya dengan cara penulisan sejarah.

I.6. Tinjauan Sumber

Berdasarkan sumber sejarah terdapat dua sumber yaitu, sumber lisan dan sumber tulisan. Sumber tulisan dibagi dalam dua jenis yaitu, sumber primer dan sekunder. Sumber primer berupa surat kabar *Merdeka* tahun 1945 hingga 1949 berbentuk mikrofilm yang terdapat di Perpustakaan Nasional Republik Indonesia lantai 4. Surat Kabar ini merupakan objek pokok yang diteliti oleh penulis. Sedangkan sumber sekunder berupa buku-buku yang terkait dengan tema yang penulis dapatkan di Perpustakaan Nasional Republik Indonesia, Perpustakaan

Umum Daerah DKI Jakarta, Perpustakaan Pusat UI, Perpustakaan FIB-UI dan Mariam Budihardjo *Resource Center* dan perpustakaan Unika Atmajaya.

Buku-buku yang didapatkan diantaranya adalah *Pemakaian Bahasa dalam Iklan Berita dan Papan Reklame* karya Arifin, E. Zaenal, dkk yang diterbitkan oleh Departemen Pendidikan dan Kebudayaan pada 1992. Buku ini membahas mengenai iklan, jenis-jenis iklan dan hal-hal yang berhubungan dengan pemakaian bahasa dalam iklan. Buku ini terkait dengan bab 3 dalam penelitian ini, dimana penulis akan mendeskripsikan iklan pada masa revolusi.

Buku yang berjudul *Sejarah Periklanan Indonesia 1744—1984*, dikeluarkan oleh PPPI (Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia). Buku ini menceritakan tentang perkembangan iklan di Indonesia. Selain itu, untuk mengetahui situasi zaman dikeluarkannya iklan ini, maka penulis membutuhkan buku-buku yang terkait dengan revolusi.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini akan diuraikan dalam lima bab. Bab pertama adalah bab pendahuluan yang berisi latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, metode penelitian, tinjauan sumber penelitian dan sistematika penulisan.

Dalam bab dua membahas mengenai fungsi pers masa revolusi. Di dalam bab ini penulis akan menjabarkan tentang keadaan sosial ekonomi Indonesia pada masa revolusi, selanjutnya akan dibahas mengenai pers Indonesia pada masa revolusi dan khususnya membahas mengenai surat kabar *Merdeka*.

Bab tiga mengulas mengenai iklan dalam mengisi kemerdekaan Indonesia yang nampak dalam Surat kabar *Merdeka*. Pertama akan diulas mengenai iklan sebagai alat propaganda di masa revolusi, selanjutnya akan membahas mengenai iklan kemerdekaan dan iklan pengumpulan dana kemerdekaan. Iklan kemerdekaan seperti iklan pendukung dan iklan propaganda, sedangkan iklan pengumpulan dana kemerdekaan berupa iklan-iklan yang berhubungan dengan usaha pemerintah mengumpulkan dana untuk menyokong kemerdekaan seperti iklan fonds kemerdekaan dan pinjaman nasional.

Bab selanjutnya menjelaskan mengenai dampak dari iklan-iklan tersebut. Sebuah komunikasi massa akan memberikan sebuah perubahan walaupun hanya sedikit di dalam masyarakat. Dampak iklan tersebut akan dikelompokkan menjadi dampak sosial dan budaya serta dampak ekonomi.

Bab lima merupakan bab terakhir berupa kesimpulan yang berisi jawaban dari permasalahan penelitian yang diajukan.



BAB II

Fungsi Pers Pada Masa Revolusi 1945—1949

Pers memiliki pengaruh besar di masyarakat dalam hal membentuk opini publik. “Pers” sendiri berasal dari bahasa Belanda yang berarti cetak dan secara maknawiyah berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara dicetak.¹ Dalam perkembangannya istilah ini berkembang luas meliputi segala penerbitan, bahkan termasuk media massa elektronik seperti radio dan televisi. Pers adalah lembaga kemasyarakatan, sebagai lembaga kemasyarakatan pers merupakan subsistem kemasyarakatan di mana ia berada bersama-sama dengan subsistem lainnya.² Dengan demikian pers tidak hidup secara mandiri, melainkan mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lembaga-lembaga kemasyarakatan lainnya.

Pers sendiri adalah bagian dari komunikasi yang menghubungkan masyarakat luas melalui media massa. Walaupun media massa merupakan suatu komunikasi yang berlangsung satu arah tetapi dapat berdampak luas di dalam masyarakat. Pesan yang disebarkan melalui media massa pun bersifat umum. Media massa sebagai saluran komunikasi massa yang merupakan lembaga berbentuk institusi atau organisasi.³ Organisasi atau institusi mempunyai suatu idealisme⁴ yang dipengaruhi oleh orang-orang dibelakangnya, dapat dilihat dalam isi dari media massa tersebut.

Idealisme yang melekat pada pers sebagai lembaga kemasyarakatan pada dasarnya adalah melakukan *sosial control* dengan menyatakan pendapatnya secara bebas, tetapi sudah tentu dengan rasa tanggung jawab.⁵ Idealisme pers tersebut disebarkan melalui aspek-aspek yang terkandung di dalam sebuah media cetak seperti melalui berita, artikel, tajuk rencana maupun melalui iklan. Melalui aspek-

¹ Drs. Onong Uchjana Effendy, M.A. *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktik* (Bandung : Remadja karya CV, 1984) hal. 187

² *Ibid.*, hal. 188

³ *Ibid.*, hal.28

⁴ Idealisme ialah aliran dalam falsafah yang menganggap pikiran atau cita-cita sebagai satu-satunya hal yang benar yang dapat dirasakan dan dipahami. *Kamus Besar Bahasa Indonesia, edisi ke-10 cetakan ke-2* (Jakarta: Balai pustaka , 1999) hal. 539

⁵ *Op. Cit.*, hal. 193

aspek tersebut, pers berpengaruh dalam pembentukan opini publik. Idealisme pada pers dapat berarti juga mendukung pemerintah dan menyebarkan kegiatan-kegiatan pemerintah yang positif agar diketahui dan memotivasi masyarakat.⁶

Idealisme yang melekat pada pers dijabarkan dalam pelaksanaan fungsinya, pertama yaitu menyebarkan informasi yang merupakan fungsi utama dari pers. Khalayak membaca surat kabar untuk memperoleh informasi mengenai peristiwa yang sedang terjadi. Kedua ialah mendidik, setelah membaca surat kabar pengetahuan pembaca menjadi bertambah. Ketiga, pers berfungsi untuk menghibur melalui cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar dan lainnya. Fungsi keempat dari pers adalah mempengaruhi masyarakat, yang menyebabkan pers memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Fungsi mempengaruhi dari surat kabar, secara implisit terdapat pada tajuk rencana dan artikel.⁷

Fungsi-fungsi pers tersebut pada masa revolusi juga nampak di dalam kehidupan pers masa itu dengan melihat situasi zaman dan keadaan masyarakat. Akan tetapi, fungsi yang paling nampak di dalam pers Indonesia pada masa revolusi ialah penyebaran informasi dan mempengaruhi masyarakat. Memang kedua fungsi inilah yang ditekankan oleh pers pada masa revolusi ditengah kesulitan yang dihadapi oleh masyarakat pada umumnya. Situasi yang sulit memungkinkan orang-orang dibelakang pers hanya mementingkan kedua fungsi utama yang dianggap lebih penting ketika masa revolusi yaitu sebagai alat informasi dan mempengaruhi masyarakat. Untuk itulah perlu diketahui lebih jauh mengenai keadaan masyarakat dan pers masa itu.

II.1. Keadaan Pada Masa Revolusi

Pada tanggal 17 Agustus 1945 di Jalan Pegangsaan Timur No.56, Jakarta, sejak pagi hari telah dipadati oleh orang-orang yang ingin menyaksikan kemerdekaan Indonesia. Tepat pukul 10.00 WIB, Soekarno didampingi oleh Moh. Hatta membacakan teks proklamasi mewakili bangsa Indonesia. Kemudian sambil diiringi lagu Indonesia Raya yang dinyanyikan secara bersama-sama, bendera

⁶ *Ibid.*, hal. 193

⁷ *Ibid.*, hal.192

merah putih dikibarkan oleh S. Suhud dan Latief Hendraningrat⁸. Acara yang berlangsung kurang lebih satu jam ini berlangsung khidmat meski mengalami beberapa gangguan, seperti pengeras suara yang digunakan oleh Soekarno tidak berfungsi dengan baik.

Pernyataan kemerdekaan bukanlah akhir dari sebuah perjalanan bangsa Indonesia yang telah mengalami jajahan selama ratusan tahun, tetapi awal dari perjalanan suatu bangsa. Usaha yang dilakukan oleh para elit selama puluhan tahun telah mencapai tujuan yang diinginkan. Proklamasi telah dikumandangkan pada tanggal 17 Agustus 1945, akan tetapi belum sepenuhnya selesai. Pihak Jepang yang bertugas menjaga status *quo* sampai kedatangan Sekutu, terus berjaga-jaga, sehingga tidak mengherankan apabila terjadi pergolakan dan perebutan kekuasaan di hampir seluruh wilayah Indonesia. Pemerintahan yang baru terbentuk juga sedang mempersiapkan diri untuk membentuk perangkat kenegaraan.

Sehari pasca diproklamirkannya kemerdekaan, pada 18 Agustus 1945 para pemimpin mengadakan rapat PPKI (Panitia Persiapan Kemerdekaan Indonesia) yang pertama. Dari rapat ini disahkanlah Soekarno dan Moh. Hatta sebagai presiden dan wakil presiden lalu mengesahkan UUD 1945 dan Pancasila. Hari berikutnya yaitu pada 19 Agustus 1945 kembali diadakan rapat yang memutuskan membagi wilayah Indonesia menjadi 8 provinsi (Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Kalimantan, Sulawesi, Maluku, Sunda Kecil, Sumatera, dan Dua daerah istimewa Yogyakarta dan Surakarta), dibentuknya KNI (Komite Nasional Indonesia) daerah dan 13 kementerian terdiri dari 12 departemen⁹ dan 1 menteri negara. Tanggal 22 Agustus 1945 diadakan rapat lanjutan yang menghasilkan dibentuknya KNI pusat, Partai Nasional dan Badan Keamanan Rakyat (BKR).

⁸ S. Suhud adalah Pemimpin Besar Barisan Pelopor sedangkan Latief Hendraningrat adalah perwira Peta yang hadir pada saat pembacaan teks proklamasi dan dipilih untuk mengibarkan bendera merah putih yang pertama atas saran Dra. S.K Trimurti. Menurut S.K Trimurti yang pantas mengerek bendera adalah laki-laki dan berpakaian lengkap. Ketika itu, S. Suhud dan Latief Hendraningrat memakai pakaian lengkap ala Barisan Pelopor dan Peta. Lasmidjah Hardi, dkk. *Jakarta ku, Jakarta mu, Jakarta kita* (Jakarta : Yayasan Pencinta Sejarah, 1987) hal. 185

⁹ 12 Departemen yaitu departemen luar negeri, departemen dalam negeri, departemen kehakiman, departemen keuangan, departemen kemakmuran, departemen kesehatan, departemen pendidikan dan kebudayaan, departemen sosial, departemen pertahanan, departemen perhubungan, departemen pekerjaan umum dan departemen penerangan. *Sejarah Nasional Indonesia, Jilid VI*. (Jakarta : Balai Pustaka, 1993) hal. 99

Dukungan rakyat terhadap pemerintah Indonesia sangatlah besar. Dukungan rakyat ditunjukkan dengan pengorbanan-pengorbanan yang dilakukan atas nama revolusi. Sebelum terbentuknya BKR, rakyat telah berinisiatif membentuk badan-badan perjuangan. Terutama di Jakarta, seperti Angkatan Pemuda Indonesia(API), Barisan Rakyat(BARA) dan Barisan Buruh Indonesia (BBI) yang menyatukan diri dalam Komite Van Aksi yang bermarkas di Gedung Menteng 31. Di luar Jakarta juga menjamur badan-badan perjuangan seperti Kebaktian Rakyat Indonesia Sulewesi(KRIS), Pemuda Indonesia Maluku(PIM) dan Pemuda Sosialis Indonesia(Pesindo). Semua badan perjuangan pada masa revolusi kemerdekaan timbul dengan kesadaran tanpa pamrih, hanya dengan dasar kerelaan berkorban untuk Negara dan Bangsa Indonesia.¹⁰

Selain dalam bidang politik, semangat revolusi di dalam kesastraan dan kesenian juga terlihat. Banyak karya-karya sastra dibuat untuk membakar semangat rakyat. Keseluruhan generasi sastrawan pada masa revolusi ini dikenal dengan sebutan Angkatan 45, diantaranya penyair Chairil Anwar, Pramudya Ananta Tur dan Mochtar Lubis. Angkatan 45 yang sebagian besar terdiri dari pemuda ini merasa yakin bahwa seni dapat menjadi bagian dari perkembangan revolusi.¹¹

Pada umumnya kehidupan masyarakat di Jakarta berlangsung seperti biasanya pasca revolusi, walaupun banyak tentara asing berjaga-jaga di setiap sudut kota. Perang kemerdekaan yang sedang berlangsung sedikit mengusik kehidupan masyarakat Jakarta. Belanda ingin membangkitkan kembali kejayaannya seperti sebelum Perang Dunia II. Sedangkan masyarakat Jakarta yang sebagian besar beragama Islam tetap kukuh mempertahankan kemerdekaan. Kehidupan di Jakarta mulai dirasa berat ketika Belanda memblokir ekonomi Jakarta, terutama dalam bidang makanan.¹² Sehingga terjadi kelangkaan bahan pangan di pasaran yang mengakibatkan tingginya harga makanan. Kesulitan yang

¹⁰ *Sejarah Revolusi Kemerdekaan (1945—1949) DKI Jakarta* (Jakarta : Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1991) hal. 90

¹¹ M.C. Ricklefs. *A History of Modern Indonesia* atau *Sejarah Indonesia Modern, terj.*, Drs.Darmono Hardjowidjono, Cetakan ke-8 (Yogyakarta: Gajah Mada university press, 2005) hal. 322

¹² *Sejarah Revolusi Kemerdekaan (1945—1949) DKI Jakarta. Op. Cit.*, hal. 140

terjadi di kota Jakarta ini, memaksa warganya untuk pergi meninggalkan Jakarta dan pergi ke luar daerah untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik.

Di sisi lain, kehidupan masyarakat di luar Jakarta juga mengalami pergolakan. Pada akhir 1945, revolusi merasuki pedesaan yang dikenal dengan nama revolusi sosial. Segala hal yang lama dan sudah mengakar mulai digantikan dengan hal yang baru secara tiba-tiba sehingga menimbulkan pertentangan antara pihak yang mendukung Indonesia dan pihak yang telah lama mengabdikan pada penjajah. Atas nama kedaulatan rakyat, para pemuda revolusioner mengintimidasi, menculik, dan kadang-kadang membunuh para pejabat pemerintah, kepala-kepala desa dan anggota-anggota polisi yang kesetiannya disangsikan, atau yang dituduh melakukan korupsi, pencatutan atau penindasaan selama pendudukan Jepang.¹³ Ketegangan sosial di daerah Jawa sangat terlihat pada tiga kabupaten yaitu Brebes, Pemalang dan Tegal di bawah keresidenan Pekalongan yang dikenal dengan “Peristiwa Tiga Daerah”¹⁴.

Bagi rakyat Indonesia terdapat suatu rasa kebebasan yang mendorong mereka untuk menganggap dirinya sebagai pro-republik tetapi belum sepenuhnya mengetahui apa yang dituntut.¹⁵ Mereka bersikap anarkis terhadap hal-hal yang berbau asing. Pertempuran hampir terjadi di seluruh wilayah Indonesia, seperti di Surabaya, Yogyakarta, Kalimantan, Gorontalo, Bali dan Banda Aceh. Para pemuda yang bergelora jiwanya merebut kekuasaan dengan tujuan menegakan kedaulatan rakyat serta untuk memperoleh senjata. Semua yang dilakukan oleh pemuda-pemuda itu dengan mengatasnamakan revolusi. Mereka juga merebut gedung-gedung vital seperti jawatan kereta api, radio dan lainnya tanpa mendapat perlawanan yang berarti dari pihak Jepang.

Semangat revolusi rakyat Indonesia telah membawa kehidupan ekonomi peralihan yang sedang berlangsung semakin kacau. Kesulitan ekonomi warisan dari pendudukan Jepang tidak segera teratasi setelah kemerdekaan ditegakkan. Sistem ekonomi perang yang dianut pada perang kemerdekaan telah menghancurkan tatanan yang telah ada, sebab semua aktifitas hanya digunakan

¹³ *Ibid.*, hal. 328

¹⁴ Mengenai Peristiwa Tiga Daerah lihat Anton E. Lukas. *One Soul One Struggle* (Yogyakarta : Resist Book, 2004)

¹⁵ M.C. Ricklefs. *Op. Cit.*, hal. 322

untuk keperluan perang. Pemerintah melakukan segala usaha untuk menanggulangi segala masalah ekonomi yang dihadapi oleh negara seperti dengan Pinjaman Nasional, Fonds Kemerdekaan, pajak, dan mengeluarkan ORI(Oeang Republik Indonesia).

Meski dalam keadaan pas-pasan, kehidupan rakyat pada masa revolusi sedikit terobati, karena mereka masih dapat menikmati berbagai hiburan rakyat yang ada. Di daerah Jawa, hiburan yang masih dapat berjalan seperti sedia kala antara lain Wayang Kulit, Ketoprak, Wayang Orang, Srandul dan Tayuban. Di Jakarta yang ketika itu masih masuk ke dalam provinsi Jawa Barat, walau diawasi dengan ketat oleh Belanda tetapi kebudayaan asli Jakarta atau Betawi tidak lenyap dan masih dapat dinikmati masyarakat seperti Topeng Betawi, Tari Ondel-Ondel dan kesenian khas Betawi lainnya.¹⁶

Di pihak lain, pemerintah juga tidak tinggal diam, dan terus berusaha memperoleh kemerdekaan secara utuh baik *de facto* maupun *de jure*. Baik secara kooperatif maupun non kooperatif. Secara kooperatif, bebarapa perjanjian dilakukan dengan pihak Belanda seperti Linggarjati, *Renville*, dan KMB(Konfrensi Meja Bundar) yang menghasilkan pengakuan kedaulatan dari Belanda kecuali Irian Barat. Sedangkan secara non-kooperatif dengan berbagai pertempuran sengit yang terorganisir menggunakan bambu runcing maupun senjata yang telah memakan korban jiwa. Semua usaha ini melibatkan peran rakyat yang tidak sedikit. Rakyat yang dalam kondisi serba kekurangan tetap membantu kemerdekaan. Media massa pun turut serta dalam perjuangan-perjuangan ini, baik usaha menghimpun dukungan rakyat maupun menarik simpati dari negara lain.

II. 2. Pers Pada Masa Revolusi

Masa awal kemerdekaan, Indonesia belum memiliki media komunikasi massa yang memadai untuk memberitakan kabar mengenai kemerdekaan ke seluruh wilayah Indonesia. Seluruh alat komunikasi massa masih dikuasai oleh pihak Jepang. Hal ini menyebabkan berita mengenai kemerdekaan tidak serentak diterima oleh rakyat Indonesia. Bahkan banyak rakyat Indonesia tinggal di daerah

¹⁶*Sejarah Revolusi Kemerdekaan(1945-1949) DKI Jakarta . Op. Cit., hal. 140*

yang jauh dari Jakarta dan wilayah-wilayah terpencil baru mengetahui berita ini pada bulan September 1945.

Ketika berita kemerdekaan tersebar, kegembiraan segera melanda rakyat Indonesia, termasuk kaum muda. Pada bulan September, para pemuda di Jakarta mengambil alih kekuasaan atas stasiun-stasiun kereta api, sistem trem listrik, dan stasiun pemancar radio tanpa mendapat perlawanan dari pihak Jepang. Pada akhir bulan September instansi-instansi penting di Yogyakarta, Surakarta, Malang dan Bandung juga sudah berada di tangan pemuda Indonesia.¹⁷

Kemerdekaan didukung oleh hampir seluruh rakyat Indonesia, rakyat berjuang dalam memperkuat kemerdekaan Indonesia. Banyak wartawan Indonesia yang ikut serta secara langsung dalam usaha menggalang persatuan rakyat guna menghadapi usaha kaum penjajah yang ingin kembali ke Indonesia.¹⁸ Para wartawan yang umumnya berusia muda ini, memusatkan perhatian untuk membakar semangat rakyat. Mereka membuat poster dan gambar-gambar yang mencerminkan jiwa dan semangat revolusi.

Sementara itu, pihak Jepang yang diperintahkan oleh Sekutu untuk mempertahankan status *quo*, tidak tinggal diam dalam situasi seperti ini. Jepang berusaha melumpuhkan semangat rakyat Indonesia dengan menggunakan media massa sebagai alat propaganda. Melalui surat kabar *Berita Gunseikanbu*. Pada 18 September 1945, surat kabar ini menulis “pemerintah serta negara republik Indonesia tidak sah dan tentara Jepang tetap akan menjalankan kekuasaan di Indonesia sampai datangnya Sekutu”.¹⁹

Untuk mengimbangi pemberitaan surat kabar *Berita Gunseikanbu* tersebut, para pemuda Indonesia mengeluarkan surat kabar *Berita Indonesia*, yang awalnya beredar secara sembunyi-sembunyi pada 29 September 1945 di Jakarta. Surat kabar *Berita Indonesia* merupakan gagasan para pemuda dari kelompok pemuda terpelajar, diantaranya Anas Ma'aruf, Sidi Mohammad Sjaaf dan Soeraedi Tahsin. *Berita Indonesia* merupakan surat kabar pertama yang pro-republik pasca kemerdekaan Indonesia. Kemudian barulah muncul surat kabar lainnya seperti

¹⁷ M.C. Ricklefs. *Op.Cit.*, hal. 321

¹⁸ Drs. I. Taufik. *Sejarah dan Perkembangan Pers di Indonesia* (Jakarta: Triyinco, 1977) hal. 35

¹⁹ *ibid.*, hal. 37

Sumber, Pemandangan, Rakjat, dan Pedoman. Selain itu terdapat pula surat kabar Jepang yang diambil alih oleh orang Indonesia yang diubah namanya dan menjadi pro-republik seperti *Asia Raya* menjadi *Merdeka* di Jakarta, *Sinar Matahari* menjadi *Kedaulatan Rakyat* di Yogyakarta, dan *Tjahaja* menjadi *Soeara Merdeka* di Bandung. Kehadiran surat kabar-surat kabar ini, memberikan warna tersendiri bagi pers Indonesia.

Pers memainkan peranan penting pada masa revolusi sebagai alat perjuangan bangsa. Pers memberikan penerangan kepada masyarakat mengenai keadaan saat itu. Pers sendiri mempunyai pengertian umum, yaitu usaha-usaha dari alat-alat komunikasi massa untuk memenuhi kebutuhan anggota-anggota masyarakat akan penerangan, hiburan, atau keinginan mengetahui peristiwa-peristiwa atau berita-berita yang telah/akan terjadi di sekitar mereka khususnya dan di dunia umumnya, biasanya berwujud dalam bentuk surat kabar, majalah, bulletin-bulletin kantor-kantor berita, lain-lain media yang tercetak atau diusahakan melalui radio, televisi, film dan lain sebagainya.²⁰

Negara Indonesia yang baru berdiri juga menaruh perhatian khusus dalam pers dan menganggap pers berperan penting dalam perjuangan revolusi. Maka di dalam 12 departemen yang baru dibentuk pada bulan awal kemerdekaan, terdapat kementerian penerangan yang dipimpin Mr. Amir Syarifoeidin. Departemen penerangan ketika itu berupaya menyadarkan masyarakat melalui komunikasi massa dan mengendalikan kesadaran (dan ketidaksadaran) masyarakat agar tidak bingung dalam mengambil sikap.

Pada akhir September 1945, pihak Sekutu datang bersama NICA (*Netherlands Indies Civil Administration*) guna menerima penyerahan dari Jepang. Belanda berusaha merebut kembali kekuasaannya di Indonesia. Belanda juga berusaha mendapat dukungan rakyat Indonesia dengan menggunakan media komunikasi massa. Melalui *Regeeringsvoorlichtingsdienst* atau Jawatan Penerangan, Belanda menerbitkan beberapa surat kabar berbahasa Indonesia antara lain *Warta Indonesia* di Jakarta, *Persatuan* di Bandung, dan *Suluh Rakyat* di Malang.

²⁰*Ibid.*, hal. 8

Dengan kedatangan kembali Belanda bersama Sekutu, sebagian wilayah Indonesia dikuasai oleh Belanda. Pemerintah pusat NKRI di Jakarta dipindahkan ke Yogyakarta pada akhir Bulan Desember 1945. Di Yogyakarta dan pedalaman, surat kabar dapat beredar secara terang-terangan, sedangkan di Jakarta dan daerah pendudukan lainnya bermain “kucing-kucingan”. Sehingga, selama masa revolusi periode 1945 sampai 1949, pers Indonesia digolongkan dalam dua katagori. Pertama, pers Indonesia yang diterbitkan di daerah kekuasaan Sekutu. Kedua, pers yang terbit di wilayah Indonesia dan turut bergerilya.²¹

Banyaknya surat kabar bermunculan melebihi ketika zaman Belanda atau Jepang. Peredarannya pun tidak tersentral di kota-kota besar, tetapi sampai ke pelosok-pelosok daerah. Partai-partai politik pun turut pula mengeluarkan surat kabar. Hal ini terkait dengan dikeluarkannya Maklumat November 1945 yang menyerukan pembentukan partai-partai. Partai-partai politik menjadikan surat kabar sebagai alat untuk menyebarkan ideologi. Ideologi partai-partai politik berbeda-beda, sehingga terjadi pertentangan antara partai politik yang satu dengan yang lainnya. Pertentangan ini dapat dilihat dari surat kabar yang diterbitkan oleh partai politik, seperti pada surat kabar *Suara Ummat* yang dikeluarkan oleh Masyumi dengan surat kabar *Massa* dan *Suara Ibukota* yang dikeluarkan oleh golongan komunis.

Peran wartawan sebagai orang yang berada di belakang terbitnya surat kabar tidak dapat dianggap remeh. Sebagian wartawan bersedia menghadapi semua pahit getirnya perjuangan masa itu. Surat kabar dan majalah yang mereka kelola bukan saja bermanfaat untuk membakar semangat rakyat, tetapi juga berguna untuk menangkis hasutan-hasutan pihak Belanda yang disalurkan melalui media komunikasi massa. Menteri penerangan, Moh. Natsir dalam pidato di Balai Mataram juga mengakui peran kaum wartawan yang sangat besar artinya bagi perjuangan kemerdekaan Indonesia.²²

Pada masa revolusi ini pula, terbentuk organisasi yang berpengaruh terhadap pers di Indonesia nantinya, yaitu Persatuan Wartawan Indonesia (PWI)

²¹ *Ibid.*, hal. 35

²² Surat kabar *Merdeka*, 29 Januari 1946

dan juga Serikat Perusahaan Surat kabar (SPS).²³ PWI didirikan pada tanggal 9 Februari 1946 dan SPS berdiri lima bulan setelahnya, tepatnya pada 8 Juni 1946. Kedua organisasi ini memiliki kedudukan penting dalam dunia pers. PWI sebagai organisasi yang membawahi para wartawan Indonesia dan SPS sebagai suatu organisasi pengusaha-pengusaha surat kabar nasional, kedua organisasi ini penting dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. PWI mempunyai kewajiban untuk mempertinggi isi dan mutu surat kabar, sedangkan SPS berkewajiban, agar persuratkabaran nasional dapat hidup dan berlangsung terus.

Surat kabar masa revolusi sangat sulit peredaranya karena diawasi oleh Sekutu, Belanda maupun Jepang, misalnya di Sumatera, tentara Inggris sangat membatasi gerak surat kabar. Pada bulan Maret 1946, *Pewartar Deli* dibredel oleh Inggris dan pimpinannya di penjara. Namun, di daerah-daerah lain di Sumatera juga masih banyak surat kabar bermunculan walaupun umurnya tidak panjang, seperti *Soeara Soematera*, Padang. Selain itu, surat kabar berhenti terbit karena tidak tahan dengan ancaman Sekutu contohnya *Pedoman Kita*. Ada pula surat kabar yang hanya diberi peringatan seperti *Obor Rakyat* di Palembang.

Di Jakarta, pers yang masih dapat terbit adalah surat kabar *Merdeka* di bawah pimpinan B.M. Diah, ini pun tidak bebas karena selalu diawasi dengan ketat. Pada agresi militer Belanda di Jakarta pers dimonopoli oleh surat kabar Belanda, yang isinya sebagian besar berita tentang kehebatan tentara Sekutu dan Belanda. Tetapi surat kabar *Merdeka* yang terbit setiap hari tetap menjadi pilihan masyarakat, dibuktikan dengan oplah yang cukup tinggi, dengan 10.000 ekslemplar pada tahun 1946.²⁴

II. 3. Surat Kabar *Merdeka* 1945—1949

²³ Lihat *Garis Besar Perkembangan Pers Indonesia* (Jakarta : Serikat Penerbit Surat Kabar Pusat, 1971)

²⁴ Andi Suwirto dan Ika Listiyarini. *Suara Dari Dua Kota : Revolusi Indonesia dalam Pandangan Surat Kabar Merdeka(Jakarta) dan Kedaulatan Rakyat(Yogyakarta) 1945—1947*(Jakarta: Balai Pustaka, 2000) hal. 119

Merdeka merupakan pers republiken yang membawa jiwa kemerdekaan seperti pers pada umumnya yang lahir pada masa revolusi. *Merdeka* terbit setiap hari (kecuali hari libur atau hari besar) dengan motto "Soeara Rakjat Republik Indonesia". *Merdeka* terbit pertama kali pada tanggal 1 Oktober 1945 di bawah pimpinan B. M. Diah. B. M. Diah mengambil inisiatif dengan mengundang beberapa teman ke rumahnya, guna membahas rencana menerbitkan surat kabar yang akan berfungsi sebagai corong dan organ republik Indonesia. Untuk merealisasikannya, maka diputuskan mengambil-alih surat kabar *Asia Raya*, termasuk percetakan *De unie* tempat *Asia Raya* dicetak yang telah berhenti beroperasi sejak pertengahan September 1945. Pengambil-alihan ini berjalan mulus, tanpa mendapat perlawanan dari orang-orang Jepang yang bekerja didalamnya.

Sebelum nama *Merdeka* dipilih sebagai nama surat kabar ini, pernah diajukan beberapa nama seperti *Suluh Merdeka* dan *Suara Merdeka*, namun akhirnya diputuskanlah untuk menggunakan kata *Merdeka* saja. Kata "merdeka" mengandung makna nasionalis dan merupakan salam nasional.²⁵ Kata "merdeka" juga dapat membakar semangat rakyat untuk membela proklamasi. Pemilihan kata "merdeka", bukan hanya identitas diri bahwa bangsa Indonesia bukan lagi dibawah koloni Belanda atau daerah pendudukan Jepang, tetapi juga sebagai jiwa perjuangan.²⁶

Setelah nama *Merdeka* dipilih, kemudian huruf Wiwosch dengan warna merah menjadi ciri dari surat kabar ini. Surat kabar *Merdeka* terbit pada sore hari dengan halaman yang tidak pasti sebab tergantung berita yang masuk. Staf redaksi pada surat kabar *Merdeka* adalah B. M. Diah, R.M. Winarno, Moh. Soepardi, Rosihan Anwar, Ramlan, Dal Bassa Pulungan, M.T. Hutagalung, D.M. Jahya, M. Salim Machmud, M. Husin, H.B. Angin, A.Y. Mendur, S. Mendur, dan Abdul Salam. Mereka adalah orang-orang yang pernah bekerja dalam surat kabar *Asia Raya*. Pada awal penerbitan, *Merdeka* tidak mencantumkan nama-nama pengelola.

²⁵ Toeti Kakiailat, *B. M. Diah Wartawan Serba Bisa* (Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 1997) hal.135

²⁶ J.R. Chaniago., *et al. Ditugaskan Sejarah, Perjuangan Merdeka 1945--1985* (Jakarta: PT. Merdeka Sarana Usaha,1987) hal. 25

Hal ini dilakukan untuk menjaga keamanan para pengelolanya mengingat situasi Jakarta yang masih tidak menentu.

Tiga bulan pertama (bulan Oktober-Desember 1945) surat kabar ini telah mencapai oplah 25.000 eksemplar per hari.²⁷ Awalnya persebaran *Merdeka* hanya di Jakarta dan sebagian kota di Jawa Barat, namun kemudian meluas sampai ke Sumatera dan beberapa pulau lain di luar Jawa. *Merdeka* juga sempat menerbitkan edisi Solo tetapi tidak bertahan lama dan terpaksa berhenti terbit setelah agresi militer Belanda kedua.²⁸ Di Jakarta pada Oktober 1945, *Merdeka* dijual seharga 20 sen Jepang per eksemplar. Sebulan kemudian harga itu dinaikkan menjadi 40 sen Jepang. Awalnya *Merdeka* tidak menerima langganan, tetapi akhirnya kebijakan ini diubah karena permintaan pembaca.

Pendaratan tentara Sekutu di Jakarta sangat mempengaruhi stabilitas keamanan kota.²⁹ Hal tersebut juga berpengaruh pada surat kabar *Merdeka*, para karyawan *Merdeka* merasa was-was ketika akan berangkat ke kantor redaksi. Banyak tentara KNIL (*Koninklijk Nederlands Indisch Leger*) yang memakai seragam NICA (*Netherlands Indies Civil Administration*) di jalan-jalan strategis untuk mengintrogasi penduduk yang dianggap mata-mata republik. Selain itu, peredaran *Merdeka* pun diawasi dengan ketat. Hal ini membuat penerbitan *Merdeka* menjadi tidak pasti.

Situasi ini juga dipersulit dengan pengambil-alihan kembali percetakan *De unie* oleh pemiliknya, Mr. Metzelaar bersama dengan NICA. Oleh karena itu, kantor redaksi dipindahkan ke gedung sebelah percetakan *De unie*, lalu berpindah lagi ke Jalan Molenvliet 9, Jakarta Pusat. Setelah itu barulah kantor redaksi dipindahkan ke Percetakan Negara di Jalan Salemba Tengah. Namun hanya bertahan beberapa bulan karena diserbu oleh pasukan Belanda, dalam agresi militer pertama. Untuk tetap menjaga kelangsungan *Merdeka*, pengelola menumpang mencetak *Merdeka* di percetakan *Pemandangan* milik Haji Djoenaedi. Namun, *Merdeka* pun sempat tidak terbit akibat agresi militer Belanda pertama, selama tiga setengah bulan dari 18 Juli hingga 1 Oktober 1947. Pasca

²⁷ *Ibid.*, hal.14

²⁸ *Ibid.*, hal. 16

²⁹ Lasmidjah Hardi, dkk. *Op. Cit.* hal. 193

agresi Belanda berita yang disajikan agak berhati-hati meski tetap keras terhadap Belanda.

Pada perjalanannya, terjadi konflik internal diantara para pendiri. Hal itu antara lain karena tenaga-tenaga yang bergabung ke dalam *Merdeka* berasal dari latar belakang etnis yang berbeda, sikap politik dan pengalaman jurnalistik.³⁰ Misalnya, Rosihan Anwar yang berideologi sosialis ala Sjahrir sedangkan B. M. Diah menentang ideologi tersebut. Sehingga berita dalam surat kabar *Merdeka* sering tidak konsisten misalnya, hari ini memojokan Sjahrir tetapi keesokan harinya menyanjung Sjahrir.

Suasana perjuangan untuk mempertahankan proklamasi mengharuskan *Merdeka* bersifat kolegiat³¹. Walaupun secara tertulis surat kabar ini dipimpin oleh B. M. Diah, namun wartawan lainnya yang berada di belakang *Merdeka* juga turut andil dalam surat kabar ini. Suasana kolegiat dan sederajat memang memungkinkan munculnya persaingan diantara tokoh-togkoh *Merdeka*. Rosihan Anwar menganggap bahwa *Merdeka* adalah milik bersama semua wartawan dan karyawan, dan merasa bahwa B. M. Diah hendak menguasai dan memiliki *Merdeka* sendiri.³² Pada Maret 1946, pertentangan memuncak, Rosihan Anwar, Soetomo Satiman dan Soedjati S. A keluar dari *Merdeka*. Inilah yang menjadi titik menuju kepemimpinan tunggal B. M. Diah.

B. M. Diah merupakan tokoh penting dibalik surat kabar *Merdeka*. B. M. Diah bukanlah orang baru dalam dunia jurnalistik. Ia merupakan murid dari Douwes Dekker dan pernah menjadi sekretaris pribadinya ketika bersekolah di *Modern Middelbare Handels School*(Sekolah Perniagaan Modern). Pada usia 20 tahun, lelaki bernama asli Burhanudin ini telah bekerja di *Sinar Deli*, Medan. Pada tahun 1938, ia kembali ke Jakarta dan bekerja di surat kabar *Sin Po*. Kemudian pada 1939, ia bekerja di Konsul Jenderal Inggris dan merangkap menjadi wartawan bulanan *Pertjaturan Dunia Film*.

³⁰ Toeti Kakiailatu. *Op. Cit.*, hal. 141

³¹ Kolegiat berarti teman sejawat(sepekarjaan) atau akrab seperti teman sejawat. Tidak ada pembagian kerja yang jelas karena semuanya dikerjakan bersama-sama walaupun secara tertulis ada pembagian kerja. Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. *Op. Cit.* hal. 512

³²Toeti Kakiailatu. *Op.Cit.*, hal 142

Ketika masa pendudukan Jepang, B.M. Diah bekerja di surat kabar *Asia Raya*. Di sini ia menjabat sebagai redaktur luar negeri. Ketika memasuki tahun 1945, B. M. Diah menjadi koordinator Angkatan Muda. Angkatan Muda merupakan wadah bagi pemimpin muda di Jakarta untuk ikut aktif mendorong berdirinya Negara Indonesia. Ketika teks proklamasi dibuat, B.M. Diah sebagai wartawan *Asia Raya* berkesempatan untuk ikut menyaksikan peristiwa tersebut di rumah Laksamana Maeda. Ketika awal kemerdekaan, B.M. Diah mengambil alih *Asia Raya* dan di usia 28 tahun, B. M. Diah telah memimpin *Merdeka*.³³

Warna suatu surat kabar merupakan wujud aspirasi orang-orang yang berada dibelakangnya. Burhanudin Muhammad Diah sebagai pendiri dan Pimpinan Umum *Merdeka*, memiliki kekuasaan yang besar untuk menentukan warna dan suara surat kabar itu.³⁴ Bagi B.M. Diah, Pancasila bukan hanya sebagai dasar negara tetapi juga menjadi keyakinan politiknya. B.M. Diah juga dikenal dekat dengan bung Karno dan mendukung prinsip dwitunggal Soekarno-Hatta. Keterikatan dan kesetiaan *Merdeka* pada Pancasila dan Bung Karno, terlihat di mana *Merdeka* menempatkan Pancasila sebagai urutan paling atas, Soekarno di urutan kedua, PNI ketiga dan barulah surat kabar itu sendiri.³⁵ *Merdeka* menjadikan PNI sebagai penyalur politiknya. Hubungan pribadi B.M. Diah dengan pemimpin PNI, Mr. Sartono, memungkinkan hal ini tanpa dirinya harus menjadi anggota PNI.

Bagi *Merdeka*, tanggal 17 Agustus memiliki arti tersendiri. Sejak tahun 1946, setiap tanggal 17 Agustus surat kabar ini selalu memberikan porsi artikel yang lebih banyak tentang peristiwa berkesan mengenai proklamasi. Namun pada 1947, surat kabar ini tidak dapat berbuat apa-apa karena Percetakan Negara tempat *Merdeka* dicetak dikuasai Belanda. Pada 1948, surat kabar ini memperingati hari ulang tahunnya secara khusus. Ketika 1949, Indonesia memperoleh kedaulatan dan *Merdeka* mengeluarkan lembaran istimewa. Lembaran istimewa ini berisi artikel berjudul “Dari Pengangsaan Timur ke Istana Gambir” yang divisualisasikannya dalam lembaran foto-foto sejak proklamasi

³³ *Ibid.*, hal. 15

³⁴ Andi Suwirto dan Ika Listiyarini. *Op. Cit.*, hal. 98

³⁵ Mengenai haluan politik *Merdeka* lihat I. N. Soebagijo. *Jagat Wartawan Indonesia* (Jakarta : PT Gunung Agung, 1981) hal. 474

kemerdekaan sampai penurunan bendera Belanda dan penaikan Sang Saka Merah Putih di Istana Merdeka, pada 27 Desember 1949.³⁶

Berbagai rintangan yang dilalui oleh *Merdeka* tidaklah sedikit, namun surat kabar ini tidak gentar dalam mendukung kemerdekaan Indonesia. Berbagai rintangan ini justru semakin menguatkan *Merdeka* dalam mempertahankan visi dan misinya sebagai surat kabar perjuangan, politik nasional dan koran rakyat sesuai dengan cita-cita proklamasi.³⁷ B. M. Diah sebagai orang penting dalam *Merdeka* juga menjadikan surat kabar ini sebagai alat perjuangan.

Dukungan yang diberikan oleh *Merdeka* selama masa revolusi tidaklah sedikit. Berita-berita yang disajikan oleh surat kabar ini menggambarkan haluan pro-republik. Selain dalam berita, dukungan surat kabar ini juga ditunjukkan dalam bentuk kolom pojok, karikatur bahkan iklan. Memang dukungan yang diberikan dalam bentuk iklan tidak seperti dukungan dalam bentuk karikatur dan kolom pojok maupun berita yang secara langsung memojokan pihak Belanda atau Sekutu. Dukungan dalam iklan lebih bersifat untuk mendukung kemerdekaan Indonesia secara moril dengan meminta bantuan dana kemerdekaan, meminta partisipasi masyarakat dan juga dengan meminta masyarakat untuk terus mendukung kemerdekaan Indonesia. Iklan-Iklan yang ditampilkan dalam surat kabar *Merdeka* menunjukkan bahwa surat kabar ini ikut berpartisipasi untuk mendukung kemerdekaan Indonesia.

³⁶ J.R. Chaniago., *et al.* hal. 41

³⁷ *Ibid.*, hal 473

BAB III
“Iklan Kemerdekaan” Dalam Surat Kabar *Merdeka*
1945—1949

III. 1. Iklan Sebagai Alat Propaganda

Iklan dalam *Merdeka* pada awal penerbitan memang tidak terlalu banyak, didominasi oleh iklan keluarga¹, seperti iklan keluarga dibawah ini:



TELAH MENINGGAL
Pada tanggal 30 Oktober 1946
Dr. E. SAOEDIN
Djalan Hemat no. 7
Kepada moreka jang telah memberi-
kan bantoean lahir dan batin kami
mengoetjapkan terima kasih.
Jang berdoeka tjita:
Keloearga: **Dr. E. SAOEDIN**

Gambar 3.1 iklan Keluarga

Sumber : Surat kabar *Merdeka*, 1 November 1946

Barulah pada pertengahan tahun penerbitan pertama, iklan komersial yang menjajakan barang-barang sehari-hari mulai terlihat seperti bedak, jamu, sabun, dan lainnya. Surat kabar *Merdeka* menetapkan harga pemasangan iklan sebesar *f*.² 20- untuk iklan baris³. Tetapi kebijakan ini berubah ketika pemerintah republik mengeluarkan mata uang ORI(Oeang Repoeblik Indonesia) pada 30 Oktober 1946. Secara resmi pada tanggal 1 November 1946 surat kabar *Merdeka* mematok harga R.⁴1- untuk iklan dan terus naik bersamaan dengan naiknya harga surat kabar ini, dikarenakan harga bahan baku kertas yang terus naik. Di dalam iklannya, surat kabar *Merdeka* mengajak pembaca menjadikan surat kabar ini

¹ Iklan keluarga berisi pesan-pesan tentang ucapan selamat atas pernikahan seseorang, wisuda, iklan pernyataan duka cita maupun ucapan terima kasih. Rendra Widyatamja. *Pengantar Periklanan* (Jakarta : Buana Pustaka Indonesia, 2005) hal. 124

² *f* adalah lambang dari *florin* untuk menyebut mata uang Hindia Belanda.

³ Iklan baris adalah iklan yang ditulis dalam wujud per baris yang terdiri dari beberapa kata/kalimat saja. Rendra Widyatamja. *Op. Cit.*, hal.80

⁴ R adalah lambang dari mata uang ORI yang dikeluarkan oleh pemerintah Indonesia di awal kemerdekaan.

sebagai media iklan, dengan melakukan persuasi melalui iklan seperti di bawah ini:



Gambar 3.2 Iklan surat kabar *Merdeka*

Sumber : Surat kabar *Merdeka* 16 Oktober 1946

Bagaimanapun surat kabar tidak bisa terlepas dari kehadiran iklan. Iklan dan media massa bagaikan dua sisi mata uang yang tidak dapat dipisahkan. Iklan merupakan nadi dari sebuah surat kabar, mati atau hidupnya suatu surat kabar tergantung dari pemasukan iklan. Sedangkan iklan membutuhkan media massa sebagai sarana penyampaian. Iklan sendiri sebenarnya berasal dari bahasa Arab yaitu *i'lan* yang diperkenalkan oleh Soedarjo Tjokrosisworo pada tahun 1951 untuk menggantikan istilah *advertentie*.⁵ Istilah iklan juga sering dinamai dengan sebutan yang berbeda-beda. Di Amerika dan Inggris iklan lebih dikenal dengan sebutan *advertising* yang berasal dari bahasa latin *ad-vere* berarti mengoperkan pikiran dan gagasan kepada pihak lain. Sedangkan di Perancis iklan lebih dikenal dengan sebutan *reclamare* yang berarti meneriakkan sesuatu secara berulang-ulang.

Kehadiran iklan dalam sebuah media massa, memiliki suatu pesan yang ingin disampaikan. Pesan yang disampaikan melalui iklan dapat berbentuk pesan verbal dan non verbal. Pesan verbal berupa tulisan yang terdiri dari jejeran huruf vocal dan konsonan. Sedangkan pesan non-verbal berupa gambar yang mengandung makna tertentu. Pada masa revolusi, iklan dalam surat kabar *Merdeka* lebih banyak menggunakan pesan verbal dan hanya sedikit yang menggunakan gambar. *Merdeka* menampilkan iklan di setiap akhir halaman,

⁵ Istilah *I'lan* di pilih oleh Soedarjo untuk mengungkapkan semangat anti-barat, khususnya Belanda. Semangat anti Belanda tidak saja diwujudkan dalam pertempuran, namun juga diperlihatkan dengan tidak menggunakan istilah-istilah Belanda. Selain itu, istilah bahasa Arab ini lebih dipilih karena faktor penyebaran agama Islam yang pesat di Indonesia. Sehingga kebudayaan Arab lebih bisa diterima. Rendra Widyatamja. *Pengantar Periklanan. Op. Cit.*, hal. 14

sehingga pembaca dapat dengan mudah membedakan iklan dengan artikel tanpa harus membaca lebih jauh.

Bentuk dari sebuah iklan berbeda dengan esai, artikel maupun berita. Iklan ditampilkan dalam bentuk yang sederhana, langsung ke sasaran dan tidak bertele-tele. Sehingga iklan dapat dikatakan sebagai sarana penyampaian pesan yang paling efektif karena pesan yang ingin disampaikan dapat langsung dimengerti pembaca. Dalam sebuah visualisasi iklan, seluruh iklan semestinya merupakan pesan yang efektif. Artinya, pesan yang mampu menggerakkan khalayak agar mereka mengikuti pesan dalam iklan.⁶

Iklan dibuat untuk mempengaruhi masyarakat dan memberikan dampak tertentu di masyarakat tergantung dari tujuan yang ingin dicapai. Ada yang bertujuan komersial maupun sosial. Dampak komersial hanya terpacu untuk mendapatkan keuntungan, dibuat untuk mendorong seseorang membeli barang atau jasa sehingga menguntungkan pemasang iklan atau produsen. Sedangkan dampak sosial lebih bertujuan untuk menyampaikan informasi, persuasi atau mendidik khalayak di mana tujuan akhir bukan mendapatkan keuntungan ekonomi, melainkan sosial. Keuntungan sosial yang dimaksud ialah penambahan pengetahuan, kesadaran sikap dan perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah yang diiklankan.⁷ Iklan yang bertujuan sosial atau non-komersial lebih dikenal dengan sebutan iklan layanan masyarakat.

Ketika masa revolusi, iklan yang dipasang di media cetak tidak hanya iklan komersial tetapi juga ada iklan layanan masyarakat. Pasca bangkitnya pers Indonesia di bulan September 1945, iklan lebih didominasi oleh iklan layanan masyarakat, seperti iklan belaskawaya, iklan keluarga dan iklan sosial yang bertujuan mendukung kemerdekaan Indonesia. Kehadiran iklan layanan masyarakat di Indonesia hampir sama dengan yang terjadi di Amerika Serikat tahun 1939. Iklan mulai digunakan sebagai alat komunikasi massa di saat sulit untuk memperoleh simpati dari masyarakat. Hanya saja, praktis periklanan

⁶ *Ibid.*, hal. 23

⁷ *Ibid.*, hal. 104

Amerika menggunakan iklan layanan masyarakat untuk membantu para korban bangsa Amerika dalam Perang Dunia I.⁸

Iklan pada masa revolusi memiliki ciri tersendiri dalam sejarah periklanan Indonesia. Tampilan iklan, pada masa itu tidak terlalu menarik jika dilihat, sebab lebih banyak menggunakan kata-kata daripada gambar, sedikit berbeda dengan iklan masa sekarang. Iklan masa revolusi juga didominasi iklan pemberitahuan dan iklan yang membawa pesan untuk mendukung kemerdekaan. Iklan keluarga yang bersifat belasungkawa pun, pada masa revolusi mengangkat solidaritas rakyat untuk mempertahankan kemerdekaan Indonesia.

Surat kabar *Merdeka* sebagai surat kabar yang pro-republik juga turut berpartisipasi dalam mendukung kemerdekaan melalui iklan. Terutama di tahun pertama penerbitannya, setelahnya tetap ada tetapi tidak seperti di tahun pertama. Melalui iklan, *Merdeka* menunjukkan kepada khalayak bahwa surat kabar ini mendukung kemerdekaan Indonesia. Berbeda dengan surat kabar lainnya seperti *Berita Indonesia* hanya memiliki sedikit iklan, itupun sebagian besar berisi iklan komersial. *Merdeka* menggunakan iklan sebagai alat komunikasi dalam menghimbau, untuk mengarahkan masyarakat mendukung kemerdekaan baik langsung maupun tidak langsung terhadap pemerintah Indonesia yang baru berdiri.

Pemasangan iklan dalam media komunikasi memiliki fungsi seperti alat komunikasi pada umumnya yaitu menyampaikan pesan ke tengah khalayak. Selain itu, iklan juga memiliki fungsi lainnya. Pertama, iklan memiliki fungsi untuk memberikan informasi. Kedua, iklan mengemban fungsi mempersuasi khalayak, yaitu membujuk seseorang untuk melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang diperintahkan oleh iklan. Ketiga, untuk mendidik khalayak, agar mengerti dan paham akan suatu hal. Keempat, untuk membentuk opini publik dan di masa revolusi iklan memiliki fungsi yang agak berbeda yaitu sebagai alat propaganda.⁹

Fungsi iklan ini cukup efektif dalam situasi revolusi yang tidak menentu. Fungsi iklan tergambar dengan baik dalam surat kabar pada masa itu. Iklan menginformasikan tentang keadaan-keadaan sulit yang dihadapi pemerintah,

⁸ PPPI(Persatuan Perusahaan Iklan Indonesia). *REKA REKLAME: Sejarah Periklanan Indonesia 1744—1984* (Yogyakarta : Galangan Press, 2004) hal.71

⁹*Op.Cit.* hal. 143

dalam hal ini terkait dengan dana atau keuangan negara. Kemudian pemerintah melalui iklan dalam surat kabar yang pro-republik mengajak masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam mengatasi masalah keuangan. Menghadapi situasi sulit, pemerintah juga mengajarkan masyarakat untuk berperilaku hemat yang disampaikan melalui media iklan.

Iklan non-profit dalam surat kabar *Merdeka* juga memiliki fungsi-fungsi tersendiri. Iklan yang ditunjukkan dalam *Merdeka* semakin menegaskan bahwa surat kabar ini sangat mendukung kemerdekaan Indonesia. *Merdeka* menyadari bahwa surat kabar merupakan alat komunikasi, alat persatuan, alat pengamat dan pengawas sosial serta alat propaganda. Untuk itu, *Merdeka* memanfaatkan unsur-unsur yang ada dalam surat kabar untuk menyebarkan cita-cita Indonesia yang merdeka bebas dari jajahan bangsa manapun. Pada bulan pertama, surat kabar *Merdeka* telah memuat himbuan kepada masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam mengisi kemerdekaan

Merdeka sebagai media massa saat itu telah berusaha untuk memobilisasi¹⁰ masyarakat. Kegembiraan menyambut kemerdekaan, membuat rakyat berusaha untuk ikut serta dalam upaya mengisi kemerdekaan Indonesia. Ketika berita kemerdekaan Indonesia diketahui oleh hampir seluruh rakyat, banyak dari mereka yang ingin turun langsung ataupun turut andil dalam usaha mempertahankan dan mendukung kemerdekaan Indonesia. Akan tetapi tidak sedikit dari mereka yang bingung bagaimana caranya dalam memberikan dukungan kepada negara ini.

Dalam menjawab kebingungan masyarakat ini, *Merdeka* berusaha memberikan penerangan kepada masyarakat. Sebagai sebuah surat kabar yang terbit di mana proklamasi dibacakan, *Merdeka* memberikan kontribusinya melalui iklan dan pemberitahuan. Surat kabar *Merdeka* membantu masyarakat untuk menyalurkan dukungannya dalam bentuk moral maupun material dan memberikan informasi yang aktual atau terkini mengenai situasi saat itu. Dalam hal moral, *Merdeka* menyakinkan pembaca dengan mengeluarkan iklan kemerdekaan sedangkan dalam hal materi *Merdeka* mengeluarkan iklan pengumpulan dana

¹⁰ Memobilisasi adalah mengarahkan atau menggerakkan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia. edisi ke-10 cetakan ke-2* (Jakarta : Departemen Pendidikan Nasional, 2008) hal. 963

kemerdekaan. Kedua iklan ini dikeluarkan oleh *Merdeka* untuk membantu pemerintah yang baru terbentuk dan memberikan informasi kepada masyarakat.

III.2. Iklan Pendukung Kemerdekaan

Berbagai iklan yang dimuat surat kabar *Merdeka* tersisip iklan-iklan yang bernafaskan kemerdekaan. Iklan kemerdekaan ini memberi pengarahannya kepada masyarakat akan pentingnya mendukung kemerdekaan. Iklan kemerdekaan biasanya berbentuk iklan baris dan jarang ditemukan dalam bentuk iklan kolom¹¹. Iklan kemerdekaan merupakan iklan yang menggambarkan pentingnya persatuan, memberi informasi, membangkitkan rasa nasionalisme atau hanya sekedar mengajak rakyat untuk berpartisipasi dalam berbagai kegiatan yang dilakukan pemerintah. Iklan-iklan pendukung kemerdekaan ini tidak bertujuan untuk mencari keuntungan, tetapi lebih kepada memberi informasi dan membantu masyarakat dalam mengapresiasi kemerdekaan.

Dalam penerbitan pertamanya pada Oktober 1945, *Merdeka* mensosialisasikan “salam merdeka”, nama yang sama seperti nama surat kabar ini. Himbauan “salam merdeka” terkait dengan Maklumat pemerintah tanggal 31 Agustus 1945 yang menetapkan pekik perjuangan “merdeka” sebagai salam nasional, yang berlaku mulai tanggal 1 September 1945. Caranya ialah dengan mengangkat tangan setinggi bahu, telapak tangan menghadap ke muka dan bersamaan dengan itu memekikkan “merdeka”.¹² Iklan ini bertujuan untuk memperkenalkan mengenai salam merdeka dan usaha dari *Merdeka* untuk mempengaruhi masyarakat serta menunjukan kepada Belanda bahwa rakyat Indonesia sepenuhnya mendukung kemerdekaan melalui salam merdeka. Pada penerbitan pertamanya 1 Oktober 1945, iklan sosialisasi kemerdekaan merupakan iklan pertama yang ditampilkan surat kabar ini dan belum nampak adanya iklan komersial. Di bawah ini adalah iklan sosialisasi pekik kemerdekaan :

¹¹ Iklan kolom adalah iklan yang memiliki lebar satu kolom, namun lebih tinggi dibandingkan iklan baris. Rendra Widyatama, *Op.Cit.* hal. 82

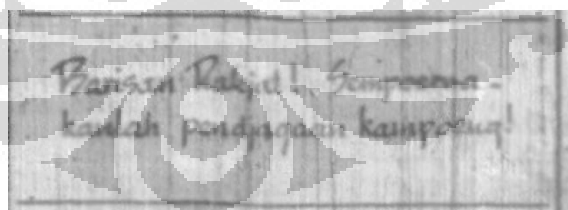
¹² *30 Tahun Indonesia Merdeka*, Edisi ke 8 (Jakarta : Tira Pustaka, 1980) hal. 29



Gambar 3.3 Iklan sosialisasi pekik kemerdekaan

Sumber : Surat kabar *Merdeka* 1 Oktober 1945

Pada penerbitan selanjutnya *Merdeka* menampilkan iklan yang mengingatkan masyarakat untuk bahu-membahu menjaga keamanan. Pendaratan tentara Sekutu di Jakarta telah mempengaruhi stabilitas keamanan kota, apalagi ada kecenderungan Sekutu memanfaatkan pula tentara Jepang untuk menindas kemerdekaan di semua pelosok desa.¹³ Surat kabar *Merdeka* mengeluarkan iklan seperti dibawah ini pada tahun pertama, sebelum Percetakan Negara di Jalan Salemba Tengah ditutup oleh Belanda.



Gambar 3.4 Iklan Propaganda 1

Sumber: Surat kabar *Merdeka* 15 Oktober 1945

Kalimat dalam Iklan ini "Barisan Rakyat! Sempoernakanlah pendjagaan kampoeng!". "Barisan rakyat" sebutan yang ditujukan untuk rakyat Indonesia, sedangkan "Sempoernakan pendjagaan kampoeng", sikap siaga rakyat Indonesia

¹³ Lasmidjah Hardi, dkk. *Jakarta ku, Jakarta mu, Jakarta kita* (Jakarta : Yayasan Pencinta Sejarah, 1987) hal. 193

agar lebih ditingkatkan dalam menjaga keamanan di kampung tempat mereka tinggal.

B.M. Diah sebagai Aktor di balik surat kabar *Merdeka* menyadari bahwa kemerdekaan Indonesia akan terasa percuma tanpa dukungan rakyat. Salah satu usaha surat kabar *Merdeka* dengan mengeluarkan iklan propaganda. Sebuah propaganda akan menjadi baik ataupun juga bisa menjadi buruk, sangat bergantung dari siapa yang menggunakan serta target apa yang sedang ingin diraih. Ini dimungkinkan mengingat propaganda hanya sekedar cara-cara komunikasi dan penyebaran pesan.¹⁴ Di bawah ini, salah satu contoh iklan yang nampak pada tahun pertama kemerdekaan :



Gambar 3.5 Iklan Propaganda 2

Sumber : Surat kabar *Merdeka*, 8 Oktober 1945

Iklan propaganda seperti ini ditulis di akhir halaman. Iklan di atas menggunakan jenis propaganda *Name calling* yaitu propaganda dengan memberikan sebuah ide buruk atau label yang buruk. Dengan menuliskan kalimat “Belanda memperkosa Soesoenan Republik-Dutch Violate Democratic Institution”. Kalimat ini sengaja ditulis dengan dwibahasa agar Belanda dapat membacanya.¹⁵

Iklan merupakan salah satu alat komunikasi politik¹⁶ yang digunakan oleh surat kabar *Merdeka*. Sikap politik dari orang-orang di belakang *Merdeka* menjadikan surat kabar ini kental dengan nuansa nasionalis¹⁷. Perang ideologi

¹⁴ Nurudin. *Komunikasi Progaganda* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Bandung, 2002) hal. 6

¹⁵ Andi Suwirto dan Ika Listiyarini. *Suara Dari Dua Kota : Revolusi Indonesia dalam Pandangan Surat Kabar Merdeka(Jakarta) dan Kedaulatan Rakyat(Yogyakarta) 1945—1947*. (Jakarta: Balai Pustaka, 2000) hal. 86

¹⁶ Komunikasi politik ialah suatu proses pengoperan lambang-lambang atau simbol-simbol komunikasi yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau kelompok kepada orang lain dengan tujuan membuka wawasan atau cara berpikir, serta mempengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik. Prof. Dr. Hafie Cangara, M. Sc. *Komunikasi Politik: Konsep Teori, dan Strategi*. (Jakarta : Rajawali Pers, 2009) hal.35

¹⁷ Nasionalis adalah pecinta nusa dan bangsa sendiri; orang yang memperjuangkan kepentingan bangsanya. *Kamus Besar Bahasa Indonesia. Op. Cit.*, hal. 997

yang terjadi melalui media cetak surat kabar Belanda dan Indonesia membuat orang yang berada dibalik surat kabar ini menjadikannya sebagai alat komunikasi politik. Komunikasi antara pihak elit yang berada di belakang surat kabar dengan masyarakat, mengingat haluan politik nasionalis dari B.M Diah, sebagai pimpinan umum. Melalui media cetak, *Merdeka* ingin menyampaikan pesan untuk tetap mendukung kemerdekaan Indonesia dan bersama menjaga kestabilan nasional.

Selain sebagai promosi barang dan jasa, iklan juga berperan agitasi yaitu suatu usaha mempengaruhi massa, sehingga massa itu terbakar jiwanya, merasa berdebar-debar dan membuat massa itu kehilangan kestabilan saraf, dan massa menjadi terpengaruh dan menyetujui apa yang diucapkan oleh agitator.¹⁸ Agitator dalam hal ini adalah surat kabar *Merdeka*. Selain itu, iklan dalam *Merdeka* juga berperan sebagai penerangan, dengan memberi informasi secara luas melalui aspek-aspek yang terkandung dalam sebuah media cetak mengenai peristiwa yang terjadi.

Pada masa revolusi, *Merdeka* turut berpartisipasi dalam memberikan informasi terkini seputar hal-hal yang terjadi pasca pengambil-alihan kekuasaan. Perubahan-perubahan seperti perpindahan gedung dan pembentukan badan-badan yang ada di masa revolusi seperti BEREI (Badan Ekonomi Rakyat Indonesia), PERWABI (Perserikatan Warung Bangsa Indonesia) dan fond-fond yang bertujuan mendukung kemerdekaan, serta kegiatan yang diadakan pemerintah untuk menggalang dukungan rakyat dan menginformasikan mengenai kewajiban-kewajiban yang harus dilakukan oleh rakyat Indonesia.

Pada masa awal revolusi terjadi pengambil-alihan oleh pemerintah Indonesia, tetapi tidak dalam konteks nasionalisasi.¹⁹ Pengambil-alihan ini diinformasikan dalam iklan, seperti iklan di bawah ini :

¹⁸ *Garis Besar Perkembangan Pers Indonesia* (Jakarta : Serikat Penerbit Surat Kabar Pusat, 1971) hal. 88

¹⁹ Di tahun-tahun awal, para pemimpin Indonesia hanya secara sepintas memperlihatkan isu-isu pembangunan. Perjuangan secara fisik maupun diplomasi telah menyerap segenap perhatian. Jikapun ada pembicaraan mengenai perekonomian Indonesia, fokusnya lebih ditunjukkan pada upaya rehabilitasi dan rekonstruksi. Bondan Kanumayoso. *Menguatnya Peran Ekonomi Negara : Nasionalisasi Perusahaan-Perusahaan Belanda di Indonesia* (Jakarta : Sinar harapan, 2001) hal. 19



Gambar 3.6 Iklan Bank Rakyat Indonesia

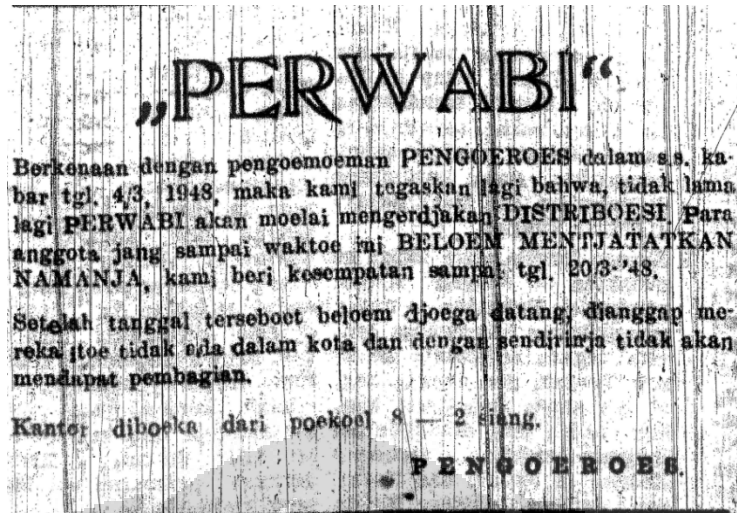
Sumber : Surat kabar *Merdeka*, 23 Oktober 1945

Melalui iklan segala hal dapat diinformasikan dengan singkat dan mudah dimengerti. Iklan pengambil-alihan *Syomin Ginko* menjadi milik pemerintah Indonesia dan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia ini secara visualisasi dengan mudah dapat dipahami. Dijelaskan di dalam iklan ini bahwa *Syomin Ginko* telah disahkan menjadi milik bangsa Indonesia dan diinformasikan pula lokasi dari bank ini. Iklan ini dipasang dengan tujuan memberi informasi pada masyarakat mengenai bank dan lokasinya, agar memudahkan masyarakat bila ingin menyimpan uang.

Kondisi zaman yang tidak menentu telah membawa banyak pihak yang berempati dan ingin membantu, misalnya PERWABI (Perserikatan Warung Bangsa Indonesia)²⁰ dan BERI²¹ (Badan ekonomi Rakyat Indonesia) yang mendukung kemerdekaan dengan mendistribusikan sembako seperti gula kepada rakyat dengan harga yang murah. Mengingat ketika itu kebutuhan pokok di pasaran terus meningkat dan langka. Seperti iklan PERWABI di bawah ini :

²⁰ PERWABI telah ada sejak zaman Jepang bertujuan mempersatukan warung-warung bangsa Indonesia, menjaga kepentingan para anggotanya. Marwati Djoened Poesponegoro dan Nugroho Notosusanto. *Sejarah Nasional Indonesia, Jilid VI.* (Jakarta : Balai Pustaka, 1993) hal. 86

²¹ BERI didirikan khusus untuk menangani masalah kelangkaan kebutuhan pokok di masa revolusi berdiri pada 16 Januari, bekerja sama dengan KNI, PTE (Pusat Tenaga Ekonomi Indonesia) dan lembaga lain yang terkait. Surat kabar *Merdeka*, 17 Januari 1946



Gambar 3.7 Iklan PERWABI

Sumber : Surat kabar *Merdeka* 13 Maret 1948

Iklan PERWABI dengan judul yang besar dan pada isinya diberikan juga penekanan dengan huruf besar pula agar cepat dimengerti oleh pembaca. Iklan ini beberapa kali dipasang oleh surat kabar *Merdeka*. Iklan seperti di atas ini, membantu masyarakat untuk memperoleh informasi berkenaan dengan distribusi pangan yang dilakukan oleh PERWABI. Surat kabar *Merdeka* menampilkan citra pers perjuangan²² yang membantu negara Indonesia secara tidak langsung dengan meringankan beban masyarakat.

Merdeka membantu menerangkan kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah, seperti ketika pemerintah meminta pemuda bekas PETA dan HAIHO untuk memperkuat BKR yang didirikan pada tanggal 5 Oktober 1945. Informasi ini pun dimuat oleh surat kabar *Merdeka* dalam Iklan.

²² Citra pers adalah gambaran diri tentang institusi pers berdasarkan kepentingan yang dilayani. Citra pers dibentuk dengan melihat ideologi, pemilik dan pemimpin surat kabar. *Merdeka* merupakan surat kabar dengan citra pers perjuangan karena melayani kepentingan perjuangan kemerdekaan. Prof. Dr. Anwar Arifin. *Pers dan Dinamika Politik : Analisi Media Komunikasi Politik*. (Jakarta : Yarsif Watampone, 2010) hal.14



Gambar 3.8 Iklan BKR

Sumber : Surat kabar *Merdeka*, 7 Oktober 1945

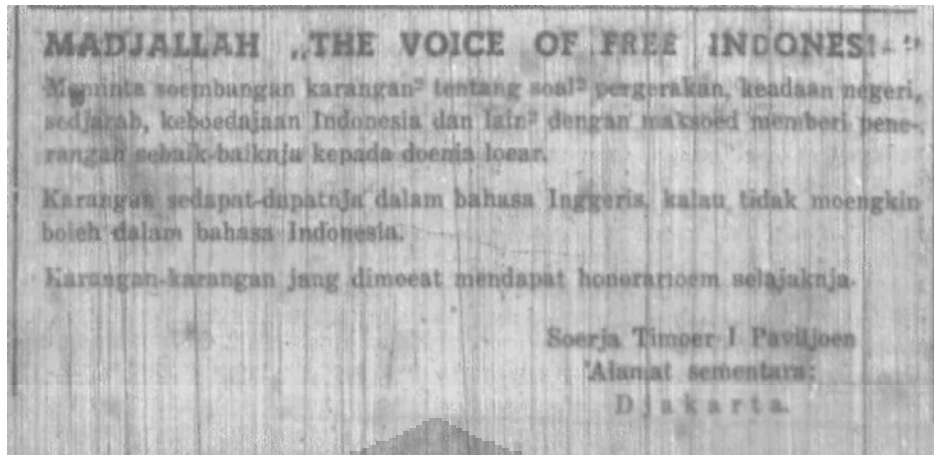
Di dalam iklan di atas digunakan kata “berkumpulah dan bersiap”, penggunaan kata tersebut menggesakan sikap tegas, cocok dengan isi dari pesan yang meminta bekas anggota Peta atau Haiho untuk membela negara dengan bergabung pada BKR. Di awal kalimat, iklan ini menggunakan kata sapaan nasionalis “Merdeka!” dengan tanda seru, yang berarti bila diucapkan harus dengan suara lantang.

Ketika masa revolusi, komunikasi yang terjadi lebih cenderung satu arah, dari pemerintah ke rakyat. Hal ini untuk menghindari terjadinya anarkis di dalam pemerintahan Indonesia yang belum stabil. Sistem demokrasi yang ada belum dapat berjalan, yang ada hanya sistem budaya dan komunikasi politik revolusi yang kadang-kadang memperlihatkan gejala-gejala anarkisme yang membahayakan.²³ Benih-benih pertentangan ideologi yang tumbuh dan berkembang pada waktu itu, akan melemahkan perjuangan bangsa Indonesia.

Komunikasi politik yang searah berakibat pada kurangnya penyaluran aspirasi masyarakat. Media massa membantu masyarakat untuk menyalurkan aspirasi dengan meminta karangan melalui iklan. Kemudian karangan tersebut dimasukkan dalam majalah *Merdeka*²⁴ ataupun surat kabar *Merdeka*. Beberapa media massa juga turut meminta karangan bernuansa nasionalis dengan menggunakan jasa *Merdeka* sebagai media iklan. Di bawah ini adalah contoh iklan dari majalah *the Voice of Free Indonesia* :

²³ Alfian. *Komunikasi Politik dan Sistem Politik di Indonesia* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1991) hal. 27

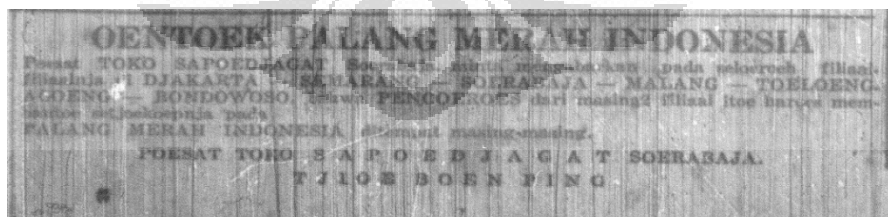
²⁴ Majalah *Merdeka* merupakan pelebaran sayap dari surat kabar *Merdeka* dan majalah tersebut pertamakali terbit pada bulan Maret 1946 sebagai edisi 6 bulan kemerdekaan.



Gambar 3.9 Iklan Permintaan Karangan
 Sumber : Surat kabar *Merdeka* 15 Oktober 1945

Tulisan yang *simple* dan langsung ke sasaran menjadi salah satu ciri khas dari iklan. Usaha untuk diakui oleh dunia internasional juga dilakukan oleh media massa. Dalam iklan di atas dijelaskan dengan singkat, majalah ini “meminta sumbangan karangan tentang soal pergerakan, keadaan negeri, sejarah, kebudayaan Indonesia dengan tujuan untuk memberi penerangan pada dunia luar”. Majalah *the Voice of Free Indonesia* menjanjikan honor yang pantas bagi yang dimuat karyanya. Secara implisit, sebuah tulisan telah dihargai di zaman yang serba sulit.

Media massa meminta rakyat menyumbang untuk PMI (Palang Merah Indonesia)²⁵, baik berupa dana ataupun barang. Banyak pihak yang ikut berpartisipasi dalam menyumbangkan dana atau barang pada PMI, seperti iklan di bawah ini :



Gambar 3.10 Iklan untuk Palang Merah Indonesia
 Sumber: Surat kabar *Merdeka* 31 Oktober 1945

²⁵ PMI berdiri sejak 3 September 1945 bertugas untuk menanggulangi aspek-aspek kemanusiaan dalam perjuangan kemerdekaan, khususnya para korban pertempuran. *30 Tahun Indonesia Merdeka*, Op. Cit., hal.37

Iklan di atas adalah iklan yang dikeluarkan oleh sebuah toko yang menjual barang. Iklan di atas menyampaikan pesan bahwa hasil dari penjualan akan disumbangkan untuk Palang Merah Indonesia. Rasa kemanusiaan telah banyak mendorong orang untuk menyumbangkan dana atau barang kepada PMI. Di dalam usaha memperoleh obat-obatan dan peralatan kesehatan lainnya, serta memperoleh simpati dunia pada umumnya, PMI juga mengadakan hubungan dengan maksud memperoleh bantuan dari PMI internasional atau palang merah berbagai negara.²⁶

Iklan komersial juga turut memanfaatkan suasana nasionalisme yang menggelora. Dalam iklan-iklan ini, para pembuat iklan memposisikan produk-produk mereka ke dalam konteks emosi nasionalisme, patriotisme dan militerisme. Iklan komersial ini pada umumnya bertujuan mendapatkan dan mempertahankan kredibilitas dengan menanamkan pesan tertentu dalam ideologi yang lebih abstrak dan lebih luas dalam rangka mempromosikan sistem citra pembentukan ide yang efektif,²⁷ seperti iklan jamu yang menggunakan kata “negera yang maju negara yang rakyatnya sehat”.

Pada masa revolusi segala perjuangan dilakukan untuk mendapat kemerdekaan secara utuh, baik *de facto* maupun *de jure* dengan jalan diplomasi dan perjuangan fisik. Semua itu akan terasa percuma tanpa dukungan dari rakyat. Media massa memainkan peran yang tidak dapat dipisahkan dari proses revolusi itu sendiri. Sebagai institusi sosial yang berfungsi sebagai pemberi informasi dan pembentuk opini publik, pers pada masa revolusi memiliki peran yang cukup penting.²⁸ Tindakan-tindakan rakyat pada masa revolusi yang radikal dan emosional, coba ditenangkan dan diarahkan oleh pers ke tujuan yang lebih tenang dan rasional.

III.3. Iklan Pengumpulan Dana Kemerdekaan

²⁶ 30 Tahun Indonesia Merdeka, *Op. Cit.*, hal.37

²⁷ James Lull. *Media, Communication, Culture : A Global Approach* atau *Media, Komunikasi, Kebudayaan : Suatu Pendekatan Global*, Terj. Parakitri T. Simbolan (Jakarta : Yayasan Obor Indoensia,1998) hal. 6

²⁸ Andi Suwirto dan Ika Listiyarini. *Suara Dari Dua Kota : Revolusi Indonesia dalam Pandangan Surat Kabar Merdeka(Jakarta) dan Kedaulatan Rakyat(Yogyakarta) 1945—1947*(Jakarta: Balai Pustaka, 2000) hal. 58

Iklan-iklan pada masa revolusi berbeda dengan iklan pada masa sekarang. Iklannya tidak hanya iklan komersial atau sekedar iklan layanan masyarakat pada umumnya. Selain iklan pendukung kemerdekaan yang bertujuan memobilisasi rakyat, terdapat pula iklan yang bertujuan mengumpulkan dana kemerdekaan. Dana kemerdekaan yang terkumpul, nantinya akan digunakan untuk membiayai perang kemerdekaan, menjalankan pemerintahan dan untuk korban perang. Iklan ini dikeluarkan oleh pemerintah dan badan-badan sosial yang ingin ikut serta dalam mendukung kemerdekaan Indonesia, seperti Fonds Kemerdekaan, Fonds Sabilillah, dan fonds-fonds perjuangan lainnya. Tujuannya dari badan-badan sosial ini bukan untuk mencari keuntungan pihak-pihak yang terkait tetapi bersama-sama mengumpulkan dana untuk menyelesaikan masalah yang terkait dengan ekonomi yang sedang dihadapi Indonesia pasca proklamasi.

Berbicara tentang masalah revolusi tentunya tidak membutuhkan dana yang sedikit. Tidak hanya untuk menyediakan perlengkapan militer, tetapi juga untuk menjalankan roda pemerintahan, termasuk kegiatan diplomatik.²⁹ Menghadapi situasi ekonomi yang sulit ini, pemerintah menggunakan berbagai cara untuk mengatasinya. Secara garis besar sumber dana revolusi dibagi menjadi dua yaitu dari dunia internasional dan rakyat.³⁰ Dari dunia internasional, seperti World Bank yang bersedia memberikan pinjaman jangka panjang. Sedangkan dari rakyat, pemerintah menggunakan jasa media massa untuk menginformasikan mengenai Fonds Kemerdekaan dan program pemerintah yang bertujuan mengatasi masalah ekonomi yang tengah dihadapi.

Media massa yang berhaluan nasionalis di tengah masyarakat hampir seluruhnya mengumumkan mengenai Fonds Kemerdekaan dan program pemerintah dalam mengatasi masalah ekonomi. Bukan saja surat kabar *Merdeka* yang terbit di Jakarta, surat kabar nasional lainnya seperti *Kedaulatan Rakyat* di Yogyakarta. *Merdeka* menggunakan media iklan untuk menyampaikan mengenai Fonds Kemerdekaan ke tengah masyarakat.

Pada bulan pertama penerbitan yaitu pada Oktober 1945, Iklan Fonds Kemerdekaan sudah menghiasi surat kabar *Merdeka*. Iklan Fonds Kemerdekaan

²⁹ *Denyut Nadi Revolusi Indonesia* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997) hal. 243

³⁰ *Ibid.*,hal. 243

ini bertujuan untuk menginformasikan mengenai pengumpulan dana yang melibatkan rakyat. Fonds Kemerdekaan sendiri ialah badan pengumpul dan pengurus harta benda yang disumbangkan rakyat, dibentuk pada tanggal 21 Agustus 1945 yang diketuai oleh wakil presiden, Muhammad Hatta.³¹ Iklan mengenai himbauan untuk membantu Fonds Kemerdekaan jarang menghiasi surat kabar *Merdeka*, hanya ada beberapa saja di tahun 1945, 1946, 1947 dan hilang sama sekali di tahun 1948. Di bawah ini merupakan iklan Fonds Kemerdekaan :



Gambar 3.11 Iklan Fonds Kemerdekaan

Sumber : Surat kabar *Merdeka* 8 Febuari 1947

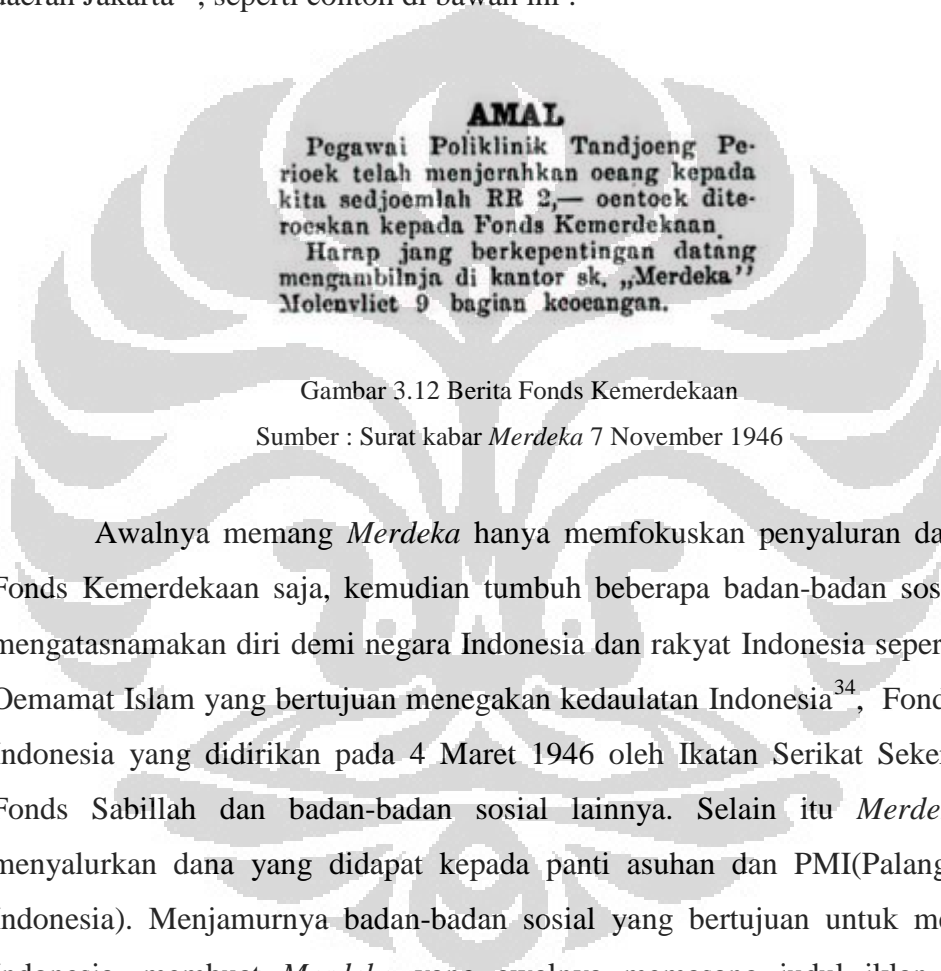
Dalam menampilkan iklan Fonds Kemerdekaan, *Merdeka* menggunakan kalimat sederhana yang terdiri dari beberapa kata saja, sesuai dengan kaidah iklan sehingga mudah dimengerti pembaca. Kata Seruan “Bantoelah!” seolah-oleh menegaskan keharusan untuk membantu. Di dalam iklan yang hanya terdiri dari beberapa kalimat saja, dijelaskan juga tujuan dari iklan Fond Kemerdekaan yaitu “guna pembangunan dan perjuangan”. Iklan Fonds Kemerdekaan ini merupakan usaha *Merdeka* dalam membantu negara dalam hal materi, dan mempengaruhi masyarakat untuk menyokong kemerdekaan.

Fonds Kemerdekaan didirikan di setiap keresidenan, tugasnya menghimpun dana sukarela untuk membiayai perjuangan. Sifatnya sukarela, maka siapa saja yang ingin menyumbang uang, akan diterima dengan senang hati dan jumlahnya tidak ditentukan.³² *Merdeka* adalah salah satu media komunikasi massa

³¹ Fonds kemerdekaan sebenarnya telah ada sejak zaman pendudukan Jepang dengan nama Fonds Kemerdekaan Indonesia(FKI). Fonds ini mengumpulkan segala macam sumbangan dari rakyat Indonesia yang oleh Jepang dikatakan untuk memenangkan Perang Asia Raya. Oey Beng To. *Sejarah Kebijakan Moneter Indonesia* (Jakarta : LPPI, 1991) hal. 28

³²Harjana HP dan Djoko Dwinanto. *Kurir-kurir kemerdekaan* (Jakarta : Balai Pustaka, 1989) hal. 19

yang menempatkan diri sebagai sarana penyampai pesan untuk terus mendukung perjuangan kemerdekaan. Masyarakat yang ingin berpartisipasi diarahkan untuk mengirimkan uang yang akan disumbang kepada Fonds Kemerdekaan ke kantor redaksi. Surat kabar *Merdeka* menampilkan rincian yang didapat dari pembaca, berupa nama atau lembaga yang menyumbang serta jumlah yang telah disumbangkan. Kemudian meminta kepada perwakilan dari Fonds Kemerdekaan untuk mengambilnya sendiri di kantor redaksi bagian tata usaha yang berada di daerah Jakarta³³, seperti contoh di bawah ini :



Gambar 3.12 Berita Fonds Kemerdekaan

Sumber : Surat kabar *Merdeka* 7 November 1946

Awalnya memang *Merdeka* hanya memfokuskan penyaluran dana pada Fonds Kemerdekaan saja, kemudian tumbuh beberapa badan-badan sosial yang mengatasnamakan diri demi negara Indonesia dan rakyat Indonesia seperti Fonds Oemamat Islam yang bertujuan menegakan kedaulatan Indonesia³⁴, Fonds Buruh Indonesia yang didirikan pada 4 Maret 1946 oleh Ikatan Serikat Sekerja(ISS), Fonds Sabillah dan badan-badan sosial lainnya. Selain itu *Merdeka* juga menyalurkan dana yang didapat kepada panti asuhan dan PMI(Palang Merah Indonesia). Menjamurnya badan-badan sosial yang bertujuan untuk membantu Indonesia, membuat *Merdeka* yang awalnya memasang judul iklan tersebut “untuk Fonds Kemerdekaan” menjadi “untuk amal” atau “untuk derma”. Kemunculan iklan-iklan penghimpunan dana dan memuncaknya solidaritas dan rasa kebangsaan telah melahirkan gagasan para praktisi periklanan untuk

³³Pusat dari fonds kemerdekaan tidak lagi berada di daerah Jakarta melainkan berada Purwokerto terhitung mulai 8 Januari 1946. Surat kabar *Merdeka*. 9 Januari 1945

³⁴ Surat kabar *Merdeka*. 21 Desember 1945

membantu perjuangan dengan mengenakan *f. 1-* pada setiap iklan sebagai dana kemerdekaan. Tidak tercatat berapa dana yang berhasil dihimpun.³⁵

Terdapatnya iklan Fonds Kemerdekaan di dalam surat kabar *Merdeka* memainkan peran sebagai sarana informasi mengenai adanya Fonds Kemerdekaan kepada khalayak ramai. Selain itu secara halus dengan menampilkan orang-orang yang menyumbangkan dana, iklan ini memainkan peran propaganda yang membuat rakyat merasa yakin dan tergerak hatinya untuk ikut berpartisipasi dalam Fonds Kemerdekaan. Propaganda pada dasarnya bersifat persuasi, yang memang dianggap sebagai fungsi yang paling utama dari komunikasi massa. Persuasi pada masa revolusi lebih menggunakan teknik emosional dengan memainkan emosi dari rakyat yang sedang menggelora jiwanya.

Fonds Kemerdekaan merupakan sumber dana utama pemerintah di bulan-bulan pertama kemerdekaan. Beberapa bulan setelah Indonesia merdeka, terjadi hiper inflasi karena beredarnya mata uang Jepang yang tidak terkendali.³⁶ Inflasi di Indonesia semakin membahayakan ketika pasukan Serikat mendarat dan berhasil menguasai beberapa kota besar di Indonesia dan bank-bank yang ada. Di sisi lain pemerintah Indonesia tidak menyatakan bahwa mata uang pendudukan Jepang tidak berlaku, disebabkan Indonesia belum memiliki mata uang sendiri. Kas negara kosong dan yang dapat dilakukan pemerintah hanya menetapkan tiga jenis mata uang sebagai alat bayaran yaitu, mata uang De Javasche Bank, mata uang pemerintahan Hindia Belanda, dan mata uang pendudukan Jepang. Pemerintah juga menghimbau untuk tidak menggunakan uang NICA, supaya tidak menambah inflasi.

Sebelum memiliki mata uang sendiri, untuk menanggulangi masalah ekonomi selain dengan Fonds Kemerdekaan, pemerintah juga melakukan program yang disebut Pinjaman Nasional. Program tersebut bertujuan untuk menarik uang Jepang dari peredaran dan mengisi kas negara. Peraturan mengenai Pinjaman Nasional dikeluarkan pada tanggal 29 April 1946 melalui UU 1946. Pemerintah memasang target 45 hari dan untuk mensosialisasikannya pemerintah

³⁵PPPI(Persatuan Perusahaan Iklan Indonesia). *REKA REKLAME: sejarah periklanan Indonesia 1744—1984* (Yogyakarta : Galangan press, 2004) hal.71

³⁶Marwati Djoened Poesponegoro. *Op. Cit.*, hal. 173

menggunakan media massa sebagai alat informasi. Di bawah ini adalah contoh iklan dari Pinjaman Nasional :



Gambar 3.13 Iklan Pinjaman Nasional 1946

Sumber : Surat kabar *Merdeka* 16 Mei 1946

Iklan mengenai Pinjaman Nasional pertama kali dikeluarkan oleh *Merdeka* pada 10 Mei 1946, 12 hari setelah penetapan undang-undang mengenai Pinjaman Nasional. Iklan ini menggunakan kata-kata yang cukup persuasif “perjuangan kita untuk membangun negara tetapi tidak hanya di bibir saja sekarang juga kita bantu pinjaman nasional”. Di iklan ini juga dituliskan target dari pemerintah yaitu F.1.000.000.000.-, dan tidak butuh waktu lama untuk mengiklankan mengenai Pinjaman Nasional. Dengan melibatkan media massa untuk mensosialisasikan mengenai program pemerintah ini, rakyat yang memang setia pada kemerdekaan dengan cepat memberi tanggapan. Rakyat antri di bank-bank untuk membeli obligasi dan terhitung pada 1 Juni 1946 Pinjaman Nasional telah mencapai f. 1.000.000 di keresidenan Cirebon.³⁷

Setelah terkumpul dana Pinjaman Nasional, dan dengan menggunakan sebagian dari hasil Fonds Kemerdekaan. Pada tahun 1946 pemerintah mengeluarkan undang-undang tentang pembentukan BNI(Bank Negara Indonesia), melalui BNI inilah pemerintah berupaya mengumpulkan dana rakyat dengan jalan mewajibkan menabung bagi rakyat khususnya yang berada di Jawa dan Madura.³⁸ BNI secara resmi dibentuk pada 1 November 1946. Sebelum dibentuk BNI, telah ada bank pendahulunya yaitu BRI(Bank Rakyat Indonesia)

³⁷ Surat kabar *Merdeka*. 3 Juni 1946

³⁸ Oey Beng To. *Op.Cit.*, hal.77

yang dulu dikenal dengan *Syoming Ginko* yang disahkan oleh republik Indonesia pada 23 Oktober 1945. Pusat bank Indonesia telah dibuka untuk umum pada 1 November 45.³⁹

Sedangkan, ORI (Oeang Repoeblik Indonesia) diperkenalkan pada Oktober 1946. ORI dikeluarkan untuk menggantikan uang Hindia Belanda dan uang Jepang. Dalam sejarah kemerdekaan Indonesia, ORI tercatat sebagai alat yang mempersatukan Republik Indonesia dalam perjuang menegakan kemerdekaan.⁴⁰ Dengan dikeluarkannya ORI, menegaskan bahwa negara Indonesia memang telah berdiri sendiri sebagai sebuah negara. Tentunya dengan memiliki mata uang sendiri negara Indonesia akan lebih diakui dan tidak bergantung terhadap pihak manapun. Dengan dikeluarkannya mata uang ORI, surat kabar *Merdeka* juga turut menggantikan pembayaran yang awalnya menggunakan mata uang Jepang menjadi mata uang ORI, sejak 1 November 1946. Dengan begitu, *Merdeka* ikut serta dalam perjuangan bangsa dalam menegakan kemerdekaan melalui ORI.

Iklan-iklan pengumpulan dana kemerdekaan ini berperan sebagai sarana informasi mengenai program pemerintah dalam mengatasi masalah ekonomi. Fungsi dari iklan pengumpulan dana selain informasi juga persuasi yaitu iklan yang dalam isi pesannya menitikberatkan pada upaya mempengaruhi khalayak untuk melakukan sesuatu sebagaimana dikehendahi oleh komunikator. Komunikasi yang bersifat massal dan menggunakan media tentu hasil dari peran yang ingin dicapai menjadi lebih luas. Pengerahan massa melalui organisasi sosial amat bergantung dari keberhasilan komunikasi.

Segala usaha mengumpulkan dana untuk Fonds Kemerdekaan juga dilakukan pemerintah, selain menggunakan media massa dengan meminta sumbangan secara langsung, pemerintah juga menggunakan usaha lainnya. Usaha yang dilakukan pemerintah antara lain dengan menaruh kotak-kotak Fonds Kemerdekaan di rapat-rapat KNI, penjual poster-poster presiden dan wakil presiden, menjual kartu pos serta mengadakan pertunjukan dan pasar amal. Usaha-usaha ini juga diiklankan di dalam surat kabar *Merdeka*, sebagai sebuah

³⁹ Surat kabar *Merdeka*. 31 Oktober 1945

⁴⁰ Oey Beng To. *Op. Cit.*, hal .69

usaha dari surat kabar perjuangan yang pimpinan B.M. Diah, seperti contoh iklan pasar malam amal dan iklan kartupos di bawah ini :



Gambar 3.14 Iklan pasar malam amal

Sumber : Surat kabar *Merdeka* 19 Juni 1948

Bantualah*memperkoat
FONDS GOENA PERDJOEANGAN
DAN PEMBANGOENAN NEGARA

dengan membeli
Kartoepos Fonds Kemerdekaan
 Tempat pendjoeran:
 Diemoea Kantor Pos dan F. K. I. dengan alamat Balai Agoeng.

Gambar 3.15 Iklan Kartupos Fonds

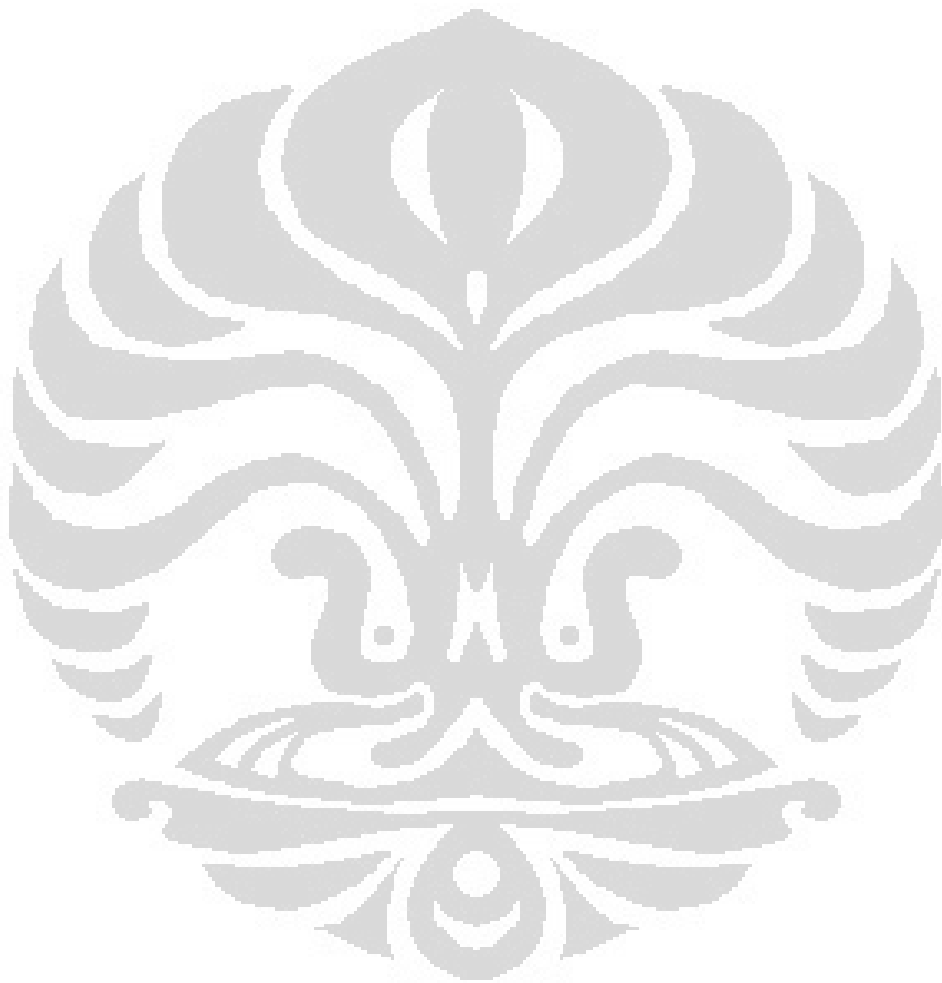
Kemerdekaan

Sumber : Surat kabar *Merdeka* 12 Oktober

1946

Iklan pengumpulan dana kemerdekaan ini lebih banyak ditemukan pada tahun pertama dan kedua. Pemerintah di masa revolusi mempunyai program kerja yang akan dicapai setiap tahunnya, dan hal ini juga ditentukan dengan melihat situasi dan kondisi pada saat itu. Pokok perjuangan Indonesia pada masa revolusi antara lain yaitu, pada periode awal revolusi 1945-1946, perjuangan mencari dana. Kondisi pada waktu itu, pemerintah lemah tetapi rakyat kuat. Pada periode 1947-1948, pemerintah lebih menekankan untuk melakukan perundingan dan diplomasi. Pada periode 1948-1949, pemerintah lebih terfokus pada usaha untuk menyelesaikan konflik dengan Belanda dan menyelesaikan konflik-konflik internal.⁴¹

⁴¹ Mengenai haluan ekonomi Indonesia masa revolusi lihat *Denyut Nadi Revolusi Indonesia*. Op. Cit., hal . 259-260



BAB IV

Dampak Iklan Dalam Surat Kabar *Merdeka*

IV.1. Dampak Sosial dan Budaya

Surat kabar *Merdeka* merupakan surat kabar yang cukup luas peredarannya, tidak saja di Jakarta tetapi hingga keluar Pulau Jawa. Tahun 1947 depot dari resmi dari surat kabar *Merdeka* berjumlah 10 di Jawa dan 21 di luar Jawa yang tersebar di Priok, Glodok, Molenvliet, Kemayoran, Matraman, Jatinegara, Gambir, Tanah Abang, Menteng, Petodjo, Kebon Kelapa, Bogor, Sukabumi, Cirebon, Purwokerto, Tasikmalaya, Serang, Rangkasbitung, Karawang, Indramayu, Kandangan, Palembang, Biliton, Alabiu, Samarinda, Makasar, Banjarmasin, Tegal, Pekalongan, Madiun, Barabai dan Kalimantan.¹ Komunikasi massa yang dibuat oleh *Merdeka* bukan bersifat pribadi, tetapi umum sehingga pesan-pesan yang disampaikan menjangkau khalayak luas, dapat dilihat dari persebaran depot-depot *Merdeka*.

Sebagai pers perjuangan, pesan-pesan yang disampaikan oleh *Merdeka* tentunya mengarah untuk mendukung kemerdekaan Indonesia. Masyarakat awam yang belum begitu mengerti tentang ideologi, hanya sekedar mengikuti pesan yang terkandung dan membela mana yang mereka anggap benar serta menguntungkan bagi kehidupan pribadi mereka. Sebuah ideologi yang diangkat dan diperkuat oleh media massa diberikan legitimasi, dan didistribusikan secara persuasif dan mencolok, kepada khalayak. Dalam proses itu, ide pokok yang dipilih mulai memperoleh dampak sosial.²

Pengaruh atau dampak adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.³ Masyarakat pada masa revolusi sedang mengalami perubahan secara sosial, perubahan ini juga didukung oleh surat kabar *Merdeka* melalui iklan. Iklan dalam

¹ Surat kabar *Merdeka*. 18 Januari 1947

² James Lull. *Media, Communication, Culture : A Global Approach* atau *Media, Komunikasi, Kebudayaan : Suatu Pendekatan Global, Terj.* Parakitri T. Simbolan. (Jakarta : Yayasan Obor Indoensia, 1998) hal. 4

³ Prof. Dr Cangara Hafied, M. Sc. *Komunikasi Politik: Konsep Teori, dan Strategi.* (Jakarta : Rajawali Pers, 2009) hal.39

Merdeka juga turut memberikan kontribusi dalam perubahan masyarakat dengan memberikan informasi. Masyarakat yang awalnya tidak tahu menjadi tahu dan mengerti. *Merdeka* memulai perannya dengan menyelesaikan kericuhan tentang siapa yang berani membela proklamasi dan siapa yang berpaling darinya.⁴

Ketika kita berbicara mengenai surat kabar yang terbit di Jakarta, ada pula 2 surat kabar lain, selain *Merdeka* yang berjuang mendukung kemerdekaan yaitu *Berita Indonesia* dan *Negara Baroe*. Surat kabar tersebut sering mendapat tekanan dari pihak Belanda akibat dari berita yang dikeluarkan. Begitupun yang terjadi dengan surat kabar *Merdeka*. Surat kabar *Merdeka* mendapat tekanan sejak awal berdiri, diantaranya mengambil-alih percetakan *De Unie* dan larangan terbit pada agresi militer Belanda pertama. Sikap propaganda dengan memojokan pihak Belanda yang ditunjukkan *Merdeka* dalam iklan propaganda menjadikan pihak Belanda bersikap waspada terhadap surat kabar yang dikendalikan oleh B.M. Diah ini. Perang melalui media masa juga sering ditunjukkan *Merdeka* dengan *Pandji Rakjat*, surat kabar pro-Belanda berbahasa Indonesia yang terbit di Jakarta.

Iklan yang terpampang dalam *Merdeka* memberikan dampak sosial tersendiri terhadap masyarakat pada saat itu. Iklan ini memberikan manfaat bagi pembaca akan informasi-informasi yang menyangkut kepentingan masyarakat. Masyarakat yang awalnya tidak tahu mengenai kegiatan BERI menjadi mengetahuinya, dibuktikan ketika BERI menjual beras murah seharga f. 5.25.- per liter dengan menggunakan *Merdeka* sebagai media komunikasi massa. Acara ini kemudian diliput pada 28 Februari 1946, oleh surat kabar *Merdeka* dan dikatakan penuh oleh masyarakat yang antusias. Usaha PERWARI mendapatkan keuntungan sebesar f. 8.669.- disumbangkan untuk badan perjuangan. Badan-badan sosial ini melakukan kegiatan atas inisiatif sendiri tanpa campur tangan dari pemerintah kota Jakarta, tapi atas izin dari pemerintah.⁵

Memang bila berbicara mengenai sebuah alat komunikasi massa, tidak lepas jika tidak membahas mengenai *feedback* (umpan balik) dari masyarakat itu sendiri. Dalam media cetak seperti surat kabar, komunikasi hanya bersifat searah,

⁴ J.R. Chaniago., *et al. Ditugaskan Sejarah, Perjuangan Merdeka 1945—1985* (Jakarta: PT. Merdeka Sarana Usaha, 1987) hal. 2

⁵ Surat kabar *Merdeka*. 6 Maret 1946

adapun *feedback*, sifatnya tertunda. Bila kita berbicara mengenai iklan propaganda dalam surat kabar *Merdeka*, *feedback* yang diberikan oleh masyarakat atau pembaca itu sendiri berbeda-beda. Teknik-teknik propaganda berpengaruh besar pada pembentukan opini dan sikap.⁶ Tergantung pada kondisi dari si penerima pesan atau pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Kondisi emosional, tingkat ekonomi dan tingkat pendidikan tentunya akan mempengaruhi hal tersebut. Seperti yang dimuat dalam tesis dari Andi Suwirta tentang “salam merdeka”. “Salam merdeka” walaupun pesan yang diterima oleh masyarakat sama, tetapi dalam tata cara melakukannya mendapat sambutan yang berbeda-beda. Bagi pemuda yang radikal dan revolusioner misalnya “salam merdeka” lebih suka dijawab dengan “Berontak” sambil mengepalkan tinjunya ke depan. Bagi orang Islam yang taat, “salam merdeka” itu lebih senang kalau diganti saja dengan ucapan “ Assalamualaikum”.

Periklanan, merupakan sebuah dominan simbolik yang dapat digunakan dengan baik secara analisis ideologi.⁷ Melalui iklan sebuah pemikiran dari pembuat iklan dapat tersalurkan dan tersampaikan kepada khalayak. Ideologi nasionalis yang menjadi haluan dari *Merdeka* coba dipertahankan melalui iklan, dan terus berjuang mempertahankannya walau mengalami hambatan dari pers Belanda. Komunikasi yang tercipta dengan masyarakat coba dipertahankan agar tetap terjalin dan perubahan dalam masyarakat sesuai dengan keinginan pers pendukung republik ini. Komunikasi merupakan suatu proses sosial yang sangat mendasar dan vital dalam kehidupan manusia, dikatakan mendasar karena setiap masyarakat berkeinginan mempertahankan suatu persetujuan mengenai berbagai aturan sosial melalui komunikasi.⁸

Iklan juga sedikit banyak membawa dampak terhadap sastra dan budaya⁹. Proses komunikasi massa didapat direfleksikan ke dalam seni, ilmu pengetahuan dan masyarakat. Akan tetapi disayangkan ketika masa revolusi, budaya yang di dapat lebih bersifat anarkis akibat propaganda yang dilakukan oleh kebanyakan

⁶ Charles R. Wright, *Mass Communication : A Sociological Perspectiv atau Sosiologi Kominikasi Massa ter.* Jalaluddin Rakhmat (Bandung : Remaja Rosdakarya, 1988) hal. 7

⁷ James Lull. *Op. Cit.*, hal. 6

⁸ *Ibid.*, hal. 1

⁹ Budaya adalah suatu ekologi yang kompleks dan dinamis dari orang, benda, pandangan tentang dunia, kegiatan dan latar belakang yang secara fundamental bertahan lama tetapi juga berubah dalam komunikasi dan interaksi sosial rutin. Charles R. Wright. *Op. Cit.*, hal. 38

surat kabar di masa revolusi. Dampak budaya tidak hanya mengenai budaya masyarakat revolusi, tetapi dampak budaya juga dapat dilihat dari kelanjutan Fonds Kemerdekaan yang mengembangkan usaha dengan malam pertunjukan amal. Berbagai lukisan dipamerkan guna menyakinkan dunia internasional melalui seni Indonesia yang ditampilkan. Walaupun dibuat untuk memperoleh dana, hal ini secara tidak langsung membantu pengembangan budaya Indonesia dan memperkenalkan budaya Indonesia kepada rakyat Indonesia maupun warga negara asing yang ada di Indonesia, mengingat pada masa revolusi banyak warga negara asing di Indonesia yang sedang menjalankan tugas sebagai wartawan perang.

Sedangkan, dampak dari sastra dilihat dari iklan kemerdekaan yang meminta karangan langsung. Karangan yang masuk ke redaksi *Merdeka*, dimuat di dalam surat kabar *Merdeka* dengan nama “halaman putera” dikeluarkan setiap hari Sabtu sejak tahun 1948 hingga 1949. Banyak masyarakat yang ikut berpartisipasi dengan mengirimkan karya tulis mereka baik berupa cerita pendek ataupun puisi. Tulisan-tulisan tersebut berisi kalimat yang sederhana tetapi dapat membakar semangat masyarakat Indonesia, seperti puisi yang dimuat pada tanggal 20 April 1948.

Pergilah!

Pergilah kak!
Pergi buat bakti,
Untuk ibu pertiwi
Kami melepas, berichlas
hati!

Pergilah kak!
Kemedan djaja,
Mengabdikan pada negara
Berjuang terus menuntut
bela

Pergilah kak!
Daku tak kecewa
Walau hanya nama kembali pulang
Itu tandanya putera negara

Argani,
Jakarta

Hasil karya ini cukup membawa kita ke dalam suasana nasionalis dan memperkaya sastra nasionalis masa revolusi. Nama Argani sudah beberapa terlihat beberapa kali mengirimkan karyanya ke pada surat kabar *Merdeka*, yang dimuat dalam “halaman putera”. Banyak sastrawan baru yang lahir di masa revolusi dengan karyanya yang menggebu-gebut nasionalisme. Pada waktu itu, pertamanya kalinya kita merasa sepenuhnya terlepas dari kekuasaan asing. Tekanan yang tiba-tiba saja tidak ada itu, tentunya menimbulkan berbagai peristiwa dan penghayatan yang kadang sangat menakjubkan terhadap rangkaian peristiwa tersebut.¹⁰

Sastra tidak jauh dari langit, ia adalah ciptaan sastrawan dan merupakan tanggapan dan sekaligus penilaian terhadap segala sesuatu yang dihayati. Karena sastrawan adalah anggota masyarakat, maka tanggapan dan penilaian tersebut sebenarnya merupakan milik masyarakat juga. Dalam pengertian semacam itulah banyak penulis yang beranggapan bahwa sastra mencerminkan zamannya.¹¹ B.M Diah sebagai pemimpin redaksi dari surat kabar *Merdeka* juga merupakan salah satu sastrawan Angkatan 45 bersama dengan Chairil Anwar, Asrul Sani dan para sastrawan lainnya.

Ketika masa revolusi, hampir seluruh media memuat puisi-puisi dan semboyan-semboyan propaganda yang berasal dari masyarakat. Sehingga ada yang mengatakan sastra kita pada dasarnya adalah sastra koran dan majalah, karya sastra berkembang terutama di koran dan majalah dan tidak dalam bentuk buku.¹² Surat kabar yang hakekatnya mengeluarkan berita-berita walaupun sedikit tetap memperhatikan sastra. Dengan mudahnya memuat hasil karya sastra ke dalam sebuah media komunikasi massa, membuat opini masyarakat dapat dengan mudah tersalurkan.

¹⁰ *Denyut Nadi Revolusi Indonesia* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997) hal.276

¹¹ *Ibid.*,hal. 277

¹² *Ibid.*, 103

Iklan mengenai permintaan karya tulis dalam surat kabar ini dirasa cukup efektif. Dibuktikan dengan ucapan terima kasih dari surat kabar *Merdeka* ataupun surat kabar lain yang menggunakan jasa *Merdeka* kepada pihak-pihak yang telah menyumbangkan karyanya. Sebagian dari surat kabar tersebut memberikan hadiah yang sepantasnya kepada hasil karya sastra yang dimuat. Sedikit banyak dengan adanya iklan kemerdekaan ini, surat kabar *Merdeka* turut mengembangkan sastra revolusi.

IV.2. Dampak Ekonomi

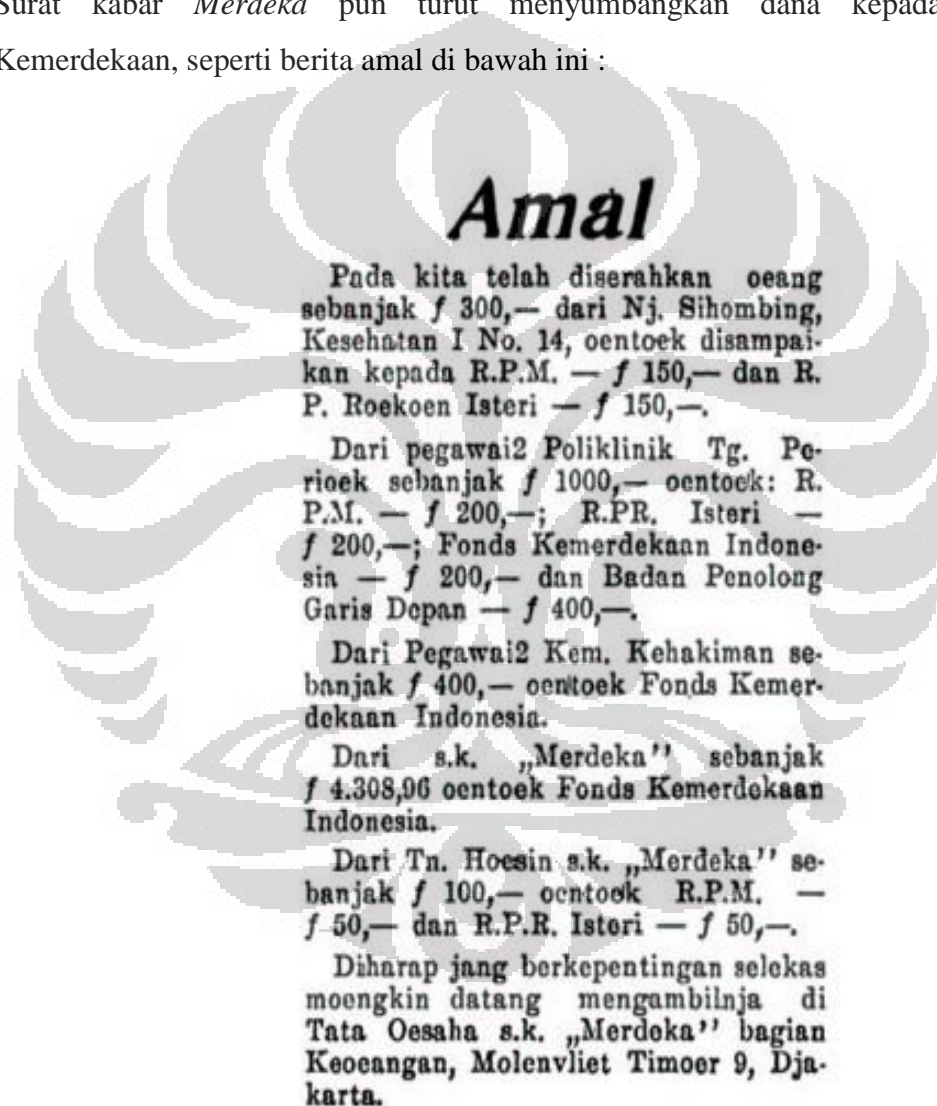
Surat kabar *Merdeka* berusaha membantu pemerintah dalam menanggulangi masalah ekonomi dengan mengeluarkan iklan pengumpulan dana kemerdekaan. Iklan pengumpulan dana kemerdekaan dalam surat kabar *Merdeka* meminta respon balik dari masyarakat berupa sumbangan dana yang masuk ke dalam dampak ekonomi. Dampak ekonomi yang dimaksud di sini tidak untuk menguntungkan surat kabar *Merdeka* sebagai pembuat iklan.¹³ Dana yang terkumpul sepenuhnya diserahkan kepada pemerintah atau badan-badan sosial yang terkait.

Pemasangan iklan ini walaupun hanya beberapa kali saja tetapi cukup efektif. Dikatakan efektif, karena melihat dari timbal-balik yang dilakukan oleh masyarakat. Timbal balik ini dimuat dalam surat kabar *Merdeka* itu sendiri. Sumbangan dana kepada Fonds Kemerdekaan, rumah piatu, PMI dan fonds-fonds lainnya masih terlihat hingga tahun 1949, padahal *Merdeka* hanya memasang iklan mengenai pengumpulan dana ini pada pertengahan tahun 1947. Memang di dalam komunikasi massa umpan balik biasanya terjadi tidak secara langsung, antara komunikator dengan komunikan dalam komunikasi massa tidak terjadi kontak langsung yang memungkinkan mereka mengadakan reaksi langsung satu sama lainnya.¹⁴ Ditambah ada kebiasaan yang dilakukan oleh masyarakat pada masa revolusi untuk tidak langsung membuang surat kabar yang telah lama, akan tetapi mereka memberikannya kepada orang lain untuk dibaca.

¹³ Dilihat dari lembaran surat kabar *Merdeka* yang meminta langsung kepada pihak yang ingin memasang iklan untuk menyerahkan iklan sebelum pukul 15.00 WIB setiap hari kecuali hari libur.

¹⁴ Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2006) hal. 109

Banyak pihak yang telah ikut atau turun langsung untuk membantu masalah ekonomi. Baik yang mengatasmamakan pribadi, kelompok ataupun lembaga. Bukan saja warga asli Indonesia yang menyumbangkan dana untuk Fonds Indonesia, beberapa warga peranakan Tionghoa dan Arab terlihat ikut mendukung fonds ini. Nama-nama peranakan Arab seperti Nasar Balfas, Hoesin Djamil, Harun Al Rasjid, dan Moehamad bin Oemar serta peranakan Tionghoa seperti Sin Ming Hua dan Liem, terlihat di dalam berita amal atau berita derma. Surat kabar *Merdeka* pun turut menyumbangkan dana kepada Fonds Kemerdekaan, seperti berita amal di bawah ini :



Amal

Pada kita telah diserahkan oeng sebanjak f 300,— dari Nj. Sihombing, Kesehatan I No. 14, oentoek disampaikan kepada R.P.M. — f 150,— dan R. P. Roekoen Isteri — f 150,—.

Dari pegawai2 Poliklinik Tg. Perioek sebanjak f 1000,— oentoek: R. P.M. — f 200,—; R.PR. Isteri — f 200,—; Fonds Kemerdekaan Indonesia — f 200,— dan Badan Penolong Garis Depan — f 400,—.

Dari Pegawai2 Kem. Kehakiman sebanjak f 400,— oentoek Fonds Kemerdekaan Indonesia.

Dari s.k. „Merdeka” sebanjak f 4.308,96 oentoek Fonds Kemerdekaan Indonesia.

Dari Tn. Hoesin s.k. „Merdeka” sebanjak f 100,— oentoek R.P.M. — f 50,— dan R.P.R. Isteri — f 50,—.

Diharap jang berkepentingan selekas moengkin datang mengambilnja di Tata Oesaha s.k. „Merdeka” bagian Keoangan, Molenvliet Timoer 9, Djakarta.

Gambar 4.1 Berita Amal

Sumber: Surat kabar *Merdeka* 26 Oktober 1946

Rumah piatu yang menjadi salah satu perhatian surat kabar *Merdeka*. Pada 5 Januari 1946, rumah piatu “Rukun Istri” telah menerima f.25.000-. Sumbangan ini diberikan dengan perantara surat kabar *Merdeka*. Selain itu, Pada 16 Agustus 1946 perkumpulan bangsa Arab memberikan sumbangan sebesar f. 100.000.- kepada Fonds Kemerdekaan dan jumlah ini terus bertambah. *Merdeka* juga memberikan sumbangan kepada BPKKP sebesar f. 56.92.- dan masih banyak pihak yang ikut menyumbangkan dana. Akan tetapi sangat disayangkan bahwa surat kabar *Merdeka* tidak menjelaskan berapa jumlah dana keseluruhan dana yang diterima dari masyarakat untuk disumbangkan kepada badan-badan sosial.

Dana-dana yang terkumpul oleh redaksi *Merdeka* disalurkan langsung kepada pihak-pihak terkait. *Merdeka* meminta kepada pihak-pihak yang disebutkan dalam berita amal atau berita derma untuk segera mengambilnya sendiri di kantor redaksi *Merdeka*. Dana-dana yang terkumpul pada Fonds Kemerdekaan awalnya digunakan untuk membiayai seluruh kegiatan republik, akan tetapi terhitung pada Maret 1946 tidak lagi menanggung biaya untuk ongkos komite nasional pusat dan daerah, biaya gerakan atau partai yang didirikan pemuda atau rakyat serta biaya dan ongkos laskar rakyat. Fonds Kemerdekaan hanya menanggung biaya PMI, Mereka yang menjadi korban dalam membela kehormatan tanah air termasuk keluarga yang ditinggalkan, Pelajar yang tidak mampu, yang menyumbangkan pikiran, bagian propaganda luar negeri, dan Berbagai usaha yang nyata untuk memperkuat sendi negara Indonesia merdeka.¹⁵

Pemerintah tidak hanya menerima begitu saja dana dari Fonds Kemerdekaan, tetapi berusaha untuk mengelolanya kembali melalui berbagai cara antara lain pasar derma, malam amal pertunjukan lukis, dan kartupos. Menurut *Merdeka*, kartupos dikeluarkan oleh pemerintah pada 12 Januari 1946 ini membuktikan salah satu kekuasaan *de facto* Indonesia.¹⁶ Usaha-usaha yang dilakukan pemerintah ini juga membuahkan respon yang positif di dalam masyarakat. Pasar derma dan malam amal pertunjukan lukis terus diadakan, hal ini membuktikan bahwa acara yang diselenggarakan pemerintah cukup sukses dan mendapat tanggapan yang baik dari masyarakat.

¹⁵ Surat kabar *Merdeka*. 16 Maret 1946

¹⁶ Surat kabar *Merdeka*. 14 Januari 1946

Pembiayaan perjuangan fisik selama satu tahun sesungguhnya telah dibiayai dengan cara gotong royong oleh seluruh rakyat Indonesia, akan tetapi hal ini jauh dari kata cukup. Untuk menjalankan perekonomian yang baik, pemerintah mengeluarkan ORI. Masalah mengenai pengumpulan dana dari rakyat pada masa revolusi menurut Andi Suwirta dalam tesisnya memang belum dikaji secara teliti. Jumlah yang pasti mengenai berapa dana yang terkumpul juga tidak ditemukan secara pasti karena pembukuan pada masa revolusi belum begitu rapi dan baik. Memang sebelum ORI dikeluarkan, pengorbanan rakyat berupa bantuan dalam bentuk natura dan jasa-jasa telah menjadi sumber dana yang utama bagi perjuangan.¹⁷

Dalam pemasangan iklan ini, *Merdeka* secara materi tidak mendapat keuntungan apapun, iklan mengenai pengumpulan dana kemerdekaan tidak dipungut bayaran seperti iklan komersial lainnya. Ketika masa revolusi *Merdeka* belum mementingkan keuntungan, yang ditekankan ketika itu oleh para pekerja *Merdeka* adalah untuk mendukung kemerdekaan.¹⁸ Dengan memasang iklan pengumpulan dana kemerdekaan semakin menguatkan bahwa *Merdeka* adalah alat perjuangan. Keuntungan yang diperoleh *Merdeka* adalah legitimasi dari masyarakat dan kepercayaan masyarakat dibuktikan dengan memakai jasa surat kabar ini sebagai perantara untuk menyumbangkan dana. Ucapan terima kasih pun tidak lupa dikeluarkan oleh *Merdeka* kepada pihak-pihak yang telah menyumbangkan dananya melalui surat kabar ini, seperti yang terlihat pada tanggal 2 September 1946 Fonds Kemerdekaan Jakarta.

¹⁷ Oey Beng To. *Sejarah Kebijakan Moneter Indonesia* (Jakarta : LPPI, 1991) hal. 86

¹⁸ Pada 1946, suasana perjuangan menyebabkan keinginan pengelola *Merdeka* untuk mencari keuntungan belum dikedepankan, *Merdeka* hanya menempatkan diri sebagai corong pemerintah. J.R. Chaniago., *et al. Op.Cit.* hal. 18

ADPRTENSI
ATAS SOEMBANGAN² ITOE DIOE-
TJAPKAN BANJAK TERIMA
KASIH!
 Soembangan oentoek Fonds Kemerde-
 kaan, FONDS GOENA PERDJOE-
 NGAN DAN PEMBANGOENAN NE-
 GARA, jang sekecil bago'manapun
 besar artinya bagi neesa dan bangsa!
 Siapa lagi Pengemoed² Peroe-
 sahan Besar menjomodi!
 Pengeroes dja. Balai Agoeng.

Gambar 4.2 Iklan ucapan terima kasih Fonds Kemerdekaan

Sumber : Surat kabar *Merdeka*, 26 September 1946

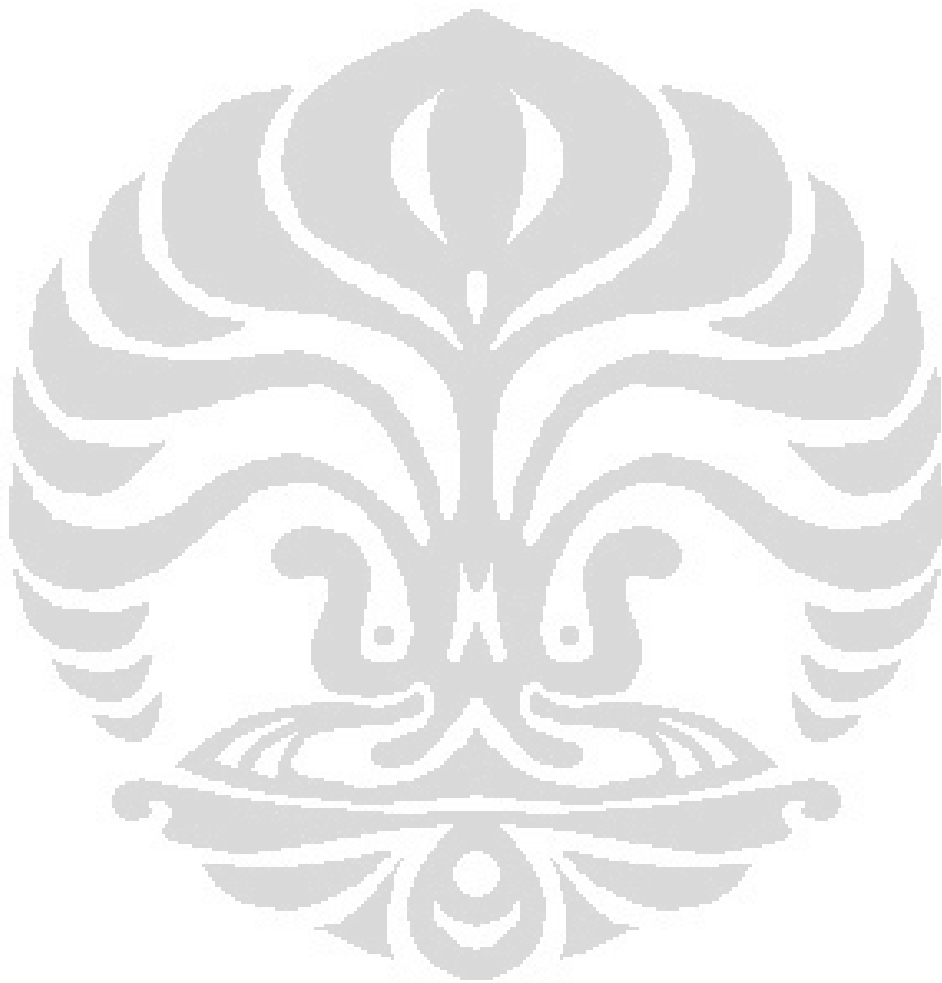
Iklan pengumpulan dana lainnya yang dipromosikan dalam surat kabar *Merdeka* adalah Pinjaman Nasional. Seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, pemerintah mempromosikan mengenai Pinjaman Nasional dengan melibatkan media massa sebagai sarana komunikasi massa. Pinjaman Nasional yang berjangka waktu 40 tahun ini mendapatkan respon yang positif di masyarakat. Usaha pemerintah dengan melibatkan media massa dengan mempromosikan Pinjaman Nasional, cepat ditanggapi oleh masyarakat. *Merdeka* bukan satu-satunya yang mempromosikan hal ini, surat kabar lain juga melakukan hal yang sama. Dalam iklan Pinjaman Nasional, pemerintah langsung meminta kepada masyarakat untuk langsung berhubungan ke bank-bank yang ditunjuk, karena berurusan dengan obligasi.¹⁹

Dalam berita di surat kabar *Merdeka* pada tanggal 30 Juli 1946, rakyat dan petani membeli obligasi Pinjaman Nasional, terhitung mulai tanggal tersebut sudah 5000 penduduk membeli obligasi. Pinjaman tahap pertama berhasil mengumpulkan uang sejumlah f. 500.000.000.- pinjaman ini pun dinilai sukses.²⁰ Sukses yang dicapai oleh pemerintah itu dapat dijadikan ukuran bagi dukungan rakyat. Tanpa dukungan rakyat dan kesadaran rakyat yang tinggi semacam itu pemerintah pasti akan mengalami kebangkurutan, jika hanya mengandalkan

¹⁹ Obligasi adalah surat pinjaman dengan bunga tertentu dari pemerintah yang dapat diperjualbelikan *Kamus Besar Bahasa Indonesia. edisi ke-10 cetakan ke- 2* (Jakarta : Departemen Pendidikan Nasional, 2008) hal. 911

²⁰ Marwati Djoened Poesponegoro dan Nugroho Notosusanto. *Sejarah Nasional Indonesia, Jilid VI.* (Jakarta : Balai Pustaka, 1993) Hal. 174

bantuan internasional dari negara lain. Mengenai Pinjaman Nasional sendiri, sama seperti dengan Fonds Kemerdekaan, tidak tercatatnya dengan baik apakah Pinjaman Nasional yang menargetkan sebesar *f.* 1.000.000.000.- terwujud atau tidak.



BAB V

Kesimpulan

Berbagai peristiwa penting terjadi di Indonesia pada masa revolusi. Hal ini telah mendorong berbagai pihak untuk membantu di masa-masa sulit di awal kemerdekaan. Media massa khususnya media cetak sebagai alat komunikasi massa yang paling efektif ketika itu, cukup memainkan peranan penting dalam memobilisasi masyarakat. Surat kabar *Merdeka* menyatakan diri sebagai corong republik. Surat kabar perjuangan yang terbit di Jakarta ini memberikan warna tersendiri dalam mengisi kemerdekaan Indonesia, tidak saja melalui berita yang disajikan tetapi juga melalui iklan, khususnya melalui iklan non-komersial. Kehadiran iklan ini pada masa revolusi cukup berperan penting dalam mengisi kemerdekaan Indonesia. Iklan tersebut memberikan informasi yang bermanfaat untuk masyarakat. Iklan non-komersial dalam surat kabar *Merdeka* secara garis besar dibagi menjadi dua yaitu iklan pendukung kemerdekaan dan iklan pengumpulan dana kemerdekaan.

Iklan pendukung kemerdekaan cukup efektif dalam menjalankan perannya di masa revolusi. Berbagai informasi yang disampaikan kepada masyarakat cukup diterima. Sedangkan iklan pengumpulan dana kemerdekaan yang dipasang dalam surat kabar *Merdeka*, khususnya mengenai Fonds Kemerdekaan banyak mendapat respon balik dari masyarakat sehingga dapat dikatakan iklan ini efektif. Mengenai iklan Pinjaman Nasional dalam surat kabar *Merdeka* juga cukup efektif. Dalam berita surat kabar *Merdeka*, bank-bank dipenuhi oleh masyarakat yang antusias membeli obligasi Pinjaman Nasional. Maka dapat dikatakan iklan Pinjaman Nasional dapat menjalankan fungsinya sebagai alat informasi dan persuasi khalayak.

Melalui iklan, surat kabar *Merdeka* mencoba untuk mendorong masyarakat untuk melakukan sesuatu hal demi Negara Kesatuan Republik Indonesia yang baru berdiri. Iklan menjalankan fungsi utamanya sebagai alat informasi dan mempengaruhi masyarakat. Informasi yang disampaikan lebih kepada hal-hal penting sekitar kemerdekaan yang menyangkut kehidupan masyarakat. Fungsi lainnya yang cukup menonjol adalah iklan sebagai alat propaganda. Iklan

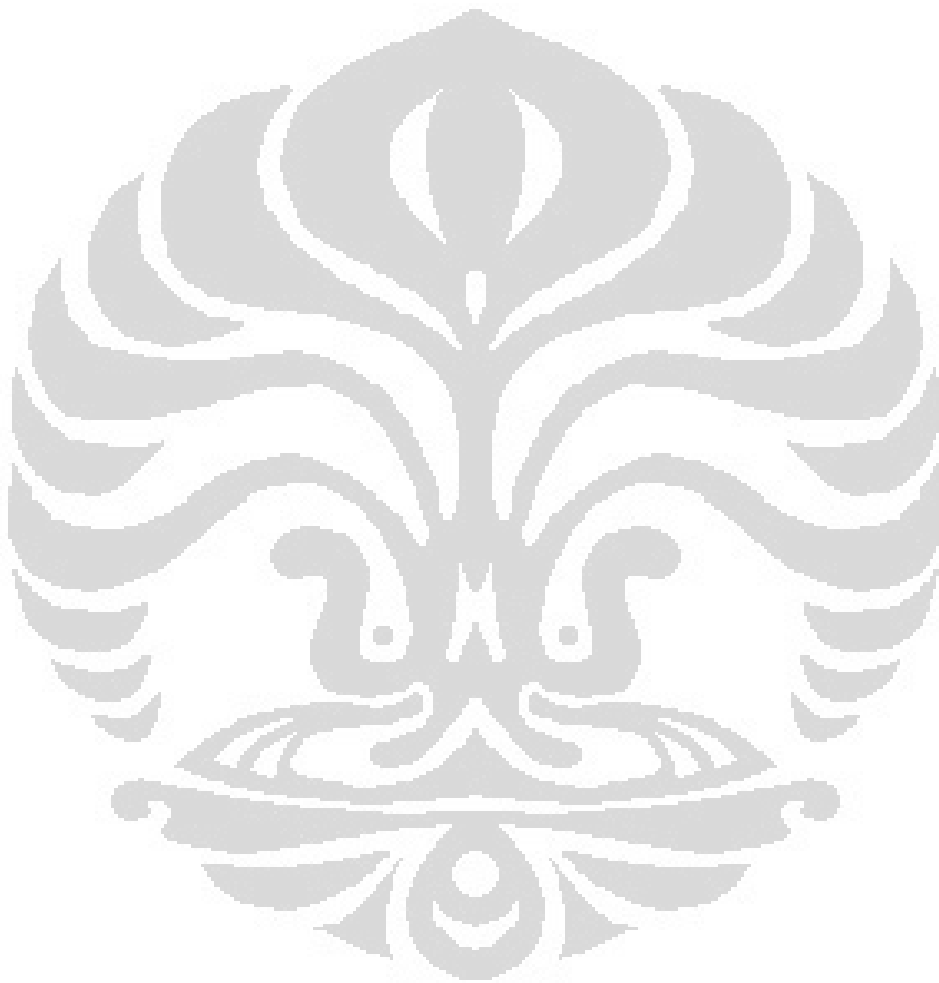
propaganda yang dikeluarkan lebih kepada untuk memonjokan pihak Belanda mengingat situasi zaman saat itu. Di tengah kesulitan yang melanda Indonesia tidak menghalangi keefektifan iklan dalam menjalankan fungsinya di masa revolusi. Ciri iklan pada masa revolusi yang hanya terdiri dari beberapa susunan kalimat dirasa cukup memenuhi kaidah dari sebuah iklan.

Iklan-iklan non-komersial yang mendukung kemerdekaan dalam surat kabar *Merdeka* tidak terlepas dari peran B.M. Diah sebagai pimpinan umum redaksi surat kabar tersebut. B.M. Diah sebagai pimpinan umum tentunya mempunyai hak untuk menentukan isi dari surat kabar tersebut. B.M. Diah memang orang penting di dalam surat kabar ini bahkan ada yang mengatakan bahwa surat kabar *Merdeka* merupakan *personal journalism*. Keterlibatan surat kabar *Merdeka* dalam mengisi kemerdekaan melalui iklan tidak terlepas dari pandangan politik B.M Diah yang nasionalis sebagai pendiri dan penggerakannya. Melalui iklan, surat kabar *Merdeka* semakin menguatkan diri dan menyatakan bahwa surat kabar tersebut berani secara terang-terangan untuk mendukung kemerdekaan Indonesia. B.M. Diah menjadikan surat kabar *Merdeka* sebagai alat perjuangan bangsa. Surat kabar *Merdeka* sangat berperan penting dalam masa perang kemerdekaan dan menjadi surat kabar yang cukup diminati oleh masyarakat. Surat kabar *Merdeka* adalah satu diantara surat kabar yang hidup di tengah tekanan pihak Sekutu ataupun Belanda.

Pada dasarnya iklan adalah sebuah media komunikasi massa yang menyampaikan Informasi-informasi penting. Informasi-informasi tersebut tentunya memberikan dampak tersendiri di dalam kehidupan masyarakat, karena sekecil apapun sebuah komunikasi massa pasti membawa dampak. Alat penyampaian yang digunakan dapat dikatakan efektif atau tidak efektif tergantung dari dampak yang ditimbulkan. Dampak yang ditimbulkan sangat berhubungan erat dengan kondisi masyarakat dan situasi zaman pada saat itu.

Iklan dalam surat kabar *Merdeka* seperti yang telah dikatakan cukup efektif jika dilihat dari perannya dan iklan ini pun juga dianggap efektif bila melihat dampaknya. Dampak ekonomi yang ditimbulkan dari pemasangan iklan pengumpulan dana kemerdekaan dalam surat kabar *Merdeka* dapat dilihat dari berita amal atau berita derma yang mencantumkan nama-nama dari penyumbang.

Berita amal atau berita derma ini terus ada dan mencerminkan dari keefektifan iklan tersebut. Sedangkan dampak lainnya adalah dampak sosial dan budaya dari pemasangan iklan pendukung kemerdekaan. Dilihat dari dampaknya iklan ini pun dipandang cukup efektif jika melihat dari halaman putera pada surat kabar *Merdeka* setiap hari sabtu yang banyak menampilkan tulisan-tulisan masyarakat hingga tahun 1949.



DAFTAR REFERENSI

Sumber Primer:

Surat kabar *Merdeka* Oktober 1945- Desember 1949

Surat Kabar *Berita Indonesia* September 1945

Surat Kabar *Kedaulatan Rakjat* Oktober 1945

Sumber Buku :

Alfian. *Komunikasi Politik dan Sistem Politik di Indonesia*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1991

Arifin, E. Zaenal, dkk. *Pemakaian Bahasa dalam Iklan Berita dan Papan Reklame*. Jakarta : Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1992

Arifin, Anwar. Dr.Prof. *Pers dan Dinamika Politik : Analisi Media Komunikasi Politik*. Jakarta : Yarsif Watampone, 2010

Atmadi, T. Drs. Ed. *Bunga Sampai catatan Pertumbuhan dan Perkembangan Sistem Pers Indonesia*. Jakarta : PT. Pantja Simpati, 1985.

Cangara, M. Sc, Hafied. Prof. Dr. *Komunikasi Politik: Konsep Teori, dan Strategi*. Jakarta : Rajawali Pers, 2009.

HP, Harjana dan Djoko Dwinanto. *Kurir-kurir kemerdekaan*. Jakarta : Balai Pustaka, 1989.

J.R. Chaniago., et al. *Ditugaskan Sejarah, Perjuangan Merdeka 1945--1985*. Jakarta: PT. Merdeka Sarana Usaha, 1987.

PPPI(Persatuan Perusahaan Iklan Indonesia). *REKA REKLAME: Sejarah*

Periklanan Indonesia 1744—1984. Rev.ed. Yogyakarta : Galangan press, 2004.

Pane, Neta S. Ed. *Aku Wartawan Merdeka*. Jakarta: Pustaka Spirit, 2009.

Suwirto, Andi dan Ika Listiyarini. *Suara Dari Dua Kota : Revolusi Indonesia*

dalam Pandangan Surat Kabar Merdeka(Jakarta) dan Kedaulatan Rakyat(Yogyakarta) 1945—1947. Jakarta: Balai Pustaka, 2000.

Taufik, Iman. *Sejarah dan Perkembangan Pers di Indonesia.* Jakarta:

Triyinc, 1977.

Ricklefs, M.C. *A History of Modern Indonesia* atau *Sejarah Indonesia*

Modern, terj. Drs. Darmono Hardjowidjono, Cetakan ke-8. Yogyakarta: Gajah Mada universitpress, 2005.

Kakiailatu, Toeti. *B. M. Diah Wartawan Serba Bisa.* Jakarta : Pustaka

Sinar Harapan, 1997.

Kanumayoso, Bondan. *Menguatnya Peran Ekonomi Negara : Nasionalisasi*

Perusahaan-Perusahaan Belanda di Indonesia. Jakarta : Sinar harapan, 2001.

Lasmidjah Hardi., *et. al. Jakarta ku, Jakarta mu, Jakarta kita.* Jakarta :

yayasan pencinta sejarah. 1987.

Lull, James. *Media, Comunication, Culture : A Global Approach* atau *Media, Kumunikasi, Kebudayaan : Suatu Pendekatan Global, Terj.* Parakitri T. Simbolan. Jakarta : Yayasan Obor Indoensia, 1998.

Mcquail, Denis. *Teori Komunikasi Massa.* Edisi Kedua. Jakarta : Erlangga,

1991.

Nurudin. *Komunikasi Progaganda.* Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Bandung, 2002

Oey, Beng To. *Sejarah Kebijakan Moneter Indonesia.* Jakarta : LPPI, 1991.

Poesponegoro, Marwati Djoened dan Nugroho Notosusanto. *Sejarah Nasional Indonesia, Jilid VI.* Jakarta : Balai Pustaka, 1993

Sastrosatomo, Soebadio. *Perjuangan Revolusi.* Jakarta: Pustaka Sinar

Harapan, 1987.

S.Madjadikara, Agus. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan.* Jakarta:

PT.Gramedia Pustaka Utama, 2004.

Soebagijo, I.N. *Jagat Wartawan Indonesia.* Jakarta : PT Gunung Agung,

1981.

Uchjana Effendy, M.A., Onong. Drs. *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktik*.

Bandung : Remadja karya CV, 1984.

Widyatama, Rendra. *Pengantar Periklanan*. Jakarta : Buana Pustaka

Indonesia, 2005.

-----, *Surat Kabar Pada Tiga Zaman*. Jakarta :Departemen

Penerangan, 1987.

-----, *Garis Besar Perkembangan Pers Indonesia*. Jakarta : Serikat

Penerbit Surat Kabar Pusat, 1971.

-----, *30 Tahun Indonesia Merdeka*, Edisi ke 8. Jakarta : Tira Pustaka,

1980.

-----, *Denyut Nadi Revolusi Indonesia*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka

Utama, 1997.

-----, *Sejarah Revolusi Kemerdekaan (1945—1949) DKI Jakarta*.

Jakarta : Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1991

-----, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, edisi ke-10 cetakan ke-2*.

Jakarta: Balai Pustaka, 1999

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Jumlah iklan dalam surat kabar *Merdeka* 1945-1949

Tahun 1945

No	Bulan	Iklan Pendukung Kemerdekaan	Iklan Pengumpulan dana Kemerdekaan
1	Oktober	15	7
2	November	13	3
3	Desember	12	2

Tahun 1946

No	Bulan	Iklan Pendukung Kemerdekaan	Iklan Pengumpulan dana Kemerdekaan
1	Januari	10	4
2	Febuari	8	2
3	Maret	3	1
4	April	3	4
5	Mei	4	10
6	Juni	5	2
7	Juli	7	9
8	Agustus	5	4
9	September	3	2
10	Oktober	4	3
11	November	5	1
12	Desember	7	2

Tahun 1947

No	Bulan	Iklan Pendukung Kemerdekaan	Iklan Pengumpulan dana Kemerdekaan
1	Januari	11	1
2	Febuari	16	2
3	Maret	13	3
4	April	8	1
5	Mei	4	2
6	Juni	5	-
7	Juli	8	-
8	Agustus	Tidak Terbit	
9	September		
10	Oktober	2	-
11	November	3	-
12	Desember	4	-

Lampiran 2: Lanjutan

Tahun 1948

No	Bulan	Iklan Pendukung Kemerdekaan	Iklan Pengumpulan dana Kemerdekaan
1	Januari	-	-
2	Febuari	-	-
3	Maret	4	-
4	April	4	-
5	Mei	7	-
6	Juni	11	-
7	Juli	11	-
8	Agustus	-	-
9	September	-	-
10	Oktober	2	-
11	November	10	-
12	Desember	8	-

Tahun 1949

No	Bulan	Iklan Pendukung Kemerdekaan	Iklan Pengumpulan dana Kemerdekaan
1	Januari	6	-
2	Febuari	3	-
3	Maret	2	-
4	April	1	-
5	Mei	4	-
6	Juni	3	-
7	Juli	9	-
8	Agustus	5	-
9	September	4	-
10	Oktober	3	-
11	November	-	-
12	Desember	-	-

Sumber : Surat Kabar *Merdeka* Oktober 1945- Desember 1949

Lampiran 3 : Iklan Pendukung Kemerdekaan : Iklan informasi mengenai kegiatan pemerintah

MAKLOEMAT

Dengan ini dipermakloemkan kepada Pemimpin2 Djawatan, Badan2 jang bersangkutan serta ehajak oemoem, bahwa moelai tanggal 7 Nopember '46 tjap Djawatan kami jang lama berbentoeok boendar teloe dengan tertoeelis:

sebelah atas „Siaran Radio”
tengah „Djakarta”
bawah „Republik Indonesia”

tidak berlakoe lagi dan diganti dengan tjap jang baroe berbentoeok boendar teloe djoega, tetapi dengan toelisan

sebelas atas „**RADIO REPUBLIK INDONESIA**”
di tengah „**D J A K A R T A**”
bagian bawah „**KEMENTERIAN PENERANGAN**”.

Para Pemimpin2 Djawatan, Badan-badan jang bersangkutan serta ehajak oemoem diharap mengambil perhatian seperloenja.

RADIO REPUBLIK INDONESIA DJAKARTA.

Sumber : Surat Kabar *Merdeka*, 6 November 1946

keterangan : iklan yang memberitahukan mengenai pengantian lambang dari radio republik Indonesia (RRI), bertujuan agar masyarakat bisa membedakan bila-bila ada pihak yang mengaku sebagai RRI.

Pidato Radio
PRESIDEN REPOEBLIK INDONESIA
Oentoeok Rakjat
seloeroeh Indonesia
Malam besok tg. 6/7 Oktober 1945 moelai pk. 19.30
Presiden Repoeblik Indonesia P. J. M. Ir. Soekarno akan berpidato didepan Radio Repoeblik Indonesia (gelembang 109 m)
Seloeroeh Rakjat di Indonesia hendaklah mendingarkan pidato jang penting ini.

Sumber : Surat Kabar *Merdeka*, 5 Oktober 1945

keterangan : Pidato presiden RI adalah sangat ditunggu oleh masyarakat dan *Merdeka* mengeluarkan iklan ini bertujuan untuk menginformasikan kepada masyarakat. ini merupakan usaha *Merdeka* untuk memobilisasi masyarakat

PEMBAGIAN BAWANG MERAH DAN KATJANG KEDELAI

Oleh P.T.E. dengan perantaraan PERWABI dan anggota2nja akan dibagikan kepada pendoeloeok:

Daerah Kawedanan Djatinegara Kota:
Bawang Merah dengan harga f 0,35 (tiga poeloeoh lima sen) per KG.
Katjang Kedelai dengan harga f 0,22 (doen poeloeoh doen sen) per KG
Anggota PERWABI boleh mengambil bagiannja seljak hari Kemis tgl. 31 Okt. 1946 — di GORJANG Djalan MATARAMAN No. 187A, D'NEMBARA.
Pembagian kepada anggota DITOELOEP sampai tanggal 6/11/46.
Karena barang terseboet diatas beloeom meztjakoepi, maka pemingine oentoeok ini kali hanja mengenni anggota PERWABI daerah Djatinegara dan oentoeok dibagikan hanja kepada Pendoeloeok Djatinegara.

PEMBAGIAN OENTOEOK:

Anggota kl. I dan II:	Bawang Merah	35 KG.
	Katjang Kedelai	40 KG.
Anggota kl. III :	Bawang Merah	20 KG.
	Katjang Kedelai	18 KG.

Pengoeroes
PERSATOEAN TENAGA EKONOMI
TJABANG DJAKARTA

Djakarta 30 Okt. 1946.

Sumber : Surat Kabar *Merdeka*, 31 Oktober 1946

Keterangan : Secara tidak langsung *Merdeka* membantu kemerdekaan dengan memberi informasi mengenai pembagian bahan pangan yang dapat meringankan beban masyarakat masa revolusi

Lampiran 4 : Iklan Pendukung Kemerdekaan :
Iklan permintaan karangan

DIMINTA Beberapa karangan Gerita pendek, memetikkan nasib penderitaan rakyat, selama dalam pendudukan Jepang. Karangan yang diterima baik, akan diberi hadiah. Surat?Kutipan?lain boleh minta kepinda.
A. RAHUL AMAR
GANG. TANAH TINGGI VIII-7 - DJAKARTA.

Sumber : Surat Kabar *Merdeka*, 13 Oktober 1945

Keterangan : permintaan tulisan nasionalis turut membantu masyarakat mengapresiasi kemerdekaan

MADJALLAH „THE VOICE OF FREE INDONESIA“
Minta serombongan karangan? tentang soal? pergaulan, keadaan negeri, sejarah, kebudayaan Indonesia dan lain? dengan maksud memberi penerangan seba?baiknya kepada dunia luar.
Karangan ser. itu dapatnja dalam bahasa Inggris, kalau tidak moengkin boleh dalam bahasa Indonesia.
Karangan? karangan yang moesi mendapat honorarium seajaknja.
Surya Timor I Paviljoen
Alamat sekretaris:
Djakarta.

Sumber : Surat kabar *Merdeka*, 15 Oktober 1945

Keterangan : permintaan karangan dari masyarakat dalam bahasa Inggris agar dapat dibaca agar oleh penduduk negara lain, baik yang berada di Indonesia maupun di luar Indonesia.

N.V. BADAN PENELITIAN NASIONAL
Kantor: Gombak Barat 7, Tjito, Djakarta 971-951, Postbox 44.
I. Ingta berkeinginan dengan surat? yang mempoentja karangan? (manuscript) bentuk? dit?ribikan, menjadi buku? risalah atau di moent dalam majalah. Begitoe djawa? gambar? atau karikatoer.
II. Mengertikan beberapa tenaga? moetera atau moetera yang berkeinginan? moent? moent? bangsa dengan djalan beroesaha di dalam? penerbitan.
III. Moesi sekareng moerima pesanan? PENANGGALAN NASIONAL 1946 dan ALMANAK NASIONAL 1946 (sebesar Volksalmanak doeloe).
IV. Sediak? hari ini akan sponal dit?ribikan „A brief survey of the Socio-Economic History of Indonesia“ karangan Mr. R. M. Sunaria. Harga / 2,- terhitung? moesok kirim. Djawa? bisa djpesan pada KRAMAT 100, paviljoen.
V. Akan menerbitkan majalah? bergambar „MIMBAR“, Reda?toer: Winarno, Red? Gambar: Soetoro, Staf? setia: Basoeki Abdullah.
Madjallah? minggoan? penerbit „REVUE INDONESIA“, Redaksi: Soemanang, M. Hardjokoeseomb? dengan bantoan tetap? it? Anwar Tjokroaminoto dan Winarno.
VI. Sedia moent? advertensi dalam? penerbitan? tersebut diatas. Pada

Sumber : Surat Kabar *Merdeka*, 8 November 1945

Keterangan : iklan permintaan karangan ini, ikut serta berperan dalam menambah sastra revolusi yang sedang berkembang saat itu.

Lampiran 5: Iklan Pendukung kemerdekaan :
Iklan propaganda

Belanda memperkosa Soesoenan Demokrasi! — Dutch violate Democratic Institutions!

Sumber : Surat kabar *Merdeka*, 8 Oktober 1945

Keterangan : Usaha *Merdeka* dalam memberikan citra buruk untuk Belanda, ditulis sengaja dengan dwibahasa agar pihak Belanda membaca.

Parisen Rakjat! Semporna-
kandah pondjangan kanyoeng!

Sumber : Surat kabar *Merdeka*, 15 Oktober 1945

Keterangan : *Merdeka* memberikan memerintahkan masyarakat untuk menjaga keamanan kampung.

Tanah Airke Indonesia
Darah Boetra. Boetrama
mendjadi taroeh!

Sumber : Surat kabar *Merdeka*, 23 Oktober 1945

Keterangan : propaganda untuk tetap menjaga tanah air Indonesia dengan segenap tenaga walaupun nyawa menjadi taruhan

Diagalah keamanan rakjat dengan tenaga sendiri!

Sumber : Surat kabar *Merdeka*, 1 Oktober 1945

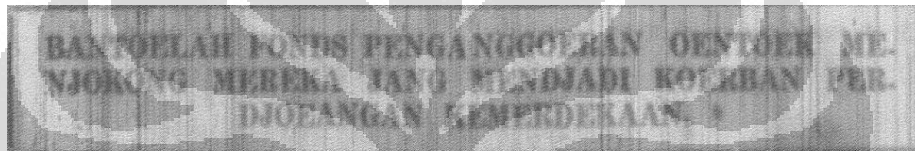
Keterangan : propaganda untuk tetap menjaga keamanan rakyat tanpa bantuan dari pihak manapun

Lampiran 6 : Iklan Pengumpulan dana Kemerdekaan



Sumber : Surat Kabar *Merdeka*, 8 Febuari 1947

Keterangan : iklan yang mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam Fonds Kemerdekaan.



Sumber : Surat Kabar *Merdeka*, 5 Oktober 1945

Keterangan : Iklan yang mengajak masyarakat untuk membantu Fonds Penggaguran.



Sumber : Surat Kabar *Merdeka*, 16 Oktober 1946

keterangan : Iklan pinjaman nasional bertujuan mempengaruhi masyarakat membeli obligasi untuk mengurangi inflasi dan penyokong kemerdekaan

Lampiran 7 : Iklan yang bertujuan untuk mengumpulkan dana kemerdekaan

Bantualah*memperkoat
FONDS GOENA PERDJOEANGAN
DAN PEMBANGOENAN NEGARA

dengan membeli
Kartoepos Fonds Kemerdekaan
Tempat pendjoealan:
Diemoea Kantor Pos dan F. K. I. dengan alamat Balai Agoeng.

Sumber : Surat Kabar *Merdeka*, 12 Oktober 1946

keterangan : Penjualan kartupos yang hasilnya untuk Fonds kemerdekaan



Sumber : Surat Kabar *Merdeka*, 19 Juni 1946

Keterangan : Pasar Malam Amal bertujuan menghimpun dana Fonds Kemerdekaan guna perjuangan Indonesia

PERTOENDJOEKAN LOEKISAN EMIRIA SUNASSA
DI VAN HEUTSZBOULEVARD No. 1 DJAKARTA

Dari hari Djoem'at, tgl. 15 Nov. sampai 22 Nov. 1946.
Moelai djam 9,00 — 13,00 dan 17,00 — 19,00.

Programma didjoeal oentoek
PALANG MERAH INDONESIA.

Sumber : Surat Kabar *Merdeka*, 13 November 1946

keterangan : Pertunjukan lukis beryujuan ini untuk mengumpulkan dana Palang Merah Indonesia

Lampiran 8 : Dampak dari Iklan BERI dan PERWABI yang memberikan informasi kepada masyarakat

HARGA BERAS B. E. R. I.

DJAKARTA, 28 Febrosari:

POESAT B. E. R. I. Krawang mengoemoenkan:

Oleh karena telah beberapa kali terboesti bahwa beras B. E. R. I. didjoel pada rakjat dengan harga yang tidak sepatasnja, maka dengan ini diberitahoean bahwa harga beras B. E. R. I. adalah seperti berikoet:

- a). Boeat rakjat Djakarta f 5.25 satoe liter.
- b). Boeat rakjat Krawang f 5.— satoe liter.

Demikianlah soepaja rakjat dan kantor2 yang berkenentingan mendjadi tahoe. Kalau oemoem ingin mengetahoei, apa kampoeng atau kantornja beloem dapat ataukah soedan dapat, boleh minta keterangan pada „Balai Agoeng Kota Djakarta” bagian ekonomi dan dikantor P. M. R. Prapatan 52 Djakarta.

Sumber : Surat Kabar *Merdeka*, 28 Febuari 1946

Oesaha "Perwari"
DJAKARTA, 31 Djoeli (Antara):
PERWARI" jabang Djakarta mengoemoenkan, bahwa penapatan bersih dari pendjoelan nasi goreng yang diadakan pada „Hari Ama" tanggal 17 Djoeli bertepatan dengan hari peringatan 11 boelan Kemerdekaan Indonesia, berdjoeimah f 8.669.—
50% Dari djoeimah terseboet diperoentoekkan bagi koerban2 kebakuran dan perdjoengan, sedang yang 50% lagi diserahkan kepada Panitia Pengoempoelan Mas dan Intan.

Sumber : Surat Kabar *Merdeka*, 31 Juli 1946

Lampiran 9 : Dampak Iklan Pendukung Kemerdekaan :
Halaman PUTERA

TENAGA JANG TERSEMBUNJI

Anak-anaku sekalian! Kalau Bapa' kalaupun, bahwa kamu sekalian mempunyai tenaga jang tersembunyi, tentu banjak anak2 jang tidak pertaja. Walaupun pertaja, mereka masih belum tahu, apa jang Bapa' maksudkan dengan kalimat tertulis diatas itu. Maksud Bapa' adalah sebagai berikut: Kita mempunyai tenaga, jang tidak kita pergunakan. Baru kita pakai, kalau kita dalam bahaya atau sedikit-tidaknja di dalam keadaan jang terdesak. Sebagai tjontoh Bapa' terangkan:

Pemuda A. biasanja beladjar hanya 3 djam sehari. Lebih dari itu, sudah dirasakan sangat cape sekali. Kerap kali orangtuanja menasihatkan, agar si A. itu lebih rajin beladjar. Tetapi nasihat orangtuanja itu tidak pernah dilakukannja. Ia beladjar djuga, akan tetapi lebih dari waktu jang dia biasakan, nampaknja baginja sudah tak dapat lagi.

Tetapi anehnja.... diwaktu si A. tadi menghadapi ujian, dia sanggup beladjar sampai 8 djam seharinja. Satu minggu berturut-turut! Dan hasilnja... si A. menang djuga dalam ujianja.

Anak-anaku sekalian! Dengan tjontoh jang Bapa' uraikan diatas tadi, Bapa' sekedar menundjukkan, bahwa di dalam dijiwa dan badan kita ini, ada kekuatan jang tersembunyi, jang hanya kita pakai, kalau kita sudah "terjepit", sudah dalam keadaan jang luar biasa.

Tjontoh lainnja. Seorang pemuda umumnya "takut" dengan tikus. Ada seekor tikus jang lalu dimuka kakinja, sipemudi tadi sudah berterak2, seolah ia menghadapi seekor harimau.

Tetapi.... sewaktu pemuda tadi berada dalam bahaya, waktu kapal terbang menembak dari atas dan rumah2 dikota banjak jang terbakar, malam itu djuga sipemudi tadi berani tidur di tengah hutan, jang penuh dengan bilas, katak, lapan, tikus dan sebagainya. Hati takut sedikit pun tidak ada.

Tjeritera ini bukan suatu chajal (fantasia), tetapi terdjadi betul, diwaktu Belanda me-

ngadakan "aksi polisioni"nja di salah satu kota.

Peladjaran apakah jg dapat kita ambil dar, kejadian tsb. diatas? Ja'ni, kalau sudah terpaksa, keluarlah keberanian kita jg luar biasa itu. Kita makin berani, makin pandai, makin tahan, kalau sudah terpaksa.

Djadi njatalah sudah, bahwa didalam dijiwa dan badan manusia itu, adalah kekuasaan dan tenaga jang tidak dipergunakan. Baru kita pakai, kalau kita terdesak.

Nasihat Bapa' kepada anak2 sekalian, para pemuda dan pemudi seluruhnja: Pakailah tenaga jang tersembunyi itu, meskipun kamu tidak dalam keadaan terdesak! Pergunakan tenaga gaibmu itu, walaupun kamu tidak terdjepit! Dan Bapa' yakin, kalau kamu sekalian dapat melakukannja, kamu sekalian akan lebih pandai, lebih pandal, lebih tepat naik kelas, lebih lekas menjapai tjita-tjita mu dari pada sekarang ini!

Diantara anakanaku jang dapat melakukan nasihat Bapa' ini, ia akan dapat merasakan hidup berbahagia dikemudian hari, karena waktunja tidak banjak jang terbuang. Dan bagi kita, mempergunakan waktu pada saatnja itulah jang sangat sulit. Siapa jang dapat dan biasa melakukannja, diakhir anakkuar. Kuat pikirannja, kuat kepercayaannja dan kuat tjita2nja untuk menjapai sesuatu!

Siapa diantara anak-anakku dapat melakukannja nasihat Bapa' ini, Bapa' minta kabar, supaya dapat Bapa' muatkan dalam ruangan ini. Sekian minggu ini, nasihat dari:

PAP MURNAI

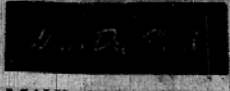
Anakku Siti R. Bogor berjanja:

Apakah di Medan ada djuga sekolah2 mendjahit dan membinak pakaian (compens) serupa di Djakarta?

Djawab: Ada, meskipun tak sebanjak Djakarta.

Anakda E.R. Bandung.

Djawaban surat Bapa' tentu sudah anakda terima dan bagai manakah tjita2mu sekaling? Pindah sekolah di Djakarta?



KALU batja adpertenai Merdeka, maka dr. Clemenik lihat se-akan2 surat kabar Merdeka itu tidak bisa dilawan lagi. Tetapi, dr. Clemenik jang biasanja djuga ahli dalam bikin rame2, mau kasih nasihat, kepada para pembatja bahwa adpertenai itu bisa bikin jang ketjil gede, jang gede kaja' raksasa.

Sampe ada satu tukang adpertenai buat pilem di Hollywood susah tjari perkataan jang lebih hebat dari "colossal" artinya, "kaja' raksasa" buat lebih mengatasi perkataan2 jang dipake oleh lawanja.....

Asal djangan kaja' kodok saja; sudah besar karena ke pompa sendiri meu tjoba lebih besar lagi. Bisa "mledos, dong!"

KALU dr. Clemenik didjeman ini disuruh bikin semajam adpertenai, umpamanja buat surat kabar dr. Clemenik sendiri (jang dr. Clemenik sendiri pimpin dan urus, djadi bukan Merdeka, lho, dimana dr. tjuma kuli tinta adja buat podjok ini) lalu dr. Clemenik akan tulis:

Harian Clemenik jang terbesar!

Djangan batja: isinja kaja' beres, korresponden politiknya litjik, dan modalnja dapat dari pemerasaan, djual garam, gula dan beras ke Singapura, dan haluanja kaja' tentu...!

Dr. Clemenik tanggung. op- laagnja dari limapuluh lembar dalam tiga hari djadi limapuluh ribu lembar....

Sebab dasarnja rahajat dr. Clemenik bisa dibodoin sihi!

(Apa ija, pa' dr. Clemenik bernapsu bener 'nil' Corr.).

MATURUT bantja salah satu surat dari Bandung jang dimuntkan dalam halaman putera-katanja inspektur pengadjaran adalah satu sekolah memberikan fatwa kepada murid2nja supaya menjambut "wali negara" dengan memakai adat Sunda dan djangan pake pekik "Merdeka".

Rupanja inspektur itu ma-

in berdjwa djaman banewa dan rupanja kema djanganja tin takut bangsa Inlonesia djadi bangsa merdeka.

Apakah inspektur jg. majam gituan pentas djadi inspektur pengadjaran diderah Pjsundan jang katanja udah djadi "negara" tanja si Tolol.

Dr djawab, ini salah satu soal jang harus dipejahkan oleh apa dinamakan "menteri pengadjaran" dari "negara pasundan", supaya angkatan muda Paraklajangan djangan sampe berdjwa peujeum.....

RUPANJA tidak hanya rahajat di Pasar T. Abang, Pasar Rumpit, Pasar Senang, Asem Regat dan lain2nja selalu berusaha meipatakan perhubungannja dengan dr. tapi djuga satu klangan jang dianggap djatuh achliknja orang mengusahakan perhubungannja dengan dr. Begitulah diantara lumpukan surat rahajat buat dr. jg masuk kemaren, berdjapat dua putjuk surat jang nam beritakan bahwa bedrang "bunga raja" dapat ltrb' besar dan diharapkan supaya dr. memberikan fatwa2 kepadanja. Hotel dan nomor kamarnja dikasi lengkap.

Si Tolol jang keliatannja silap2 liat angka 1.50.000 tanja sama dr apa dr akan kundjungi adres jang spesi diterangkan pada dr itu?

Kalu dalam djurnalistia ada resja redaksi, maka mengena ini, adalah resja' an sendiri, djawab dr. Tapi sebagai pandjar pertama, jg. boleh Tolol tau, ialah dr. do lakan supaya pihak jang bersangkutan setelah dapag untung besar, djadi tobat dan kembali djadi orang baik2 serta anggota masyarakat jang berguna.

Si Tolol lantaran tidak puas sampe garuk2 kepala kurtjing.

Handwritten signature

P E M A N D A N G A N Isi diluar tanggungan Penfjetak

Sumber : Surat Kabar Merdeka, 30 Maret 1948

Lampiran 11 : Dampak Iklan Pengumpulan : Berita Fonds Kemerdekaan

Oentok Fonds Kemerdekaan

Telah diterima lagi dengan perantaraan Komite Badan Pembantoe Keamanan Oemoem Djl Soemenep 9, Djakarta, orang soembangan oentok Fonds Kemerdekaan dari tjabang-tjabang Komite tsb, jaktoe dari:

tjabang Wanajasa	f 16,06
tjabang Pamazoeakan	f 3,14
tjabang Krawang	f 4,95
	<hr/>
	f 24,15
Dari tt. Moehsin dan Kartawinata	f 25,—
	<hr/>
Djoemlah	f 49,15

Pemoeda pemoeda Roekoen Kampoeng 7 (Petodjo Ilir) telah menjerahkan oelang sebanyak f 500,— dengan maksöed agar Repoeblik Indonesia dapat berdiri tegak, kekal abadi.

Keinsafan ini diboehtikan poela oleh pedagang² loa jang djoega dapat mengoempolkan oelang sebanyak f 360,— dan telah diterimakan pada Komite Nasional.

Sumber : Surat Kabar *Merdeka*,

17 Oktober 1945

Soembangan pendoedoek Oentok Fonds Kemerdekaan.

Keinsafan pendoedoek Djakarta Raja dalam oesaha menegakkan pemerintahan Repoeblik Indonesia dapat diboehtikan dengan perboetan jang njata. Selain mereka menjajapkan diri membela dengan oewaraga oentok kepentingan soetji itoe, djoega soembangan harta benda winalir teroes seperti tertjantoes dibawah ini.

Dari pendoedoek keboeranan Kroekot ialah:

Roekoen Kampoeng	III	f 254,56
"	V	f 102,50
"	VI	f 346,—
"	XII	f 141,88
"	XIII	f 360,—
"	XVII	f 138,80

Djoega dari Tanah Abang. Hingga kini telah lk. f 5000 ba djoega oelang soembangan jang telah diterima oleh Fonds Kemerdekaan Tjabang distrik Tanah Abang.

Diantara djoemlah tsb sebesar f 331,72 jang baroe diterima dengan perantaraan toem Soedono Jendani Kerapatan Kampoeng Kesehatan (Petodjo).

Sumber : Surat Kabar *Merdeka*,

18 Oktober 1945

Lampiran 12 : Dampak Iklan Pengumpulan Dana:
Berita amal

Oentoek Amal.

Pada kita telah diserahkan orang sedjoemlah f 950,— dari Tn. Hoesin Djamil oentoek disampaikan kepada:

Roemah Piatoe Moeslimin — f 250,—; Roemah Piatoe Moehammadijah — f 225,—; Roemah Piatoe Roekoem Isteri — f 225,— dan Fonds Kemerdekaan — f 250,—.

Diharap jang berkepentingan datang mengambilja di redaksi Merdeka di Molenvliet Timoer 9, Djakarta.

Tuan Tabrani atan nama pegawai Pemetaan Pengoseaha Kendaraan (P.P.K.) telah menjeretikan orang so

Sumber : Surat Kabar *Merdeka*, 26 Oktober 1946

Amal.

Tata Usaha sk. „Merdeka“ Molenvliet Timoer 9, Djakarta telah menerima soembangan dari:

1. Tn. Latumahina, Makassar (Roewesi) oentoek „Fonds Kemerdekaan“ f 500,—.

2. Badan Pembagian Makanan Rakjat (B.P.M.R.) Noordwijk 23, Djakarta.

Oentoek dibagi-bagikan:
Sosinal f 250,—
Piatoe Moeslimin f 250,—
Roekoem Isteri, Gg. Sentiong f 250,—
Fonds Kemerdekaan f 250,—

Diharap jang berkepentingan datang mengambilja di Kantor sk. „Merdeka“ bagian Tata-Usaha, Molenvliet No. 9, Djakarta.

Sumber : Surat Kabar *Merdeka*, 21 Oktober 1946

Lampiran 13 :Berita Mengenai Kelanjutan Fonds Kemerdekaan



Sumber : Surat Kabar *Merdeka*, 12 Januari 1946



Sumber : Surat Kabar *Merdeka*, 15 Juli 1946

**KEWADJIBAN MENJIMPAN
DALAM BANK**

JOGJA, 24 Agoest. (Antara):

MENTERI Koeangan mengeloarkan peratoeran sebagai berikut:

Menteri Koeangan menimpang:

Bahwa perloe diberikan keloeasan kesempatan bagi oemoem oentoek memenehi kewadliban menjimpan oeng dalam bank. menoeroet Peratoeran Pemerintah Pengganti Oendang2 Nomor 3 tahoen 1946.

MENGINGAT pasal 3 dan pasal 10 dari Peratoeran Pemerintah Pengganti Oendang2 Nomor 3 tahoen '46.

MEMOETOESKAN

Menoendjoek Kantor2 Pegadaian Negeri sebagai Kantor Pembantoe Bank Rakjat dalam menjalankan peratoeran tsb. dengan ketetapan, bahwa Kantor2 Pegadaian tsb. moelal menjalankan pekerdjaannja pada tg. 25 Agoestoos 1946.

Ditetapkan di Djokja. tg. 16/8-1946

Menteri Koeangan.
SOERACHMAN

Sumber : Surat Kabar *Merdeka*, 25 Agustus 1946

...pendidikan sekolahan landa...

SOEMBANGAN OENTOEK

ROEKEN ISTERI

Telah berloemlah
Rp 25.000.--

Datara loemloem loemloem terhadan R. P. ...
soedah diadakan pengoemloemlah bahwa kalo san anak2 baroes lo-roes dipulnara dalam masa oeng-djian seperti sekotang ini, ter-nyata dari sara san Roema Platoe tsb. dihoedjani dengan soembangan-soembangan

Hingga kini telah k. f. 25.000.-- yang soedah diterima, diantaranya belasan riboe roepiah soemban-gan2 oemoem jaur diberikan dengan perantaraan sk. "Merde-ka"

Lain baroepe oeng, dioega ba-njak dari dermawan2 yang telah memberi soembangan baroepe ba-rang kabatoehan sehari-hari.

Sumber : Surat Kabar *Merdeka*, 5 Januari 1946



Sumber : Surat Kabar *Merdeka*, 20 Mei 1946

PINDJAMAN NASIONAL

Bandjir teroes

JOGJA, 28 Mei (Antara):

SEBAGAI telah kita kabarkan baroe-baroe ini, diberapa tempat rakjat bergembira menjamboet "Pindjaman Nasional"

Lebih landjoet dapat dikabarkan, tentang perhatian rakjat diberapa tempat sbb.:

Bondowoso

Dikota ini dibentok satoh panitia "Pindjaman Nasional" dibawah pimpinan Dewan Gaboengan Lebahipoe-man. Pada tanggal 24 Mei bahasetan pendjelahan dari panitia tersebut berdjalan keseloeroeh keonderan bentok mengadakan pendjelahan dan penerangan tentang sesoetoe jang berhoeboeangan dengan "Pindjaman Nasional" terdiri dari wakil Penerangan dari masing' perhimpoean. Mereka djoega membawa soerti? pendaftaran pindjaman dari Bank Rakjat. Di tempat tersebut diadakan pertemuan dengan wakils bank. Bismillah orang' terkampoean dari para kiai. Pembeliar soerti pindjaman model saat itoe mengalir pada Bank Rakjat jang menjamboetnja dengan gembira.

Dinas Penerangan, panitia dan Bank Rakjat bekerja bersama-sama dengan teratoer.

Pekalongan

Pada tanggal 20 Mei di Pekalongan telah berdjalan Panitia Pindjaman Nasional" atas insiatip P.T.E. Panitia tersebut diketoeali oleh Soesilo A. Kadir Bakri dan 5 orang anggota. Oleh Kementerian Persewaan Djawa Tengah di Solo diterima kabar dari Pekalongan, bahwa tanggal 20 Mei sebelum berdjalan panitia tersebut "Pindjaman Nasional" soedah mentajapi f. 1.108.000. Dan kabar pang'nehir dari Pekalongan mentajaka bahwa pada tanggal 27 Mei Keresidjahan Pekalongan soedah mentajapi 27 djoeta roepiah.

Di hak P.T.E. asal dari Pekalongan mentajangoeap 10 djoeta roepiah.

Madjien

Dari pendjajah Kota dan Kabupaten Madjien telah diterima lebih dari f. 60.000 soedah dari pendjajah soedah Keresidjahan Madjien di takir lebih dari f. 300.000. Programnja teroes dilakoeakan dengan membantja sehingga soerang pindjaman menetrir teroes meneroes.

Poerwodjoe

Setelah diadakan penerangan di tiap Kawedanan dan Kabupaten Poerwodjoe tentang "Pindjaman Nasional" pada tanggal 25 Mei telah dapat dikempoeikan soerang sedjoemlah f. 600.000 loentok maksoed teroes bentok. Soerang bjoe soerang petani dari desa Sandanghari, Hadji Ichwan, telah menjerjakan sekor kerbau seharga f. 4000.

HARI BESAR

DJAKARTA, 29 Mei:

MENOEROET kebiasaan sedjak berdirinja Negara Republik Indonesia pada hari-hari Raja Agama Islam dan Kristen semoea kanton-kantor Pemerintah ditoeleap ketoeali kanton-kantor pedjabatan penting jang haroes diboeka pada hari-hari itoe.

Kepala kanton-kantor jang bersangkutan dibolehkan memoeotokan dan menelajakan apakh kantonnja haroes ditoeleap atau tidak.

Demikian pengoeoeman Kementerian Agama jang kita terima hari ini.

KEPERTJAJAAN PETANI

PATI, Mei (Sg.):

Di Pati dan daerahnja koeon tani sekarang sedang babok membeli soerti Pindjaman Nasional. Sampai tanggal 22 Mei sadija di Bank Rakjat Koeoes soedah tertajapi f. 9000, sedang keonderan Madjoebo f. 38000; 34 petani disoetoe desa dikeonderan Bae soedah dapat membeli sedjoemlah f. 33100.

KERETA API

DJAKARTA, 29 Mei:

DARA perawai Djawatan Kereta Api Setasoen Djakarta soerang kuni telah dapat membeli sedjoemlah f. 18.000. Permintaan masih mengalir teroes.

Sumber : Surat Kabar Merdeka, 30 Mei 1946