



UNIVERSITAS INDONESIA

**TRANSFORMASI STRATEGI HARIAN REPUBLIKA DALAM RANAH
JURNALISTIK DARI ERA ORDE BARU HINGGA ERA REFORMASI
(1990-2010)**

SKRIPSI

**JAUHARUL ANWAR
0806347763**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
DEPOK
JANUARI 2012**



UNIVERSITAS INDONESIA

**TRANSFORMASI STRATEGI HARIAN REPUBLIKA DALAM RANAH
JURNALISTIK DARI ERA ORDE BARU HINGGA ERA REFORMASI
(1990-2010)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana sosial

**JAUHARUL ANWAR
0806347763**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN SOSIOLOGI
DEPOK
JANUARI 2012**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Jauharul Anwar
NPM : 0806347763
Tanda Tangan : 
Tanggal : 2 Januari 2012

**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN SOSIOLOGI
PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Jauharul Anwar

NPM : 0806347763

Program Studi : Sosiologi

Judul Skripsi : Transformasi Strategi Harian Republika Dalam Ranah Jurnalistik
Dari Era Orde Baru Hingga Era Reformasi (1990-2010)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

Tim Penguji

Ketua Sidang

Dr. Erna Karim, M.Si

Pembimbing

Drs. Andi Rahman Alamsyah, M.Si

Penguji Ahli

Drs. Ganda Upaya, MA

(.....)

(.....)

(.....)

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 2 Januari 2012

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, Sang Maha Bergantung pada-Nya segala urusan, atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Sosiologi Fakultas Sosial dan Politik 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. Erna Karim, MA, selaku Ketua Program Studi Sosiologi yang telah memfasilitasi penulis selama menjadi mahasiswa sosiologi.
- (2) Drs. Putu Chandra Dewi Kardha, M.Si, selaku pembimbing akademik yang telah membimbing dan mengarahkan saya selama menjadi mahasiswa sosiologi.
- (3) Drs. Andi Rahman Alamsyah, M. Si yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
- (4) Drs. Ganda Upaya, MA, yang telah memberi berbagai masukan terhadap penulisan skripsi ini, pemikiran, serta semangat untuk terus maju mengembangkan pengetahuan sosiologi yang dimiliki penulis di masa yang akan datang.
- (5) Para dosen Departemen Sosiologi yang telah menjadi perantara-Nya dalam memberikan karunia ilmu pengetahuan yang sungguh mengesankan.
- (6) Seluruh Informan yang telah sudi memberikan informasi: Pak Arif Supriyono (Kadiv. Litbang Republika) yang juga telah memberikan data dari Litbang *Republika*, Bang Ade Armando, Bapak Ikhwanul Kiram Masruri (Direktur Pemberitaan PT Republika Media Mandiri), Mas Irwan Arifyanto (Kepala Newsroom Republika), Bapak A. Makmur Makka (Pendiri sekaligus Pemred *Republika* 1997-2000) yang juga telah sudi memberikan dokumen yang sangat penting dan berharga bagi penyusunan skripsi ini, Mas Qusthan yang telah memberikan pemikiran yang peka sebagai seorang pembaca surat kabar, dan Ibu Zuraida Siregar (Mamanya Emir) yang memberikan informasi yang mengesankan.
- (7) Yang paling utama bagi orang tua saya, Bapa yang telah mengajarkan keteguhan dan Umi yang menanamkan kelembutan, dan adik-adik (Siti Hirna Yuliani, Siti Aulia Apriliani, Alfi Salwa Khoeriah, Ahmad Al-qadril Gina) yang terus membayangi ingatan Aa untuk tidak menyerah dan kalah demi cita-cita, masa depan, dan

kemandirian. Keluarga besar Cilawu dan saudara-saudara yang tidak saya dapat sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan doa.

- (8) Teman-teman pejuang sosio 08 yang tidak menyerah dengan hambatannya untuk mengejar tujuan kelulusan kita di bulan Februari 2012: Mbae Dahlia Meiningrum yang punya 'tujuan mulia' lainnya untuk mengejar kelulusan, semoga sakinah ye; Mega Indah Cinderakasih, yang selalu terbuka berdiskusi tentang kabar skripsi, Szasza Hervanofriza sang pejuang pelipur metode kuantitatif sejati di antara kami yang tak henti bertukar kabar, Ayu Agustin Nurshabani yang tak menyerah berhadapan dengan siapa pun yang merintang skripsi, Silvia Anggraeni yang mewarnai perjuangan skripsi kami dengan 'galau' yang tiada henti, Radhitia Wahyu Suprianto yang sudah memberi wejangan teknis dan birokratis dalam penulisan skripsi kami; dan Uda Arie Putra seorang minang yang entah harus diberi sebutan apa karena pemikiran, bantuan pribadi yang tak terhingga, buku-buku koleksinya yang telah saya menemani penulisan skripsi ini, semoga kita tetap bisa bertukar pikiran dan membangun pemikiran.
- (9) Sahabat-sahabat laskar sosio 08 yang telah banyak memberikan pengalaman berkesan untuk waktu yang tidak terbatas. Semoga kesuksesan dan keberkahan ilmu pengetahuan terus menyertai kita.
- (10) Teman-teman SMART UI (Silaturahmi Mahasiswa dan Alumni Garut- Universitas Indonesia) yang terus menghangatkan suasana perantauan dan memupuk kecintaan pada tanah kelahiran dan daerah asal. Semoga ilmu pengetahuan yang kita dapatkan dapat kita semaikan di Garut Pangirutan.
- (11) Teman dan rekan yang tak bisa saya sebutkan secara keseluruhan atas berbagai kenangan yang unik satu sama lainnya dan mewarnai perjalanan biografis saya.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan sosiologi.

Depok, 2 Januari 2012

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Jauharul Anwar
NPM : 0806347763
Program Studi : Sosiologi
Departemen : Sosiologi
Fakultas : FISIP (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik)
Jenis karya : Skripsi

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

Transformasi Strategi Harian Republika dalam Ranah Jurnalistik dari Era Orde Baru hingga Era Reformasi (1990-2010)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, 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 : 2 Januari 2012

Yang menyatakan


(Jauharul Anwar)

ABSTRAK

Nama : Jauharul Anwar
Program Studi : Sosiologi
Judul : Transformasi Strategi Harian Republika dalam Ranah
Jurnalistik dari Era Orde Baru hingga Era Reformasi (1990-
2010)

Skripsi ini meneliti transformasi atau perubahan strategi yang dilakukan oleh Harian Republika sebagai salah satu media cetak di Indonesia dalam ranah jurnalistik dari Era Orde Baru hingga Era Reformasi. Kerangka teori yang digunakan yaitu *field theory* (teori ranah) yang dikemukakan oleh Pierre Bourdieu. Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif dengan metode penelitian berupa *historical comparative*, di mana peneliti menguji data dari peristiwa dan kondisi di masa lalu dalam kerangka teori sosiologis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Republika* melakukan transformasi, yaitu dari subordinasi kekuasaan Orde Baru, simbolisasi representasi Islam, dan pembentukan pasar Islam, menjadi strategi konglomerasi, proporsionalitas kelompok Islam, dan simbolisasi representasi komunitas muslim. Transformasi strategi tersebut dilakukan sebagai suatu dialektika terhadap transformasi ranah jurnalistik dari Era Orde Baru hingga Era Reformasi.

Kata Kunci: Transformasi Strategi, Ranah Jurnalistik, Harian Republika.

ABSTRACT

Name : Jauharul Anwar
Study Program : Sociology
Title : Strategies transformation Republika Daily in Journalistic Field from New Order Era to Reformation Era (1990-2010)

This undergraduate thesis examines the transformation or change in strategy undertaken by Republika daily as one of the print media in Indonesia in the Journalistic field of the New Order Era to Reformation Era. Theoretical framework used field theory which introduced by Pierre Boudieu. Some of the concepts covered in it, are field, habitus, various types of capital (social, economic, cultural, and symbolic), the objective position, the relationships among the domains, strategies, and symbolic power. The research approach used a qualitative approach with a historical comparative research method, where the researcher examines the conditions and evidents in the past in sociological framework. The results of this study indicate that *Republika* has did some strategies transformation from subordination of New Order Power, symbolization of Islamic representation, and establishment of Islamic market to conglomeration, proporstionality of Islamic groups, and symbolization of muslim community representation as a dialectical from the transformation of the journalistic field from New Order Era to Reformation Era

Keywords: Strategy transformations, Journalistic field, Republika Daily.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
ABSTRAK.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Signifikansi Penelitian	7
1.5 Batasan dan Keterbatasan Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	9
2. KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.2 Teori Ranah (<i>Field Theory</i>)	17
2.2.1 Ranah dan Habitus	18
2.2.2 Ranah Jurnalistik	21
3. METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Pendekatan Penelitian	25
3.2 Tipe Penelitian	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data	27
3.4 Teknik Analisis Data dan Validasi Data	29
3.5 Proses Penelitian	31
4. Transformasi Ranah Kekuasaan dan Ranah Jurnalistik dari Era Orde Baru hingga Era Reformasi	33
4.1 Ranah Kekuasaan dan Ranah Jurnalistik pada Era Orde Baru	33
4.1.1 Strategi Politik Soeharto dalam Ranah Kekuasaan Orde Baru	33
4.1.2 Strategi Ekonomi Soeharto dalam Ranah Kekuasaan Orde Baru	35
4.1.3 Strategi Soeharto terhadap Ranah Jurnalistik Era Orde Baru	37
4.1.4 Transformasi Strategi Soeharto dalam Ranah Kekuasaan Orde Baru	46
4.2 Ranah Kekuasaan dan Ranah Jurnalistik pada Era Reformasi.....	57
4.2.1 Desentralisasi Ranah Kekuasaan pada Era Reformasi	58
4.2.2 Otonomisasi Ranah Jurnalistik Pada Era Reformasi	61

5. Transformasi Strategi <i>Republika</i>	
dalam Ranah Jurnalistik dari Era Orde Baru	
hingga Era Reformasi	70
5.1 Dominasi ICMI pada Akhir Kekuasaan Orde Baru	70
5.2 Profil Harian <i>Republika</i>	73
5.3 Posisi Objektif <i>Republika</i> dalam Ranah Jurnalistik	
pada Era Orde Baru dan Era Reformasi	89
5.3.1 Posisi Objektif <i>Republika</i> dalam Ranah Jurnalistik	
pada Era Orde Baru	90
5.3.2 Posisi Objektif <i>Republika</i> dalam Ranah Jurnalistik	
pada Era Reformasi	99
5.4 Habitus <i>Republika</i> dalam Ranah Jurnalistik dari	
Era Orde Baru dan Era Reformasi	107
5.4.1 Habitus <i>Republika</i> dalam Ranah Jurnalistik	
pada Era Orde	107
5.4.2 Habitus <i>Republika</i> dalam Ranah Jurnalistik	
pada Era Reformasi	111
5.5 Transformasi Strategi <i>Republika</i>	
dalam Ranah Jurnalistik dari Era Orde Baru	
hingga Era Reformasi	117
5.5.1 Strategi <i>Republika</i> dalam Ranah Jurnalistik	
pada Era Orde Baru	118
5.5.2 Strategi <i>Republika</i> dalam Ranah Jurnalistik	
pada Era Reformasi	123
6. PENUTUP	128
6.1 Kesimpulan	128
6.2 Implikasi Penelitian	129
6.2.1 Implikasi Praktis	129
6.2.2 Implikasi Teoritis	129
DAFTAR PUSTAKA	130

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Posisi ranah jurnalistik	22
Gambar 2.2	Alur berpikir transformasi strategi <i>Republika</i>	24
Gambar 4.1	Tahapan untuk anggota biasa PWI	42
Gambar 4.2	Pertumbuhan Jumlah Mahasiswa Di Indonesia (1990-2008).....	47
Gambar 5.1	Target tiras <i>Republika</i> dalam 5 tahun pertama (1993-1997)..	80
Gambar 5.2	Rata-Rata tiras <i>Republika</i> (1993-1999)	81
Gambar 5.3	Distribusi <i>Republika</i> pada tahun pertama (1993)	81
Gambar 5.4	Kelompok usia pembaca <i>Republika</i>	84
Gambar 5.5	Tingkat Pendidikan Pembaca <i>Republika</i>	84
Gambar 5.6	Tingkat Pendapatan Pembaca <i>Republika</i>	84
Gambar 5.7	Pendapatan bersih <i>Republika</i> dan porsi iklan terhadap nilai penjualan	85
Gambar 5.8	Pendapatan usaha dari sirkulasi dan iklan	87
Gambar 5.9	Jumlah Rata-rata tiras <i>Republika</i> (2000-2010)	87
Gambar 5.10	Unit usaha Mahaka Media Grup	88

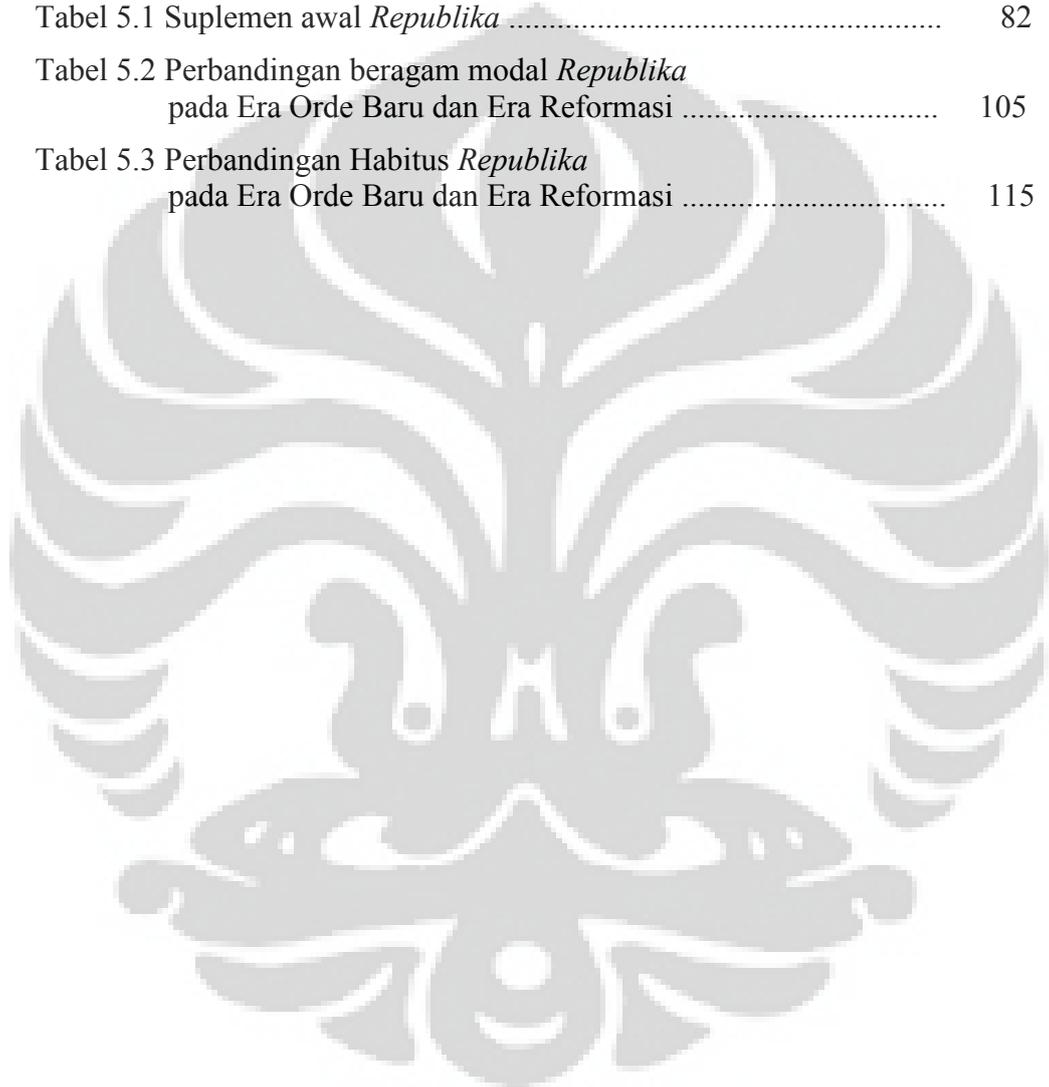
DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Transkrip Wawancara Mendalam 1
- Lampiran 2 Transkrip Wawancara Mendalam 2
- Lampiran 3 Transkrip Wawancara Mendalam 3
- Lampiran 4 Transkrip Wawancara Mendalam 4
- Lampiran 5 Transkrip Wawancara Mendalam 5
- Lampiran 6 Transkrip Wawancara Mendalam 6
- Lampiran 7 Transkrip Wawancara Mendalam 7
- Lampiran 8 Visi dan Misi Harian Republika



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peta kajian penelitian terhadap <i>Republika</i>	16
Tabel 4.1 Belanja iklan media cetak tahun 1994	53
Tabel 4.2 Perolehan iklan media 2005-2010	65
Tabel 4.3 Jumlah dan tiras media 2008 – 2010	66
Tabel 5.1 Suplemen awal <i>Republika</i>	82
Tabel 5.2 Perbandingan beragam modal <i>Republika</i> pada Era Orde Baru dan Era Reformasi	105
Tabel 5.3 Perbandingan Habitus <i>Republika</i> pada Era Orde Baru dan Era Reformasi	115



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam masyarakat modern, media massa memiliki peran yang semakin signifikan. Media massa menjadi sarana produksi dan distribusi berita dan informasi yang efektif bagi masyarakat. Di saat yang sama, media massa juga dapat menjadi alat untuk menyebarkan ide ataupun nilai tertentu sehingga turut mendorong perubahan sosial dalam masyarakat. Gejala lain yang menunjukkan signifikansi media massa yaitu media massa itu sendiri telah berubah menjadi suatu kegiatan industrial yang sangat pesat. Kedua gejala itu didorong oleh perkembangan teknologi yang mampu melahirkan beragam jenis media massa. Di antara berbagai jenis media yang ada, media cetak (surat kabar, majalah, tabloid, buletin, dan sebagainya) merupakan jenis media massa yang lebih berkonsentrasi pada pengumpulan dan penyebaran berita, sehingga memiliki kekuatan menentukan suatu informasi dapat dianggap sebagai suatu berita (Sen, 2002: 71-72).

Dengan perkembangan industri media massa yang semakin pesat di Indonesia, pada Era Orde Baru pemerintah mengelola secara langsung pengumpulan dan penyebaran berita dalam jaringan radio dan televisi oleh melalui RRI (Radio Republik Indonesia) dan TVRI (Televisi Republik Indonesia) (Sen, 2002: 71). Sementara, pers cetak adalah satu-satunya bidang media massa yang tidak bisa dikelola negara secara langsung dan berhasil (Dhakidae, 2003: 365). Pers selalu dipandang Soeharto sebagai bahaya potensial yang menjadi perantara kaum oposisi (Hanazaki, 1998: 28). Maka Soeharto melakukan kontrol yang sangat ketat terhadap pers media cetak, mulai dari tataran ideologi hingga tataran praksis agar media cetak tidak dijadikan sebagai alat untuk meruntuhkan kekuasaannya.

Namun karena tujuannya untuk menjaga kekuasaan, pengendalian yang dilakukan Soeharto cenderung menekankan aspek kontrol sosial dari media cetak, dibanding aspek pertumbuhan ekonominya (Sen, 2002: 71). Pengendalian semacam itu memang menunjukkan adanya kontradiksi. Pemerintah

menginginkan pers atau media cetak tetap tumbuh secara ekonomi, tetapi tetap melakukan kontrol sosial (Mallarengeng, 2010: 4). Pada Peristiwa Malari (Malapetaka Lima Belas Januari) tahun 1974, misalnya, pemerintah melakukan pembredelan atau penghentian secara terhadap tetap 12 surat kabar (Hanazaki, 1998: 128). Tindakan seperti ini terjadi kembali terhadap 14 media cetak pada tahun 1978, dan terakhir pada tahun 1994 terhadap 3 media cetak, yaitu majalah *Tempo*, *Detik*, dan *Editor* (Hanazaki, 1998: 22). Akibatnya, selama Pemerintahan Orde Baru, media cetak Indonesia ter subordinasi oleh kekuatan negara sehingga tidak dapat melakukan kontrol sosial secara penuh dalam kehidupan sosial masyarakat Indonesia.

Dalam kondisi media cetak seperti itu, media Islam merupakan kategori media cetak yang eksistensinya paling ironis di Indonesia. Media Islam justru berada pada posisi marjinal dalam industri media massa di Indonesia yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam. Kondisi ini dapat dipahami melalui perpektif relasi vertikal maupun horizontal. Dalam perspektif relasi vertikal, tindakan Rezim Orde Baru yang menekan gerakan Islam politik berimplikasi pada media Islam yang seringkali menyajikan berita bercorak Islam politis, sehingga tidak jarang media Islam mengalami pembredelan, seperti yang terjadi pada *Abadi* (surat kabar yang diterbitkan oleh Masyumi) pada tahun 1974. Sementara dalam perspektif relasi horizontal, media Islam selalu kalah bersaing dengan media sekuler yang hingga awal tahun 1990-an konglomerasi media masih dikuasai oleh kelompok Kristen dan sekuler, sehingga pers Islam menjadi tersingkir (Hanazaki, 1998: 128). Mereka makin menempati posisi dominan hingga tahun 1990-an dengan membentuk kelompok perusahaan media, seperti *Kompas-Gramedia Group*.

Kondisi di atas seringkali dianggap sebagai upaya marjinalisasi umat Islam dalam berbagai bidang kehidupan di Indonesia. Bahkan, kelompok muslim, semisal DDII (Dewan Dakwah Islam Indonesia), menganggap upaya tersebut sebagai bagian dari “kristenisasi” umat Islam yang sengaja dilakukan oleh kekuatan domestik lokal dan global (Hefner, 2001: 242). Di tengah kekhawatiran itu, Umat Islam Indonesia mendapatkan kesempatan untuk menghilangkan kekhawatiran itu ketika pada awal tahun 1990-an Soeharto mulai mengubah

orientasi sumber dukungan politiknya dari kalangan militer kepada kalangan muslim (Hanazaki, 1998). Reorientasi itu secara jelas ditunjukkan dengan dukungannya secara terbuka terhadap pendirian ICMI (Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia) pada tahun 1991 sebagai organisasi kalangan intelektual muslim Indonesia. Kehadiran ICMI di tengah masyarakat Indonesia menjadi harapan umat Islam Indonesia untuk mengangkat posisi umat Islam dalam berbagai bidang kehidupan di Indonesia (Tanthowi, 2005).

Perlahan-lahan ICMI pun mulai menjawab harapan umat Islam Indonesia dengan melakukan berbagai hal. Upaya ICMI tersebut ditujukan terutama pada sektor-sektor kehidupan yang dianggap vital, seperti ekonomi, politik, termasuk media massa. Dalam sektor ekonomi, ICMI mendirikan Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang merupakan bank syariah pertama di Indonesia (Thantowi, 2005:101-102). Dalam sektor politik, walaupun tidak diprogramkan secara tegas, tapi selama tahun 1990-an kalangan Islam mewarnai kehidupan politik Indonesia dengan menempati posisi-posisi penting dalam pemerintahan, mulai dari anggota legislatif hingga anggota Kabinet Pembangunan Soeharto (Thantowi, 2005). Dapat dikatakan bahwa di awal hingga pertengahan tahun 1990-an Umat Islam mengalami *euforia* atas kebangkitan Islam di tengah masyarakat Indonesia.

Posisi media Islam dalam sektor media massa yang masih belum memihak kepentingan umat Islam kemudian berusaha diatasi ICMI dengan mendirikan surat kabar Islami bernama *Republika* pada tahun 1993. ICMI yang diketuai oleh Habibie, mengharapkan *Republika* dapat menjadi media cetak yang mampu menampung aspirasi dan merepresentasikan masyarakat muslim Indonesia (Hanazaki, 1998: 129). Sejak awal kemunculannya, *Republika* yang terbit secara harian dalam skala nasional, mendefinisikan dirinya sebagai surat kabar Islami yang mencoba menghadirkan pemberitaan dalam perspektif Islami sebagai pilihan karakter pemberitaan (Nugroho, 1999: 7). Dengan kata lain, *Republika* merupakan suatu strategi untuk meneguhkan eksistensi umat Islam sebagai kelompok agama mayoritas masyarakat Indonesia.

Pengunduran diri Soeharto sebagai presiden secara otomotif mengakhiri kekuasaan Rezim Orde Baru yang otoriter dan sentralistik serta membuat masyarakat Indonesia memperoleh kebebasan untuk mengaktualisasikan berbagai

hal tanpa ada lagi kontrol secara ketat yang dilakukan pemerintah. Dalam kalangan Umat Islam Indonesia terjadi diaspora pemikiran dan gerakan Islam. Berbagai aliran dan gerakan Islam yang sebelumnya dikontrol secara ketat oleh kekuasaan Orde Baru, kini memiliki peluang untuk mengaktualisasikan pemikiran dan gerakan Islam secara lebih bebas dan terbuka, misalnya muncul gerakan Islam radikal maupun gerakan Islam liberal. Di saat yang sama pengaruh ICMI dalam masyarakat Indonesia justru mengalami penurunan, karena tidak lagi mendapat dukungan politik dari Pemerintah Orde Baru (Effendy, 2005).

Perubahan kekuasaan juga menyebabkan industri media cetak, terutama sektor jurnalistik atau pers, mengalami proses liberalisasi. Melalui Undang-Undang Pokok Pers No. 40 tahun 1999, B.J Habibie sebagai presiden saat itu melakukan penghapusan terhadap SIUPP sebagai satu-satunya regulasi pemerintah terhadap media cetak, sehingga industri media cetak menjadi sangat kompetitif (Nasir, 2007: 7). Hal itu merupakan salah satu bentuk deregulasi pers, yakni mengubah orientasi regulasi pers dari *state regulation* menuju *market regulation* (Hidayat, 2000: 452). Negara kemudian memiliki kontrol yang terbatas terhadap keberadaan hingga praktek jurnalistik yang dijalankan perusahaan pers. Selama 32 tahun era Orde Baru hanya berdiri 289 media cetak, namun setahun pasca keruntuhan Orde Baru jumlah media cetak melonjak menjadi 1.687 penerbitan atau bertambah enam kali lipat.¹ Jumlah media cetak yang membludak itu diiringi pula oleh wacana dan karakter pemberitaan setiap media cetak yang semakin bervariasi. Setiap media cetak yang ada dapat memproduksi dan mendistribusikan berita secara lebih bebas dan ekspresif, termasuk media cetak Islami, misalnya majalah *Sabili*. Berbagai perubahan kekuasaan dan perubahan industri media cetak yang terjadi pada era Reformasi tersebut tentu menjadi tantangan yang harus dihadapi *Republika* sebagai surat kabar Islam di Indonesia.

Hingga saat ini, telah banyak studi dilakukan terhadap *Republika*. Studi tersebut dapat dikategorikan dalam konteks makro, meso, maupun mikro. Dalam studi makro (lihat Hill, 2011; Hanazaki, 1998), kemunculan *Republika* merupakan gejala atau hasil dari relasi pers atau sektor jurnalistik, gerakan Islam dan

¹ <http://www.antarane.ws.com/view/?i=1203045456&c=NAS&s=> (ANTARA News, 15 Februari 2008) - *Setiap Hari Terbit Lima Media Massa Baru Pasca-Reformasi*, diakses pada tanggal 24 Februari 2011 pukul 14.00 WIB

kekuasaan negara yang terbentuk pada akhir era Orde Baru. Sementara itu, studi pada level meso (lihat Afifi, 2002; Oloan, 2004) melihat *Republika* sebagai sebuah organisasi korporasi dalam sektor media cetak. Studi yang termasuk kategori ini memberikan gambaran mengenai dinamika organisasi, baik dengan fokus pada tindakan aktor-aktor internal dalam merespon kondisi organisasi *Republika*, maupun fokus pada strategi penggunaan kemampuan manajerial yang dimiliki *Republika* terkait posisinya dalam industri media cetak.

Studi lain yang memfokuskan pada level mikro (lihat Hamad, 1997) cenderung mengangkat *Republika* sebagai sebuah produk jurnalistik melalui analisis wacana terhadap teks berita yang dihasilkan *Republika* dan dibandingkan dengan teks berita yang dihasilkan oleh media cetak lainnya. Dengan latar belakang tersebut, maka penelitian ini menggambarkan *Republika* dari gabungan sudut pandang studi-studi tersebut melalui transformasi strategi yang dijalankan *Republika* sebagai suatu organisasi media cetak dalam industri media cetak di Indonesia dari era Orde Baru hingga era Reformasi.

1.2 Permasalahan Penelitian

Dari gambaran di atas nampak bahwa *Republika* muncul sebagai surat kabar Islami yang bertujuan untuk mengangkat posisi umat Islam dalam bidang media massa di Indonesia mendapat dukungan politik dari Rezim Orde Baru di tengah kontrol yang ketat dari Pemerintah Orde Baru terhadap industri media cetak di Indonesia. Namun demikian, pada Era Orde Baru, relasi yang terbentuk antara ICMI dan Soeharto memberikan gambaran lain mengenai strategi yang dijalankan *Republika* dengan memperhatikan posisi dalam masyarakat Indonesia dan karakter pemberitaan yang dibentuknya untuk mencapai tujuan yang dimilikinya.

Posisi *Republika* dalam masyarakat Indonesia dilihat dari relasinya terhadap Rezim Orde Baru itu sendiri, kelompok-kelompok Islam di Indonesia, dan terhadap media cetak lainnya. Posisi *Republika* yang berada di tengah-tengah kekuasaan Rezim Orde Baru di satu sisi menjadi bentuk perlindungan dan dukungan terhadap berbagai praktek yang dijalankan oleh *Republika* untuk mencapai posisi dominan dalam industri media cetak di Indonesia, tetapi di sisi lain posisi tersebut membuat berbagai tindakan *Republika* tidak dapat dilepaskan

dari pengaruh Pemerintah Orde Baru, sehingga strategi yang dijalankan *Republika* untuk mencapai tujuannya juga tetap mempertimbangkan kepentingan Rezim Orde Baru. Sementara itu, pandangan dan wacana keislaman yang diusung *Republika* sebagai surat kabar Islam juga harus menjadi pertimbangan bagi strategi yang dijalankan *Republika* terkait relasinya dengan organisasi atau kelompok Islam yang ada di Indonesia maupun Umat Islam secara keseluruhan sehingga *Republika* menjadi representasi Umat Islam di Indonesia. Yang paling utama, sebagai media cetak, posisi *Republika* pada akhirnya terkait dengan media cetak lainnya, baik yang mengusung wacana keislaman maupun sekulerisme, dalam kerangka pertarungan untuk mencapai posisi dominan dalam industri media cetak di Indonesia. Kondisi tersebut menjadi pertimbangan bagi strategi *Republika* dalam membangun karakteristik pemberitaan yang dianggap tepat dan sesuai dengan posisi yang ditempatinya dengan tetap mengusung wacana keislaman.

Memasuki Era Reformasi, Pemerintah Orde Baru yang sangat otoriter dan sentralistik mengalami kejatuhan dan digantikan pemerintahan yang sangat demokratis. Akibatnya, dukungan politik dari Rezim Orde Baru terhadap *Republika* perlahan menghilang. Begitu pun dukungan ICMI menjadi semakin menurun karena peranan dan popularitas ICMI yang semakin surut sebagai akibat dari runtuhnya kekuasaan Rezim Orde Baru. Dengan mempertimbangkan kondisi tersebut, *Republika* mengubah strategi yang dijelankannya agar dapat mempertahankan atau meningkatkan posisinya di tengah industri media cetak yang semakin kompetitif sekaligus tetap mempertimbangkan kepentingan Umat Islam. Posisi *Republika* pada Era Reformasi memang menjadi lebih independen terhadap pemerintah yang berkuasa, tetapi hal itu justru membuat *Republika* harus mendapatkan perlindungan dan dukungan di luar kekuasaan negara untuk mempertahankan atau meningkatkan posisinya sehingga tujuan *Republika* tetap tercapai di tengah industri media cetak yang semakin kompetitif. Selain itu, *Republika* pun merekonstruksi karakteristik pemberitaannya, terutama wacana keislamannya, yang dianggap sesuai dengan kondisi masyarakat muslim secara umum di Indonesia maupun organisasi atau kelompok Islam secara khusus.

Sementara itu, hingga kini belum ada studi sosiologis yang memberikan gambaran mengenai kondisi *Republika* dalam menghadapi perubahan kekuasaan

dari Pemerintahan Orde Baru yang otoriter menjadi pemerintahan yang sangat demokratis pada Era Reformasi dan perubahan industri media cetak dari yang sangat terkendali pada Era Orde Baru menjadi sangat bebas pada Era Reformasi, sehingga posisi *Republika* pada Era Orde Baru dan Era Reformasi di tengah industri media cetak belum tergambar. Dengan memperhatikan komparasi tersebut, *Republika* akan dilihat sebagai agen jurnalistik pada Era Orde Baru dan Era Reformasi, baik dalam relasinya terhadap negara, agen-agen jurnalistik lainnya, maupun terhadap organisasi atau kelompok Islam yang ada di Indonesia, sehingga akan terlihat gambaran transformasi strategi yang dijalankan dari Era Orde Baru hingga Era Reformasi. Permasalahan di atas kemudian memunculkan beberapa pertanyaan penelitian:

1. Bagaimana posisi *Republika* dalam industri media cetak pada Era Orde Baru dan Era Reformasi?
2. Bagaimana karakteristik *Republika* ketika melakukan transformasi strategi industri media cetak dari Era Orde Baru hingga Era Reformasi?
3. Bagaimana transformasi strategi *Republika* dalam industri media cetak dari Era Orde Baru hingga Era Reformasi dengan mempertimbangkan posisi dan karakteristik pemberitaannya?

1.3 Tujuan Penelitian

Melalui beberapa pertanyaan yang diajukan, penelitian ini diharapkan mampu memenuhi beberapa tujuan penelitian, antara lain:

1. Menggambarkan posisi *Republika* dalam industri media cetak pada Era Orde Baru dan Era Reformasi.
2. Menggambarkan karakteristik *Republika* ketika melakukan transformasi strategi industri media cetak dari Era Orde Baru hingga Era Reformasi.
3. Menggambarkan transformasi strategi *Republika* dalam industri media cetak dari Era Orde Baru hingga era Reformasi dengan mempertimbangkan posisi dan karakteristik pemberitaannya.

1.4 Signifikansi Penelitian

- **Secara akademis**

Selama ini, arus utama studi media massa, seperti ekonomi-politik, kultural, maupun institusional cenderung memberikan dan penjelasan secara

parsial mengenai gejala seputar media cetak. Teori ranah sebagai kerangka teoritis yang masih tergolong baru dalam kajian media dapat menjadi kerangka teoritis yang mampu memberikan sumbangan pemikiran dan model analisis yang sangat mendalam dan menyeluruh, terutama dalam menggambarkan perubahan kondisi media cetak serta kaitannya terhadap suatu masyarakat secara relasional. Untuk itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya telaah sosiologi media massa dengan variasi sosiologi organisasi dan sosiologi politik dalam menganalisis institusi media massa yang terus mengalami perkembangan.

- **Secara praktis**

Dalam ranah jurnalistik, *Republika* dapat dianggap sebagai media Islam. Dengan kondisi sosial masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama muslim, posisi *Republika* sebagai organisasi media cetak menjadi begitu unik dan menarik. Di satu sisi, *Republika* dituntut menjadi media yang mampu menampung dan menyalurkan kepentingan dan aspirasi umat Islam, tetapi di sisi lain *Republika* juga harus mempertimbangkan persaingan yang dihadapinya dalam industri media massa yang terjadi di Indonesia. Kondisi tersebut kian menarik untuk diteliti ketika dihadapkan perubahan yang terjadi dalam industri media cetak dari Era Orde Baru hingga Era Reformasi dan berbagai perubahan yang terjadi dalam masyarakat di Indonesia.

1.5 Batasan dan Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini batasan dilakukan terhadap beberapa aspek yang berhubungan dengan objek maupun subjek penelitian. Secara metodologis, batasan dilakukan untuk memfokuskan penelitian. Batasan dalam penelitian ini dilakukan terhadap beberapa hal. *Pertama*, *Republika* sebagai subjek penelitian hanya dilihat sebagai organisasi surat kabar, walaupun kemudian *Republika* berkembang dalam bentuk praktek lainnya, seperti penerbitan buku.

Kedua, periode Pemerintahan Orde Baru dan Reformasi sebagai bagian dari objek penelitian merupakan suatu *social setting* yang dapat mendukung dalam melakukan analisis komparasi dan pembentukan lintasan biografis bagi subjek penelitian ini, yaitu Harian *Republika* sebagai sebuah organisasi. Namun, mengingat lintasan yang terbentuk selama 32 tahun pemerintahan Orde Baru menjadi suatu realitas yang begitu panjang dan pemerintahan Reformasi yang

masih berjalan, maka batasan demikian waktu terhadap periode Orde Baru tersebut dianggap sangat perlu dan relevan. Untuk itu, rentang waktu yang dianalisis dalam penelitian ini yaitu dari tahun 1990 hingga tahun 2010. Penetapan batasan waktu pemerintahan Orde Baru dari tahun 1990 didasarkan bahwa tahun 1990 merupakan dekade terakhir Pemerintahan Orde Baru yang dapat dianggap mulai memasuki fase melemahnya kekuasaan Soeharto sebagai presiden waktu itu hingga berakhir pada tahun 1998 dan dekade 1990-an juga merupakan periode kemunculan *Republika* sebagai surat kabar harian dalam ranah jurnalistik Indonesia.

Adapun keterbatasan penelitian ini terlekat pada periodisasi penelitian yang dilakukan ketika dibenturkan dengan subjek penelitian. Di satu sisi penelitian ini membagi dua periode berdasarkan periode pemerintahan di Indonesia, yaitu Era Orde Baru dengan rentang waktu tahun 1990 hingga tahun 1998 dan Era Reformasi dengan rentang waktu tahun 1999 hingga tahun 2010. Periodisasi ini sangat sesuai dan membantu ketika melihat transformasi ranah jurnalistik. Namun, ketika dikaitkan dengan transformasi strategi *Republika*, hal itu agak sulit membedakan antara sebelum pergantian kepemilikannya dan setelah pergantian kepemilikannya, yaitu sekitar tahun 2000. Di samping itu, contoh artikel berita pada awal pendirian *Republika* tahun 1993 yang disebutkan dalam penelitian ini, tidak dapat dilampirkan dalam penelitian ini, karena kondisi fisik artikel tersebut yang belum terdokumentasikan oleh Pusat Dokumentasi *Republika*.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari enam bab. Bab 1 merupakan pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang, permasalahan dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, batasan dan keterbatasan penelitian, dan sistematika penulisan. Bab 2 merupakan kerangka pemikiran yang terdiri dari tinjauan pustaka dan kerangka teoritis. Bab 3 merupakan metodologi penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian, tipe penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan validasi data, dan proses penelitian.

Bab 4. merupakan gambaran mengenai transformasi ranah kekuasaan dan ranah jurnalistik dari Era Orde Baru hingga Era Reformasi. Bab 5. merupakan

gambaran mengenai transformasi strategi *Republika* dari Era Orde Baru hingga Era Reformasi. Bab 6. merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan dan implikasi penelitian secara praktis maupun teoritis.



BAB 2

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka terhadap beberapa hasil penelitian mengenai *Republika* sangat diperlukan agar memberikan gambaran sejauh mana penelitian yang telah dilakukan terhadap *Republika* dan hasil penelitian yang telah diberikannya. Hal itu memberikan kejelasan terhadap posisi penelitian ini di antara beberapa penelitian tersebut. Hasil penelitian yang disajikan dalam tinjauan pustaka ini merupakan penjelasan lebih jauh dari peta kajian yang telah digambarkan pada bagian latar belakang masalah yang terdiri dari penelitian kategori level makro, meso, dan mikro. Penjelasan yang diberikan terhadap tiap penelitian meliputi objek penelitian atau gejala yang diamati, metode penelitian serta hasil penelitian dan kelemahan penelitian tersebut.

Penelitian yang dilakukan terkait *Republika* pada level makro telah dilakukan oleh Yasuo Hanazaki (1998) dengan judul *The Indonesia Press in The Era of Keterbukaan: A Force for Democration* yang diterjemahkan dengan judul *Pers Terjebak*. Hanazaki memfokuskan kajiannya mengenai dinamika relasi pers Indonesia dan Rezim Orde Baru yang terbentuk pada Era Keterbukaan, yaitu suatu kondisi yang terbentuk pada dekade terakhir Pemerintahan Orde Baru pada awal tahun 1990 di mana otoritarianisme dan sentralisasi kekuasaan dianggap tidak lagi relevan dengan dinamika masyarakat. Dengan menggunakan metode utama tinjauan sejarah dan wawancara mendalam sebagai metode penunjang, Hanazaki juga memberikan uraian mengenai gejala tersebut dengan menggambarkan relasi antara negara dan pers dari Era Kolonial yang dianggap cukup merepresentasikan pers ideal hingga Era Orde Baru yang telah menjadi organisasi bisnis.

Kemunculan *Republika* yang didirikan oleh ICMI dianggap sebagai fenomena yang unik dan luar biasa di tengah kontrol negara yang ketat terhadap pendirian dan kegiatan pers saat itu. *Republika* juga dianggap merefleksikan persepsi dari intelektual muslim modern Indonesia dan tumbuhnya kesadaran

kaum muslim modern pada Era Keterbukaan. Lebih khusus lagi, *Republika* merefleksikan karakter ICMI sebagai pendirinya, yang terlihat dari ruang redaksi dan kebijakan editorialnya. Namun demikian, dalam uraiannya mengenai suatu surat kabar, penelitian ini tidak memberikan uraian dan argumentasi yang mendalam dan meyeluruh mulai dari kemunculan, proses perubahan strategi yang dilakukan oleh *Republika* sebagai respon terhadap kondisi industri media cetak, hingga transformasi dalam tubuh organisasi *Republika*.

Penelitian David T. Hill (2011) memberikan gambaran yang lebih luas terhadap gambaran relasi tersebut selama pemerintahan Orde Baru. Menurut Hill, Rezim Orde Baru dengan berbagai kebijakan dan tindakan yang otoriter telah menyebabkan pers, terutama pers cetak, berada dalam posisi marginal. Walaupun dalam aspek ekonomi sektor industri media cetak mengalami pertumbuhan, tetapi fungsinya sebagai alat kontrol sosial menjadi tidak optimal. Pers Islam atau media Islami sendiri bisa dianggap suatu paradoks. Di tengah-tengah penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam, media Islami pada saat itu dikategorikan sebagai pers pinggiran. Sejumlah surat kabar Islam yang terbit selalu kalah saing dengan surat kabar sekuler yang dikelola oleh kelompok non-Islam dan semakin menempati posisi yang dominan.

Kemunculan *Republika* dipandang sebagai usaha sekelompok tokoh intelektual Islam yang telah mampu membawa media Islami dari pinggiran menuju ke tengah-tengah ‘panggung media’ di Indonesia. Secara umum, studi Hill ini memiliki pola kajian yang serupa dengan penelitian Hanazaki. *Pertama*, melihat relasi antara negara dan pers sebagai gejala sosial sekaligus objek penelitiannya. *Kedua*, menggunakan metode tinjauan sejarah untuk menganalisis dinamika relasi tersebut. *Ketiga*, berbagai media cetak sebagai organisasi bisnis sekaligus komponen dari industri media cetak sebagai pilihan untuk diangkat menjadi unit analisis menjadikan keduanya tidak memberikan gambaran secara mendalam terhadap kondisi sebuah organisasi secara mendalam.

Pada level meso, terdapat tiga penelitian terhadap *Republika*, antara lain penelitian Andre R. Oloan (2004) dengan judul “Strategi Pengelolaan Merk *The Brandmindset* oleh *Republika*” dan penelitian Subhan Afifi (2002) dengan judul “Segmentasi Religius dalam Pasar Media: Studi Tentang Segmentasi Pers Islam

Di Indonesia”. Penelitian yang dilakukan Oloan difokuskan pada gambaran mengenai pengelolaan merk atau bisa dikatakan identitas organisasi surat kabar yang dilakukan oleh *Republika* sebagai sebuah organisasi korporasi. Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini menganalisis pengelolaan merk yang dianggap sebagai modal simbolik untuk mempertahankan eksistensi *Republika* dalam industri media cetak. Akan tetapi, penelitian ini kurang memberikan gambaran secara rinci mengenai proses sosial yang akhirnya membentuk modal simbolik berupa merk atau yang disebut sebagai *The Brandmindset* yang dimiliki oleh *Republika*.

Sementara itu, studi Afifi (2002) merupakan sebuah kajian terhadap segmentasi yang dilakukan oleh beberapa organisasi media cetak Islam di Indonesia. Secara sederhana, segmentasi merupakan suatu upaya atau strategi organisasi korporasi yang menempatkan dirinya dalam relasi spesifik terhadap konsumennya untuk memaksimalkan keuntungan ekonomi yang didapatkan. Dalam konteks ini, relasi antara media cetak Islam dan pembacanya didasarkan pada karakteristik dan posisi pemberitaan yang digunakan oleh sebuah media cetak Islam dengan karakteristik pembacanya berdasarkan kriteria tertentu, misalnya berdasarkan kategori usia, sosio-demografis, kategori spasial, pandangan terhadap Islam serta tingkat keberagamaan pembaca. Penelitian dilakukan terhadap sejumlah media cetak Islam, baik surat kabar, majalah, maupun tabloid, sebagai unit analisis untuk dilihat mana diantaranya yang sudah melakukan segmentasi secara tepat dan efektif, dan mana yang belum melakukannya.

Secara umum, hasil penelitian yang didapatkan oleh Afifi menunjukkan bahwa masyarakat muslim Indonesia terbagi ke dalam beberapa segmen berdasarkan tingkat keberagamaan, misalnya muslim *kaffah* (muslim yang memiliki pandangan terhadap Islam dan menjalankan ajarannya secara ketat) dan muslim “pas-pasan” (muslim yang tidak memiliki pandangan terhadap Islam dan menjalankan ajarannya tidak secara ketat). Secara lebih spesifik, Afifi menunjukkan bahwa *Republika* merupakan surat kabar Islam yang menerapkan kaidah pemberitaan yang profesional tanpa meninggalkan misi keislaman. *Republika* mencoba untuk menampilkan Islam secara substantif dalam sajian isi (berita)-nya. Islam yang ditampilkan adalah Islam kosmopolitan. Hal itu

dimaksudkan agar Islam bukan hanya sekedar persoalan untuk orang desa dan ulama, tetapi sebuah agama yang bisa mengilhami suatu kesadaran sosial yang sesuai dengan aspirasi rakyat sebagai keterbukaan, pruralisme, dan pemahaman hal-hal profane secara cerdas. *Republika* tidak hanya ditujukan untuk mendukung partai politik atau orang saleh belaka, tetapi untuk orang-orang yang belum mantap imannya dan ogah dengan seruan moralistik.

Penelitian terhadap *Republika* sebagai sebuah produk kultural atau surat kabar merupakan penelitian yang paling banyak dilakukan, karena *Republika* dianggap sebagai representasi ‘suara’ kelompok Islam, baik dalam pilihan berita maupun sudut pandang yang digunakan dalam pemberitaan. Salah satu penelitian yang diangkat di sini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ibnu Hamad (1997) dengan judul “Media Massa Sebagai Wahana Benturan Antar Peradaban”. Penelitian ini menggambarkan bagaimana *Republika* sebagai surat kabar Islam mengangkat wacana dan melakukan pemberitaan mengenai fenomena-fenomena yang bertentangan ataupun menyudutkan Islam, misalnya terorisme dan gerakan sesat.

Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu semiotika sosial, Hamad mengangkat beberapa artikel berita dalam surat kabar *Republika* sebagai unit analisis yang kemudian dibandingkan dengan pemberitaan yang dilakukan oleh surat kabar *The Washington Post* yang dianggap sebagai representasi media Barat dan sekuler. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Republika* dipandang sebagai representasi media timur yang melakukan upaya pengimbangan melalui berita-berita dalam mencitrakan peradaban Islam terhadap kekuatan media barat. Dengan hanya mengambil artikel surat kabar sebagai unit analisis, tentu gambaran ide-ide Islam dalam penelitian ini hanya berdasarkan *output* (keluaran) sehingga tidak melihat pada proses dan faktor-faktor institusional yang terdapat dalam *Republika*.

Sejumlah studi terhadap *Republika* sebagaimana yang telah diulas di atas memberikan pijakan untuk melakukan penelitian lebih lanjut terhadap *Republika* secara lebih mendalam dan menyeluruh. Beranjak dari gambaran tersebut, penelitian ini memfokuskan pada transformasi strategi *Republika* dalam ranah jurnalistik dari Era Orde Baru hingga Era Reformasi dengan menggunakan

pendekatan teoritis yang berbeda, yakni *field theory* (teori ranah). *Field theory* (teori ranah) dianggap tepat untuk memberikan penjelasan teoritis terhadap data yang telah berhasil dikumpulkan sehingga memberikan gambaran penelitian dari perspektif yang berbeda dan menjadi pelengkap terhadap penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian ini melihat *Republika* sebagai suatu organisasi dalam kerangka surat kabar Islam yang melakukan berbagai strategi untuk mencapai tujuannya. Secara lebih ringkas, peta kajian terhadap *Republika* digambarkan dalam tabel berikut:



Tabel 2.1 Peta kajian terhadap *Republika*

Judul penelitian	Pendekatan Teoritis	Metode Penelitian	Relasi Dengan Kekuasaan/Negara	Relasi Dengan Pembaca/Konsumen	Karakteristik Wacana Pemberitaan
<i>The Indonesia Press in The Era of Keterbukaan: A Force for Democration/ Pers Terjebak</i> (Hanazaki, 1998)	Hegemoni	Kualitatif (Sosio-historis)	Kontrol Negara terhadap eksistensi dan praktek media cetak mulai melemah. Rezim Orde Baru menjadi pendukung utama terhadap kemunculan <i>Republika</i> .	Kurang tergambar.	<i>Republika</i> merupakan representasi kelas menengah muslim.
<i>The Press in New Order Indonesia</i> (Hill, 1994)	Hegemoni	Kualitatif (Sosio-historis)	Negara memiliki kontrol penuh terhadap eksistensi dan praktek media cetak melalui aparaturnya.	Kurang tergambar.	Wacana <i>Republika</i> cenderung menyuarakan kelas menengah muslim dominan.
Strategi Pengelolaan Merk <i>The Brandmindset</i> oleh <i>Republika</i> (Oloan, 2004)	Organisasional	Kualitatif (Wawancara mendalam)	Tidak ada	Merk sebagai upaya membentuk selera pembaca/konsumen <i>Republika</i> yang merupakan umat Islam.	Wacana sebagai upaya memperkuat merk.
Segmentasi Religius dalam Pasar Media: Studi Tentang Segemntasi Pers Islam Di Indonesia (Afifi, 2002)	Organisasional	Kualitatif (Wawancara mendalam)	Tidak ada	Segmentasi sebagai relasi spesifik terhadap konsumennya untuk memaksimalkan keuntungan ekonomi.	Wacana Islam konvensional, kelas menengah, kosmopolitan. Wacana sebagai upaya untuk memaksimalkan segmentasi pasar yang telah ditetapkan.
Media Cetak Sebagai Wahana Benturan Antar Peradaban (Hamad, 1997)	Kultural	Kualitatif (Semiotika Sosial)	Tidak ada	<i>Republika</i> sebagai alat konstruksi sosial	Wacana Islam yang diangkat <i>Republika</i> merepresentasikan nilai dan kultur masyarakat Timur.

2.2 Teori Ranah (*Field Theory*)

Teori ranah merupakan kerangka teoritis yang dikembangkan oleh Pierre Bourdieu bersama akademisi lainnya berdasarkan teori utamanya (*habitus-ranah*) ketika melakukan kajian terhadap media massa di Perancis. Teori ranah merupakan suatu paradigma dan kerangka teoritis baru bagi sosiologi jurnalistik yang dipusatkan pada ranah media. Teori ranah sebagai kerangka teoritis dianggap memberikan paling tidak tiga sumbangan terhadap studi media yang sudah ada (Benson, 1999: 463). *Pertama*, fokus kajiannya pada level meso menjadi semacam penghubung teoritis dan empiris terhadap arus utama kajian pada level makro (ekonomi-politik, hegemoni, kultural, dll) dan level mikro (semiotika, analisis isi dan organisasi mikro). *Kedua*, berfokus pada relasi antara organisasi media dan khalayaknya, bahkan keluar dari dikotomi khalayak aktif ataupun pasif. *Ketiga*, memberikan bahasan terhadap proses perubahan ranah media itu sendiri hingga perubahannya terhadap ranah lain. Dengan demikian, secara garis besar Bourdieu melakukan kajian terhadap ranah jurnalistik secara relasional dan dialektis.

Tesis dasar yang diajukan oleh Bourdieu dan akademisi lainnya ketika membahas mengenai ranah jurnalistik yaitu ketika media berita berperan sebagai agen kekuasaan dominan karena kurang otonom terhadap ranah ekonomi, maka di satu sisi pengaruh dan penetrasinya terhadap ranah lainnya semakin meningkat, tetapi di sisi lain justru mengurangi kondisi sosial yang optimal bagi produksi pengetahuan ilmiah dan inovasi artistik dalam ranah lain itu:

“...as journalism has become less autonomous from the economic field, its influence and pervasiveness have also increased. The news media, serving as an agent of dominant power, are undermining the autonomy of other spheres of cultural production, and thus the optimal social conditions for the production of scientific knowledge and artistic innovation (Benson, 1999: 463)”.

Dalam penelitian ini, kajian terhadap media cetak lebih difokuskan pada organisasi media cetak secara keseluruhan sebagai subjek penelitian. Dengan pilihan tersebut, *Republika* dilihat sebagai agen yang menjalankan strategi tertentu dalam rangka merebut dan mempertahankan posisinya dalam ranah jurnalistik. Namun demikian, posisi dan praktek sosial *Republika* juga dilihat dalam kaitannya dengan ranah lain, seperti ranah politik dan ekonomi. Untuk itu, akan

dijelaskan lebih jauh mengenai teori ranah yang mencakup konsep pendukung, antara lain ranah (termasuk di dalamnya beragam jenis modal) dan habitus, dan pemetaan ranah jurnalistik.

2.2.1 Ranah dan Habitus

Dalam kehidupan sosial, agen tidak bertindak dalam ruang hampa, melainkan berada dalam suatu ranah. Ranah merupakan salah satu konsep utama yang digagas oleh Bourdieu. Secara jelas, Bourdieu mendefinisikan ranah sebagai, “jaringan relasi objektif antar posisi-posisi yang ditempati oleh agen (individu ataupun institusi), di mana di dalamnya terdapat struktur distribusi kekuasaan yang memberikan keuntungan tertentu dan hanya bisa didapatkan melalui pertarungan modal yang mereka miliki (Bourdieu & Wacquant, 1992: 97):

“... a network, or a configuration, of objective relation between positions. These positions are objectively defined, in their existence and in the determinations they impose upon their occupants, agents or institutions, by their present and potential situation (situs) in the structure of the distribution of species of power (or capital) whose possession commands access to the specific profits that are at stake in the field, as well as by their objective relation to other positions (domination, subordination, homology, etc.)”.

Posisi yang ditempati agen dalam ranah didapatkan melalui pertarungan dengan agen lainnya, di mana setiap agen menjalankan beragam strategi dalam pertarungan yang dilakukannya untuk mengamankan atau meningkatkan posisi mereka dan menentukan prinsip hirarki yang paling sesuai terhadap produk mereka (Ritzer dan Goodman, 2004: 583; Bourdieu & Wacquant, 1992: 101). Menurut Wacquant (1992), strategi merujuk pada dijalankannya secara aktif ‘alur tindakan’ yang berorientasi objektif yang mematuhi regularitas dan membentuk pola-pola koheren dan dapat dipahami secara sosial, meskipun mereka tidak mengikuti aturan atau tujuan sadar untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah direncanakan sebelumnya oleh pembuat strategi (Harker, 2009: 26). Secara sederhana, strategi dapat dimengerti sebagai orientasi spesifik dari praktek (Jhonson, dalam Bourdieu, 2010: xxxvii).

Pertarungan yang dilakukan agen didasarkan atas modal yang dimilikinya. Dalam pemikiran Bourdieu, modal terdiri dari empat jenis modal, yaitu modal ekonomi, modal budaya, modal sosial, dan modal simbolik (Ritzer dan Goodman,

2004: 583). Modal ekonomi merupakan alat-alat produksi (mesin, tanah, buruh) dan materi (pendapatan dan benda-benda) yang dapat digunakan untuk segala tujuan. Modal sosial merupakan hubungan sosial, jaringan, dan koneksi dengan pihak lain yang memudahkan agen untuk mengumpulkan modal lainnya. Modal kultural (budaya) terdiri dari tiga kategori (Bourdieu dan Wacquant, 1992: 119), antara lain: *objectified cultural capital*, yakni pemilikan agen atas benda-benda material yang dianggap memiliki prestise tinggi; *institutional cultural capital*, yakni keseluruhan kualifikasi pengetahuan dan keterampilan yang bisa diproduksi melalui pendidikan formal yang sah dan diakui; dan *embodied cultural capital*, yakni berbagai perilaku dan tindakan yang melekat dan mewujud dalam diri agen. Sedangkan, modal simbolik merupakan *prestise*, kehormatan, dan gengsi sosial yang dapat memberikan legitimasi sosial bagi tindakan agen dalam ranah yang ditempatinya (Ritzer dan Goodman, 2004: 583).

Keempat modal yang dimiliki agen dapat dipertukarkan (*reconversion*) satu sama lain. Di antara berbagai jenis modal, modal ekonomi adalah jenis modal yang paling mudah dipertukarkan dengan jenis modal lainnya, sedangkan modal simbolik adalah jenis modal yang paling bernilai dari hasil pertukaran jenis modal lainnya, karena memiliki kekuasaan simbolik untuk mendefinisikan agen lain maupun membentuk 'dunia sosial' yang diakui keabsahannya (Bourdieu, 1994: 125-175). Modal yang dimiliki oleh agen memiliki tiga ukuran, yaitu berdasarkan pemilikan agen terhadap keempat jenis modal, berdasarkan volume (jumlah) dari setiap modal yang dimiliki dan bobot relatif modal yang bergantung pada karakteristik dari ranah yang ditempati oleh agen (Ritzer dan Goodman, 2004: 583). Agen yang memiliki ukuran modal yang paling tinggi akan menempati posisi dominan, dan sebaliknya. Agen yang menempati posisi dominan memiliki kekuasaan untuk mendefinisikan sekaligus merepresentasikan agen lain dalam ranah itu, bahkan membentuk dan menyatakan 'dunia sosial' versi mereka (Bourdieu, 1995: 170).

Setiap ranah merupakan jaringan yang terstruktur dengan kaidah-kaidah keberfungsian sendiri dan relasi-relasi kekuasaannya sendiri (Jhonson, dalam Bourdieu, 2010: xvii-xviii). Secara umum, struktur ranah produksi kultural terbagi dalam dua kutub berlawanan, yaitu kutub otonomi dan kutub heteronomi. Kutub

heteronomi didasarkan pada modal ekonomi dan politik, sedangkan kutub otonomi didasarkan pada modal khusus dan unik dalam ranah itu sendiri (Benson, 1999: 464):

“...Each field is structured around the opposition between the "heteronomous" pole representing economic and political capital (forces external to the field) and the "autonomous" pole representing the specific capital unique to that field (e.g., artistic or scientific or other species of cultural capital)”.

Dengan struktur tersebut, menurut Bourdieu, setiap ranah secara garis besar bersifat semi-otonom atau tidak sepenuhnya berkuasa atas dirinya sendiri, karena terdapat homologi terhadap ranah lainnya. Ranah hanya memiliki otonomi relatif terhadap ranah lainnya (Benson, 1999: 464). Maka, ranah dapat dibedakan dengan mengacu pada modal khusus yang memiliki nilai dalam ranah tersebut dan tingkat otonominya dari ranah lain dan khususnya dari ranah ekonomi dan ranah politik (Benson, 1999: 464-465). Rangkaian antar berbagai ranah yang ada kemudian membentuk, apa yang dinamakan Bourdieu sebagai ruang sosial, yaitu masyarakat.

Ketika melakukan pertarungan meraih posisi dengan agen lainnya, praktek sosial agen itu dipandu oleh suatu struktur subjektif dalam diri agen yang disebut dengan habitus (konsep utama lain dari Bourdieu yang tidak dapat dipisahkan dari konsep ranah). Habitus adalah struktur mental atau kognitif dalam bentuk skema terinternalisasi yang digunakan agen untuk mempersepsi, memahami, mengapresiasi, dan mengevaluasi dunia sosial (Ritzer dan Goodman, 2004: 581). Habitus merupakan manifestasi perjalanan sejarah yang dilalui agen dalam dunia sosial. Artinya, habitus bervariasi tergantung pada sifat posisi agen di dunia tersebut. Secara dialektis, habitus adalah produk dari internalisasi struktur dunia sosial sebagai akibat ditempatinya posisi di dunia sosial dalam jangka waktu panjang, sehingga habitus dapat bertahan lama (*durable*), tetapi habitus juga dapat dialihkan (*transposable*) dari satu arena ke arena yang lain (Ritzer dan Goodman, 2004: 583). Hal ini sebagai hasil dialektika antara habitus dan ranah. Di satu sisi, habitus “menstrukturkan struktur”, tapi di sisi lain habitus juga “struktur yang terstrukturkan”. Dengan kata lain, habitus sekadar “menyarankan” apa yang seharusnya dipikirkan agen dan apa yang seharusnya mereka pilih untuk

dilakukan (Ritzer dan Goodman, 2004: 582). Secara nyata, habitus dapat dilihat dari praktek yang dilakukan agen, seperti cara melakukan tindakan tertentu.

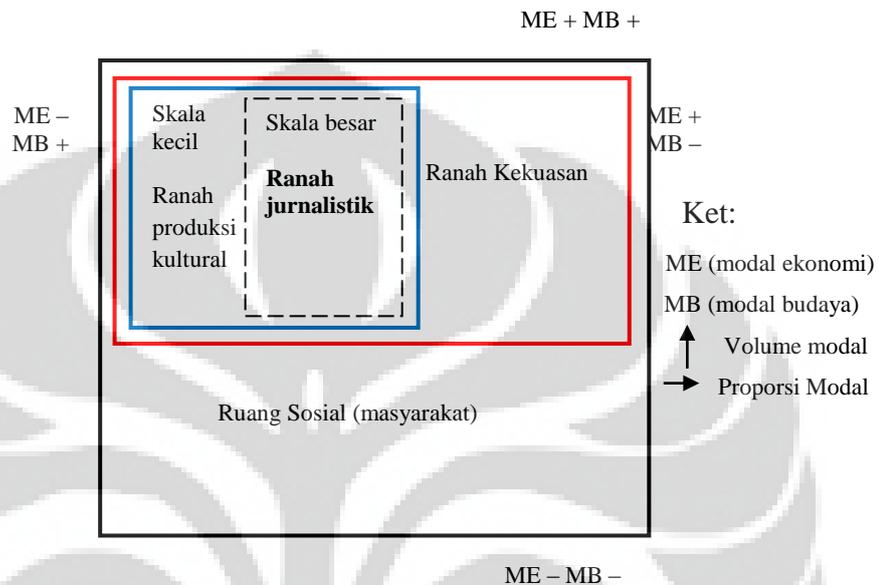
2.2.2 Ranah Jurnalistik

Dominasi ranah jurnalistik oleh ranah kekuasaan, sebagaimana tesis yang diajukan oleh Bourdieu, dalam kerangka teori ranah dilihat sebagai suatu gejala perubahan dalam ranah jurnalistik itu sendiri dan perubahan ranah lainnya yang terjadi di dalam suatu masyarakat pada periode waktu tertentu. Ranah kekuasaan merupakan ranah kekuatan-kekuatan yang didefinisikan oleh struktur keseimbangan kekuatan antara bentuk-bentuk kekuasaan atau jenis modal yang berbeda (Bourdieu dan Wacquant, 1992: 76). Secara metodologis, untuk mengetahui bagaimana dan mengapa media berita itu dapat terdominasi dalam ranah kekuasaan adalah dengan melakukan pemetaan ranah jurnalistik terhadap ranah lainnya (Benson, 1999: 465). Arena kekuasaan (politik) adalah yang paling penting, karena hirarki hubungan kekuasaan dalam arena politik berfungsi menstrukturkan arena-arena lainnya (Ritzer dan Goodman, 2004: 583).

Pemetaan itu dimulai dari ranah produksi kultural yang paling memiliki karakteristik serupa dengan ranah jurnalistik, karena agen-agen yang berada di dalamnya terlibat dalam produksi simbolis (Benson, 1999: 465). Seperti ranah pada umumnya, walaupun ranah produksi kultural memiliki karakteristik dan logika tersendiri, ranah produksi kultural berada dalam posisi subordinat atau terdominasi dalam ranah kekuasaan yang prinsip legitimasinya didasarkan pada kepemilikan modal ekonomi atau politik (Jhonson, dalam Bourdieu, 2010: xxxiii). Ranah produksi kultural memiliki modal simbolis (termasuk modal kultural) relatif tinggi, tetapi memiliki modal ekonomi yang relatif rendah (Jhonson, dalam Bourdieu, 2010: vii). Ranah kekuasaan tersebut tentu berada dalam ruang sosial tertentu, misalnya masyarakat skala nasional, sehingga ranah produksi kultural tentu akan terkait dengan ranah lainnya, antara lain ranah ekonomi dan politik.

Ranah produksi kultural ini distrukturkan oleh dua sub-ranah yang bersifat oposisional, yakni sub-ranah skala-kecil dan sub-ranah skala-besar. Sub-ranah skala-kecil identik dengan prinsip otonomi produksi yang berorientasi pada orisinalitas dan eksklusifitas, misalnya jurnal ilmiah di kalangan akademisi. Sedangkan sub-ranah skala-besar identik dengan prinsip heteronomi produksi

seperti berorientasi pada hal yang bersifat populer dan berorientasi pada angka penjualan dan permintaan pasar, misalnya surat kabar (Jhonson, dalam Bourdieu, 2010: xxxiii). Dengan karakteristik ranah jurnalistik, maka ranah jurnalistik berada pada posisi sub-ranah skala-besar. Sebagaimana tergambar dalam bagan berikut:



Gambar 2.1. Posisi ranah jurnalistik

Sumber: Benson, 1999: 466

Dengan posisi seperti itu, ranah jurnalistik cenderung memiliki modal kultural (budaya) yang lebih besar dibandingkan modal ekonomi. Kemudian setelah ditempatkan dalam ranah produksi kultural, ranah jurnalistik ditempatkan dalam ranah lainnya yang lebih luas, misalnya ranah politik dan ranah ekonomi. Hal ini karena peran ranah jurnalistik sebagai “penengah” dapat mempengaruhi relasi kekuasaan dalam masyarakat yang berkembang dengan mendorong pandangan-pandangan yang sah terhadap dunia sosial (Benson, 1999: 465). Jika kembali pada agen-agen jurnalistik, posisi dan hirarki ranah jurnalistik tersebut dapat menggambarkan pula posisi objektif, habitus, dan praktek sosial agen.

Dalam pendekatan teori ranah, aspek kuantitatif (data statistik seperti jumlah media cetak dalam pada waktu tertentu, sirkulasi iklan hingga pendapatan) dan kualitatif (selera pembaca) dari perubahan demografi dalam ranah jurnalistik menjadi hal yang sangat krusial (Benson, 1999: 468). Banyaknya media yang masuk menjadikan ranah jurnalistik semakin padat, sehingga dapat menimbulkan

tekanan transformasi atau perlindungan terhadap ranah jurnalistik. Secara metodologis, hal ini didapatkan melalui pengujian studi kasus, di mana relasi ranah jurnalistik dengan ranah lainnya dianalisis secara sistematis dalam rentang waktu lebih dari satu dekade (Benson, 1999: 487-488).

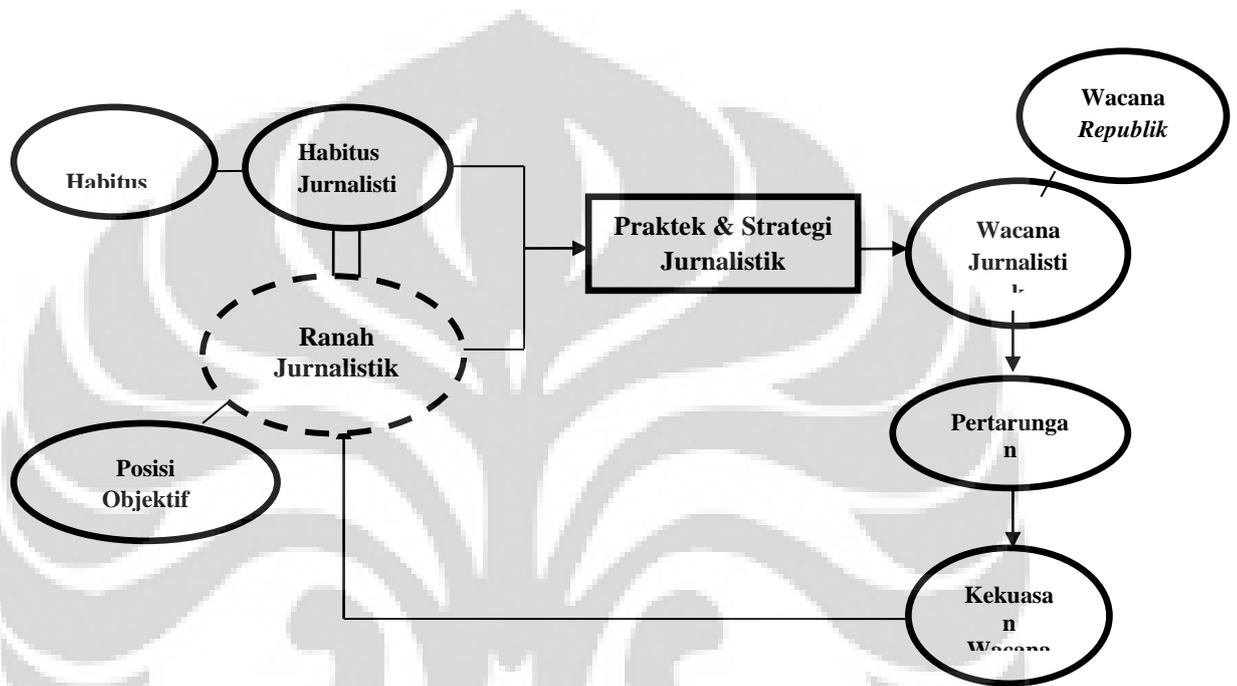
Perhatian berikutnya yang diberikan teori ranah terhadap kajian jurnalistik adalah mengenai relasi antara produksi dan penerimaan berita. Terdapat kausalitas dan saling menguatkan relasi antara produser dan khayalak berita. Di satu sisi, penawaran selalu menekankan pada efek pengenaan simbolis yang dapat membentuk selera pembaca. Mengapa satu cerita (berita dan informasi) tertentu dipilih dan ditulis melalui cara tertentu merupakan sebuah proses perincian dari habitus agen dan posisi yang ditempatinya dalam ranah jurnalistik (Benson, 1999: 467). Di sisi lain, setiap perubahan selera yang dihasilkan dari transformasi disposisi (habitus) pembaca akan cenderung menyebabkan, langsung atau tidak langsung, transformasi ranah jurnalistik, termasuk agen yang bertarung di dalamnya untuk dapat memenuhi selera baru pembaca (Benson, 1999: 485).

Relasi antara media dan pembacanya juga memperlihatkan bahwa 'makna' berita diciptakan secara relasional. Dalam praktek pemberitaan, pesan atau berita seringkali dihasilkan oleh produser tertentu bagi pembaca tertentu, yang di dalamnya makna berita dipahami (Benson, 1999: 486). Hal inilah yang dalam pemahaman Bourdieu disebut sebagai "selera" yang di antaranya berfungsi memberi individu/institusi, ataupun pihak lain, pemahaman akan posisinya di dalam tatanan sosial dan kesempatan bagi agen untuk mengalami dan menyatakan posisinya di dalam arena. Selera mengklasifikasikan objek yang hendak dipilih dan ia juga mengklasifikasikan pengklasifikasinya (Ritzer dan Goodman, 2004: 585). Artinya, teori ranah melihat relasi antara saluran berita tertentu dan khalayaknya lebih sebagai bentuk saling menyesuaikan satu sama lain (Benson, 1999: 487). Melalui model semacam itu, karakteristik khalayak dari sebuah saluran media juga dapat digambarkan.

Dalam konteks relasi inilah, produser berita atau media sebagai agen melakukan pertarungan simbolik dengan agen lainnya melalui produksi wacana dalam bentuk berita dan informasi yang disajikan dalam berbagai segi, seperti perspektif pemberitaan, gaya penyajian, dan isi berita. Ketika wacana yang

diproduksi oleh satu agen mampu menjadi wacana dominan, maka ia akan menempati posisi dominan dalam ranah jurnalistik. Secara kuantitatif, dominasi wacana ini dapat dilihat berdasarkan jumlah pembaca maupun jumlah sirkulasi dari media yang diproduksi oleh agen.

Kerangka berpikir dan alur penelitian tersebut dapat digambarkan dalam bagan alur berpikir berikut:



Gambar 2.2 Alur berpikir transformasi strategi *Republika*

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pengungkapan terhadap transformasi strategi *Republika* dalam ranah jurnalistik bukanlah sebuah gejala yang mudah teramati dalam pandangan kasat mata. Perlu suatu usaha penelusuran secara mendalam terhadap berbagai realitas seputar *Republika*, misalnya pengalaman dan pemahaman aktor-aktor dalam organisasi *Republika* hingga dalam berita-berita yang dihasilkan *Republika* yang dapat menggambarkan objek penelitian, yaitu transformasi strategi *Republika* dalam ranah jurnalistik dari Era Orde Baru hingga Era Reformasi. Dengan gambaran seperti itu, pendekatan penelitian yang dianggap tepat untuk digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif melihat bahwa banyak wilayah dalam kehidupan sosial tersimpan dalam fenomena intrinsik yang tidak berada begitu saja dalam realitas sosial (Neuman, 2006: 157). Penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini merupakan suatu usaha mengungkap realitas sosial sesungguhnya yang terbenam dalam fenomena yang tampak. Lebih jauh lagi, pendekatan kualitatif selalu berusaha memahami arti sesungguhnya secara subjektif dari pandangan pelaku terkait tindakan yang mereka lakukan sehingga diperoleh gambaran realitas yang utuh dibalik gejala sosial yang tampak tersebut (Creswell, 1994: 157-159).

Penelitian yang dilakukan tidak berdasarkan tata aturan yang kaku sehingga sangat tergantung terhadap kasus atau permasalahan yang diteliti dan berorientasi terhadap penyelesaian tugas secara praktis. Artinya, alur penelitian yang dilakukan dapat dilakukan secara melompat-lompat atau terbalik (Neuman, 2006: 327). Kecenderungan tersebut menjadi sebuah kemungkinan dalam penelitian ini. Perbedaan antara data-data yang telah didapatkan sebagai gambaran realitas yang diamati dengan pertanyaan penelitian yang diajukan memungkinkan peneliti untuk mengajukan ulang pertanyaan penelitian. Dengan demikian, tidaklah mungkin untuk mengkuantifikasi gambaran kondisi dan realitas yang utuh tentang *Republika* beserta konteks sosial yang melingkupinya dan bersifat dinamis.

Pada penelitian kualitatif, peran peneliti sangat signifikan. Peneliti adalah instrumen pertama dan paling utama. Peran peneliti adalah sebagai instrumen data utama yang mengharuskan mengide 25 i nilai-nilai personal, asumsi dan bias dari permulaan penelitian (Creswell, 2003: 200). Walaupun peneliti seringkali membaca surat kabar *Republika*, dan terdapat persamaan nilai atau pandangan tertentu yang dipegang antara pribadi peneliti dan *Republika*, tetapi dalam hal ini peneliti harus membedakan nilai-nilai tersebut agar tidak terjadi bias penelitian. Untuk itu, peran peneliti dalam proses penelitian kali ini adalah sebagai *observer* non partisipatoris, artinya peneliti hanya sebagai pengamat yang berada di luar objek penelitian, peneliti tidak terlibat secara aktif dan langsung dalam objek yang sedang diteliti.

3.2 Tipe Penelitian

Secara umum, setiap penelitian dapat diklasifikasikan dalam empat kategori penelitian, yaitu berdasarkan manfaat, tujuan, waktu, dan teknik pengumpulan data. Berdasarkan manfaatnya, penelitian ini merupakan *basic research* (penelitian dasar), yakni memberikan pemahaman mendasar bagaimana dunia sosial bekerja untuk kemudian merevisi ataupun membangun penjelasan konseptual ataupun teoritis yang telah ada. Berdasarkan tujuannya, penelitian ini merupakan *descriptive research*, yakni menggambarkan ‘apa’, ‘siapa’, ‘kapan’, ‘di mana’, dan ‘bagaimana’ suatu peristiwa terjadi (Creswell, 1994: 35). Artinya, transformasi strategi *Republika* dalam ranah jurnalistik digambarkan sebagai suatu gejala sosial yang menyeluruh.

Berdasarkan waktunya, penelitian ini berupa studi kasus, yaitu penelitian yang mengkaji secara mendalam sejumlah informasi secara luas tentang sebuah kasus pada satu atau lintas periode waktu. Studi kasus dapat mengelaborasi proses sejarah dan mengkhususkan detail-detail sejarah secara konkret (Neuman, 2003: 408). Transformasi strategi yang dilakukan *Republika* dilihat sebagai sebuah kasus dalam lintas periode waktu maupun pemerintahan Indonesia, yaitu pada Era Orde Baru dan Era Reformasi dalam rentang waktu tahun 1990 hingga tahun 2010. Jenis studi kasus yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi kasus intrinsik, karena pemahaman yang ingin didapatkan peneliti mengenai sebuah kasus tersebut bukan untuk mewakili kasus-kasus lain, tetapi karena aspek

kekhususan dari kasus tersebut yang benar-benar menarik minat peneliti (Denzin, 2009: 301).

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan suatu usaha untuk mengetahui gambaran realitas yang terdapat di masa lampau, yakni melihat transformasi strategi *Republika* dalam ranah jurnalistik dari Era Orde Baru hingga Era Reformasi. Untuk itu, penelitian ini menggunakan *historical comparative research* sebagai teknik pengumpulan data. *Historical comparative research* yaitu teknik penelitian kualitatif di mana peneliti menguji data dari peristiwa dan kondisi di masa lalu dalam kerangka teori sosiologis, sekaligus dapat menguji kebenaran kerangka konsep dan teori sosiologi tersebut (Neuman, 2006: 415-416). Hal ini karena observasi atau pengamatan langsung tidak dapat dilakukan untuk melihat secara menyeluruh perubahan kondisi dari objek penelitian dan konteks sosial yang berada di sekitarnya.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dibedakan ke dalam empat jenis, antara lain *primary resources*, *secondary resources*, *running records*, dan *recollections* (Neuman, 2006: 416). *Primary resources* merupakan data tentang peristiwa atau gejala sosial pada masa lampau yang bersifat otentik atau asli dari pelaku peristiwa tersebut (Neuman, 2006). Beberapa data yang dapat digunakan terkait penelitian ini, yaitu dokumen organisasi *Republika* yang menggambarkan praktek yang dijalankan oleh *Republika*, data-data statistik (jumlah tiras, demografi pembaca, dan jumlah pelanggan) yang dimiliki oleh Divisi Litbang (Penelitian dan Pengembangan) *Republika*, dan berita yang dihasilkan *Republika*. Penelitian terhadap berita-berita yang dihasilkan *Republika* dilakukan dengan teknik representasi wacana, dimana peneliti mengambil beberapa judul berita untuk melihat bagaimana *Republika* merepresentasikan suatu peristiwa dan aktor-aktor yang terlibat dalam peristiwa yang diberitakannya. Topik berita yang diambil adalah judul-judul berita yang menggambarkan karakteristik pemberitaan *Republika* pihak-pihak yang memiliki relasi, sebagaimana dibahas pada permasalahan penelitian. Selanjutnya, peneliti membandingkan wacana tertentu dalam berita yang disajikan pada Era Orde Baru

dan Era Reformasi untuk mendapatkan gambaran karakteristik pemberitaan *Republika* dalam ranah jurnalistik dalam dua periode kekuasaan tersebut.

Adapun *secondary resources* merupakan informasi atau peristiwa yang didokumentasikan atau ditulis oleh sejarawan atau pihak lain yang tidak secara langsung terlibat dalam peristiwa tersebut (Neuman, 2006). Dalam penelitian ini, data-data sekunder yang digunakan yaitu hasil penelitian tentang kondisi pers dan industri media cetak pada Era Orde Baru dan Era Reformasi, yaitu hasil studi Hanazaki (1998), Hill (2011) dan lain-lain, dan hasil penelitian seputar konteks masyarakat dan pemerintahan di Indonesia, yaitu Hefner (2001), Thaba (1996), dan lain-lain. Sementara *running records* adalah data-data statistik yang dibuat oleh lembaga terkait (Neuman, 2006: 416). Dalam penelitian ini *running records* berasal dari SPS (Serikat Perusahaan Surat kabar) dan Dewan Pers berupa statistik jumlah media cetak di Indonesia pada Era Orde Baru dan BPS (Biro Pusat Statistik) berupa statistik penggunaan media massa, dan sebagainya.

Ketiga jenis pengumpulan data di atas berbeda dengan *recollections*, yakni pernyataan atau catatan langsung tentang pengalaman masa lalu yang dikumpulkan dan didasarkan pada ingatan aktor yang terlibat dalam suatu peristiwa terkait subjek yang diteliti (Neuman, 2006: 416-417). Dalam penelitian ini, jenis *recollection* yang digunakan lebih mengarah pada *oral history*, yaitu wawancara secara mendalam terhadap individu yang dianggap mampu memberikan informasi berupa gambaran dan pemaknaan peristiwa tertentu.

Berdasarkan keterkaitannya dengan *Republika*, informan yang dilibatkan dalam penelitian ini terbagi menjadi informan internal dan informan eksternal yang secara keseluruhan berjumlah 7 orang. Penentuan informan didasarkan pada kriteria tertentu untuk mendapatkan informasi atau keterangan tertentu (*purposive sampling*) sesuai dengan data yang dibutuhkan. Informan internal merupakan aktor-aktor yang berada di dalam lingkungan organisasi internal *Republika*, yaitu pendiri (1 orang), pemimpin redaksi (2 orang, salah satunya diwakili Kepala Newsroom) dan Divisi Litbang (penelitian dan pengembangan) pada Era Orde Baru dan Era Reformasi (2 orang). Pendiri adalah mereka yang terlibat dalam proses pendirian atau pembentukan *Republika*, sehingga keterangan yang didapatkan adalah untuk mendapatkan gambaran mengenai latar belakang, tujuan,

dan proses pendirian *Republika*. Pemimpin redaksi dipilih untuk mendapatkan gambaran mengenai kebijakan pemberitaan hingga pandangan *Republika* seputar Islam dan peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan umat Islam. Divisi Litbang dipilih sebagai informan dalam rangka memperoleh gambaran mengenai strategi dan perencanaan yang dilakukan *Republika* terkait pemberitaan maupun praktek lainnya. Selain itu, para informan tersebut juga ternyata sebelumnya pernah menempati posisi sebagai wartawan *Republika*. Sementara itu, informan eksternal merupakan aktor-aktor yang berada di luar lingkungan organisasi *Republika*, yaitu pembaca *Republika* (1 orang) dan pelanggan *Republika* (1 orang) untuk mendapatkan gambaran mengenai persepsi mereka terhadap *Republika* sebagai surat kabar, mulai dari aspek pemberitaan hingga latar belakang atau profil *Republika*. Pembaca adalah orang yang membaca *Republika* secara, baik secara rutin ataupun tidak. Sementara pelanggan adalah orang yang membaca *Republika* secara rutin dan berlangganan surat kabar *Republika* sejak awal terbit pada tahun 1993. Keduanya tentu memberikan perspektif yang berbeda berdasarkan relasi mereka terhadap *Republika*, dimana pelanggan memiliki relasi yang lebih kuat dibanding pembaca, sehingga alasan mereka berlangganan atau tidak serta membaca secara rutin atau tidak, menjadi keterangan yang sangat berguna dalam penelitian ini, terutama aspek selera membaca yang terbentuk dalam relasi mereka terhadap *Republika*.

Wawancara ini menjadi konfirmasi dari data yang dicurigai peneliti berdasarkan pembacaan arsip atau dokumen mengenai subjek penelitian (Stokes, 2006: 26). Wawancara mendalam dilakukan dengan pedoman wawancara yang tidak terstruktur sebagai instrumen pengumpulan data, dengan mengacu pada pertanyaan-pertanyaan penelitian yang dikembangkan terkait kebutuhan informasi. Dengan kata lain, sumber data pertama, ketiga, dan keempat merupakan sumber data primer. Sedangkan, sumber data kedua termasuk data sekunder yang merupakan suatu kegiatan studi literatur, meliputi proses identifikasi, penjelasan, dan penguraian secara sistematis terhadap dokumen penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan mengandung informasi yang berkaitan dengan masalah yang dibahas (Subhan, 2001: 78).

3.4 Teknik Analisis Data dan Validasi Data

Pendekatan ini menunjuk dan menekankan pada proses di mana realitas sosial yang diteliti dipahami secara menyeluruh dan mendalam dari sebuah keadaan nyata. Penelitian kualitatif mencoba untuk menginterpretasikan data dengan cara memberi arti terhadap data yang diperoleh (Creswell, 1994: 148). Realitas sosial yang diamati dalam penelitian ini adalah transformasi strategi *Republika* dalam ranah jurnalistik dari Era Orde Baru hingga Era Reformasi. Maka, unit analisis penelitian ini berada pada level organisasi. Artinya, analisis terhadap data yang didapatkan bertujuan untuk menggambarkan *Republika* sebagai suatu organisasi, yaitu asosiasi atau kelompok formal yang secara sengaja dibentuk untuk mencapai tujuan tertentu, sekaligus subjek penelitian yang melakukan berbagai strategi untuk mencapai tujuannya.

Terdapat enam tahapan dalam melakukan teknik analisis data (Creswell, 2003: 191-195). Tahapan pertama, yaitu mengorganisasi dan mempersiapkan data untuk dianalisis. Pada tahapan ini, peneliti melakukan klasifikasi data berdasarkan sumber informasinya dari dokumen yang didapatkan maupun hasil wawancara dengan informan. Selain itu, dalam tahap ini juga dilakukan validasi terhadap data yang telah dikumpulkan. Validasi dalam penelitian kualitatif terkait dengan hal-hal berikut "*trustworthiness, authenticity, dan credibility*" (Creswell & Miller, 2000). Ketiga hal ini berkaitan dengan masalah realibilitas dan validitas dari data. Peneliti menjamin penelitian yang dilakukan telah sesuai dengan kaidah ilmiah yang berlaku dalam komunitas ilmiah, sehingga data yang didapatkan dapat dipertanggungjawabkan.

Tahapan kedua, yaitu membaca keseluruhan data. Pada tahap ini, peneliti melakukan pembacaan keseluruhan data, baik berupa dokumen maupun berupa transkrip. Kemudian peneliti mencoba untuk merefleksikan makna yang terkandung dalam data dari dokumen maupun informasi-informasi yang diberikan oleh informan terkait dengan permasalahan yang sedang diteliti. Tujuannya adalah untuk membangun "*sense*" atas data dan merefleksikan makna (secara umum) yang berasal dari catatan-catatan peneliti atas kecenderungan data (*reflective notes* atau *analytical notes*).

Tahap ketiga, melakukan analisis data lebih detail dengan proses *coding*. Proses ini hanya dilakukan terhadap data yang berasal dari wawancara mendalam. Terdapat tiga bentuk yaitu *open coding*, *axial coding*, dan *selected coding*. Dalam *open coding*, peneliti mengeluarkan informasi-informasi yang telah diperoleh dalam kode-kode dalam level yang paling sederhana, seperti jenis kelamin, usia informan, ciri fisik informan, dan lain-lain. Kemudian peneliti melakukan *axial coding* yaitu menggabungkan *open coding* yang telah dibuat sesuai dengan kategori-kategori yang sama, contoh: usia informan, ciri fisik informan, jenis kelamin informan dikategorikan sebagai karakteristik informan, dan lain-lain.

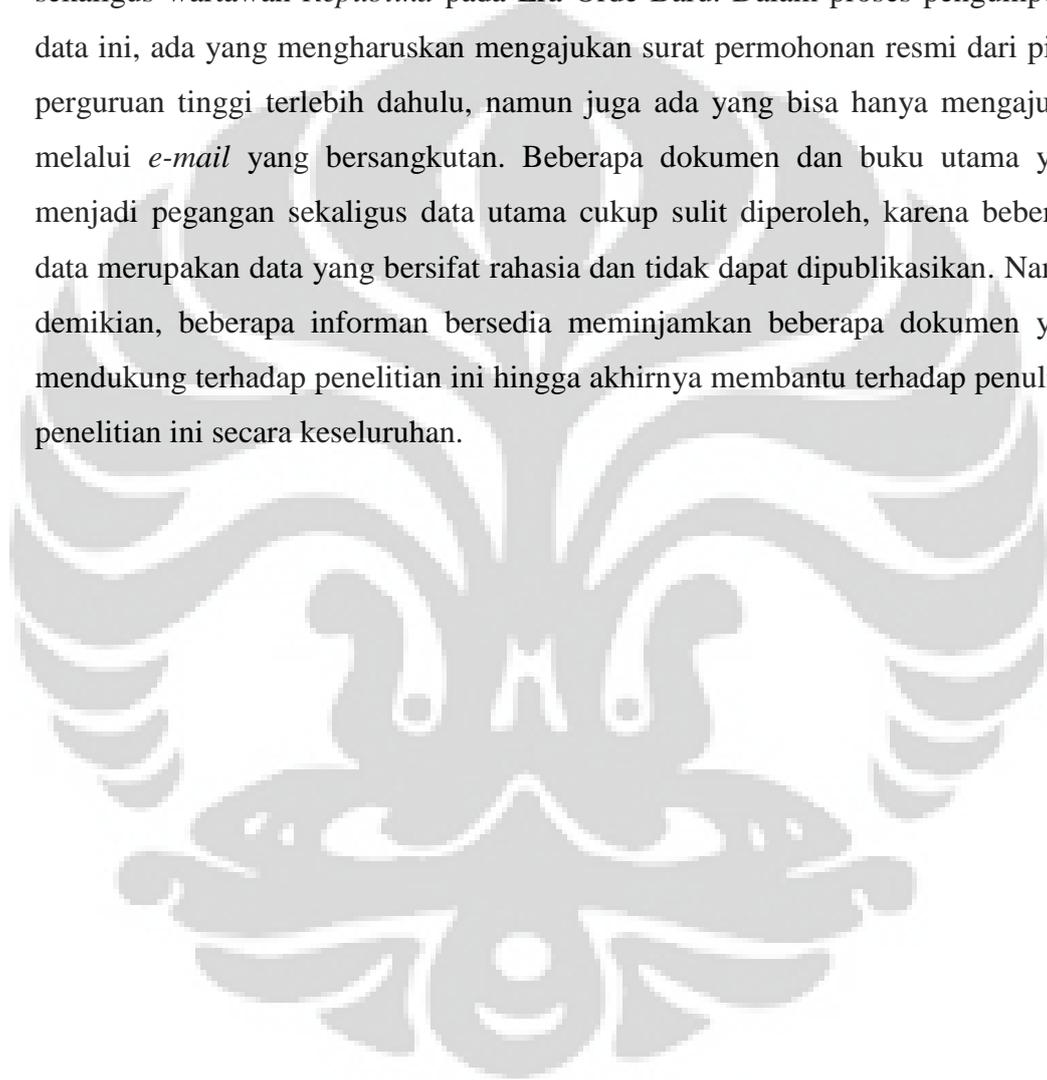
Tahap keempat. Setelah melakukan *coding*, peneliti kemudian melakukan deskripsi data (yaitu terkait dengan setting, kasus/informan, kategori atau tema) untuk kemudian dianalisis. Tahap kelima, yaitu menuliskan deskripsi data temuan dan analisa data dalam narasi kualitatif. Tahap keenam. Peneliti melakukan interpretasi atau memaknai data dalam berbagai bentuk, antara lain: 1) interpretasi personal peneliti, 2) pemahaman individu yang kemudian dikaitkan dengan konteks pengalaman, sejarah, dan budaya pribadi, 3) membandingkan dengan temuan-temuan studi lain (studi literatur, kajian teoritis), 4) merumuskan berbagai pertanyaan lanjutan yang perlu dijawab. Pertanyaan dikembangkan berbasis temuan/data yang ada, yang mana ketika penelitian tak tergalai atau belum muncul, 5) memverifikasi kerangka konsep atau teori yang dirujuk.

3.5 Proses Penelitian

Proses penelitian ini diawali oleh ketertarikan peneliti terhadap bidang sosiologi media, terutama kajian relasi media dan masyarakat, yang belum terlalu mengemuka di lingkungan perguruan tinggi peneliti. Kemudian *Republika* menjadi salah satu fenomena yang unik dalam pandangan peneliti dengan melihat konteks historis yang melekat padanya, antara lain keislaman dan kondisi pemerintahan di Indonesia pada Era Orde Baru dan Era Reformasi. Setelah melalui proses penyusunan rancangan penelitian, pengumpulan data diawali oleh niat peneliti yang hendak melakukan kegiatan magang di *Republika*. Namun karena keterbatasan institusi magang, pembatalan terhadap kegiatan magang kemudian menjadi titik awal dari perkenalan dengan Kepala Divisi Litbang

Harian *Republika* yang menjadi *gatekeeper* yang selanjutnya menjadi salah satu informan dalam penelitian ini.

Pengumpulan data yang lebih intensif kemudian dilakukan terhadap beberapa orang informan dari pihak internal *Republika*, antara lain Direktur Pemberitaan *Republika*, Kepala Newsroom *Republika*, pemimpin redaksi pada Era Orde Baru dan Reformasi (1997-2000), dan mantan staf Kepala Divisi Litbang sekaligus wartawan *Republika* pada Era Orde Baru. Dalam proses pengumpulan data ini, ada yang mengharuskan mengajukan surat permohonan resmi dari pihak perguruan tinggi terlebih dahulu, namun juga ada yang bisa hanya mengajukan melalui *e-mail* yang bersangkutan. Beberapa dokumen dan buku utama yang menjadi pegangan sekaligus data utama cukup sulit diperoleh, karena beberapa data merupakan data yang bersifat rahasia dan tidak dapat dipublikasikan. Namun demikian, beberapa informan bersedia meminjamkan beberapa dokumen yang mendukung terhadap penelitian ini hingga akhirnya membantu terhadap penulisan penelitian ini secara keseluruhan.



BAB 4

TRANSFORMASI RANAH KEKUASAAN DAN RANAH JURNALISTIK DARI ERA ORDE BARU HINGGA ERA REFORMASI

Pada bab ini peneliti memberikan gambaran data sekaligus analisis mengenai konteks sosial *Republika* sebagai agen jurnalistik, yaitu ranah jurnalistik dan ranah kekuasaan pada Era Orde Baru dan Era Reformasi. Keduanya digambarkan dalam kerangka transformasi ranah kekuasaan dan ranah jurnalistik dari Era Orde Baru hingga Era Reformasi. Relasi tersebut akan dilihat berdasarkan beragam strategi yang dijalankan para agen dalam rangka mengamankan dan meningkatkan posisinya di dalam ranah kekuasaan maupun ranah jurnalistik sehingga memberikan gambaran lebih jauh mengenai hirarki yang terbentuk antara kekuasaan dan ranah jurnalistik pada Era Orde Baru dan Era Reformasi.

4.1 Ranah Kekuasaan dan Ranah Jurnalistik pada Era Orde Baru

Secara formal, ranah kekuasaan Orde Baru mulai terbentuk ketika Soeharto menduduki posisi sebagai presiden kedua pada bulan maret 1967 menggantikan Soekarno (Hefner, 2001: 132). Secara otomatis, Soeharto langsung menempati posisi dominan dalam ranah politik Era Orde Baru. Sejak saat itu, Soeharto langsung merancang dan menjalankan berbagai strategi yang secara formal untuk menciptakan stabilitas nasional (Tanthowi, 2005). “stabilitas nasional” menjadi wacana utama yang diproduksi Soeharto dalam ruang sosial masyarakat Indonesia sebagai respon terhadap instabilitas nasional yang tercipta selama pemerintahan Orde Lama di bawah pimpinan Soekarno sehingga mengakibatkan keterpurukan struktur politik dan ekonomi (Tanthowi, 2000; Sen, 2002). Untuk itu, berbagai strategi yang dijalankan Soeharto selama kepemimpinannya cenderung diarahkan pada strategi politik dan strategi ekonomi. Namun demikian, secara implisit strategi tersebut juga digunakan untuk memperkuat dan mengamankan posisi dominannya dalam ranah kekuasaan Orde Baru.

4.1.1 Strategi Politik Soeharto dalam Ranah Kekuasaan Orde Baru

Ketika telah berhasil mencapai posisi dominan dalam ranah politik Orde Baru dengan diangkat menjadi Presiden, Soeharto langsung menjalankan berbagai strategi politik yang diarahkan untuk menciptakan stabilitas politik nasional. Strategi politik paling fundamental yang dijalankan Soeharto adalah strategi ideologis berupa penerapan Ideologi Pancasila. Ideologi Pancasila kemudian menjadi modal politik Soeharto untuk membangun ranah kekuasaan Orde Baru. Dalam ranah politik, Ideologi Pancasila dijalankan dengan memproduksi wacana turunan, yaitu Demokrasi Pancasila yang diwujudkan dalam berbagai kebijakan, yaitu fusi (penyederhanaan atau peleburan) partai politik dan Pancasila sebagai “*asas tunggal*” terhadap organisasi sosial politik.

Fusi partai politik didorong oleh sikap anti-partai di kalangan koalisi Orde Baru yang terdiri dari kalangan militer Angkatan Darat yang menganggap bahwa partai politik hanya menekankan pada aspek ideologi yang menghambat modernitas (Tanthowi, 2005: 48).¹ Berbagai macam partai politik yang telah ada sebelum pemerintahan Orde Baru dipaksa untuk melebur hingga menjadi dua partai politik, yaitu PDI (Partai Demokrasi Indonesia) untuk kalangan nasionalis dan kristen dan PPP (Partai Persatuan Pembangunan) untuk kalangan Islam.² Sementara Soeharto mempertahankan partai pemerintah bernama Golkar (Golongan Karya) yang dibentuk sejak awal Orde Baru tetap dipertahankan, bahkan selalu mendominasi pemilihan umum (Hadiz, 2005: 117). Kebijakan ini dikenal dengan “*monoloyalitas*” dan “*massa mengambang*”. Bahkan, posisi

¹ Secara lebih rinci, R. William Liddle (1992) mengungkapkan bahwa terdapat 7 tuntutan dari pandangan mengenai fusi parpol, antara lain: (1) partai lebih berorientasi pada ideologi daripada program, (2) partai-partai memperuncing ketegangan ideologis di kalangan rakyat Indonesia, baik di tingkat elit maupun cetak, (3) partai-partai menciptakan berbagai ketegangan organisasi dalam masyarakat, (4) para pemimpin partai pada dasarnya mencari kesempatan untuk kesejahteraan diri sendiri dan kroninya daripada kepentingan umum, (5) pemimpin-pemimpin partai terpisah dari pemilih yang semestinya mereka wakili, (6) kerusakan yang ditimbulkan sistem kepartaian telah merambah pada lembaga-lembaga lain, seperti birokrasi, dan (7) sistem multipartai dianggap sebagai penyebab utama instabilitas pemerintahan parlementer (Tanthowi, 2005: 49).

² PDI dibentuk pada 10 Januari 1973 yang terdiri dari lima parpol, antara lain: PNI (Partai Nasional Indonesia), IPKI, Partai Katolik, Parkindo (Partai Kristen Indonesia), dan Murba (Musyawarah Rakyat Bersama). Sementara PPP dibentuk pada 5 Januari 1973 yang terdiri dari empat parpol, antara lain: Partai NU (Nahdhatul Ulama), Parmusi (Partai Muslimin Indonesia), dan Perti (Tanthowi, 2005: 52).

Golkar diperkuat oleh kebijakan pemerintah, seperti Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 12 Tahun 1969, yang melarang pegawai negeri sipil menjadi anggota partai politik, dan sebaliknya hanya memberi dukungan kepada Golkar (Thaba, 1996: 208). Fusi partai politik kemudian diperkuat dengan kebijakan penerapan asas tunggal Pancasila pada tahun 1983 terhadap organisasi sosial-politik, termasuk terhadap partai politik.³ secara formal, kebijakan ini bertujuan untuk menangkal kebangkitan kembali komunisme serta munculnya gerakan fundamentalis muslim di Indonesia. Seluruh organisasi masyarakat dan partai politik diharuskan untuk menerapkan Pancasila sebagai ideologi mereka (Tanthowi, 2005: 56-57).

Soeharto juga menciptakan sistem korporatis dalam berbagai bentuk organisasi massa yang bersifat tunggal dan monoloyalitas dari anggotanya, yaitu Korpri (Korps Pegawai Negeri) bagi kalangan PNS (Pegawai Negeri Sipil), SPSI (Serikat Pekerja Seluruh Indonesia) bagi kalangan buruh, (Kamar Dagang dan Industri) bagi kalangan pengusaha, Kowani (Kongres Wanita Indonesia) bagi kalangan perempuan, KNPI (Komite Nasional Pemuda Indonesia) bagi kalangan pemuda, KONI (Komite Olahraga Nasional Indonesia) bagi kalangan atlet, MUI (Majelis Ulama Indonesia) bagi kalangan ulama, dan PWI (Persatuan Wartawan Indonesia) bagi kalangan wartawan (Tanthowi, 2005: 119).

Kemudian Soeharto memperkuatnya dengan memproduksi suatu wacana, yaitu Dwifungsi ABRI, yang meliputi fungsi pertahanan-keamanan (*hankam*) dan fungsi sosial-politik, karena masih memiliki *surplus of power* untuk membangun dan mempertahankan kekuasaannya (Thaba, 1996: 185). Dalam fungsi *hankam*, militer berperan untuk mempertahankan kedaulatan negara dari ancaman yang berasal dari kekuatan pihak asing maupun dari kekuatan yang ada di dalam negeri. Dalam fungsi sosial-politik, militer berfungsi menciptakan dan mempertahankan stabilitas sosial dan politik dalam masyarakat Indonesia. Dwifungsi ABRI kemudian menjadi jejaring yang mengendalikan berbagai ranah yang ada dan mengkooptasi lembaga birokrasi dan organisasi profesi yang ada dalam ruang sosial masyarakat Indonesia, seperti yang disebutkan di atas.

³ Penetapan asas tunggal bagi partai politik dituangkan dalam UU No. 3 Tahun 1983, sedangkan pemberlakuan bagi organisasi masyarakat diungkan dalam UU No. 5 Tahun 1985 (Tanthowi, 2005: 56).

4.1.2 Strategi Ekonomi Soeharto dalam Ranah Kekuasaan Orde Baru

Ketika menduduki posisi dominan dalam ranah politik, Soeharto justru langsung dihadapkan pada kondisi ekonomi nasional yang sangat terpuruk sebagai warisan dari Pemerintah Orde Lama, antara lain lonjakan tingkat inflasi yang sangat tinggi hingga mencapai 697% antara tahun 1965-1966, defisit neraca pembangunan, terkurasnya cadangan devisa negara dari Rp 23 milyar pada tahun 1961 menjadi Rp 18 trilyun, dan kesulitan pembayaran utang luar negeri yang mencapai \$ 2,7 juta (Thaba, 1996: 200; Pauker, 1967: 149-150). Dengan posisi yang dimilikinya, Soeharto langsung mengatasi dengan memproduksi wacana pembangunan sebagai strategi untuk menciptakan stabilitas ekonomi dan mengakumulasi modal ekonomi bagi kekuasaannya. Slogan “politik sebagai panglima” yang dicanangkan para pendukung rezim Soekarno diganti dengan slogan “ekonomi sebagai panglima” (Tanthowi, 2005: 50).

Untuk mengatasi keadaan ekonomi yang terpuruk, kebijakan awal yang dilakukan Soeharto yaitu berupa penundaan utang negara-negara maju yang tergabung dalam *Tokyo Club*, seperti Amerika, Inggris, Perancis, Jerman, Italia, Belanda dan Jepang, melalui berupa kerja sama program stabilisasi ekonomi, seperti penundaan pembayaran utang sebesar \$ 357 juta dan permintaan bantuan keuangan dari lembaga asing, yaitu IMF (*Internasional Monetary Fund*) (Pauker, 1967: 149). Untuk menambah keuangan negara, Soeharto membangun suatu korporasi yang dikontrol oleh militer dan birokrasi negara terhadap sektor-sektor ekonomi yang paling menguntungkan, terutama perminyakan. Pendapatan negara dalam ranah ekonomi mencapai puncaknya pada rentang tahun 1973-1982. Berdasarkan Nota Keuangan dan RAPBN tahun 1994/1995, pendapatan negara dari pajak ekspor minyak pada tahun 1973 mencapai Rp 392 miliar atau 39,5 % total pemasukan pemerintah dan pada tahun 1982 menjadi Rp 8,6 triliun atau lebih dari 70 % total pemasukan pemerintah (Hadiz, 2005: 118). Dengan kondisi ekonomi semacam itu, Soeharto mendapatkan keuntungan dengan mendirikan perusahaan yang berfungsi untuk mengakumulasi modal ekonomi, antara lain Bank Duta dan Kelompok Nusamba (Hadiz, 2005: 120). Dengan akumulasi modal ekonomi tersebut, selama Orde Baru Soeharto menjalankan berbagai kebijakan yang diarahkan pada program pembangunan, termasuk yang ditujukan bagi

masyarakat kelas bawah seperti program Inpres (Instruksi Presiden), sehingga mengukuhkan Soeharto sebagai “Bapak Pembangunan” (Dhakidae, 2005).⁴

4.1.3 Strategi Soeharto terhadap Ranah Jurnalistik Era Orde Baru

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi, media cetak mengalami fase industrialisasi. Total tiras seluruh surat kabar dan majalah yang ada di Indonesia pada tahun 1964 mencapai angka 5 juta. Sesudah peristiwa 30 September 1965, jumlahnya mengalami penurunan, namun sampai akhir 60-an jumlahnya tetap berada pada tingkat dua juta. Tiras ini meningkat kembali menjadi 5 juta pada tahun 1978. Pada tahun 1981, angkanya menembus batas 6 juta (Dhakidae, 1991 dalam Hanazaki, 1998: 26). Kemudian berdasarkan data Departemen Penerangan (1995), pada tahun 1989 tiras totalnya mencapai 10,8 juta dan kemudian menjadi 12,3 juta pada tahun 1993, sebagai akibat lonjakan permintaan dari kalangan kelas menengah perkotaan (Hanazaki, 1998: 26). Kondisi tersebut mendorong Soeharto menjalankan berbagai strategi dalam ranah jurnalistik di Indonesia untuk mendominasi dan mengendalikan agen-agen jurnalistik agar tidak meruntuhkan posisinya, bahkan sebaliknya menjadi modal politik Soeharto dalam ranah kekuasaan Orde Baru. Strategi yang dijalankan Soeharto dalam ranah jurnalistik pada Era Orde Baru, meliputi: strategi ideologis, strategi yuridis, strategi birokratis dan kooptasi, hingga strategi sensorik.

Strategi ideologis yang dijalankan Soeharto dalam ranah jurnalistik yaitu dengan membentuk konsep “Pers Pancasila”, yakni pers yang berlandaskan pada Pancasila sebagai pedoman dalam melakukan seluruh prakteknya. Dalam konteks ekonomi, wacana “Pers Pancasila” dijalankan dengan wacana “Pers Pembangunan”. Pers dijadikan sebagai sarana pendorong dan berperan aktif menyukseskan pelaksanaan pembangunan yang dijalankan oleh Pemerintah (Hanazaki, 1998). Dalam ranah jurnalistik sendiri, konsepsi pers yang dianggap sah adalah konsep Pers yang Bebas dan Bertanggung Jawab. Konsep itu diterjemahkan lagi dalam bentuk yang rinci. *Pertama*, pers bebas dari sensor,

⁴ Ada 8 jenis program Inpres yang dijalankan Soeharto selama Era Orde Baru, antara lain: 1. Inpres pembangunan desa; 2. Inpres pembangunan Daswati Dua, Dati II; 3. Inpres pembangunan Daswati Satu, Dati I; 4. Inpres pembangunan SD (Sekolah Dasar); 5. Inpres kesehatan; 6. Inpres penghijauan dan reboisasi; 7. Inpres pembangunan dan pemugaran pasar; 8. Inpres penunjang jalan (Dhakidae, 2005: 271)

pengekangan, dan bebas mengungkapkan kritik dan kontrol sosial dalam kerangka tanggung jawab terhadap Tuhan, kepentingan bangsa, kemakmuran dan keamanan negara. *Kedua*, pers diperbolehkan untuk tumbuh sebagai bisnis (Arifin, dalam Hanazaki, 1999: 45).

Jika dikaitkan dengan wacana “Pers Pembangunan”, kedua pandangan yang dikemukakan oleh Arifin tersebut dapat diartikan bahwa pembangunan dalam konteks Pers atau media cetak Indonesia juga diarahkan pada dua aspek. *Pertama*, pembangunan sosial, di mana pers menjadi alat pengontrol terhadap segala bentuk kehidupan sosial dalam masyarakat Indonesia melalui produksi wacana berupa berita dan informasi yang relevan. *Kedua*, pembangunan ekonomi, di mana pers menjadi suatu praktek bisnis (industri) yang mampu mereproduksi modal ekonomi, baik bagi perusahaan pers sebagai agen jurnalistik dalam bentuk keuntungan modal ekonomi maupun bagi pemerintah dalam bentuk pajak.

Untuk memperkuat pengendalian rezim Orde Baru dalam ranah jurnalistik, Soeharto menjalankan strategi yuridis (hukum). Selama tahun 1990 hingga akhir kekuasaan Soeharto tahun 1998, bentuk pengendalian Soeharto dilakukan dengan mengacu pada Undang-undang Nomor 21 Tahun 1982 yang mengatur seluruh hal mengenai pers di Indonesia, seperti fungsi dan peran pers. Sebagaimana tertulis dalam pasal 2 ayat 3, “Dalam rangka meningkatkan peranannya dalam pembangunan, pers berfungsi sebagai penyebar informasi yang objektif, menyalurkan aspirasi rakyat, meluaskan komunikasi dan partisipasi masyarakat serta melakukan kontrol sosial yang konstruktif. Dalam hal ini perlu dikembangkan interaksi positif antara Pemerintah, pers dan masyarakat”.

Bentuk aturan yang paling fundamental dari undang-undang ini adalah SIUPP (Surat Izin Usaha Perusahaan Pers) seperti yang tertulis dalam pasal 13 ayat 5: “Setiap penerbitan pers yang diselenggarakan oleh perusahaan pers memerlukan Surat Izin Usaha Penerbitan Pers selanjutnya disingkat SIUPP yang dikeluarkan oleh Pemerintah”. SIUPP bukan hanya menjadi syarat wajib bagi perusahaan pers agar dapat melakukan kegiatannya, tetapi juga menjadi suatu bentuk pengawasan dan pembinaan berupa bantuan dan fasilitas dari pemerintah yang tidak boleh ditolak (Arifin, dalam Hanazaki, 1998: 45).

Pengendalian menjadi semakin ketat dan keras dengan dibuatnya Peraturan Menteri Penerangan (Permenpen) No. 1/1984 yang memberi kewenangan kepada Menteri Penerangan untuk mencabut SIUPP (Hanazaki, 1998: 41-42). Artinya, jika perusahaan pers tidak dapat dikendalikan oleh pemerintah, maka perusahaan pers itu dapat ditutup dengan dicabutnya SIUPP. Strategi yuridis semacam ini ternyata berhasil menjaga kepadatan ranah jurnalistik dengan membatasi dan meminimalisasi jumlah Perusahaan Pers, baik itu sebagai penerbit surat kabar, majalah, ataupun tabloid, yang akan masuk dalam ranah jurnalistik. SIUPP menjadi suatu 'gerbang ranah' bagi setiap perusahaan pers yang akan menjalankan prakteknya dalam ranah jurnalistik di Indonesia. Kenyataan yang terjadi menunjukkan bahwa mekanisme SIUPP sebagai suatu mekanisme formal menjadi suatu *entry barrier* yang sangat sulit dan menimbulkan kesulitan tersendiri bagi pemohonnya. Selama periode tahun 1990-an, SIUPP justru dapat diperoleh tanpa hambatan ketika para pemohon memiliki jaringan sosial informal yang kuat, seperti yang terjadi dalam kasus *Sinar* yang dimiliki oleh Sudwikatmo, saudara angkat Soeharto, dan *Republika* yang didukung oleh Habibie (Hanazaki, 1999: 49). Maka, hingga Maret 1999 atau selama 32 tahun pemerintahan Orde Baru, jumlah Perusahaan Pers di Indonesia hanya berjumlah 289 (Dewan Pers, 2007: x; Oetama, 2001: 42).

Strategi ideologis dan yuridis di atas kemudian dijalankan Rezim Orde Baru melalui strategi birokratis dalam ranah jurnalistik melalui lembaga pemerintah dan organisasi profesi untuk mengawasi pelaksanaan peraturan pers yang telah dibuat. Lembaga dan organisasi tersebut antara lain: Departemen Penerangan (khususnya Dirjen Pembinaan Pers dan Grafika/PPG), Dewan Pers, dan PWI (Persatuan Wartawan Indonesia). Strategi birokratis itu, ditopang dengan strategi kooptasi oleh kalangan militer, baik secara individual dengan menjadi anggota dari lembaga birokrasi dan organisasi pers maupun secara institusional melalui Kopkamtib (Komando Kemanan dan Keteriban). Kopkamtib menjadi semacam 'institusi bayangan' yang turut mengendalikan praktek sosial yang dilakukan agen jurnalistik. Artinya, walaupun secara formal tidak ada aturan yang tertulis secara jelas dan melegitimasi posisi militer dalam ranah jurnalistik, tetapi pengendalian dan pengawasan yang dilakukan oleh militer sangat jelas terjadi.

Departemen Penerangan merepresentasikan posisi pemerintah sebagai regulator berbagai kegiatan komunikasi media massa, termasuk pers sebagai bagian kegiatan komunikasi. Secara lebih spesifik, pengaturan dan pengawasan terhadap pers dilakukan oleh bagian tersendiri dari Deppen, yaitu Direktorat Jenderal Pembinaan Pers dan Grafika (Dirjen PPG).⁵ Dalam relasinya terhadap pers, Dirjen PPG memiliki wewenang dalam memberikan dan mencabut izin pers melalui SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan). Dengan kondisi semacam ini, menurut Dhaniel Dhakidae (1991), Departemen Penerangan merupakan puncak perwujudan gagasan ideologi sekaligus aksi represi aparat pemerintah, karena memiliki peran ganda sebagai alat kontrol informasi sekaligus alat kontrol ekonomi dari bidang media cetak, misalnya Departemen Penerangan memonopoli pasokan dan distribusi aneka tinta cetak yang merupakan bahan dasar media cetak (Hill, 2011: 72).

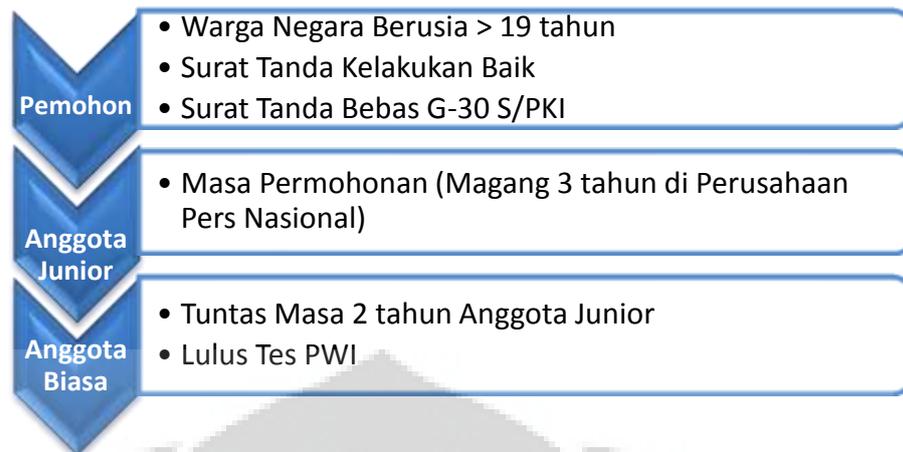
Dewan Pers merupakan organisasi pers yang terdiri dari berbagai pihak yang berkepentingan dalam bidang pers, antara lain pemerintah, masyarakat, dan kalangan pers, sebagai wujud dari konsep “interaksi positif” adalah antara pemerintah, kalangan pers, dan masyarakat yang tercantum dalam UU Pers No. 21 Tahun 1982. Dewan Pers berperan dalam memberikan rekomendasi pada Dirjen Pers dan Grafika dalam hal pemberian dan pencabutan izin pers dan sebagainya. Jadi dengan kewenangan ini, Dewan Pers dan Deppen dapat mengendalikan jumlah perusahaan pers yang merupakan agen jurnalistik. Dewan Pers dibentuk dengan tujuan menjadi titik temu antara pemerintah, organisasi pers, dan kalangan masyarakat. Unsur pemerintah dalam keanggotaan Dewan Pers, terdiri dari Menteri Penerangan (menjabat sebagai Ketua Dewan Pers), Sekjen Deppen, Direktur Jenderal PPG, dan Direktur Jenderal Urusan Sosial dan Politik

⁵ Direktorat Jenderal ini terdiri dari beberapa bagian, yaitu Pers, Jurnalistik, Grafika, dan Penerbitan. Direktorat Pers bertugas mengelola SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan), mengatur pasokan tinta cetak, pengaturan organisasi pers, pemantauan pers asing, dan sebagainya. Direktorat Jurnalistik bertugas menyelenggarakan macam-macam pelatihan profesional dan aneka program pendidikan serta seminar, menerbitkan akreditasi jurnalis untuk koresponden nasional dan asing dan memantau pemberitaan pers luar negeri tentang Indonesia. Direktorat Grafika bertugas mengatur pengembangan keterampilan dan kemampuan teknis industri cetak. Sementara Direktorat Penerbitan yang berfungsi layaknya Percetakan Negara, bertugas mengurus pembuatan dan penyebarluasan berbagai terbitan, seperti pidato resmi kenegaran dan dokumen negara (Hill, 2010: 72).

Departemen Dalam Negeri. Anggota Dewan Pers dari organisasi pers, berasal dari PWI (Persatuan Wartawan Indonesia), Serikat Penerbit Surat kabar (SPS), Serikat Grafika Pers (SGP), Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (PPPI). Sementara itu, anggota Dewan Pers yang berasal dari kalangan masyarakat pada periode Orde Baru ternyata berasal dari kalangan militer, baik pejabat aktif maupun pensiunan militer. Antara tahun 1990-1993, empat Brigadir Jenderal, satu Kolonel, dan satu Admiral duduk sebagai anggota Dewan Pers (Hill, 2011:75).

PWI (Persatuan Wartawan Indonesia) merupakan organisasi profesi dari kalangan wartawan di Indonesia. PWI dibentuk pada tahun 1946 sebagai bentuk mobilisasi para wartawan profesional dalam rangka perjuangan nasional. Walaupun PWI merupakan organisasi sipil, tetapi Soeharto tetap melakukan pengendalian melalui keterlibatan kalangan militer dengan menduduki jabatan penting dalam PWI. Sebelum tahun 1990, posisi Ketua Eksekutif dijabat oleh Brigjen. Sugeng Wijaya, tetapi memasuki tahun 1990-an posisi itu diduduki oleh Sofyan Lubis dari kalangan sipil. Walaupun demikian, PWI dianggap masih memihak pada pemerintah, terutama ketika terjadi pembredelan atau pencabutan izin terhadap surat kabar yang dilakukan oleh Deppen.

PWI menjadi satu-satunya organisasi profesi wartawan yang diakui oleh Pemerintah Orde Baru. Tidak hanya itu, seluruh wartawan wajib menjadi anggota PWI untuk menjalankan prakteknya. Keanggotaan PWI terdiri dari empat kategorie, yaitu anggota junior, anggota biasa, anggota luar biasa, dan anggota kehormatan. Anggota junior adalah keanggotaan yang dimiliki oleh calon wartawan yang telah memenuhi persyaratan administrasi dan masa magang. Setelah menjadi anggota junior selama 2 tahun dan lulus tes dari PWI, barulah dapat menjadi anggota biasa. Adapun anggota luar biasa adalah mereka yang menekuni bidang jurnalistik, tetapi tidak aktif sebagai wartawan di perusahaan pers komersial. Sementara itu, anggota kehormatan lebih merupakan bentuk penghargaan terhadap mereka yang dianggap berjasa atau berkontribusi terhadap profesi wartawan. Adapun tahapan yang harus ditempuh calon wartawan untuk mendapatkan kartu identitas pers sebagai anggota biasa, digambarkan seperti berikut:



Gambar 4.1 Tahapan untuk anggota biasa PWI

Sumber: (Hill, 2011: 80-81), telah diolah kembali

Pada tahun 1992, total anggota PWI berjumlah 3.983 orang (2.290 pemohon, 497 anggota junior, dan 1.196 anggota biasa). Menurut data Departemen Penerangan, pada tahun 1993, jumlah keseluruhan wartawan sebanyak 6.287 orang. Jumlah tersebut terdiri dari 4.198 orang anggota PWI dan 2.189 orang tanpa tanda pengenal resmi (Hanazaki, 1998: 67). Sejak tahun 1989, secara resmi PWI memiliki kewenangan untuk menentukan keabsahan seorang wartawan dengan mengeluarkan kartu identitas pers yang dianggap satu-satunya tanda pengenal yang sah (Hill, 2011: 79-80).

Walaupun para wartawan berstatus sebagai tenaga kerja dalam perusahaan pers, dalam anggapan pemerintah status PWI bukanlah semacam serikat pekerja, tetapi merupakan asosiasi para profesional. Untuk melindungi kepentingan mereka dalam perusahaan pers, kemudian para wartawan diperbolehkan membentuk Dewan Karyawan di tiap perusahaan pers (Hill, 2011: 82). Namun kenyataannya, upaya pendirian Dewan Karyawan justru dianggap ancaman oleh perusahaan pers tertentu sehingga mereka mendapat keras berupa pemecatan dari perusahaan pers tersebut, seperti yang terjadi di surat kabar *Kompas* pada tahun 1988. Realitas kontradiktif ini mendorong kemunculan organisasi wartawan independen dari intervensi pemerintah, seperti Forum Diskusi Wartawan Yogyakarta (FDWY) tahun 1993 dan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) tahun 1994 (Hill, 2011: 83).

Organisasi lain yang setingkat PWI adalah Serikat Penerbit Surat kabar (SPS). Organisasi ini bertugas menampung kepentingan para pengusaha atau pemilik perusahaan pers. Walaupun tidak sekontroversial PWI, SPI tetap memiliki posisi yang signifikan dalam ranah jurnalistik, terutama dalam proses perizinan pendirian perusahaan pers dan juga dalam penentuan kebijakan seperti mengenai pasokan impor tinta cetak dan besaran harganya (Hill, 2011: 85). Sedangkan, dua organisasi lainnya, yaitu Serikat Grafika Pers (SGP) dan Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (PPPI) dianggap tidak berpengaruh besar terhadap kepentingan media cetak. Salah satu indikatornya adalah jumlah kursi keduanya dalam keanggotaan Dewan Pers yang hanya berjumlah 1 kursi masing-masing, dibandingkan dengan PWI sebanyak 8 kursi (Hill, 2011: 87).

Sementara institusi militer sebagaimana disebutkan di atas, yaitu Kopkamtib, dalam ranah jurnalistik Orde Baru ditempatkan sebagai pengawas terhadap seluruh kegiatan yang dijalankan oleh agen jurnalistik. Kopkamtib ditempatkan sebagai pengawas dari konsep “interaksi positif” yang digagas Pemerintah, khususnya mengawasi bagaimana agen jurnalistik menjalankan interaksi tersebut, bahkan Kopkamtib ditempatkan secara sejajar dengan Departemen Penerangan dalam hal pengawasan agen jurnalistik. Posisi Kopkamtib tersebut ditegaskan oleh Direktur Jenderal PPG, Sukarno, SH (1986):

“Apabila Departemen Penerangan Menelepon para pemimpin redaksi, misalnya untuk menyarankan atau memohon agar hal ini jangan diberitakan karena alasan ini dan itu, pers diminta melakukan hal yang sama. Jika terjadi masalah, bukan hanya Departemen Penerangan yang harus menelepon redaksi surat kabar, tetapi sebaliknya juga dari surat kabar kepada Departemen Penerangan atau Kopkamtib (Hanazaki, 1998: 47)”.

Wacana “Interaksi Positif antara pers, pemerintah, dan masyarakat” dijalankan oleh Dewan Pers sebagai perpanjangan tangan Departemen Penerangan, salah satunya dengan menetapkan jumlah halaman surat kabar dan iklan yang boleh dimuat dalam surat kabar. Pada tahun 1990-an, jumlah tersebut maksimal 20 halaman dan 35% dari total halaman surat kabar (Hanazaki, 1998: 50). Batasan itu dilakukan dalam rangka mencegah terjadinya praktek monopoli media cetak dan proteksi secara tidak langsung terhadap perusahaan pers yang kurang mapan. Bentuk pengendalian lain dilakukan melalui pemilikan saham

sejumlah perusahaan pers oleh menteri penerangan. Pada tahun 1991, majalah *Independen* memberitakan bahwa Harmoko, yang pada saat itu menjadi menteri penerangan, memiliki saham di 31 media cetak maupun elektronik, di mana 23 di antaranya dimiliki setelah ia menjabat sebagai menteri penerangan. Dengan posisi seperti itu, Harmoko dapat mengendalikan media tertentu dengan dua wewenang sekaligus, yaitu sebagai menteri penerangan, sekaligus pemilik saham.

Dalam aspek mikro, bentuk pengawasan Soeharto melalui institusi birokrasi dijalankan melalui strategi sensorik. Seluruh aspek produksi berita harus melalui mekanisme tiga tahapan sebagai penjabaran dari wacana “Interaksi Positif antara pers, pemerintah, dan masyarakat”. *Pertama*, swasensor oleh media yang memproduksi berita. *Kedua*, dengan bujukan dan peringatan oleh pihak yang berwenang. *Ketiga*, pembredelan (Hanazaki, 1998: 62). Pengawasan ini dilakukan oleh Pemerintah Orde Baru melalui lembaga negara, organisasi, dan militer, yaitu Direktur Jenderal PPG, Dewan Pers, dan Kopkamtib.

Mekanisme tahap pertama yang paling jelas dilakukan pada proses redaksi dengan cara mengutip pernyataan langsung dan menggunakan diksi atau pilihan kata dalam isi berita yang bersifat eufimistik (sindiran atau makna tersirat). Bentuk pertama, misalnya, ketika seorang pejabat menjadi narasumber sebagai judul berita, maka judul berita yang diterbitkan ditulis dengan mencantumkan nama pejabat yang bersangkutan kemudian diikuti dengan pernyataannya, contohnya seperti judul berikut yang digunakan oleh *Republika* dalam terbitannya pada edisi 2 Juni 1993, “Habibie: Hargai Karya Bangsa Sendiri”. Bentuk kedua dengan memperhalus penggunaan bahasa, misalnya kata “ditangkap” diganti dengan kata “diamankan” (Sulistyo dalam Hanazaki, 1998: 76). Pola pemberitaan seperti ini setidaknya dianggap sebagai bentuk objektivitas dan menghindarkan media cetak tersebut dari kesalahan interpretasi yang bisa mendapatkan teguran dan peringatan.

Mekanisme tahap kedua dijalankan melalui peringatan langsung yang dilakukan oleh pihak berwenang. Kutipan pernyataan Direktur Jenderal PPG di atas dapat dijadikan gambaran bentuk pengawasan yang dijalankan sangat jauh dan ketat oleh birokrasi dan militer, melalui Deppen dan Kopkamtib, yaitu dalam bentuk komunikasi lewat melalui telepon. Artinya, pengawasan dilakukan dapat

dilakukan secara langsung dan dapat masuk hingga pada aspek redaksional, seperti judul dan isi berita.

Dengan struktur pengendalian seperti itu selama Orde Baru, terbentuk habitus pada agen jurnalistik dalam konteks produksi berita, yaitu jurnalisme kutipan dan tersamar. Ketatnya pengawasan yang dilakukan oleh Deppen dan Kopkamtib menyebabkan ketakutan dalam mengemukakan wacana secara jelas dan tegas, terutama yang menyangkut tindakan atau sosok kalangan birokrasi dan Soeharto. Pengendalian yang telah melakukan batasan ruang gerak bagi seluruh agen dalam ranah jurnalistik selama Orde Baru, di mana praktek yang dilakukan agen jurnalistik dipaksa untuk masuk dalam wacana “Pers Bebas dan Bertanggung Jawab”. Dalam prakteknya, dengan mekanisme pengendalian dan pengawasan yang dijalankan, Pemerintah Orde Baru justru sangat menekankan pada aspek “Bertanggung Jawab” daripada ruang pada aspek “Bebas”.

Dalam kondisi ranah jurnalistik seperti itu, di antara 289 penerbitan pers (surat kabar, majalah, tabloid) yang ada, posisi dominan ditempati oleh *Kompas*, sebuah surat kabar harian yang telah berdiri sejak tahun 1965 dengan gaya pemberitaan dan garis editorial yang humanis dan moderat (Hanazaki, 1998: 132). Dominasi *Kompas* sebagai agen jurnalistik dapat dilihat berdasarkan ukuran berbagai bentuk modal yang dimilikinya hingga tahun 1995. Modal ekonomi yang dimiliki *Kompas* dapat diukur dari tiras per hari yang mencapai 504.681 eksemplar. Angka itu adalah jumlah tiras perhari yang paling tinggi saat itu, dibandingkan surat kabar lainnya, misalnya *Jawa Pos* yang hanya mencapai 306.500 (Hanazaki, 1998: 105-106). Selain itu, *Kompas* sebagai sebuah perusahaan pers telah berkembang pesat menjadi kelompok perusahaan media dengan nama *Kompas Gramedia Grup*. *Kompas Gramedia Grup* menjadi semacam konglomerasi dengan memiliki 17 media cetak yang terdiri dari surat kabar, majalah, dan tabloid dengan tiras mencapai 2 juta eksemplar per hari. Dengan demikian, *Kompas Gramedia Grup* menguasai hampir 20% dari jumlah total penerbitan pada tahun 1990-an (Hanazaki, 1998: 91).

Dalam hal modal sosial, masuknya Jakob Oetama (Pemimpin Umum *Kompas Gramedia Grup*) dalam keanggotaan Dewan Pers pada tahun 1990-an menjadi bentuk jaringan antara perusahaan pers dan organisasi korporasi

pemerintah Orde Baru yang dapat digunakan untuk memproteksi kepentingan *Kompas* yang telah mapan. Dalam hal modal kultural, *Kompas* didukung oleh para wartawan yang berkompotensi tinggi, sehingga mampu menghasilkan berita dan informasi yang dijadikan referensi berita dan informasi para pembaca, terutama di daerah perkotaan seperti Jakarta.

Sementara dalam modal simbolik, perubahan yang dilakukan *Kompas* dari awal pendiriannya sebagai surat kabar Katolik yang dibentuk oleh Partai Katolik pada tahun 1965 menjadi surat kabar sekuler, menjadikannya sebagai surat kabar yang dianggap tidak memihak pada kelompok agama tertentu dan dalam relasinya dengan pembaca, menjadikannya surat kabar yang terbuka bagi berbagai kelompok dengan berbagai latar belakang, terutama latar belakang agama (Hill, 2011). Wacana jurnalisme sekuler yang diusung *Kompas* dipraktekkan dengan gaya pemberitaan yang moderat sebagai wujud habitusnya, termasuk menjadi panduan dalam melakukan pemberitaan dalam kondisi ranah jurnalistik yang terdominasi dalam ranah kekuasaan Orde Baru yang sangat represif terhadap praktek yang dijalankan agen jurnalistik. Praktek pemberitaan seperti itu ditunjukkan dengan pemberitaan politik yang hati-hati (Hill, 2011: 36). Walaupun terkadang melegitimasi tindakan pemerintah dengan mengutip pernyataan pemerintah, misalnya dalam kasus Timor Timur.⁶ Ternyata strategi itu mampu melindungi *Kompas* dari pembredelan, sekaligus menarik minat dan selera pembaca surat kabar, terutama yang berada di wilayah perkotaan, yang ditunjukkan dengan angka sirkulasi yang sangat tinggi.

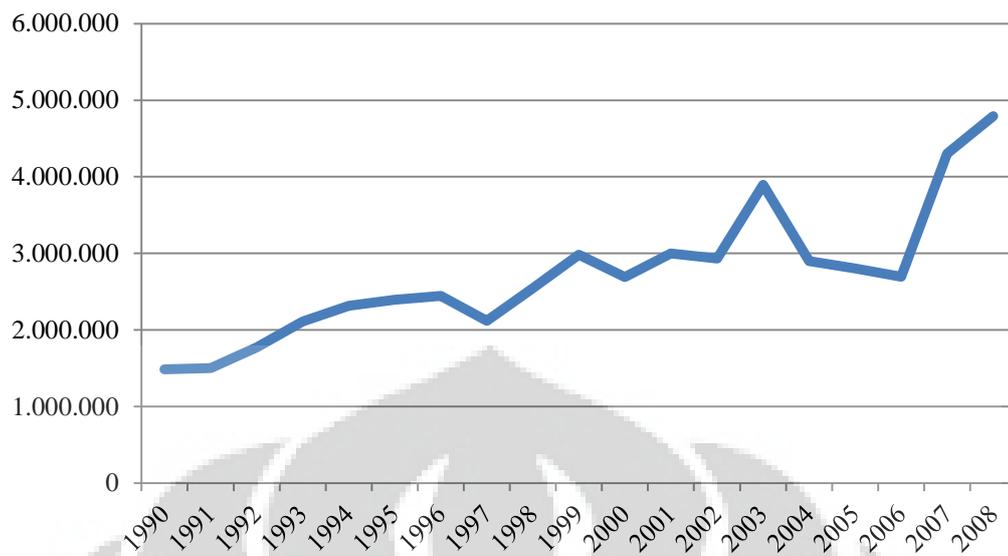
Sementara media cetak berorientasi Islam dengan wacana jurnalisme Islam yang diusungnya tidak mampu mengalahkan dominasi media cetak sekular, terutama *Kompas*. Ketidakmampuan ini salah satunya disebabkan oleh kegamangan dalam menyeimbangkan antara upaya mempertahankan kredibilitas di mata pembaca dan negosiasi dengan negara dalam mengakomodasi sejumlah kepentingan (Hill, 2011: 153).

4.1.4 Transformasi Strategi Soeharto dalam Ranah Kekuasaan Orde Baru

⁶ Pada tanggal 12 November 1991, militer Indonesia menembaki para demonstran di pemakaman Santa Cruz di Dili, Timor Timur. Walaupun beberapa jam setelah itu surat kabar di Jakarta sudah tahu, tetapi tidak ada yang berani menulis. Namun keesokan hari, *Kompas* menerbitkan berita tentang peristiwa itu dengan judul: "Situasi di Dili Sudah Diatasi" (Hanazaki, 1998: 114)

Pada tahun 1990-an, Soeharto sebagai agen yang mendominasi ranah kekuasaan Orde Baru melakukan transformasi strategi, terutama strategi politik dan ekonomi, untuk mempertahankan dominasinya sebagai penguasa Orde Baru. Posisi Soeharto dalam ranah kekuasaan Orde Baru yang sejak awal pemerintahannya direproduksi dengan dukungan kalangan militer, secara perlahan dialihkan pada kalangan sipil Islam (Hefner, 2001). Terdapat beberapa pandangan mengenai transformasi strategi yang dilakukan oleh Soeharto. *Pertama*, munculnya kelas menengah santri baru. Pandangan pertama dan kedua merupakan bentuk 'gelombang arus bawah' dari kalangan Islam. *Kedua*, pembaruan pemikiran dan praktek politik Islam. *Ketiga*, pergeseran elit politik Orde Baru sebagai bentuk faksi politik elit Orde Baru. (Tanthowi, 2005: 66).

Pandangan pertama dimungkinkan oleh beberapa faktor. *Pertama*, dari faktor ekonomi, tumbuhnya kelas menengah Islam didorong oleh peningkatan ekonomi nasional secara makro yang sangat signifikan. Pendapatan perkapita pertahun meningkat dari hanya Rp 20.000 (US \$ 62) pada tahun 1969 menjadi Rp 1.38.000 (US \$ 574) pada tahun 1991. Jumlah penduduk miskin pada tahun 1976 sebanyak 54,2 juta orang (40,1%), pada tahun 1990 berkurang menjadi 27,2 juta orang (15,1 %). *Kedua*, faktor tingkat pendidikan. Angka melek huruf naik dari 71,2% pada tahun 1980 menjadi 84,2% pada tahun 1990 (Thaba, 1996: 201-202). Di tingkat perguruan tinggi, jumlah mahasiswa yang terus meningkat.



Gambar 4.2 Pertumbuhan jumlah mahasiswa di Indonesia (1990-2008)

Sumber: Buku Statistik Indonesia 1990-2009, BPS, diolah

Pesatnya jumlah mahasiswa ini memunculkan fenomena lain, yaitu Gerakan Tarbiyah atau dalam konsep Robert W. Hefner disebut dengan Gerakan Salman yang muncul di kampus-kampus dan berpusat di Kampus ITB, Bandung, dan telah mereproduksi kaum “neo-santri”, yaitu mereka yang mendapatkan pendidikan di institusi pendidikan sekuler, tetapi memiliki pengetahuan keagamaan yang dijalankan secara ketat (Hefner, 1993: 19).

Pandangan kedua didasari oleh ketidaksetujuan atas anggapan bahwa muslim Indonesia adalah anti-Pancasila dan terpinggirkannya kalangan Islam dari posisi-posisi pemerintahan dan pada awal-awal pemerintahan Orde Baru (Tanthowi, 2005: 75-76). Persoalan ini kemudian dihadapi dengan pembaruan pemikiran mengenai hubungan Islam dan negara, serta tindakan pemberdayaan sosial, ekonomi, dan politik masyarakat bawah (Tanthowi, 2005: 76-77). Sementara pandangan terakhir didasari oleh faktor alamiah, di mana usia Soeharto semakin tua dan di saat yang sama hubungannya dengan militer, terutama Angkatan Darat, semakin bertentangan (Tanthowi, 2005: 80).

Reorientasi strategi politik Soeharto kemudian diwujudkan mulai dari aspek personal hingga aspek struktural. Dari sisi Islam, pada tahun 1991, Soeharto melakukan strategi simbolik dengan menjalankan ibadah haji untuk pertama kalinya dan menambahkan nama depannya dengan “Muhammad”. Padahal

Soeharto sebelumnya dikenal mendukung aliran *kejawen* (Hefner, 2001: 225-226). Pada tahun sebelumnya (1990), Soeharto secara langsung dan terbuka menyatakan dukungannya terhadap pembentukan ICMI. Tindakan ini merupakan strategi politik Soeharto dalam mengakumulasi modal politik dengan membentuk jaringan dengan kalangan Islam, terutama kalangan Islam modernis.

Dalam ranah politik, ICMI kemudian menjadi bentuk reorientasi strategi politik untuk mempertahankan basis kekuatan dalam ranah kekuasaan Orde Baru dengan memperbesar jumlah kalangan Islam dalam pemerintahannya, sekaligus mobilisasi kalangan Islam yang ingin masuk dalam birokrasi negara. Antara tahun 1993-1998 misalnya, muncul istilah ‘penghijauan’ (masuknya kalangan Islam dalam negara) terhadap MPR, susunan Kabinet Pembangunan IV, pengurus Golkar, bahkan hingga kalangan militer (Thaba, 1996: 292). Sejumlah 337 orang-orang ICMI tercatat sebagai anggota MPR RI pada periode awal 1990-an (Hefner, 2001: 244). Sosok asisten pribadi sekaligus pelaksana strategi Soeharto juga dilakukan pergantian, dari Ali Moertopo dan Soedharmono kepada Harmoko dan Habibie (Tanthowi, 2005: 82). Pergantian itu mendapatkan pengukungan ketika Harmoko dan Habibie menjadi Ketua Umum dan Ketua Formatur Golkar tahun 1993-1998 (Tanthowi, 2005: 114).

Dari sisi militer, Soeharto mengurangi porsi militer dalam eksekutif, Golkar, dan militer sendiri. Pada tahun 1990, misalnya, persentase bupati yang berasal dari kalangan militer turun menjadi 40% dibanding tahun 1980-an sebesar 56%. Pada tahun 1993, Harmoko yang berasal dari kalangan sipil terpilih sebagai Ketua Umum Golkar (Hanazaki, 1999: 118). Ia menjadi kalangan sipil pertama yang meraih posisi tertinggi dalam partai pemerintah yang sebelumnya selalu diduduki oleh kalangan militer. Lebih jauh lagi, Soeharto melakukan reposisi dalam kabinet dan jajaran petinggi ABRI yang berlatar belakang non-muslim dan menentang keberpihakan Soeharto pada kalangan sipil Islam dengan kalangan militer yang bersimpatik dengan kalangan Islam. Pada tahun 1994, mantan Panglima ABRI, Benny Moerdani ‘dipaksa’ pensiun sebagai Menteri Pertahanan dan Keamanan, Kasospol (Kepala Bidang Sosial Politik) ABRI, Letnan Jenderal Harsudiyono Hartas diganti dengan Letnan Jenderal R. Hartono, yang setahun kemudian menjabat Kepala Staf Angkatan Darat (KSAD), kemudian Panglima

ABRI diduduki oleh Jenderal Feisal Tandjung yang mendukung kalangan muslim (Hefner, 2001: 258).

Dalam ranah ekonomi, Soeharto melakukan reorientasi strategi ekonomi dengan membuat kebijakan penanaman modal asing pada sektor-sektor yang dianggap tidak terlalu penting, seperti sektor perdagangan. Antara tahun 1990 dan tahun 1995, pemberian izin investasi asing meningkat dari US\$ 9 miliar menjadi US\$ 39,9 miliar, sementara investasi negara terus menurun dari 69 % total tahun 1979-1980 menjadi 27 % pada tahun 1993-1994, sehingga monopoli ekonomi semakin beralih dari birokrasi negara pada kalangan swasta (Hadiz, 2005: 122-123).

Ketika Soeharto menjalankan transformasi strategi seperti di atas, muncul wacana “keterbukaan” dalam ranah politik Orde Baru pada tahun 1990-an. Wacana ini merupakan tuntutan bahwa otoritarianisme, sentralisasi kekuasaan, dan pendekatan represif dianggap tidak lagi relevan dengan dinamika masyarakat yang berkembang, salah satunya kelas menengah baru yang semakin tumbuh (Tanthowi, 2005: 128). Berbagai kalangan mendiskusikan dan mengangkat wacana ini. Bahkan di kalangan DPR, wacana “Keterbukaan” disponsori oleh Fraksi ABRI, seperti Benny Moerdani (Hanazaki, 1999: 118). Uniknyanya, dengan faksionalisasi yang terjadi antara Soeharto dan kalangan militer, wacana ini berubah menjadi pertarungan antara militer dan Soeharto dalam mendapatkan dukungan dari masyarakat, terutama kelas menengah yang baru tumbuh, untuk mempertahankan atau meraih kekuasaan masing-masing. Dalam kalangan militer sendiri akhirnya terbentuk dua kubu, yaitu kubu “ABRI Hijau” dan kubu “ABRI Merah-Putih”. “ABRI Hijau” adalah kalangan ABRI yang dianggap bersimpati dan mendukung gerakan kalangan Islam, salah satunya adalah Prabowo. Sementara “ABRI Merah-Putih” adalah kalangan ABRI yang dianggap menentang gerakan kalangan Islam, salah satunya adalah Try Sutrisno (Hefner, 2001: 259).

Dengan kondisi seperti itu, pada tahun 1990-an, Soeharto sebagai agen yang menenpati posisi dominan dalam ranah kekuasaan dihadapkan pada pertarungan untuk mempertahankan posisinya dari agen lainnya, yaitu kelompok militer yang pada awal pemerintahan Orde Baru justru merupakan bagian dari

kekuatan Soeharto. Maka, Soeharto sejak tahun 1989 secara resmi memperkenalkan gagasan “Keterbukaan” walaupun dengan berbagai persyaratan yang kemudian ditentukan.⁷ Hasilnya, secara kelembagaan, pemerintah membentuk Peradilan Tata Usaha Negara (PTUN) dan Komisi Nasional Hak Asasi Manusia (Komnas HAM). Dalam pertarungan itu posisi Soeharto semakin melemah. Pada pemilu 1992 Golkar kehilangan banyak suara dengan hasil 68% (angka paling kecil dalam 10 tahun terakhir). Setahun kemudian, Soeharto juga gagal untuk mengintervensi Kongres Luar Biasa (KLB) Partai Demokrasi Indonesia (PDI) pada tanggal 2-6 Desember 1993, ketika calonnya kalah dari calon para pendukung PDI, yaitu Megawati Soekarno Putri (Tanthowi, 2005: 130).

Dalam ranah ekonomi, aktor ekonomi yang sebelumnya mendapat perlindungan Soeharto tidak lagi mendapatkan perlindungan. Misalnya, terungkapnya kasus skandal di Bapindo (Bank Pembangunan Indonesia) sebesar Rp 1,3 triliun pada tahun 1994 yang dilakukan oleh Edi Tansil dan melibatkan beberapa menteri untuk memberikan kesaksian. Di sisi lain, salah satu sumber pendapatan negara dihapuskan, yaitu SDSB (Sumbangan Dana Sosial Berhadiah) dihapuskan pada 25 November 1993.⁸

Penghapusan SDSB dapat menjadi contoh kasus bagaimana akhirnya Pemerintah Orde Baru harus menerima tuntutan masyarakat sipil yang didukung oleh kekuatan kalangan Islam. Menurut Ariel Heryanto (1999), tuntutan terhadap SDSB sebenarnya telah dilakukan beberapa tahun sebelumnya, tetapi secara

⁷ Gagasan “Keterbukaan” oleh beberapa pengamat dianggap serupa dengan gagasan *Glasnost* di Uni Soviet. Secara personal, wacana “Keterbukaan” merupakan gagasan yang dikemukakan oleh Duta Besar Amerika mengakhiri tugasnya di Indonesia. Dia menyatakan bahwa seiring dengan deregulasi ekonomi, maka keterbukaan politik merupakan tuntutan dan suatu keharusan, karena Indonesia telah memasuki transisi antar generasi (kelas menengah yang semakin meningkat). Pada tanggal 25 Juli 1989, Menteri Koordinator Bidang Politik dan Keamanan, Soedomo, menyebutkan empat syarat keterbukaan dalam Demokrasi Pancasila, yaitu: (1) Berkelakuan yang benar, (2) tidak mempersoalkan masalah individual seperti masalah hak asasi manusia, (3) harus objektif, dan (4) tidak merusak persatuan nasional (Hanazaki, 1998: 112-113).

⁸ SDSB (Sumbangan Dana Sosial Berhadiah) merupakan semacam lotre atau undian berhadiah yang dikelola oleh Departemen Sosial sejak tahun 1970-an. Tujuannya secara resmi adalah untuk membantu kegiatan-kegiatan olah raga, program-program kesejahteraan masyarakat, dan usaha-usaha menolong korban bencana. Dana yang terkumpul dari SDSB ini sangat besar. Sekali penarikan dapat menghasilkan Rp 23 miliar. Pada tahun 1991, jumlahnya mencapai Rp 580 miliar dan tahun 1993 mencapai Rp 995 (Tanthowi, 2005: 99).

keseluruhan tuntutan dalam bentuk aksi dilakukan dalam dua gelombang. Gelombang pertama terjadi pada bulan November 1991 melalui aksi demonstrasi mahasiswa, namun demonstrasi ini dibubarkan oleh militer. Gelombang kedua terjadi pada tahun 1993 dalam bentuk serupa, tetapi pada gelombang kedua ini didukung dan diikuti pula oleh tokoh-tokoh muslim, karena dilandasi oleh nilai-nilai moral dan religius (Tanthowi, 2005: 169).

Kekalahan-kekalahan tersebut terus berlanjut dan meningkat ketika krisis finansial global juga terjadi di Indonesia pada tahun 1997-1998, sehingga menjadi momentum terhadap munculnya gelombang tuntutan dari masyarakat sipil (LSM dan organisasi mahasiswa) terhadap reformasi kekuasaan. Pada akhirnya Soeharto tidak lagi mempertahankan posisinya yang dominan dalam ranah kekuasaan Orde Baru, yang ditandai dengan pengunduran dirinya pada 28 Mei 1998 dan otomatis digantikan oleh wakilnya Habibie. Kekalahan itu juga berdampak pada posisi militer. Wacana Dwifungsi ABRI dihapuskan dari ruang sosial masyarakat Indonesia, sehingga militer tidak lagi memiliki legitimasi untuk melakukan tindakan di luar fungsi pertahanan.

Wacana “keterbukaan” yang muncul pada awal tahun 1990-an dalam ranah politik, ternyata juga menjadi wacana yang berkembang dalam ranah jurnalistik. Dalam pandangan Hanazaki (1998), wacana “keterbukaan” adalah suatu bentuk tuntutan dari kelas menengah yang sedang tumbuh agar akses terhadap informasi semakin diperluas (Hanazaki, 1998: 7-8). Relasi antara kelas menengah sebagai pembaca dan suatu media sebagai agen dalam ranah jurnalistik ternyata terdiri dari pola interaksi yang dapat mempengaruhi satu sama lain. Beberapa pengaruh dari pembaca terhadap suatu media pers, *pertama*, kepentingan dan kecenderungan mereka dapat mempengaruhi kebijakan editorial dari suatu media pers dan merangsang pers untuk menjadi forum bagi tuntutan-tuntutan politik (Hanazaki, 1999: 121). Maka, media selalu memiliki kecenderungan untuk memproduksi berita dan informasi yang sesuai, bahkan mengikuti selera pembacanya. *Kedua*, agen jurnalistik juga dihadapkan pada cara mengolah dan menyajikan (gaya bahasa dan penulisan) berita dan informasi yang sesuai dengan karakter pembacanya.

Sebaliknya, beberapa pengaruh dari suatu media pers terhadap pembaca, *pertama*, kelas, status sosial, penghasilan pembaca dapat mengkategorikan media cetak yang dibacanya, sehingga kemudian kategori yang terbentuk itu dapat pula menempatkan media cetak itu pada posisi tertentu dalam ranah jurnalistik. *Kedua*, media cetak dapat menjadi alat propaganda melalui penyebaran wacana tertentu dan membentuk selera pembacanya (Hanazaki, 1998: 121). Hal ini juga dapat menjadi modal simbolik yang melegitimasi praktek pemberitaannya untuk mendapatkan keuntungan dan mengakumulasi modal ekonomi, baik dari sirkulasi penjualan maupun biaya pemasangan iklan. Indikasi yang menunjukkan dorongan dari kedua pihak ini dapat dilihat berdasarkan perkembangan jumlah pembaca dan tiras media cetak. Pada tahun 1991, data sensus nasional Indonesia menunjukkan bahwa jumlah pembaca surat kabar pada tahun tersebut sebanyak 30 juta orang. Sementara pada tahun 1992, total sirkulasi media cetak telah berkembang pesat dibanding tahun-tahun sebelumnya hingga mencapai 12 juta eksemplar (Hanazaki, 1998: 122-123).

Di sisi lain, signifikansi ranah jurnalistik dalam ruang sosial masyarakat Indonesia tidak hanya didasarkan pada realitas bahwa praktek sosial yang terjadi hanya merupakan praktek pertukaran dan penyebaran informasi, tetapi praktek tersebut telah meluas menjadi praktek ekonomi yang mampu memberikan keuntungan ekonomi bagi agen-agen dalam ranah jurnalistik maupun ranah kekuasaan. Ranah jurnalistik telah mengalami proses industrialisasi sehingga kemudian menjadikannya sekaligus sebagai ranah ekonomi. Misalnya dalam aspek produksi, proses produksi berita media cetak membutuhkan biaya pembelian tinta dan kertas. Dalam aspek distribusi, penyebaran media cetak (surat kabar, majalah, tabloid) yang hampir sebagian besar masih melalui jalur konvensional (melalui agen dan pengecer), juga membutuhkan biaya kirim, biaya agen penjualan, dan sebagainya. Dalam aspek pendapatan, selain, berasal dari sirkulasi atau penjualan, keuntungan dan modal ekonomi dalam ranah jurnalistik juga berasal dari biaya pemasangan iklan yang juga diperebutkan oleh agen-agen dalam ranah jurnalistik. Pada tahun 1991, nilai belanja iklan di Indonesia mencapai Rp 449,7 miliar dan pada tahun 1996 meningkat secara pesat menjadi Rp 4,1 triliun, atau meningkat 9 kali lipat (Kasali, 1998: 469).

Kemunculan beberapa stasiun televisi swasta di Indonesia sepanjang tahun 1990-an ternyata bukan hanya berdampak pada perubahan perilaku penggunaan saluran berita dan informasi, tetapi juga pada distribusi iklan sebagai bentuk modal ekonomi yang diperebutkan oleh berbagai perusahaan media dan pers. Porsi iklan yang awalnya terakumulasi pada media cetak, kemudian menjadi didominasi oleh stasiun televisi, sebagaimana ditunjukkan dalam tabel di bawah:

Tabel 4.1 Belanja iklan media cetak tahun 1994 (dalam Miliar rupiah)

Media Cetak	Pembelanjaan	Persentase
Televisi	816	49,1
Surat Kabar	553	33,3
Radio	122	7,3
Majalah	114	6,9
<i>Billboard</i>	47	2,8
Bioskop	11	0,6
Total	1663	100

Sumber: Media Scene 1993/1994

Dalam relasinya dengan ranah jurnalistik, wacana “keterbukaan” lebih dapat dilihat sebagai wacana perlawanan agen jurnalistik yang ada untuk melepaskan dirinya dari berbagai bentuk dominasi Pemerintah Orde Baru (Soeharto) terhadap ranah jurnalistik. Maka, ketika Soeharto secara resmi menyatakan gagasannya mengenai “keterbukaan”, berbagai media cetak memanfaatkannya sebagai suatu peluang untuk menciptakan kesetaraan antara ranah media massa dan ranah politik dalam ranah kekuasaan Orde Baru melalui fungsi kontrol sosial pers yang dimiliki agen jurnalistik.

Usaha untuk memanfaatkan peluang itu dilakukan mulai dari memproduksi berita secara lebih terbuka dan ekspresif terhadap berbagai hal mengenai Pemerintah Orde Baru, mulai dari aspek personal pejabat pemerintahan hingga kebijakan yang dilakukan, dan berbagai peristiwa atau kasus yang berkaitan dengan Pemerintah Orde Baru. Misalnya, surat kabar harian Media Indonesia pada tanggal 23 Maret 1990 memuat komentar yang menyamakan sosok Soeharto dengan Firaun, Raja Mesir Kuno (Hanazaki, 1999: 113). Sementara surat kabar harian Kompas pada tanggal 8 Agustus 1993 memuat berita mengenai Megawati Soekarno Putri yang terpilih sebagai ketua PDI sebagai

tokoh inspirasi demokrasi dan sekaligus simbol demokratisasi “arus bawah” (Hanazaki, 1999: 125).

Ternyata usaha tersebut menimbulkan reaksi negatif dari Pemerintah Orde Baru, walaupun Soeharto secara resmi telah menggagas wacana “keterbukaan”. Media Indonesia misalnya, komentarnya terhadap sosok Soeharto menyebabkannya mendapatkan peringatan keras dari Departemen Penerangan, hingga redaktur dan penulisnya dipecat (Hanazaki, 1999: 113). Reaksi paling keras dari Pemerintah Orde Baru adalah melakukan pembredelan pada tanggal 21 Juni 1994 terhadap tiga media cetak, yaitu majalah mingguan *Tempo*, *Editor*, dan *Detik* (Hanazaki, 1999: 149). Secara formal, Dirjen Pers dan Grafika Departemen Penerangan, Subrata, menyatakan bahwa alasan pembredelan atau pencabutan izin tiga media cetak tersebut karena melakukan penyimpangan dari “Pers yang bebas dan bertanggung jawab” (untuk *Tempo*), pelanggaran perizinan (untuk *Editor*), dan pelanggaran atas pemberitaan (untuk *DeTIK*). Namun, banyak pengamat media memperkirakan bahwa alasan sebenarnya dari pembredelan itu adalah memuat berita mengenai kontroversi pembelian kapal perang bekas dari Jerman yang melibatkan Habibie, yang pada saat itu menjabat sebagai Menteri Riset dan Teknologi (Hanazaki, 1999: 151).

Pembredelan yang dilakukan terhadap tiga media cetak ini ternyata menimbulkan berbagai bentuk perlawanan. Berbagai media cetak yang ada melakukan perlawanan dengan memuat berita mengenai pembredelan itu, misalnya *Kompas* berita pada tanggal 22 Juni 1994 dengan judul “Pemerintah Mencabut SIUPP Tempo, Editor, dan DeTIK”. Tanggal berikutnya muncul tuntutan melalui demonstrasi anti-pembredelan yang diorganisir oleh kalangan mahasiswa, seperti FAMI (Front Aksi Mahasiswa Indonesia) dan Yayasan Lembaga Bantuan Hukum Indonesia (YLBHI) di kota-kota besar di Indonesia, Jakarta, Semarang, Yogyakarta, Bandung, hingga Ujung Pandang (Hanazaki, 1999: 156-157).

Bentuk perlawanan yang paling krusial adalah gugatan Pemimpin Redaksi *Tempo*, Goenawan Muhammad, terhadap Menteri Penerangan, Harmoko, atas pembredelan *Tempo* melalui PTUN (Pengadilan Tata Usaha Negara) Jakarta pada tanggal 7 September 1994. Goenawan didukung oleh dua pengacara dari lembaga

sipil hukum, yaitu YLBHI dan IKADIN (Ikatan Advokasi Indonesia). Tindakan Goenawan diikuti pula oleh gugatan atas hal serupa dari sejumlah karyawan hingga pelanggan *Tempo*. Dalam persidangan, sejumlah saksi yang berasal dari anggota Dewan Pers justru memperkuat terhadap gugatan itu. Akhirnya, pada tanggal 3 Mei 1995 PTUN Jakarta memenangkan gugatan itu, karena menganggap bahwa pembredelan yang dilakukan Menteri Penerangan tidak berdasar hukum yang jelas dan bertentangan dengan undang-undang pers yang berlaku. Bahkan, gugatan itu kembali dimenangkan di tingkat yang lebih tinggi, yaitu PTTUN (Pengadilan Tinggi Tata Usaha Negara) ketika Departemen Penerangan mengajukan banding atas putusan PTUN (Hanazaki, 1999: 171-175).

Sejak saat itu, keberanian media cetak untuk memberitakan berbagai peristiwa secara terbuka dan ekspresif terus berlanjut hingga Pemerintah Orde Baru berakhir pada tahun 1998. Bahkan melalui berbagai bentuk pemberitaan, seluruh media cetak turut menjadi ‘penggerak massa’, bersama gerakan mahasiswa, LSM, dan untuk menjatuhkan Soeharto sebagai presiden dan penguasa Orde Baru. Akan tetapi, walaupun tahun 1997 dan tahun 1998 adalah tahun yang membuka kebebasan bagi seluruh media cetak di Indonesia, tahun itu juga menjadi kondisi terberat bagi industri media cetak karena dihadapkan pada krisis ekonomi dan moneter nasional yang turut berdampak buruk pada industri media cetak. Untuk bertahan dalam situasi darurat pada tahun 1997-1998, sejumlah media memilih jalan penghematan. Salah satunya adalah dengan mengurangi halaman dengan kisaran 4-8 halaman dari tahun-tahun sebelumnya, misalnya *Kompas* yang mengurangi halaman dari 24 menjadi 20 halaman: *Media Indonesia* dari 24 jadi 16. Cara lain untuk bertahan adalah menaikkan harga eceran, misalnya *Kompas*, misalnya, menaikkan harga eceran dari Rp 700 menjadi Rp 1.100 (Manan, 2010: 8).

Dari gambaran di atas nampak bahwa pada dekade 1990-an, tepatnya tahun 1990 hingga tahun 1998, adalah dominasi kekuasaan pemerintahan Orde Baru semakin melemah. Reorientasi strategi politik yang dilakukan oleh Soeharto dari kalangan militer nasionalis pada kalangan sipil Islam, yang ditandai dengan kemunculan dan pergerakan ICMI, ternyata tidak mampu mempertahankan posisi dominan Soeharto dalam ranah kekuasaannya, bahkan berbalik menjadi

menumbangkan dominasinya. Kondisi ini dimungkinkan terjadi karena ternyata kalangan Islam sendiri yang diharapkan Soeharto menjadi kekuatan baru tidaklah solid, seperti yang tergambar dari komposisi kalangan Islam dalam ICMI. Keanekaragaman tersebut justru merupakan fraksi kekuatan Islam yang bukan malah menjadi kekuatan pendukung Soeharto, tetapi justru menjadi potensi kekuatan yang meruntuhkan kekuasaan Soeharto. Dalam konteks yang lebih luas, reorientasi tersebut juga justru membentuk segitiga kekuatan yang membentuk pertarungan antara Soeharto, kalangan Islam, dan kalangan militer, walaupun satu saja lain pada momen tertentu terlihat membentuk paduan tertentu, seperti “ABRI Hijau” atau birokrat Islam. Pola ini sangat berbeda ketika Soeharto pertama posisi dominannya sebagai agen politik, di mana ketiganya (Soeharto, kalangan Islam, dan kalangan militer) secara kolaboratif bertarung melawan usaha dominasi PKI pada tahun 1965.

Wacana “keterbukaan” yang diujarkan oleh Soeharto sendiri pada masyarakat Indonesia, terutama kelas menengah, justru berbalik menjadi wacana yang memberikan kekuatan yang harus dibayar Soeharto dengan berbagai memenuhi berbagai tuntutan yang memperlemah posisi dominan Soeharto, karena berkenaan dengan berbagai bentuk modal Soeharto, seperti penghapusan SDSB dan melemahnya dominasi Golkar dalam pemilu. Melalui kasus pembredelan tiga media cetak dan gugatan *Tempo*, dapat diperhatikan bagaimana transformasi ranah jurnalistik terjadi. Di pertengahan tahun 1990-an, posisi pemerintah Orde Baru, terutama Soeharto, semakin lemah karena berhadapan dengan militer yang sibuk merebut kekuasaan darinya. Dalam kondisi itu, media cetak tampil sebagai agen jurnalistik yang mampu menghimpun diri bersama elemen-elemen *civil society* (LSM, organisasi pers, organisasi mahasiswa, masyarakat pelanggan media cetak) membentuk jaringan kekuatan untuk bertarung melawan dominasi dan tindakan represi Pemerintah Orde Baru, sehingga mampu mengendalikan ‘jalannya permainan’ melalui lembaga bentukannya sendiri (PTUN). Jaringan kekuatan itu pun kembali bekerja dan terbukti ampuh menumbangkan secara keseluruhan posisi Soeharto dalam ranah kekuasaan Orde Baru pada tahun 1998.

4.2 Ranah Kekuasaan dan Ranah Jurnalistik pada Era Reformasi

Berbagai praktek yang dilakukan Soeharto untuk mempertahankan posisinya yang dominan dalam ranah kekuasaan Orde Baru nyatanya hanya mampu berjalan selama 32 tahun (1966-1998). Suatu ukuran periode waktu pemerintahan terlama dalam sejarah pemerintahan Indonesia. Namun, bukan lamanya waktu pemerintahan yang menjadi sebab utama jatuhnya Soeharto dari posisinya sebagai presiden Indonesia, tetapi praktek kekuasaannya yang dianggap menciptakan suatu hegemoni negara atas berbagai aspek kehidupan. Berbagai wacana yang diproduksi Soeharto untuk melegitimasi kekuasaannya telah mendominasi ruang sosial masyarakat Indonesia secara otoriter dan sentralistik.

Pengunduran diri Soeharto pada tanggal 21 Mei 1998 sebagai tanda berakhirnya pemerintahan Orde Baru menimbulkan euforia di masyarakat Indonesia. Masyarakat Indonesia mendapatkan kebebasan melalui perlawanan kekuatan masyarakat sipil yang terus-menerus mendorong demokratisasi melalui wacana “keterbukaan” di awal tahun 1990 dan memuncak menjadi wacana “reformasi” pada tahun 1997-1998, hingga berhasil meruntuhkan kekuasaan Rezim Orde Baru. Maka, “reformasi” menjadi penanda periode kekuasaan berikutnya yang mendeligitimasi dan memutarbalikkan seluruh wacana dan praktek yang dijalankan oleh Soeharto dalam ruang sosial masyarakat Indonesia pasca-Orde Baru. Berikut ini akan digambarkan mengenai peta ranah jurnalistik pada Era Reformasi (1999-2010) serta transformasi ranah jurnalistik itu sendiri.

4.2.1 Desentralisasi Ranah Kekuasaan pada Era Reformasi

Pemerintahan Orde Baru sebagai suatu ranah kekuasaan yang dibangun dengan berbagai modal, terutama modal ekonomi dan politik, dijalankan oleh Soeharto secara otoriter dan sentralistik sebagai habitus kekuasaan Soeharto. Otoritarianisme dijalankan melalui berbagai *state apparatus* yang dapat digunakan Soeharto melalui produksi wacana. *State apparatus* utama yang digunakan Soeharto adalah militer (ABRI). Melalui wacana Dwifungsi ABRI, militer hadir di setiap ranah dalam ruang sosial masyarakat Indonesia untuk mengendalikan kekuatan-kekuatan agen yang menempati ranah ekonomi, politik, dan jurnalistik yang dapat meruntuhkan posisi dominan Soeharto dalam ranah kekuasaan.

Ketika masyarakat Indonesia lepas dari pemerintah otoritarian dan sentralistik sejak Mei 1998, Indonesia dapat dikatakan memasuki masa transisi demokrasi. Masa ini pertama kali dipimpin secara otomatis oleh BJ Habibie sebagai wakil presiden yang menggantikan Soeharto. Seketika juga Habibie dihadapkan pada berbagai tuntutan demokratisasi dari masyarakat dalam berbagai ranah yang ada di Indonesia. Walaupun Habibie telah menempati posisi dominan dalam ranah politik, justru posisi tersebut menjadi sarana untuk mendeligitimasi berbagai wacana dan praktek kekuasaan yang memiliki keterkaitan dengan pemerintahan sebelumnya. Proses deligitimasi tersebut bukan saja berupa penghapusan penegasian, tetapi juga reproduksi sejumlah wacana dan praktek kebijakan yang bertolak belakang dengan wacana dan praktek kekuasaan Orde Baru.

Wacana lain yang muncul sebagai reaksi atas kekuasaan Soeharto yang otoriter dan sentralistik adalah wacana desentralisasi. Wacana itu muncul dalam beragam tuntutan, mulai dari pemberian otonomi lokal yang lebih luas, perubahan struktur negara republik menjadi negara federal, hingga tuntutan pemisahan wilayah dari NKRI (Negara Kesatuan Republik Indonesia). Wacana ini pun menjadi salah agenda kebijakan transisional Pemerintahan Habibie, dalam bentuk undang-undang otonomi daerah, walaupun baru mulai diberlakukan pada tahun 2001.⁹ Akan tetapi, sebelum undang-undang itu berlaku, salah satu tuntutan desentralisasi telah berhasil diwujudkan pada tahun 1999, yaitu Referendum Timor-timur yang akhirnya menyebabkan wilayah provinsi itu terpisah dari NKRI dan menjadi negara tersendiri dengan nama Timor Leste (Malley dalam Hadiz, 2005: 240).

Wacana pertama yang menjadi sasaran adalah wacana Dwifungsi ABRI. ABRI sebagai kekuatan militer telah menjadi kekuatan utama Soeharto untuk mengendalikan ruang sosial masyarakat Indonesia. Ketika Soeharto tidak lagi menduduki posisi dominan dalam ranah politik, masyarakat menuntut Dwifungsi ABRI dihapuskan. Maka, militer Indonesia pun menggagas paradigma baru

⁹ Undang-undang Otonomi Daerah terdiri dari dua undang-undang, yaitu: UU No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah dan UU No. 25 Tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah (Dam, 2005: 77)

ABRI.¹⁰ Inti dari paradigma baru ABRI itu adalah memberikan batasan terhadap segala bentuk keterlibatan militer dalam berbagai praktek sosial yang dilakukan dalam ruang sosial masyarakat Indonesia. Batasan itu menjadikan ABRI, yang kemudian berganti nama menjadi TNI (Tentara Nasional Indonesia), hanya memiliki fungsi pertahanan, yang berhubungan dengan penjagaan kedaulatan teritorial wilayah negara Indonesia.

Dalam ranah politik, wacana dan kebijakan fusi partai politik dan “*asas tunggal*” yang digunakan oleh Soeharto untuk melegitimasi pembatasan jumlah partai politik dan menciptakan dominasi Golkar, dihapuskan (Effendy, 2005: 152). Wacana itu kemudian diganti dengan sistem multipartai, di mana setiap individu dapat berpartisipasi, menghimpun diri bergabung ataupun membentuk partai politik yang dianggap mampu menjadi sarana untuk menyalurkan aspirasinya. Hal itu menjadi salah satu ciri demokrasi, yaitu adanya kebebasan untuk menghimpun diri melalui partai-partai politik dan organisasi sosial-kemasyarakatan lainnya (Effendy, 2005: 153).

Hasilnya, kurang dari satu tahun setelah Soeharto mundur dari jabatan presiden, muncul 184 partai politik. Dari jumlah tersebut, hanya 148 partai politik yang mendaftarkan diri ke Departemen Kehakiman (sekarang Departemen Hukum dan HAM) dan 141 di antaranya dianggap sah sebagai partai politik. Kemudian setelah melalui seleksi oleh KPU (Komisi Pemilihan Umum), hanya 48 partai politik yang berhak mengikuti pemilu tahun 1999 (Romli, __: 23; Effendy, 2005: 60). Setelah pemilu 1999 dilaksanakan, hanya 7 partai politik yang memperoleh kursi secara signifikan di DPR RI.¹¹

Lima tahun berikutnya, ketika Pemilu (Pemilihan Umum) 2004 akan dilaksanakan, lebih dari 200 partai politik berdiri. Dari jumlah tersebut, hanya 50

¹⁰ Butiran Paradigma Baru ABRI, meliputi: (1) Paradigma baru tentang peran sosial politik ABRI, (2) Pemisahan Lembaga POLRI dan ABRI, (3) Penghapusan Dewan Sosial Politik Pusat/Daerah, (4) Perubahan Staf Sosial Politik menjadi Staf Teritorial, (5) Likuidasi staf karyawan ABRI, Kamtibmas ABRI, Babinkar ABRI, (6) Penghapusan Sospoldan, Babinkardam, Sospolrem, dan Sospoldim, (7) Penghapusan Kekaryaannya ABRI melalui pensiun, (8) Pengurangan jumlah Fraksi ABRI di DPR RI, DPRD I/II, (9) Tidak terlibat dalam politik Praktis, (10) Pemutusan hubungan organisatoris dengan Golkar, (11) Komitmen netralitas ABRI dalam pemilihan umum (Yulianto, dalam Irawan, 2005: 66)

¹¹ Tujuh partai politik itu, antara lain: PDI-P (153), Golkar (120), PPP (53), PKB (51), PAN (34), PBB (13), dan PK (7) (Romli, __: 24).

yang dianggap sah sebagai partai politik. Namun setelah melalui proses seleksi, hanya 24 partai politik yang akhirnya dapat mengikuti Pemilu 2004 (Nurhadi, 2005: 23). Dari jumlah partai politik peserta Pemilu 2004 itu, hanya 7 partai politik yang memenuhi *electoral threshold* (ambang batas suara) sebesar 3 %.¹² Pada Pemilu 2010, jumlah partai politik kembali meningkat menjadi 38 partai politik di tingkat nasional dan 6 partai politik lokal yang khusus berada di Provinsi NAD (Nangroe Aceh Darussalam) (Romli, __: 23).

Jumlah partai politik yang sangat besar itu juga diikuti oleh ideologi sebagai asas tiap partai politik yang sangat beragam. Akan tetapi, secara garis besar, terdapat tiga ideologi yang digunakan sebagai asas partai politik, yaitu Islam, Nasionalisme (Pancasila), dan Sosialisme Demokrat (Romli, __: 26). Dengan jumlah partai yang cukup banyak dan ideologinya yang beragam, kekuatan agen politik dalam ranah politik Reformasi menjadi terbagi-bagi. Menariknya, sejak Pemilu 2004 anggota legislatif dari partai politik yang ada dapat dipilih secara langsung, bahkan juga dengan pemilihan presiden. Setelah posisi presiden pasca-Orde Baru diduduki secara berturut-turut oleh kalangan sipil, Pemilu Presiden secara langsung yang telah berlangsung dua kali (2004 dan 2009) pun akhirnya berhasil diraih secara berturut-turut oleh seorang pensiunan militer, tepatnya mantan Kasospol ABRI, yaitu Soesilo Bambang Yudhoyono. Namun demikian, terdapat perbedaan mendasar dibandingkan dengan jabatan presiden di Era Orde Baru, yaitu adanya batasan periode jabatan presiden paling lama dua periode, di mana tiap periode berlangsung selama 5 tahun (Romli, __: 27).

4.2.2 Otonomisasi Ranah Jurnalistik Pada Era Reformasi

Dampak transformasi ranah kekuasaan terhadap ranah jurnalistik di Era Reformasi ternyata sangat krusial, terutama menyangkut posisi dan peran negara terhadap ranah jurnalistik. Transformasi ini dapat dilihat berdasarkan wacana yang diproduksi, kerangka peraturan, kerangka institusi dan birokrasi, hingga pengawasan terhadap seluruh praktek sosial yang dijalankan oleh agen jurnalistik di Indonesia.

¹² Tujuh partai politik itu, antara lain: Golkar (127), PDI-P (109), PPP (58), PD (56), PAN (53), PKB (52), dan PKS (45) (Romli, __: 24).

Otoritarianisme dan sentralisasi yang digunakan Soeharto untuk mengendalikan ranah jurnalistik dengan wacana Pers Pancasila membuat ranah jurnalistik menjadi kaku, karena seluruh praktek yang dilakukan agen jurnalistik berada dalam pengawasan. Maka, ketika Soeharto tidak lagi menduduki posisi dominan dalam ranah kekuasaan, muncul tuntutan dari seluruh agen dalam ranah jurnalistik terhadap pemerintah agar membebaskan ranah jurnalistik dari berbagai bentuk keterlibatan, pengawasan, dan pengendalian negara terhadap seluruh praktek yang dilakukan dalam ranah jurnalistik. Tuntutan itu dibangun dalam suatu wacana, yaitu “Kemerdekaan Pers”. Reformasi menjadi momentum untuk memutus rangkaian rantai belunggu kemerdekaan pers (Manan, 2011: 4).

Wacana Kemerdekaan Pers kemudian menjadi asas yang mendapatkan legitimasi dari seluruh agen jurnalistik dengan dibuatnya kerangka peraturan baru, yaitu UU Pers No. 40 Tahun 1999 yang menggantikan UU Pers No. 91 Tahun 1982. Pers kemudian menjadi suatu lembaga yang mandiri dan bebas dari berbagai intervensi ataupun pengendalian negara, bahkan pers dianggap sebagai bentuk kedaulatan rakyat dengan prinsip demokrasi, keadilan, dan supremasi hukum (pasal 2 UU Pers No. 40 Tahun 1999). Dengan adanya wacana Kemerdekaan Pers, kemudian fungsi dan peran pers sebagai ‘ruh’ dari media cetak dibangun kembali. Pers yang fungsi intinya sebagai bentuk kegiatan jurnalistik¹³, memiliki fungsi turunan yang sesuai dengan perkembangan pers itu sendiri, antara lain sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, kontrol sosial, dan dapat berfungsi sebagai lembaga ekonomi (pasal 3 UU Pers No. 40 Tahun 1999).

Kerangka aturan tersebut menunjukkan bahwa ranah jurnalistik telah bertransformasi menjadi suatu ranah meliputi yang memiliki homologi terhadap ranah lainnya, yaitu ranah akademis (fungsi pendidikan), ranah produksi kultural (fungsi hiburan), ranah politik (fungsi kontrol sosial), dan ranah ekonomi (fungsi sebagai lembaga ekonomi). Artinya, berbagai praktek yang dijalankan oleh agen jurnalistik tidak hanya berupa produksi wacana dalam bentuk berita dan

¹³ Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia (Ketentuan umum pasal 1 UU Pers No. 41 Tahun 1999).

informasi, tetapi berita dan informasi itu sendiri dapat diproduksi sebagai suatu bentuk wahana reproduksi pengetahuan (misalnya informasi penemuan teknologi), sebagai bentuk hiburan (misalnya berita dan informasi kajian film dan sastra), dan sebagai bentuk kontrol sosial terhadap berbagai fenomena yang muncul dalam ruang sosial suatu masyarakat (misalnya berita politik).

Berbagai wujud produksi wacana tersebut dituntut harus bernilai jual untuk mendapatkan keuntungan sekaligus menjadi bentuk modal ekonomi yang menunjang terhadap berbagai praktek yang dilakukan agen jurnalistik. Dengan kata lain, agen jurnalistik adalah agen yang “multi-ranah”, karena praktek produksi wacana dalam bentuk berita dan informasi yang dilakukannya juga merupakan bentuk praktek dari ranah-ranah yang ada (ekonomi, politik, akademis, dan produksi kultural).

Aspek selanjutnya dari wacana Kemerdekaan Pers adalah dihapuskannya wacana “interaksi positif antara pers, pemerintah, dan masyarakat”. Penghapusan konsep ini merupakan salah satu aspek yang paling fundamental terhadap transformasi ranah jurnalistik, karena mendelegitimasi berbagai bentuk pengendalian dan pengawasan negara terhadap segala bentuk praktek yang dilakukan agen jurnalistik. Secara nyata, delegitimasi ini dapat dilihat berdasarkan kerangka institusi dan birokrasi. Departemen Penerangan sebagai *state apparatus* pemerintah Orde Baru yang paling dominan dalam ranah jurnalistik, baik dalam mengendalikan kepadatan ranah jurnalistik dengan membatasi jumlah media cetak yang akan masuk dalam ranah jurnalistik melalui mekanisme SIUPP, maupun dalam pengendalian dan pengawasan terhadap berbagai praktek yang dilakukan oleh agen jurnalistik, dibubarkan oleh Abdurahman Wahid, yang saat itu menjabat sebagai Presiden, di tahun 2000.¹⁴ Selain itu, militer juga tidak lagi dapat melakukan pengawasan terhadap agen jurnalistik seiring dengan delegitimasi terhadap wacana Dwifungsi ABRI (Nurhadi, 2005).

Dengan berlakunya UU Pers No. 40 Tahun 1999 dan dibubarkannya Departemen Penerangan, mekanisme pengajuan SIUPP juga turut dihapuskan, sehingga surat izin tidak lagi diperlukan untuk mendirikan dan menerbitkan

¹⁴ <http://dewanpers.or.id/profile.php> diunduh pada tanggal 30 Oktober 2011 pukul 13.03 WIB

perusahaan pers/media cetak (Oetama, 2001: 75). Kebijakan tersebut menjadi merupakan suatu tindakan yang akhirnya membuat ranah jurnalistik menjadi suatu ruang yang sangat terbuka dan dapat dimasuki secara bebas oleh siapa saja (Warga Negara Indonesia) yang ingin masuk ke dalam ranah jurnalistik dengan mendirikan perusahaan pers (pasal 9 ayat 1 UU Pers No. 40 Tahun 1999).

Hasilnya, belum setahun usia reformasi, jumlah perusahaan media baru mencapai 582 atau dua kali lipat dari jumlah perusahaan pers selama 32 tahun Pemerintahan Orde Baru (Oetama, 2001: 43). Bahkan, jumlah itu terus mengalami peningkatan yang sangat drastis. Setahun pasca keruntuhan Orde Baru jumlah media cetak melonjak menjadi 1.687 penerbitan atau bertambah enam kali lipat (ANTARA News, 15 Februari 2008). Selain itu, pers juga dibebaskan dari penyensoran dan pembredelan, sehingga pers dapat mencari, memperoleh, dan menyebarluaskan gagasan dan informasi (pasal 4 ayat 2 dan 3 UU Pers No. 40 Tahun 1999). Dengan demikian, ranah jurnalistik di Era Reformasi bukan hanya menjadi semakin padat, tetapi juga semakin dinamis karena agen jurnalistik memiliki kebebasan dalam melakukan praktek jurnalistiknya.

Delegitimasi wacana “interaksi positif” dalam kerangka institusional juga dilakukan terhadap Dewan Pers, sehingga Dewan Pers pada Era Reformasi adalah Dewan Pers yang Independen (pasal 15 ayat 1 UU Pers No. 40 Tahun 1999). Independensi Dewan Pers sebagai wujud lepasnya relasi antara Dewan Pers dan Pemerintah dapat dilihat berdasarkan komposisi anggota Dewan Pers, yaitu hanya terdiri dari perwakilan organisasi wartawan, perwakilan organisasi perusahaan pers, dan tokoh masyarakat yang ahli di bidang pers atau komunikasi yang dipilih oleh dua perwakilan pertama (pasal 15 ayat 1 UU Pers No. 40 Tahun 1999). Dalam aspek interaksi antara pers, pemerintah, dan masyarakat, Dewan Pers hanya berfungsi sebagai fasilitator di antara ketiganya, misalnya menerima pengaduan dari salah satu pihak dan mengadakan mediasi atas pengaduan yang ada.¹⁵ Hal ini berbeda dengan posisi Dewan Persda p Era Orde Baru, di mana Dewan Pers dalam konsep “interaksi positif” itu justru berada dan menjadi bagian dari pengendalian negara.

¹⁵ <http://dewanpers.or.id/profile.php> diunduh pada tanggal 30 Oktober 2011 pukul 13.03 WIB

Wacana Kebebasan Pers kemudian mendelegitimasi PWI sehingga tidak lagi sebagai satu-satunya organisasi profesi wartawan dan tidak lagi memiliki otoritas terhadap keabsahan seorang wartawan. Wartawan diberikan kebebasan untuk memilih bergabung dengan organisasi wartawan manapun (pasal 7 ayat 1 UU Pers No. 40 Tahun 1999). Ikatan terhadap wartawan bukan lagi didasarkan pada kepemilikan tanda pengenal yang dikeluarkan oleh Dewan Pers, tetapi berdasarkan kode etik yang disusun dan ditetapkan oleh Dewan Pers (pasal 7 ayat 2 UU Pers No. 40 Tahun 1999). Maka kemudian bermunculan berbagai organisasi wartawan dengan beragam latar belakang.

Ranah jurnalistik yang berubah menjadi sangat padat akhirnya mendorong perubahan praktek yang dijalankan oleh agen jurnalistik. Wacana Kemerdekaan Pers yang muncul dalam ranah jurnalistik menjadi legitimasi terhadap berbagai praktek jurnalistik yang dilakukan oleh seluruh agen jurnalistik, sehingga membentuk habitus agen jurnalistik, yaitu kebebasan berekspresi. Setiap agen jurnalistik memiliki kebebasan untuk mengekspresikan gagasan dan mengusung wacana tertentu dengan sudut pandang dan gaya pemberitaan masing-masing secara bebas.

Kemerdekaan Pers yang telah mampu diwujudkan dalam ranah jurnalistik dan kebebasan berekspresi yang telah dimiliki oleh agen jurnalistik, justru menghadapkan agen jurnalistik pada pertarungan yang lebih sengit dibandingkan ketika Era Orde Baru. Berakhirnya pertarungan antara agen jurnalistik dan rezim pemerintah Orde Baru, di mana akhirnya Pemerintah Orde Baru yang harus menerima kekalahan, justru meletakkan setiap agen jurnalistik pada pertarungan dalam ranahnya sendiri. Dengan demikian, setiap agen jurnalistik dituntut agar memiliki ukuran beragam modal (ekonomi, sosial, kultural, simbolik) yang tinggi dan mampu menjalankan strategi untuk mempertahankan atau meningkatkan posisinya di tengah ranah jurnalistik yang begitu padat. Namun demikian, posisi ranah jurnalistik yang lepas dari dominasi ranah kekuasaan, terutama ranah politik, menjadi suatu peluang yang menjadikan ranah jurnalistik lebih mengarah pada ranah ekonomi seiring dengan peningkatan modal ekonomi yang terakumulasi dalam ranah jurnalistik (Tabel 4.2). Artinya, berbagai praktek jurnalistik yang terjadi dalam ranah jurnalistik lebih mempertimbangkan pada

praktek ekonomi untuk memperoleh keuntungan dalam rangka meraih posisi yang dominan.

Tabel 4.2 Perolehan iklan media 2005-2010 (dalam miliar rupiah)

Media	2005	2006	2007	2008	2009	2010*
Television	17.756	20.623	23.073	26.241	29.887	34.370
Suratkabar	7.498	8.995	11.759	15.032	17.747	20.409
Majalah	890	920	1.010	1.223	1.292	1.371
Tabloid	398	402	446	562	609	670
Radio	537	527	535	559	593	622
Outdoor	790	827	845	875	954	1,040
Total	27.869	32.294	37.668	44.491	51.081	58.481

*kuartal I 2010

Sumber: Media Scene, Volume 21, 2009/2010

Akibatnya, peningkatan jumlah media cetak pada awal Era Reformasi yang mencapai 1.687 media cetak, ternyata pada perkembangan selanjutnya mengalami penurunan jumlah. Hal ini bisa dilihat berdasarkan perbandingan jumlah media cetak dan tirasnya pada tiga tahun terakhir (2008, 2009, 2010) dalam tabel berikut:

Tabel 4.3 Jumlah dan tiras media 2008 – 2010

Jenis	2008		2009		2010	
	Media	Tiras	Media	Tiras	Media	Tiras
Bulletin	3	7.809	3	7.809	5	33.809
Majalah	318	5.925.857	322	6.234.357	294	6.235.243
SKH	290	7.490.252	302	8.080.694	349	8.744.483
SKM	224	1.039.853	232	1.063.353	240	1.084.075
Tabloid	173	4.621.055	177	5.427.955	188	5.400.803
Total	1.008	19.084.826	1036	20.814.168	1.076	21.498.413

Ket: SKH (Surat kabar harian); SKM (Surat kabar mingguan)

Sumber: Media Directory, SPS, 2010

Kecenderungan tersebut menunjukkan bahwa terbukanya ranah jurnalistik bagi agen jurnalistik baru pada Era Reformasi ternyata tidak membuatnya begitu saja meraih posisi yang mapan. Ssebagaimana besar agen jurnalistik justru hanya memiliki kemampuan untuk muncul dalam ranah jurnalistik, tapi mereka tidak mampu bertarung untuk mempertahankan posisinya sehingga harus terpengal keluar dari ranah jurnalistik. Dalam kondisi ranah jurnalistik seperti itu, relasi antara agen jurnalistik dan pembacanya menjadi suatu modal yang sangat penting bagi keberlangsungan seluruh agen jurnalistik. dalam kerang relasi tersebut, setiap

media cetak (surat kabar, majalah, tabloid, buletin) dihadapkan pada kemampuannya untuk menyesuaikan dengan selera pembaca. agen jurnalistik yang mampu bertahan atau bahkan meraih posisi dominan adalah agen jurnalistik yang mampu menyesuaikan diri dengan selera pembacanya.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin pesat turut memunculkan fenomena baru dalam industri media massa, yaitu media *online*. Di Indonesia, kemunculan media *online* sebenarnya telah berlangsung sejak pertengahan dekade 1990-an. Misalnya, pada tahun 1995 surat kabar Republika telah meluncurkan *website Republika Online* (ROL) (Utomo, 2010). Tetapi *website* itu baru sebatas digunakan untuk menyebarkan berita dari versi surat kabar cetak mereka. Namun baru tiga tahun kemudian (1998), muncul media *online* yang telah sepenuhnya terbit dengan berita yang diproduksi secara khusus untuk media *online* tersebut. Langkah ini pertama kali dilakukan oleh sebuah media online bernama *Detik.com* dan kemudian menjadi media *online* paling dominan hingga saat ini.¹⁶ Keberhasilan *Detik.com* kemudian mendorong kemunculan berbagai media *online* dalam jumlah banyak, baik sebagai bentuk pengembangan dari versi surat kabar cetak, seperti *Kompas.com*, maupun media *online* baru, seperti *Okezone.com* dan *Vivanews.com* (Piper, 2009: 7).

Kemunculan media *online* bukan hanya menambah jenis dan kategori media massa, tetapi lebih jauh lagi mendorong berbagai perubahan, terutama pada ranah jurnalistik. Secara spesifik, media *online* memiliki kekuatan dan keunggulan tersendiri dibandingkan jenis media massa lainnya, yaitu kecepatan distribusi berita dan informasi (Subakti, 2010: 4). Dalam relasinya dengan pembaca, media *online* mampu menyajikan berita dan informasi yang telah terjadi dalam kecepatan distribusi yang begitu tinggi kepada pembaca. Dalam kondisi tertentu, pembaca berita bahkan mengandalkan media *online* untuk mengetahui berita dan informasi mengenai peristiwa tertentu yang seketika terjadi (Subakti, 2010: 4). Perkembangan media *online* tersebut semakin begitu pesat terutama sejak tahun 2008. Dalam relasinya dengan media cetak, kekuatan dan keunggulan media *online* semakin menggeser eksistensi media cetak. Di Amerika, misalnya,

¹⁶ *Detik.com* adalah media *online* berupa portal berita pertama di Indonesia yang benar-benar menjual konten dan menerbitkan berita dan informasi secara *update* dan *real time* (Subakti, 2010: 9).

salah satu surat kabar bernama *The Christian Science Monitor* yang telah berusia 100 tahun, pada Maret 2008 menutup edisi cetaknya dan beralih secara penuh ke dalam versi *online* karena mengalami penurunan tiras dan pemasangan iklan (Utomo, 2010: 75). Walaupun fenomena yang terjadi di Amerika itu belum terjadi secara luas dalam industri media massa di Indonesia, tetapi pengaruh yang semakin terlihat adalah porsi pemasangan iklan di media *online* yang semakin meningkat, walaupun belum mengalahkan media massa yang telah ada sebelumnya, termasuk media cetak. Pada tahun 2008 misalnya, porsi iklan *online* naik sekitar 40 persen dibandingkan tahun 2007 dengan total iklan media *online* tahun 2008 mencapai Rp 80 miliar.¹⁷

Kecenderungan lain yang muncul pada dalam ranah jurnalistik adalah konglomerasi media yang semakin menguat. Konglomerasi adalah satu bentuk gejala pemusatan kepemilikan sejumlah media, baik media cetak, media elektronik, maupun gabungan keduanya, pada satu pihak tertentu yang biasanya diwujudkan dalam bentuk kelompok usaha media. Munculnya jenis media massa yang semakin beragam kemudian mendorong fenomena lain yaitu konvergensi media massa. Pasca Orde Baru, beberapa kelompok usaha media massa yang muncul, di antaranya: Para Grup, MNC (Media Nusantara Citra), dan Mahaka Media (Utomo, 2010: 76-78). Terbentuknya suatu kelompok media, memungkinkan agen jurnalistik, misalnya surat kabar, memperoleh dukungan beragam modal, terutama modal ekonomi, dalam ukuran dan jumlah yang sangat tinggi, sehingga lebih memiliki peluang untuk meraih posisi dominan dalam ranah jurnalistik pada Era Reformasi. Kecenderungan ini terbukti berhasil digunakan oleh *Kompas* yang mampu menduduki posisi dominan dalam ranah jurnalistik dari Orde Baru hingga Era Reformasi. Posisi dominasi ini salah satunya terlihat dari jumlah pembaca dan tiras per harinya yang jauh melampaui media cetak lainnya.

Secara garis besar, dari gambaran dalam dua sub-bab di atas dapat dilihat bahwa dalam rentang tahun 1990 hingga 2010 atau 20 tahun terakhir, terjadi

¹⁷

<http://www.kompas.com/lipsus112009/kpkread/2009/02/28/15470041/Pertumbuhan.Iklan.Offline.Bakal.Naik.300.Persen> diunduh pada tanggal 20 September 2011 pukul 12.39 WIB

transformasi yang begitu dinamis dalam ruang sosial masyarakat Indonesia, yaitu transformasi ranah kekuasaan dan dampaknya terhadap ranah jurnalistik. Dalam rentang waktu 1990 hingga 1998, ketika dominasi kekuasaan Soeharto semakin melemah, ranah jurnalistik justru semakin memiliki kekuatan dengan membentuk jaringan bersama elemen *civil society* dalam melawan dominasi Pemerintah Orde Baru, sehingga ranah jurnalistik mampu melepaskan dirinya dari dominasi ranah kekuasaan Orde Baru. Hasilnya, ketika terjadi pergantian pemerintahan pada Era Reformasi, ranah jurnalistik semakin otonom terhadap ranah politik dalam ranah kekuasaan.

Kondisi tersebut menjadikan ranah jurnalistik pada Era Reformasi menjadi begitu dengan munculnya sejumlah agen jurnalistik baru yang begitu bebas memasuki ranah jurnalistik karena hilangnya dominasi dan pengendalian negara terhadap ranah jurnalistik. Hilangnya dominasi dan pengendalian negara kemerdekaan pers dan kemandirian itu selanjutnya menjadikan ranah jurnalistik bertransformasi dari ranah yang sangat bergantung pada ranah kekuasaan politik menjadi ranah yang membangun dan menyandarkan dirinya pada ranah ekonomi. Dengan kondisi tersebut, seluruh agen jurnalistik hanya dihadapkan pada pertarungan terhadap agen jurnalistik lainnya. Perubahan teknologi juga menjadi fenomena lain yang mendorong pertarungan antar agen jurnalistik menjadi begitu sengit. Kondisi tersebut mendorong fenomena konglomerasi media sebagai salah satu strategi yang dilakukan agen jurnalistik untuk meraih posisi dominan dalam ranah jurnalistik pada Era Reformasi.

BAB 5

TRANSFORMASI STRATEGI *REPUBLIKA* DALAM RANAH JURNALISTIK DARI ERA ORDE BARU HINGGA ERA REFORMASI

Pada bab sebelumnya telah digambarkan transformasi ranah kekuasaan dan ranah jurnalistik dari Era Orde Baru hingga Era Reformasi sebagai konteks yang melingkupi *Republika* sebagai agen jurnalistik. Hal itu menjadi dasar untuk memahami transformasi strategi *Republika* dari Orde Baru hingga Era Reformasi, sebagaimana akan digambarkan pada bab ini. Untuk itu, pemaparan pada bab ini diawali dengan gambaran mengenai ICMI dan profil perjalanan *Republika* sejak pendiriannya pada Era Orde hingga Era Reformasi. Kemudian peneliti akan memberikan gambaran mengenai strategi yang dijalankan oleh *Republika* pada Era Orde Baru dan transformasi strategi pada Era Reformasi yang didasarkan pada posisi objektif dan habitus *Republika* sebagai agen jurnalistik. Posisi obyektif dilihat berdasarkan ukuran beragam modal (ekonomi, sosial, budaya, dan simbolik), sementara habitus merupakan penjelasan konseptual terhadap karakteristik pemberitaan *Republika* dilihat berdasarkan gaya pemberitaan *Republika* dan dilihat juga berdasarkan konteks historis yang membentuknya serta makna dari habitus tersebut.

5.1 Dominasi ICMI pada Akhir Kekuasaan Orde Baru

Memasuki tahun 1990-an, Presiden Soeharto yang saat itu telah menjadi penguasa pemerintah Orde Baru selama 24 tahun melakukan reorientasi basis kekuatan politik yang ditandai dengan meresmikan pembentukan sebuah organisasi massa Islam bernama ICMI (Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia) pada tanggal 8 Desember 1990 (Hefner, 1993). Bagi sebagian kalangan pengamat politik dan akademisi, langkah itu dianggap mengejutkan terkait dengan latar belakang sosok Soeharto (Hefner, 2001: 221). Dalam konteks politik, Soeharto telah lama sebelumnya menekan Islam politik, bahkan dengan mengerahkan kekuatan militer. Dalam konteks keagamaan, ia dianggap pembela setia *kejawen* dan pluralisme Pancasila, walaupun pada akhirnya pembelaan tersebut lebih sebagai kalkulasi strategi untuk mempertahankan kekuasaannya dan konsekuensi yang harus diterima Soeharto akibat menekan gerakan Islam politik,

namun membebaskan gerakan Islam kultural (Hefner, 2001: 226). Maka, kemunculan ICMI bukanlah satu kejutan yang aneh dan muncul secara tiba-tiba, tetapi lebih merupakan bentuk militansi yang didorong oleh akumulasi kekuatan Islam melalui kelas menengah Islam (Hefner, 1993).

Dukungan Soeharto terhadap ICMI menjadi jalan untuk melancarkan pemenuhan kebutuhan itu, ketika kalangan militer justru tengah menentang kekuasaannya (Hefner, 2001: 225). Disini nampak bahwa Soeharto telah menggunakan strategi yang bersebrangan, dari sebelumnya menggunakan kekuatan militer beralih menggunakan kekuatan Islam untuk mempertahankan kekuasaannya. Agar tidak menimbulkan penyimpangan dari upaya tersebut, maka kontrol terhadap organisasi itu dilakukan dengan mengukuhkan Habibie, yang saat itu merupakan orang kepercayaan Soeharto, sebagai ketua ICMI (Hefner, 1993).

Kenyataannya, tidak semua kalangan Islam mendukung terhadap kemunculan ICMI dan gerakan yang dilakukannya. Salah satu tokoh dari kalangan Islam yang paling menentang adalah Abdurahman Wahid, Ketua Umum PBNU (Pengurus Besar Nahdhatul Ulama). Gus Dur (panggilan Abdurahman Wahid) menganggap bahwa ICMI justru organisasi sektarian di kalangan Islam, bukannya kesatuan *ummat* dan melakukan rekonfensionalisasi terhadap politik dan masyarakat (Hefner, 2001: 225-226). Ketidaksetujuan Gus Dur dapat dipahami karena terdapat perbedaan pandangan di antara keduanya mengenai posisi Islam dan Orde Baru. Dalam hal itu Gus Dur berpandangan prodemokrasi, sementara ICMI kenyataannya menjalankan tindakan akomodasi terhadap Orde Baru (Hefner, 2001).

Sebagai organisasi intelektual muslim “se-Indonesia”, anggota ICMI sangatlah beragam berdasarkan pandangan terhadap bagaimana seharusnya ICMI (Hefner, 2001). Kelompok yang paling dominan terdiri atas para birokrat yang dekat dengan Habibie. Kelompok kedua terdiri atas sarjana dan intelektual independen. Dalam pandangan publik, merekalah yang seharusnya menjadi pemimpin ICMI, karena menggagas relasi baru antara umat Islam dan negara, tokoh utama dari kelompok ini adalah Nurcholis Madjid yang dikenal dengan pemikirannya mengenai “Pembaruan Islam” yang telah dikemukakan sejak tahun

1960-an (Hefner, 1993). Kelompok ketiga terdiri atas para aktivis politik independen yang memiliki tanggapan beragam terhadap Soeharto, tokoh utama dari kelompok ini adalah Adi Sasono (Hefner, 2001: 240). Dari komposisi anggota ICMI yang beragam, tuntutan utama yang muncul terhadap posisi Islam dalam kehidupan berbangsa dan bernegara adalah proposionalisme, di mana negara harus memperbesar representasi umat Islam di pemerintahan, militer, dan bisnis sesuai dengan jumlah umat Islam secara keseluruhan (Hefner, 2001: 241).

Posisi ICMI yang telah sedemikian dekat dengan kekuasaan Orde Baru memungkinkan tuntutan itu dapat diwujudkan secara perlahan dalam berbagai bidang kehidupan yang dianggap masih didominasi oleh kalangan non-Islam, seperti kelompok Kristen dan etnis Tionghoa. Dalam wilayah pemerintahan dan birokrasi, proporsi kelompok Islam dalam pemerintahan eksekutif maupun legislatif semakin besar. Dalam bidang perbankan, terutama sektor swasta, yang saat itu masih didominasi oleh sistem konvensional dan sebagian besar dimiliki oleh kalangan non-muslim dan etnis Tionghoa, didirikanlah Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai bank syariah pertama di Indonesia. Dalam bidang kajian dan pemikiran, dibentuk *Center for Information and Development Studies* (CIDES) untuk menandingi organisasi serupa, yaitu *Center for Strategic and International Studies* (CSIS) yang didirikan Ali Moertopo. Dalam bidang pers dan media cetak, muncul surat kabar harian *Republika* dan majalah mingguan *Ummat*. Keduanya terbit dalam skala nasional dan ditujukan sebagai sarana aspirasi kalangan Islam Indonesia, sekaligus untuk menandingi dominasi media cetak yang dikelola oleh kalangan Katolik, yaitu *Kelompok Kompas-Gramedia*.

Jatuhnya Pemerintah Orde Baru pada tahun 1998 ternyata berdampak pada popularitas dan kekuatan ICMI yang semakin meredup dalam melakukan berbagai gerakan seperti di awal tahun 1990-an (Effendy, 2005: 254). Hal ini dapat dilihat sebagai suatu konsekuensi dari afiliasi dan akomodasi ICMI dengan Pemerintah Orde Baru, mulai dari kemunculannya hingga berbagai bentuk gerakan yang dilakukannya, seperti yang telah digambarkan di atas. Di saat yang sama, muncul gerakan Islam lain di luar ICMI yang mampu memanfaatkan proses transisi demokrasi pasca Orde Baru untuk mengaktualisasikan pandangan maupun kepentingan Islam yang diusungnya. Gerakan Islam pada Era Pasca-Orde Baru

atau Era Reformasi ini terdiri dari dua bentuk (Hilmy, 2010: 101). *Pertama*, gerakan Islam yang dimanifestasikan melalui pertarungan struktural untuk mendapatkan kekuasaan melalui pemilu. Gerakan Islam ini diwujudkan dalam bentuk partai politik Islam yang mengusung ideologi dan agenda Islam, seperti PK/PKS (Partai Keadilan Sejahtera), PBB (Partai Bulan Bintang), PUI (Partai Umat Islam), dan lain-lain. *Kedua*, gerakan Islam yang dimanifestasikan melalui gerakan sosial dan kultural di luar politik formal. Gerakan Islam ini diwujudkan dalam bentuk organisasi Islam, seperti HTI (Hizbut Tahrir Indonesia), FPI (Front Pembela Islam), dan lain-lain.

5.2 Profil Harian *Republika*

Ketika Pemerintah Orde Lama digulingkan dan diganti oleh pemerintahan Orde Baru, surat kabar Islam yang diterbitkan oleh partai-partai politik Islam dan organisasi Islam pada akhir tahun 1960-an sampai awal tahun 1970-an, seperti *Duta Masyarakat*, *Djihad*, *Mertju Suar*, *Abadi*, dan *Suara Islam*, tidak mampu mempertahankan keberadaannya. Surat kabar atau majalah mengalami pembatasan ataupun pembredelan (pelarangan terbit), baik karena isi beritanya yang dianggap bertentangan dengan pemerintah, maupun karena partai politik atau organisasi pendirinya dibubarkan oleh pemerintah sehingga memberikan berdampak serupa pada media cetak yang dimilikinya. Pada akhir tahun 1960-an dan awal 1970-an, pemerintah melarang penerbitan *Media Dakwah* (MD) untuk menjual terbitannya pada kalangan pembaca yang lebih luas, dengan tidak memberikannya SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers)¹.

Pelarangan terhadap surat kabar dan majalah Islam, ada yang bersifat sementara, ada pula yang bersifat permanen. Misalnya, *Duta Masyarakat*, surat kabar milik NU, dilarang terbit untuk sementara karena pemberitaannya mengenai Pemilu tahun 1971. Sementara surat kabar *Pelita*, yang berdiri sebagai pengganti surat kabar *Abadi* milik Masyumi, walaupun pada tahun 1974 mengalami pembredelan sementara, namun dapat kembali terbit dengan

¹ *Media Dakwah* (MD) adalah media cetak yang diterbitkan oleh *Dewan Dakwah Islam Indonesia* (DDII). DDII sendiri merupakan lembaga dakwah hasil transformasi *Masyumi* yang mengalami pembubaran oleh Soekarno karena dianggap kontrarevolusioner. *Masyumi* sendiri memiliki surat kabar *Abadi*. Namun mengalami pembredelan (Hanazaki, 1998: 26).

komposisi redaksi yang pro-pemerintah. Bahkan di tahun 1985, 10 orang petinggi Golkar (Golongan Karya) mengambil alih kepemilikannya dengan membeli 60 % saham *Pelita*, sehingga kemudian difungsikan sebagai ‘corong pemerintah’ untuk menjangkau kalangan muslim (Hill, 2011: 49). Pengalihan fungsi *Pelita* malah membuatnya perlahan mengalami penurunan tiras.

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi, media cetak mengalami fase industrialisasi. Maka, surat kabar dihadapkan pada profesionalisme dalam berbagai aspek yang berhubungan dengan penerbitan surat kabar, mulai dari kualitas pemberitaan hingga pengelolaan keuangannya. Di tengah perkembangan industri media cetak yang terjadi, ternyata media Islam mengalami penurunan tiras secara terus-menerus, sehingga secara ekonomi keterpurukan itu menyebabkannya tidak mampu bertahan. Menurut David T. Hill, seorang akademisi dan pengamat media Indonesia asal Australia, kegagalan media berorientasi Islami hingga saat itu adalah kurangnya kemampuan untuk menggarap kesempatan yang ada, karena terjebak pada kegamangan dalam menyeimbangkan antara upaya mempertahankan kredibilitas di mata pembaca dan negosiasi dengan negara dalam mengakomodasi sejumlah kepentingan (Hill, 2011: 153).

Sebaliknya, media sekuler mengalami perkembangan seiring dengan pertumbuhan industri media yang semakin pesat. *Kompas* dan *Suara Pembaruan* (pengganti *Sinar Harapan*) sebagai dua surat kabar terkemuka berhasil meningkatkan jumlah pelanggannya, bahkan sampai akhir tahun 1990-an tiras *Kompas* mencapai 525.000 (Hanazaki, 1998: 26). Sejak awal berdirinya, kedua surat kabar itu perlahan melepaskan nuansa pemberitaan dan afiliasi keagamaannya hingga berubah total menjadi surat kabar sekuler (Hanazaki, 1998: 128; Hill, 2011: 153; Hefner, 2001: 199). Kalangan Islam tidak memiliki suara yang nyata dan nyaring di tengah-tengah riuhnya industri media hingga awal tahun 1990-an, karena tidak adanya saluran untuk menyalurkan kepentingan kalangan Islam (Hill, 2011: 154).

Himpitan industri media cetak nasional yang terjadi pada media Islam menimbulkan keprihatian di kalangan muslim Indonesia, terutama dari para tokoh muslim Indonesia. Keprihatinan itu setidaknya dapat dibaca pada dua hal

(Wahyudi, 2005: 48). *Pertama*, belum ada media yang kuat, apalagi memiliki posisi dominan, secara bisnis dalam industri media cetak yang semakin kompetitif. *Kedua*, dengan posisi seperti itu, pengaruh media Islam menjadi tidak signifikan dibandingkan dengan media lain yang telah mapan dalam, baik untuk membentuk persepsi masyarakat maupun untuk menyalurkan aspirasi masyarakat Islam yang dianggap terpinggirkan secara sengaja ataupun tidak. Di samping itu, pada masa Orde baru umat Islam sering dibebankan dengan pemberitaan yang tidak adil dan objektif:

“Jadi ada kasus Biskuit Beracun yang dengan gampangya pejabat pemerintah waktu itu termasuk Pak Soedomo menyatakan bahwa pelakunya adalah wanita berkerudung. Tanpa ada proses hukum yang jelas kemudian langsung stigma atau cap bahwa pelakunya adalah wanita berkerudung. Itu kan cap yang jelek. Nah kita tidak menginginkan hal-hal seperti itu tidak lagi bisa dilakukan seenaknya oleh pemerintah. Kalau memang ada bukti bahwa pelakunya adalah wanita berkerudung, ya oke”.²

Media cetak sekuler yang ada sejak lama dianggap tidak mampu menampung kepentingan dan aspirasi umat Islam di Indonesia, karena memiliki visi dan misi tersendiri, serta cenderung hanya menggunakan versi pemerintah.³ Hal itu mendorong para anggota ICMI untuk mendirikan media cetak yang mampu mengisi kekosongan media Islam dalam menampung kepentingan dan aspirasi umat Islam di Indonesia. Namun demikian, menurut Adi Sasono:

“...harus ada kelompok profesional yang menggalangnya, karena hal ini merupakan pertarungan modal yang tidak kecil, dan harus bertarung di pasar (media cetak) yang sudah ketat persaingannya, sehingga bila tidak bisa menciptakan pangsa pasar yang loyal, maka nasib media ini akan mati seperti pendahulunya (Wahyudi, 2005: 48).”

Ketika ICMI menyelenggarakan seminar tanggal 28 November 1991 mengenai pers Islam di Indonesia, dorongan untuk mendirikan media Islam kembali muncul. Kemudian seminar ini merekomendasikan perlunya media Islam yang cukup kuat, baik dari segi pengaruh sosial politik maupun dari aspek bisnis untuk mengatasi ketimpangan pers Islam sebelumnya (Afifi, 2002: 73). Dalam hal ini, Adi Sasono merupakan pengurus ICMI yang memegang peranan penting untuk mengonsolidasikan rencana tersebut, mulai dari menyampaikan gagasan

² Wawancara dengan Arif Supriyono, Kepala Divisi Litbang (Penelitian dan Pengembangan) *Republika*, 23 September 2011

³ Wawancara dengan Arif Supriyono, Kepala Divisi Litbang (Penelitian dan Pengembangan) *Republika*, 23 September 2011

tersebut pada Habibie hingga mengadakan pembahasan rencana pendirian surat kabar (Utomo, 2010).

Pembahasan tersebut dilakukan oleh beberapa pengurus ICMI, kalangan profesional yang berpengalaman dalam dunia pers dan jurnalistik, dan para wartawan serta manajer surat kabar *Berita Buana*⁴. Dari kalangan ICMI antara lain, Wardiman Djojonegoro, M. Dawam Rahardjo, Jimly Assidique, Marwah Daud Ibrahim, A. Makmur Makka, dan lain-lain. Dari Kalangan profesional, antara lain: Parni Hadi (kantor berita *Antara*), Haidar Bagir (majalah *Prospek*), Sinarsari Ecip (surat kabar *Fajar*), Nasir Tamara (majalah *Warta Ekonomi*), dan lain-lain. Sementara dari *Berita Buana*, antara lain: Zaim Uchrowi, Tommy Tamtomo, Rahmad Riyadi, dan lain-lain (Wahyudi, 2005: 44; 46-47).

Dalam pembahasan terhadap rencana tersebut sempat muncul pendapat mengenai kemungkinan antara mengembangkan surat kabar *Pelita* yang dianggap memiliki visi dengan ICMI dan mendirikan surat kabar baru. Namun dengan pertimbangan bahwa di *Pelita* sudah ada beberapa tokoh yang mengelola, seperti Sudharmono dan Abdul Gafur, dan tidak mengganggu posisi tersebut, maka dipilih untuk mendirikan surat kabar baru (Wahyudi, 2005: 46). Selain *Pelita*, media cetak Islam lainnya yang sudah ada adalah majalah *Panji Masyarakat*. Walaupun keduanya sempat menempati posisi yang signifikan di tahun 1970-1980-an, tetapi keduanya justru meredup di awal tahun 1990-an setelah *Pelita* berganti kepemilikan kepada Golkar dan *Panji Masyarakat* tidak lagi menjadi referensi kelas menengah dan mampu membentuk opini masyarakat secara luas (Utomo, 2011: 15).

Penerbitan surat kabar baru itu memiliki lima tujuan. *Pertama*, mewadahi aspirasi umat Islam sebagai mayoritas bangsa Indonesia. *Kedua*, mendorong umat Islam agar semakin kritis dan bermoral. *Ketiga*, mendidik umat bersikap partisipatif sebagai pembaca aktif. *Keempat*, menjadi jembatan komunikasi antara

⁴ *Berita Buana* pada awalnya adalah surat kabar harian yang didirikan oleh ABRI (Angkatan Bersenjata Republik Indonesia). Namun, pada akhir tahun 1990 terjadi perselisihan antara “Manajemen Lama” di bawah pimpinan SK. Wibowo dengan “Manajemen Baru” di bawah pimpinan Sutrisno Bachir yang menyuntikkan dana Rp 10 Milyar pada *Berita Buana* dan mempekerjakan para wartawan muda. Konflik yang terjadi pada akhirnya menyebabkan manajemen baru keluar dari *Berita Buana*. Keterlibatan “Manajemen Baru” *Berita Buana* dalam pendirian hingga pengelolaan Republika didasarkan pada adanya kedekatan antara Adi Sasono dengan beberapa manajemen dan pimpinan baru *Berita Buana* (Wahyudi, 2005: 38-40).

pemerintah dan ummat. *Kelima*, mengimbangi serta mencegah penguasaan pembentukan opini oleh surat kabar tertentu (Wahyudi, 2005: 49).

Berbagai macam persiapan dilakukan untuk memperkuat posisi muslim Indonesia di sektor media cetak, antara lain: mengadakan studi kelayakan kepada pembaca atau konsumen media cetak mengenai situasi pasar surat kabar di Indonesia dan peluang pasar surat kabar Islam, kerangka manajemen *Republika* sebagai sebuah penerbitan pers, perwajahan surat kabar *Republika*, rencana isi surat kabar, strategi pemasaran, dan lain-lain (Oloan, 2004: 76). Hasil studi pasar dan kelayakan menunjukkan kecenderungan bahwa surat kabar yang ada saat itu dianggap memiliki kecenderungan sebagai alat pemerintah dalam menyampaikan informasi tanpa pernah menyuarakan aspirasi dari masyarakat pada umumnya dan mengabaikan pendidikan agama (Oloan, 2004: 77). Pendapat pembaca tersebut dijadikan landasan objektif bagi pendirian surat kabar yang mampu mengisi kekosongan tersebut.

Muncul usulan nama yang akan nama surat kabar itu, yaitu “Kalam” dan “Republik”. Nama “Kalam” dianggap memiliki konotasi eksklusif yang sangat kental, sehingga dikhawatirkan akan menimbulkan resistensi pasar terhadap surat kabar harian ini (Oloan, 2004: 84). Nama *Republika* sendiri merupakan hasil perbaikan yang dilakukan oleh Presiden Soeharto yang disampaikannya saat Habibie sebagai ketua umum ICMI melaporkan rencana pendirian surat kabar tersebut. Kata Republik dianggap Soeharto menimbulkan kesan Republik “A”, Republik “B” yang akan menimbulkan perdebatan dikemudian hari. Sementara *Republika* tidak terkesan dimiliki oleh perorangan, tetapi milik umat Islam (Wahyudi, 2005: 47). Akhirnya, “*Republika*” dipilih sebagai nama yang tepat karena dianggap menggambarkan upaya mereka dalam “Re-Publikasi (mempublikasikan kembali)” hal-hal faktual yang terjadi di seputar kehidupan Republik Indonesia dari kaca mata umat (Oloan, 2004: 84). Baru kemudian pada tanggal 4 Januari 1993 diterbitkan surat kabar nasional bernama *Republika* atau Harian Umum *Republika* sebagai surat kabar penyalur aspirasi dan kepentingan Umat Islam⁵.

⁵ Pada tahun 1995, ICMI juga menerbitkan media cetak lain, yaitu majalah dua mingguan bernama *Ummat*. Namun, dalam perkembangannya majalah tersebut tidak dapat bertahan hingga akhirnya

Pendirian surat kabar itupun dilakukan dengan terlebih dahulu mendirikan Yayasan Abdi Bangsa pada tanggal 17 Agustus 1992. Tujuan yayasan ini, dalam pasal 4 Anggaran Dasar Yayasan Abdi Bangsa (1996), yaitu membantu dan mendukung ICMI dengan cara menghimpun dan mengelola sumber keuangan bagi program-program ICMI yang berkaitan dengan pembinaan umat. Penerbitan surat kabar Harian Umum *Republika* sendiri merupakan satu dari tiga program Yayasan Abdi Bangsa, yaitu pengembangan *Islamic Centre* dan *Centre for Information and Development Studies (CIDES)* (Wahyudi, 2005: 59). Yayasan Abdi Bangsa sendiri diketuai langsung oleh Habibie yang juga ketua ICMI.

Komposisi keanggotaan yayasan ini sebagian besar merupakan keluarga, orang-orang terdekat Soeharto yang memiliki jabatan penting dalam pemerintahannya saat itu, dan para pengusaha yang menjadi kroninya, antara lain Istri Soeharto yaitu Tien Soeharto, anaknya yaitu Bambang Trihatmodjo, Wakil Presiden Try Sutrisno, Menteri Penerangan Harmoko, Bob Hasan, dan Probosutedjo, Sudwikatmo. Anggota lain yang berada di luar lingkaran kekuasaan Soeharto yaitu Nurcholis Madjid. Sementara Soeharto sendiri menjabat sebagai Pelindung Yayasan Abdi Bangsa (Hanazaki, 1998: 130).

Untuk memperoleh SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers), maka didirikanlah PT Abdi Bangsa yang berada dalam naungan Yayasan Abdi Bangsa pada tanggal 28 November 1992 (Laporan Keuangan Konsolidasi PT Abdi Bangsa Tbk, 31 Oktober 2008). Hal ini merupakan ketentuan bahwa hanya PT (Perseroan Terbatas) yang dapat memperoleh SIUPP. Secara administrasi, SIUPP terdiri dari SIUPP 1P (untuk penerbitan pers) dari Departemen Penerangan dan SIUPP 2P (untuk perseroan terbatas) dari Departemen Perdagangan. Selain itu, pemohon juga harus memberikan jaminan sebesar 1 milyar rupiah sebagai modal kerja yang digaransikan bagi penerbitan *Republika* di BDN (Bank Dagang Negara) dengan ditujukan kepada Menteri Penerangan berdasarkan Peraturan Menteri Penerangan RI No.1/Per/Menpen/1984 (Wahyudi, 2005: 60).

tidak diterbitkan lagi. Menurut, hal ini karena *Ummat* diterbitkan secara independen oleh salah seorang anggota ICMI dan tidak didukung penuh oleh ICMI (Wawancara dengan Ade Armando, mantan staf Litbang Republika, 16 Oktober 2011)

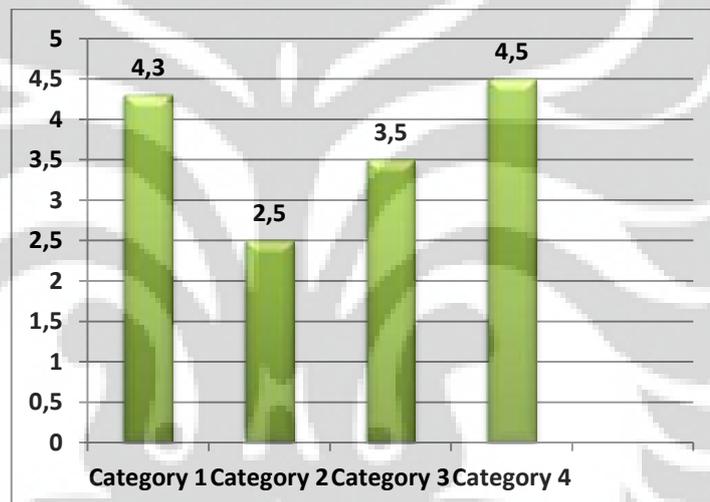
Surat permohonan SIUPP ditujukan pada Menteri Penerangan, Dirjen Pembinaan Pers dan Grafika, dan Direktur Pembinaan Pers. Surat permohonan itu harus dilengkapi dengan formulir A-1 yang menyatakan bahwa *Republika* sebagai perusahaan pers akan menaati ketentuan Peraturan Menteri Penerangan RI No.1/Per/Menpen/1984 dan Surat Keputusan Menteri Penerangan RI No. 214/Kep/Menpen/1984. Surat permohonan itu ditembuskan kepada Serikat Penerbitan Pers (SPS), Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Pusat, dan Kantor Wilayah Deppen setempat. Untuk mendapatkan tembusan dari Kanwil Deppen, pemohon harus memiliki izin dari SPS Pusat untuk pengajuan calon Pemimpin Umum dan PWI Pusat untuk pengajuan calon Pemimpin Redaksi. Calon-calon tersebut harus memenuhi persyaratan pernyataan pekerjaan sebelumnya dan sertifikat pernah mengikuti P4 (Pedoman Penghayatan dan Pengamalan Pancasila) selama 100 jam (Wahyudi, 2005: 69-71).

Cerminan *Republika* sebagai surat kabar bentukan ICMI juga terlihat dalam komposisi dewan redaksi yang diisi oleh sejumlah tokoh-tokoh ICMI yang juga tokoh intelektual muslim. Mereka antara lain: Amien Rais, Nurcholish Madjid, Quraish Shihab, Adi Sasono, dan Dawan Rahardjo (Ahmad Bahar, dkk, 1995: 159). Pemimpin redaksi pertama *Republika* adalah Parni Hadi, mantan koresponden senior kantor berita pemerintah *Antara*. Posisi tersebut bisa dipahami dengan melihat hubungannya terhadap Habibie yang telah memiliki kedekatan pribadi ketika keduanya menempuh studi di Jerman (Hill, 2011: 156). Ruang redaksi *Republika* diisi oleh komposisi para jurnalis yang berpengalaman di beberapa media cetak lain yang telah memiliki pengaruh besar dalam industri media di Indonesia, seperti dari majalah mingguan *Tempo*, *Sinar Harapan*, *Warta Ekonomi*. Sedangkan sebagian besar wartawannya, terutama yang berusia muda, berasal dari surat kabar harian *Berita Buana* (Hill, 2011: 156).

Dalam aspek pendanaan, menurut Mochtar Loebis (1993), sekitar 40 milyar diinvestasikan bagi pendirian *Republika* (Hanazaki, 1998: 130). Hal itu dilakukan juga melalui penjualan saham sebanyak 10 juta lembar dengan nominal 1000 rupiah. Menurut Hutabarat (1994), secara komposisi kepemilikan, 51 % dimiliki oleh Yayasan Abdi Bangsa, 20 % oleh karyawan, dan sisanya sebesar 29 % dimiliki oleh masyarakat dengan harga Rp 4000/lembar. Namun, saham ini

tidak dicatat di Bursa saham. Pemilikan saham oleh masyarakat dapat dikatakan unik. Masyarakat hanya dapat memiliki satu lembar saham. Artinya, *Republika* dimiliki oleh 2,9 juta muslim Indonesia. Pola pemilikan saham seperti ini dapat dikatakan terobosan baru dalam bisnis media pers di Indonesia, karena umumnya saham hanya dimiliki oleh pemilik modal dan karyawan (Ahmad Bahar, dkk, 1995: 159-160).

Pada tahun pertama, *Republika* diterbitkan sebanyak 12 halaman untuk edisi senin sampai sabtu, sedangkan hari minggu sebanyak 16 halaman. Dalam aspek sirkulasi dan distribusi, tiras *Republika* direncanakan 52.250 eksemplar/hari ketika pertama kali terbit. Sementara target tiras dalam lima tahun pertama atau dari 1993-1998, sebagai berikut:

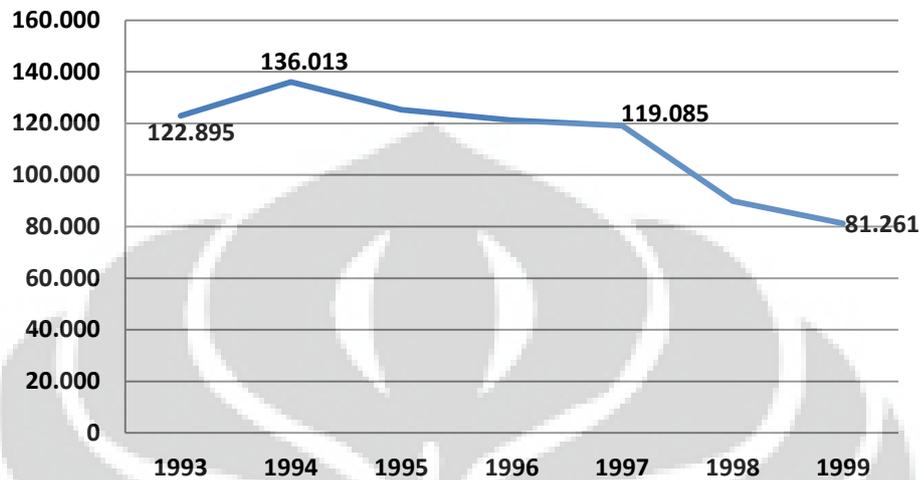


Gambar 5.1 Target tiras *Republika* dalam 5 tahun pertama (1993-1997)

Sumber: Studi Kelayakan Penerbitan Surat Kabar *Republika* (Wahyudi, 2005:57)

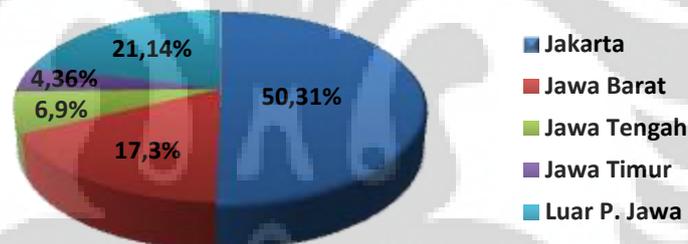
Dalam waktu yang singkat, *Republika* ternyata mengalami perkembangan yang cukup pesat. Jika didasarkan pada jumlah tiras (jumlah yang dicetak oleh penerbit) sebagai ukuran keberhasilan, dalam waktu 10 hari *Republika* telah mencapai tiras sebesar 100.000 eksemplar. Angka tersebut 2,5 kali lipat di luar perkiraan awal sebesar 40.000 eksemplar pada semester pertama tahun 1993. Hingga akhir semester kedua pada bulan desember 1993, tiras *Republika* mencapai angka 130.000 eksemplar, bahkan hingga bulan juni tahun 1994 *Republika* mencapai 165.000 eksemplar (Sofyan, 2004:6). Akan tetapi,

berdasarkan rata-rata tiras per tahun (antara tahun 1993-1999), target yang telah ditetapkan hanya berhasil dicapai pada tahun pertama (1993). Di sisi lain, pada tahun awal penerbitannya dalam aspek distribusi pun, *Republika* masih terpusat di wilayah Pulau Jawa.



Gambar 5.2 Rata-rata tiras *Republika* (1993-1999)

Sumber: Laporan Tahunan PT Abdi Bangsa, 1999



Gambar 5.3 Distribusi *Republika* pada tahun pertama (1993)

Sumber: Sukses Pemasaran tidak bisa diraih dalam satu malam, *Republika*, 1994 (Wahyudi, 2005:57)

Dalam aspek pengemasan wacana berita maupun informasi, penerbitan *Republika* dilakukan melalui evaluasi terhadap media Islam yang telah ada sebelumnya, terutama pada aspek yang dapat menyebabkan kegagalan serupa. Persoalan utama dalam pemberitaan media Islam sebelumnya yaitu penempatan wacana Islam dalam konteks kekuasaan. Artinya, bagaimana mengedepankan misi

Islam yang dibawa dalam kondisi kekuasaan yang *state centered*. Secara lebih dalam, Afifi menjelaskan:

“Bagaimana memformulasikan peran surat kabar Islam tanpa terjebak dalam perilaku partisan yang eksplisit, bagaimana menerapkan kaidah pemberitaan yang profesional tanpa meninggalkan misi keislaman. Maka, *Republika* berusaha agar produknya tidak hanya ditujukan untuk mendukung partai politik atau orang saleh belaka, tetapi juga untuk orang-orang yang belum mantap imannya dan ogah dengan seruan moralistik. *Republika* mencoba untuk menampilkan Islam secara substantif dalam sajiannya. Islam ditampilkan secara sublim dan subtil dalam berita-beritanya yang diibaratkan sebagai nafas: tidak terlihat tetapi terasa. Islam yang ingin ditampilkan adalah Islam yang *kosmopolitan*. (Afifi, 2002: 73)”.

Posisi pemberitaan seperti yang dijelaskan oleh Afifi tersebut dibentuk dalam berbagai rubrik atau kolom yang mencakup berbagai hal yang sangat variatif mulai dari berita seputar peristiwa yang terjadi sehari-hari hingga berbagai informasi seputar olah raga, seni dan budaya Islam maupun non-Islam, dan berbagai tren yang berkembang di masyarakat. Hal ini disajikan secara tetap ataupun secara periodik dalam format suplemen mingguan (Utomo, 2010).

Rubrik atau kolom tetap yang masih dipertahankan hingga saat ini yaitu *Hikmah*. Rubrik ini berisi pembahasan atau diskusi tentang berbagai masalah, dari permasalahan empiris sehari-hari hingga masalah filosofis yang dibahas dari sudut pandang Islam dengan didukung oleh kutipan ayat *Al-quran* maupun *hadist*. Rubrik ini ditulis oleh wartawan *Republika* sendiri maupun oleh para ulama, tokoh masyarakat, aktivis LSM, politisi, kaum profesional, dan lain-lain (Ahmad Bahar, dkk, 1995: 165). Rubrik yang diterbitkan secara periodik atau disebut suplemen dapat mengalami perubahan sewaktu-waktu bergantung kepada kebijakan redaksi. Untuk format suplemen *Republika* pada awal penerbitannya telah digambarkan oleh Abrar (1995), sebagai berikut:

Tabel 5.1 Suplemen Awal *Republika*

Hari	Suplemen	Isi
Senin	TEKAD	Telaah ekonomi, kebudayaan, agama, sosial, politik dan demokrasi.
Selasa	REKOR	Telaah olah raga, khususnya soal persepakbolaan

		nasional maupun global.
Rabu	MANAJER	Telaah sekitar manajemen bisnis dan industri pada umumnya.
Kamis	TREND TEKNOLOGI	Telaah sekitar perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (elektronika, komputer, otomotif, kedokteran, dan lain-lain).
Jumat	DIALOG JUMAT	Perbincangan agama dengan berbagai tokoh (ekonom, pengusaha, politisi, ABRI, pejabat sipil, ulama) serta berbagai telaah keagamaan.
Sabtu	KORCIL	Reportase sekitar anak-anak dan berbagai pengetahuan untuk mereka.
Minggu	SELASAR	Reportase perihal dunia wisata, kebudayaan, hiburan, kesehatan, dunia mode, dan lain-lain.

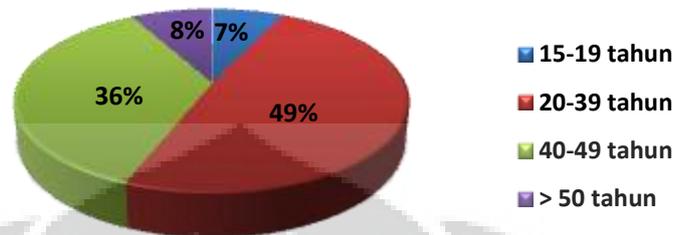
Sumber: (Ahmad Bahar, dkk, 1995: 166)

Dalam aspek teknologi, *Republika* memelopori penerapan Teknologi Cetak Jarak Jauh sejak Mei 1997 untuk menjangkau pembaca seluas dan secepat mungkin, terutama kota-kota di luar Jakarta, seperti Yogyakarta. Teknologi ini merupakan pendukung dalam diversifikasi isi *Republika* dengan suplemen berita daerah sesuai dengan cabang atau perwakilan penerbitan lokal yang dimiliki *Republika*. Selain itu, *Republika* juga menjadi pelopor media cetak yang mengembangkan media *online* bernama *Republika Online* (www.republika.co.id). Sementara di bidang sosial, *Republika* berhasil mengembangkan *Dompot Dhuafa* menjadi yayasan sosial mandiri dan dipercaya menjadi salah satu Badan Amil Zakat dan Sedekah (Bazis) Nasional (Afifi, 2002: 76)⁶.

Mengenai profil pembaca secara demografis, pembaca *Republika* dapat dilihat berdasarkan hasil survei ACNielsen Media Index tahun 1999/2000. Dalam aspek Demografi, kecenderungan pembaca *Republika* antara lain: didominasi kelompok usia 25-39 tahun sebesar 39,8 %, berlatar belakang pendidikan perguruan tinggi sebesar 15 %, kategori pekerjaan karyawan swasta dan pegawai

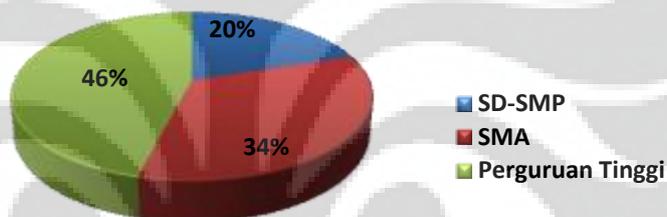
⁶ *Dompot Dhuafa* pada awalnya hanya merupakan program santunan fakir miskin, dan sebagainya, yang dikelola secara langsung oleh *Republika*. Namun, antusiasme dan partisipasi yang tinggi dari para pembacanya maupun masyarakat pada umumnya terhadap program ini menjadikannya sebuah kegiatan yang tidak dapat lagi dikelola oleh *Republika* sehingga pada akhirnya harus dikelola secara mandiri dan profesional.

negeri sebesar 44,6 %, dan memiliki pendapatan Rp 1 juta ke atas. Sementara berdasarkan data tahun 2010, dengan ukuran demografis serupa, profil pembaca *Republika*, tergambar sebagai berikut:



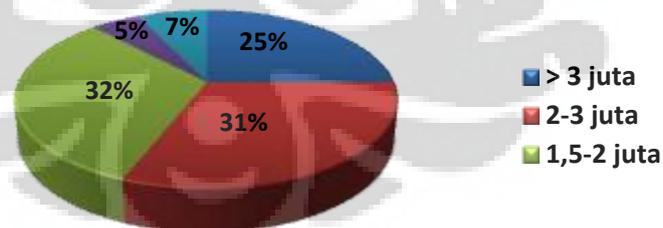
Gambar 5.4 Kelompok usia pembaca *Republika*

Sumber: *Company Profile* PT *Republika* Media Mandiri, 2010-2011



Gambar 5.5 tingkat pendidikan pembaca *Republika*

Sumber: *Company Profile* PT *Republika* Media Mandiri, 2010-2011

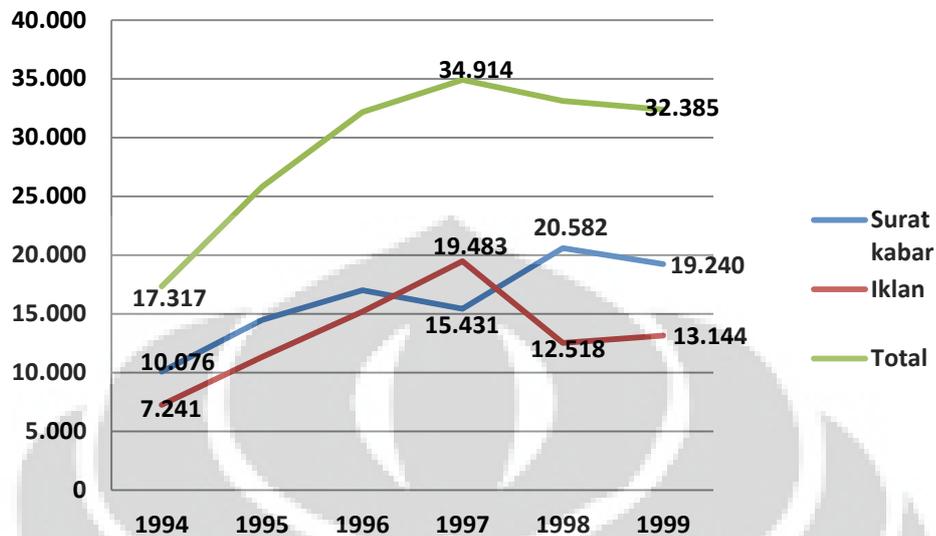


Gambar 5.6 Tingkat pendapatan pembaca *Republika*

Sumber: *Company Profile* PT *Republika* Media Mandiri, 2010-2011

Kondisi tersebut membuat sepanjang Era Orde Baru pendapatan *Republika* cenderung tidak stabil. Artinya, pada tahun-tahun awal pendiriannya mengalami

peningkatan, tetapi kemudian mengalami penurunan pada akhir Era Orde Baru, seperti tergambar pada gambar berikut:



Gambar 5.7 Pendapatan bersih *Republika* dan porsi iklan terhadap nilai penjualan (dalam juta rupiah)

Sumber: Prospektus PT Abdi Bangsa, 2000

Memasuki pertengahan tahun 1997 krisis ekonomi terlihat dari nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika melemah dari Rp 2.300 hingga mencapai Rp 12.000, sementara pada tahun 1998 pertumbuhan ekonomi menjadi minus 13,12 % dan nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika mencapai titik terendah sebesar Rp 16.000 (Utomo, 2010: 42). Dalam konteks nasional, kondisi ekonomi yang memburuk pada tahun 1997-1998 atau menjelang jatuhnya Pemerintah Orde Baru mempengaruhi keterpurukan industri media cetak secara umum. Oplah koran secara keseluruhan turun sebagai akibat menurunnya daya beli masyarakat (Utomo, 2010: 45).

Kondisi ekonomi makro di atas berdampak pula pada kondisi *Republika* yang mengalami keterpurukan yang berkelanjutan, bahkan, menurut Erick Thohir, terancam ‘gulung tikar’ karena beban utang yang dimilikinya sebesar Rp 12 miliar yang bersifat jangka pendek.⁷ Maka pada bulan November tahun 2000, *Republika* secara resmi berganti kepemilikan. Mayoritas saham yang sebelumnya dimiliki oleh *Yayasan Abdi Bangsa* beralih pada pihak swasta, yaitu *Mahaka Media* yang

⁷ <http://www.erickthohir.com/?cat> diunduh pada tanggal 28 September 2011 pukul 14.20 WIB

dimiliki oleh Erick Thohir. Dalam konteks personal, pembelian saham oleh *Mahaka Media* ini merupakan hasil penawaran yang dilakukan oleh Adi Sasono kepada beberapa pengusaha yang dikenalnya, namun akhirnya hanya *Mahaka Media* yang sanggup untuk membeli saham *Republika* sebagai langkah penyelamatan dari kebangkrutan (Utomo, 2010).

Ia menyuntikkan modal sebesar Rp 40 miliar. Tindakan itu dilanjutkan dengan melakukan efisiensi jumlah karyawan dan biaya operasional yang mengalami kenaikan, memperbaiki *content* (isi) surat kabar, dan meningkatkan pendapatan iklan secara terus-menerus. Lebih dari 50 % modal *Republika* tergerus untuk menutup utang dan menambal biaya operasional, bahkan sampai akhir 2001 masih defisit Rp 2,86 miliar.⁸

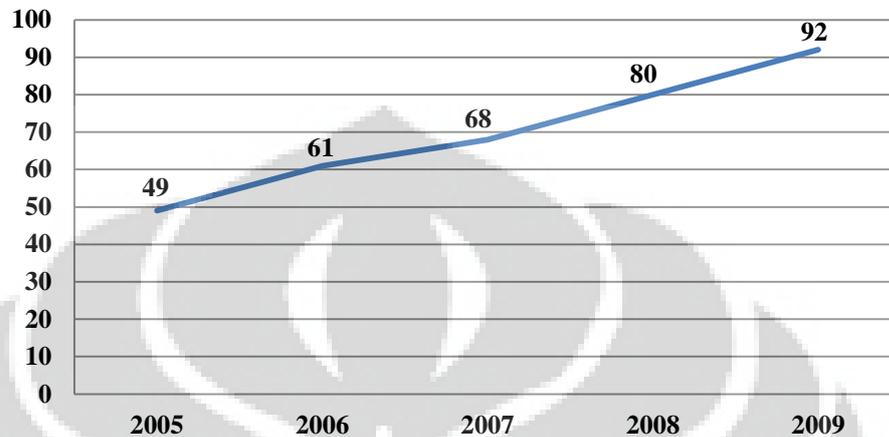
Tindakan lain yang dilakukan adalah penanaman modal melalui bursa saham. Pada tanggal 3 April 2002, *Republika* mencatatkan sahamnya (*listing*) di Bursa Efek Jakarta (BEJ). Kurang lebih 400 juta lembar saham dicatatkan di BEJ dengan harga penawaran Rp. 105 dengan nominal Rp 100. Hal itu menjadikan PT. Abdi Bangsa, Tbk, perusahaan yang menaungi *Republika*, sebagai perusahaan penerbitan surat kabar pertama yang menjadi perseroan publik. Perlahan, *Republika* kembali mengalami perkembangan. Dari sisi tiras, ketika diambil alih pertama kali hanya 55.000 eksemplar dan pendapatannya minus.⁹ Pada 2005 *Republika* berhasil menembus tiras 155.000 eksemplar dengan omzet Rp 58 miliar. Pada tahun 2010, pembaca *Republika* berjumlah kurang lebih berjumlah 163.000, dimana 81 % merupakan pembaca yang dianggap loyal dan setia berlangganan (*Annual Report* Tahun 2010 PT Mahaka Media, Tbk: 15).

Pada tahun 2004, PT. Abdi Bangsa yang pada awalnya hanya perusahaan yang menaungi surat kabar *Republika* mengalami perkembangan dengan menjadikannya sebagai sebuah Induk Perusahaan Multimedia (*Multimedia Holding Company*), yakni dengan membawahi dua unit usaha yaitu PT. Pustaka Abdi Bangsa (perusahaan penerbitan buku) dan PT. *Republika* Media Mandiri (perusahaan penerbitan surat kabar) (*Annual Report* Tahun 2009 PT Mahaka Media, Tbk: 2). Artinya, *Republika* kemudian menjadi salah satu unit usaha dalam

⁸ <http://www.erickthohir.com/?cat> diunduh pada tanggal 28 September 2011 pukul 14.20 WIB

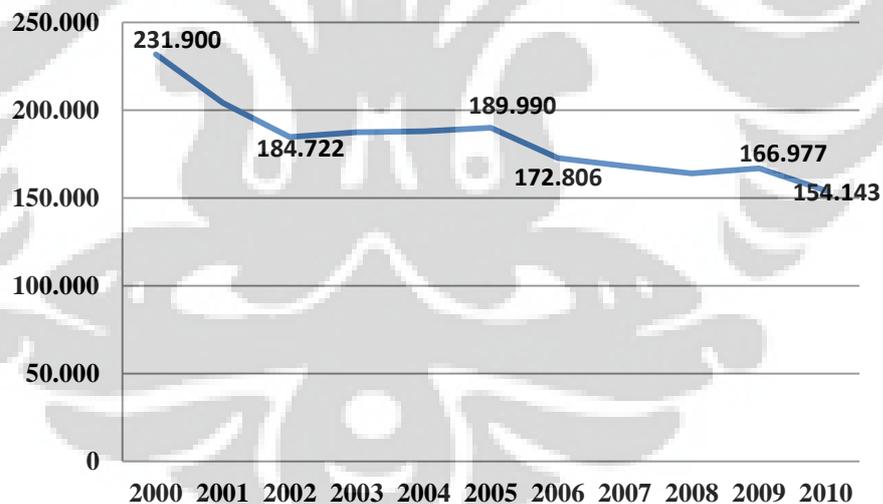
⁹ <http://www.erickthohir.com/?cat> diunduh pada tanggal 28 September 2011 pukul 14.20 WIB

bidang surat kabar yang merupakan bagian dari kelompok usaha Multi Media PT. Abdi Bangsa, Tbk. Pada tahun 2010, PT Abdi Bangsa, Tbk berganti nama menjadi PT Mahaka Media, Tbk sesuai dengan nama grup media tersebut selama ini.



Gambar 5.8 Pendapatan usaha dari sirkulasi dan iklan (dalam Miliar rupiah)

Sumber: (*Annual Report* Tahun 2009 PT Mahaka Media, Tbk: 2).



Gambar 5.9 Rata-rata tiras *Republika* (2000-2010)

Sumber: Div. Litang *Republika*, 2011

Ekspansi induk perusahaan media ini terus menerus dilakukan melalui akuisisi (pengambilalihan) perusahaan dan penyertaan saham. Hingga tahun 2010, Mahaka Media memiliki 16 unit usaha, mulai dari media cetak (surat kabar, majalah), media elektronik (radio dan televisi lokal), penerbitan buku, media luar

ruang (*billboard*), media *digital/online*, perfilman, hingga animasi dan teater 4D (*Annual Report* Tahun 2009 PT Mahaka Media, Tbk: 2). Dengan posisi seperti itu, *Republika* terus mendapatkan dukungan modal, misalnya pada tahun 2011 Rp 22,1 milyar, sehingga sampai bulan maret 2011, total aset surat kabar *Republika* Rp 119.516.331.379 (Laporan Keuangan Konsolidasi PT Mahaka Media, Tbk, 2010).

Berdasarkan kepemilikan saham, *Republika* merupakan unit usaha yang memiliki persentase kepemilikan yang sangat besar dalam Grup Mahaka Media, yakni 91,91 % (Laporan Keuangan Konsolidasi PT Mahaka Media, Tbk, 2010). Sementara pada tahun 2010, secara keseluruhan, saham Grup Mahaka Media dimiliki oleh PT Beyond Media milik Erick Thohir sebesar 60,28 %. Sedangkan, sisanya dimiliki oleh perusahaan swasta asing, Abbey Commnunication (perusahaan asal Belanda) sebesar 10,33 % dan saham yang dimiliki oleh masyarakat/perorangan sebesar 29,39 % (*Annual Report* Tahun 2010 PT Mahaka Media, Tbk: 9). Artinya, *Republika* secara mayoritas kini dikuasai secara perorangan.



Gambar 5.10 Unit usaha Mahaka Media Grup

Sumber: *Annual Report* Tahun 2009 PT Mahaka Media, Tbk

Selain membuat posisi *Republika* menjadi independen terhadap kelompok kepentingan politik tertentu dan pemerintah yang berkuasa, perpindahan kepemilikan *Republika* ternyata juga berdampak pada orientasi *Republika* dari surat kabar bernuansa politis menjadi surat kabar bernuansa bisnis. Reorientasi

tersebut diwujudkan dalam bentuk pengurangan porsi iklan yang bernuansa politik praktis, agar *Republika* bisa lebih diterima oleh masyarakat plural (Utomo, 2010: 54). Dari segi isi berita, orientasi baru *Republika* terlihat jelas dari rubrikasi yang semakin variatif, terutama dari unsur berita dan informasi seputar Islam. Misalnya, pada tahun 2003 *Republika* membuat rubrik *Syariah* yang berisi berita dan informasi seputar ekonomi Islam. Sejak tahun 2008, dibuat rubrik *Khazanah* yang berisi berita dan informasi seputar sejarah penemuan-penemuan di bidang teknologi dan kesehatan oleh para ahli Islam. Pada tahun 2009, dibuat rubrik *Islam Digest* yang berisi berita dan informasi seputar kajian-kajian, pemikiran, dan sejarah Islam (Utomo, 2010: 67). Dari teknik penyajian surat kabar, misalnya pada edisi 29 Mei 2002 diterbitkan dengan sisihan empat halaman iklan yang menutupi halaman pertama (Utomo, 2010: 67).

Republika pun mendapatkan sejumlah penghargaan atas terbitannya. Pada tahun 2005, *Republika* memperoleh penghargaan *Syariah Award* dari MUI, *Syariah Award* dari Bank Muamalat, dan *Cakram Award* dari majalah Cakram. Kemudian, pada tahun 2009, *Republika* berhasil meraih penghargaan Gold WAN-IFRA Asia Media Award 2009 sebagai “The Best Newspaper Front Page Design Asia Media Award 2009” untuk halaman muka *Republika* edisi 28 Januari 2008, yaitu liputan khusus wafatnya mantan Presiden Soeharto. Penghargaan-penghargaan tersebut menunjukkan bahwa *Republika* memiliki kapabilitas yang cukup tinggi di antara media cetak lainnya.

Sejak pertama kali berdiri, selain melakukan kegiatan penerbitan, *Republika* juga menggelar berbagai macam kegiatan di luar penerbitan (*off print*). Kegiatan-kegiatan itu antara lain: mendatangkan klub sepak bola AC Milan (1994), Canda Bisnis (1995), Mudik Bersama (2000), Anugerah Bung Hatta (2002), Tarawih Super Berkah (2001-2004), Konser Hijriyah (2002-2003), Zikir Tahun Baru (2002-sekarang), LCLM (Lomba Cipta Lagu dan Lirik Muslim) (2007-sekarang), CSR Pelatihan Guru (2006-sekarang), Santri Indigo (2007-sekarang), dan Anugerah Tokoh *Republika* (1993-sekarang) (Utomo, 2010: 96-112).

5.3 Posisi Objektif *Republika* dalam Ranah Jurnalistik pada Era Orde Baru dan Era Reformasi

Pemaparan di atas memberikan gambaran mengenai latar belakang sejarah pendirian *Republika*, proses pendiriannya, hingga berbagai dinamika yang terjadi di dalam *Republika*. Berdasarkan gambaran tersebut, bagian ini memberikan gambaran analisis posisi objektif *Republika* dalam ranah jurnalistik pada Era Orde Baru dan Era Reformasi berdasarkan beragam modal (sosial, ekonomi, kultural, dan simbolik) yang dimilikinya.

5.3.1 Posisi Objektif *Republika* dalam Ranah Jurnalistik pada Era Orde Baru

- Modal Sosial

Modal sosial merupakan hubungan sosial, jaringan, dan relasi dengan pihak lain yang memudahkan agen untuk mengumpulkan modal lainnya. Pada Era Orde Baru, modal sosial yang dimiliki oleh *Republika* adalah relasinya dengan ICMI. Relasi antara *Republika* dengan ICMI terjalin dengan sangat dekat. Kedekatan ini disebabkan oleh adanya kenyataan bahwa *Republika* secara langsung ‘dilahirkan’ dari ‘rahim’ ICMI, sehingga boleh dikatakan bahwa ICMI adalah ‘ibu kandung’ dari *Republika*. *Republika* dilahirkan dari ‘embrio’ pemikiran dan keresahan para tokoh dan cendekiawan muslim yang melihat kenyataan bahwa umat Islam sebagai mayoritas di Indonesia terpinggirkan oleh kalangan minoritas dalam kehidupan sosial di Indonesia dan tidak memiliki akses maupun saluran informasi yang berpengaruh, memadai, sekaligus merepresentasikan aspirasi muslim Indonesia.

Kemampuan ICMI dalam ‘melahirkan’ *Republika* tidak lain karena posisi ICMI sebagai ormas Islam yang paling dominan di tahun 1990-an. Dominasi ICMI dimungkinkan karena posisinya yang berada di tengah ranah kekuasaan pada akhir Era Orde Baru yang didominasi oleh Soeharto. Hubungan antara ICMI dan Soeharto ini diperantarai oleh Habibie yang menjabat sebagai Ketua Umum ICMI dan juga Menteri Riset dan Teknologi. Dalam tataran personal, relasi Habibie-Soeharto lah yang kemudian memungkinkan *Republika* dapat muncul dan bertarung dalam ranah jurnalistik pada akhir Era Orde Baru yang telah bersinggungan sedemikian jauh dengan ranah ekonomi. Relasi keduanya terjalin secara formal dalam Yayasan Abdi Bangsa yang mendirikan secara teknis

Republika, di mana Soeharto menduduki posisi sebagai Pelindung dan Habibie menduduki posisi sebagai Ketua Badan Pembina.¹⁰ Relasi inilah yang kemudian mampu melancarkan proses pendirian *Republika* mulai dari proses perizinan, penghimpunan dana, bahkan hingga pemberian nama “*Republika*”.

“Yang jelas pertama-tama dananya juga besar, dari Habibie. Dukungan politiknya sangat kuat. Bukan dalam artian dukungan politik yang datang dari kekuatan besar, tetapi dari masyarakatnya juga besar. Harapan itu sangat tinggi. Jangan lupa bahwa mereka sempat mengumpulkan dana lewat saham itu. Tapi memang kondisinya waktu itu sangat ideal. Ada dukungan dari kekuatan-kekuatan politik dan yang kedua dekat sama narasumber-narasumber dan pengusaha-pengusaha. Walaupun secara iklan sebenarnya *Republika* itu gak pernah sukses, tapi waktu itu jauh lebih mudah sebenarnya mencari iklan daripada waktu sekarang ini.”¹¹

Secara pembagian kerja, anggota ICMI yang menjalankan peran penting dalam pendirian *Republika* secara teknis adalah Adi Sasono dan Wardiman Djojonegoro yang menjabat sebagai Sekretaris Umum ICMI. Mereka berperan mulai dari proses perizinan (SIUPP) hingga proses perekrutan wartawan yang sebagian besar berasal dari surat kabar Berita Buana, di mana seluruh wartawan dan karyawannya berpindah ke *Republika* (Utomo, 2011: 16-23). Sementara Habibie berperan untuk menyampaikan berbagai persiapan dan kebutuhan kepada Soeharto, misalnya gagasan pendirian surat kabar Islam dan meminta izin ‘prinsip’.¹² Dengan begitu kuatnya relasi antara *Republika* dan ICMI, bahkan bisa dianggap tidak dapat dipisahkan, menjadi modal sosial yang mampu menghimpun modal lainnya yang (ekonomi, kultural, dan simbolik) dibutuhkan *Republika* untuk memperkuat posisinya dalam ranah jurnalistik di Era Orde Baru.

Kedekatan *Republika* dan ICMI juga ternyata tidak sekedar memberikan keuntungan untuk mengakumulasi berbagai modal yang dibutuhkan, tetapi juga memberikan berbagai konsekuensi yang membatasi beberapa segi praktek sosial

¹⁰ Dalam susunan kepengurusan Yayasan Abdi Bangsa ini terhimpun sejumlah tokoh dan elit nasional dari berbagai latar belakang jabatan penting di akhir Era Orde Baru. Susunan kepengurusan selengkapnya dapat dilihat pada bagian lampiran yang bersumber dari Buku Anggaran Dasar Yayasan Abdi Bangsa.

¹¹ Wawancara dengan Ade Armando, mantan Staf Litbang dan wartawan *Republika*, 16 Oktober 2011

¹² Izin ‘prinsip’ adalah semacam simbolisasi atau tanda persetujuan dari Soeharto terhadap usulan atau kebijakan tertentu yang disampaikan kepadanya. Jika Soeharto menyetujui, maka dia akan mengatakan: “Pada prinsipnya....”.

yang dilakukan *Republika*, salah satu contoh kasusnya adalah pemilihan pemimpin redaksi.¹³ Dalam kondisi ranah jurnalistik pada Era Orde Baru dikontrol sangat oleh pemerintah, seorang pemimpin redaksi media cetak harus mendapat persetujuan, bahkan dipilih oleh Menteri Penerangan. Walaupun pendirian *Republika* telah mendapatkan dukungan dari Soeharto, namun pemimpin redaksinya tetap harus dipilih oleh Harmoko, Menteri Penerangan saat itu. Harmoko akhirnya memilih Parni Hadi sebagai pemimpin redaksi pertama *Republika*, karena ia salah satu orang terdekat Habibie dan telah dikenal oleh Soeharto sebagai wartawan Kantor Berita Antara yang beberapa kali meliput di Istana Kepresidenan (Utomo, 2011: 26-28). Di sisi lain, dekatnya relasi antara *Republika* dengan ICMI juga berdampak pada kekuatan ‘suara’ dan rapktek *Republika* yang cukup kuat dalam mempengaruhi opini masyarakat maupun pemerintah pada Era Orde Baru.

“Ada hal positif dari yang masa lalu. Misalnya begini, karena hubungan pemerintah begitu kuat, di bawah payung ICMI yang mayoritas diisi oleh tokoh-tokoh yang punya nama baik di dalam pemerintahan maupun di luar pemerintahan dan pengaruhnya di pusat pemerintahan juga kuat. Hal positifnya adalah suara *Republika* banyak didengar. Jadi setiap kita membuat berita-berita yang terkait dengan kebijakan kementerian tertentu, itu akan menjadi perhatian utama mereka, ya segan istilahnya, karena pengaruh besar dari organisasi dan tokoh yang memayungi *Republika*. Tapi pasti ada sisi negatif, kalau ada hal yang sensitif terkait dengan kebijakan pemerintahan, kita tidak bisa leluasa lagi karena nantinya akan menyinggung pusat pemerintahan dan pernah terjadi juga.”¹⁴

Konsekuensi lain dari relasi antara *Republika* dan ICMI adalah relasi yang terbentuk antara *Republika* dengan organisasi massa Islam yang ada di Indonesia. Yang paling krusial adalah antara *Republika* dengan dua organisasi massa terkemuka di Indonesia, yaitu Muhammadiyah dan NU (Nahdhatul Ulama).

¹³ Dalam pemilihan pemimpin redaksi, kalangan ICMI yang terlibat dalam pendirian *Republika* mengusulkan beberapa dua orang calon, antara lain Nasir Tamara dan Dawam Rahardjo, di antara keduanya, Dawam adalah calon paling kuat. Namun, Harmoko, sebagai Menteri Penerangan, yang berwenang menentukannya, menolak karena dianggap terlalu kritis terhadap pemerintah Orde Baru. Habibie kembali mengajukan dua orang calon, yaitu Makmur Makka dan Parni Hadi. Keduanya merupakan orang terdekat Habibie (Makmur Makka adalah staf khusus Habibie di BPPT dan Parni Hadi sudah dikenal Habibie ketika kuliah di Jerman) (Hill, 2011: 156). Selain itu, keduanya juga dianggap pernah berkecimpung dalam dunia pers (Makmur Makka pernah mengelola majalah kampus (Utomo, 2011: 25-28; wawancara dengan A. Makmur Makka, Pemimpin Redaksi *Republika* periode 1997-2000, 1 November 2011).

¹⁴ Wawancara dengan Arif Supriyono, Kepala Divisi Litbang (Penelitian dan Pengembangan) *Republika*, 23 September 2011

“Terus terang aja antara tahun 1994-2000, kita seringkali dicap sebagai anti-NU. Jadi NU menjadi musuh kita. Kenapa? Karena seperti yang kita tahu kan di Indonesia itu ada yang... terlalu banyak ormas-ormas di Indonesia. Dan NU itu kan sangat tradisional. Nah Muhammadiyah, Persis itu kan sebagai pembaharu dalam Islam. Itulah yang kemudian dan kebetulan di ICMI itu adalah bukan orang-orang dari kalangan NU yang saat itu sangat dikuasai oleh KH. Abdurahman Wahid. Sehingga terjadi bentrokan seperti itu. Sehingga apapun yang kita beritakan akan selalu bersebrangan dengan NU.”¹⁵

Dengan kata lain, secara konseptual, *Republika* dan ICMI terhubungkan oleh garis pemikiran yang sama yaitu, modernisme.

“Cuma persoalannya kita harus tahu dulu ICMI itu siapa pimpinannya? Itu orang-orang Golkar juga, yang tentunya sarat dengan muatan politis juga. Meskipun Pak Habibie juga sebenarnya golput juga kan. Karena dia tidak politis. Mau tidak mau garis kebijakan *Republika*, garis ideologi *Republika* adalah garis ideologi yang dianut oleh ICMI.”¹⁶

Relasi antara *Republika* dan Muhammadiyah, secara tidak langsung diperantarai secara personal oleh Amin Rais dari kalangan Muhammadiyah, kemudian Sutrisno Bachir. Secara personal, pertentangan antara *Republika* dan NU perantarai oleh hubungan yang bertolak belakang antara ICMI dan Abdurahman Wahid (Gus Dur) sebagai Ketua PB (Pengurus Besar) NU yang menolak kehadiran ICMI. Dalam hal garis pemberitaan *Republika*, Amin Rais seringkali menuangkan pemikirannya, terutama dalam bentuk tulisan yang dimuat dalam surat kabar *Republika*.

- Modal Ekonomi

Modal ekonomi *Republika* dalam hal ini dilihat berdasarkan modal pendirian *Republika*, fasilitas atau alat produksi pendukung kegiatan, pendapatan dan keuntungan/kerugian dari sirkulasi dan iklan, serta rata-rata jumlah tiras perhari dalam setahun. *Republika* didirikan dengan modal sebesar Rp 40 miliar. Jumlah ini didapatkan melalui penjualan saham terbatas dan tidak dicatatkan di lantai bursa saham BEJ (Bursa Efek Jakarta; sekarang BEI [Bursa Efek Indonesia]). Jumlah saham yang dijual sebanyak 10.000.000 lembar dengan harga

¹⁵ Wawancara dengan Irwan Arifyanto, Kepala Newsroom PT *Republika* Media Mandiri, 2 November 2011

¹⁶ Wawancara dengan Irwan Arifyanto, Kepala Newsroom PT *Republika* Media Mandiri, 2 November 2011

nominal Rp 1000 dan dijual seharga Rp 5000 (Rp 4000 harga pokok dan Rp 1000 biaya administrasi) (Utomo, 2011: 26-28; *Republika*, 19 Januari 1993). Komposisi kepemilikan sejumlah saham ini terbagi menjadi tiga, yaitu 51% oleh Yayasan Abdi Bangsa, 29% oleh karyawan (yang dimiliki secara gratis), dan 21% oleh masyarakat (secara perseorangan).

Fasilitas pendukung yang dimiliki *Republika* untuk berbagai kegiatan, antara lain: gedung/kantor berlantai empat yang berlokasi di Jalan Warung Buncit nomor 73, Jakarta Selatan, dan berbagai peralatan pendukung kegiatan produksi berita, seperti komputer, *Macintosh*, alat fotografi. Berbagai fasilitas tersebut merupakan hasil *merger* (penggabungan) antara surat kabar *Berita Buana* dan *Republika*. Selain itu, *merger* yang dilakukan keduanya juga akhirnya menjadikan seluruh wartawan dan karyawan *Berita Buana* sebagai wartawan dan karyawan *Republika* (Utomo, 2010: 19). Dari hasil penjualan dan pendapatan, pada tahun 1993 dan tahun 1994 *Republika* mengalami kerugian masing-masing sebesar Rp 3,562 miliar dan Rp 2,521 miliar. Sementara pada tahun 1995 dan 1996, *Republika* mengalami mendapatkan keuntungan sebesar Rp 1,484 miliar dan Rp 6,347 miliar (Laporan Perkembangan PT Abdi Bangsa/ Penerbit Harian Umum *Republika*, 26 Mei 1997).

- Modal Kultural

Modal kultural terdiri dari tiga kategori, antara lain: *objectified cultural capital*, yakni pemilikan agen atas benda-benda material yang dianggap memiliki prestise tinggi; *institutional cultural capital*, yakni keseluruhan kualifikasi pengetahuan dan keterampilan yang bisa diproduksi melalui pendidikan formal yang dianggap sah; dan *embodied cultural capital*, yakni berbagai perilaku dan tindakan yang melekat dan mewujud dalam diri agen. Modal kultural kategori pertama dalam konteks *Republika*, seperti gedung dan berbagai peralatan yang dimilikinya bisa dikatakan cukup memadai untuk mendukung berbagai kegiatannya, karena merupakan hasil limpahan dari *Berita Buana* dan hal itu dianggap lebih efisien (Utomo, 2010: 18-19).

Modal kultural kategori kedua yang dimiliki oleh *Republika* dapat dilihat dari kualifikasi wartawan dan karyawan, serta berbagai penghargaan yang diterima oleh *Republika* maupun kreativitas yang dianggap memiliki *prestise* yang

tinggi, terutama dalam penerbitan surat kabar. Sebagian besar wartawan dan karyawan *Republika* yang berasal dari *Berita Buana* rata-rata masih berusia muda dan tentunya memiliki pengalaman kerja sebelumnya, yaitu di *Berita Buana* (Utomo, 2010: 19). Sebagian tenaga lain, terutama redaktur dan wartawan, *Republika* didukung oleh kalangan profesional yang memiliki kredibilitas dan pengalaman tinggi di dunia jurnalistik, semisal Nasir Tamara (sempet bergabung di majalah Tempo, surat kabar Sinar Harapan, dan majalah Warta Ekonomi), dan Sinarsari Ecip (mantan koresponden Tempo dan dosen Universitas Hasanuddin) (Hill, 2011: 156). Hingga tahun 1999, jumlah seluruh karyawan (termasuk wartawan) yang tergabung di PT Abdi Bangsa dan *Republika* berjumlah 369 orang (Prospektus PT Abdi Bangsa, 2000).

Selain dalam hal wartawan dan karyawan sebagai tenaga kerja pelaksana teknis, *Republika* juga memiliki dewan redaksi yang diisi oleh sejumlah tokoh dan cendekiawan muslim yang memiliki pengaruh di tingkat nasional dengan berbagai latar pendidikan, pemikiran, dan profesi, misalnya Nurcholish Madjid, Amien Rais, dan Quraish Shihab (Utomo, 2010: 62). Akan tetapi, kuatnya relasi antara *Republika* dengan ICMI yang membuat *Republika* memiliki kecenderungan terhadap Muhammadiyah, juga mempengaruhi komposisi para wartawan *Republika* hingga tulisan (berita) yang mereka hasilkan.

“Karena gini, dulu itu rekrutmen reporter itu kan biasanya dari kalangan kampus yang mayoritas lebih banyak Muhammadiyah-nya lah dan Tarbiyah macem-macem, sehingga produk tulisan, setiap konten yang dihasilkan juga pasti opininya berbeda dibandingkan, terutama masalah agama.”¹⁷

Wacana keislaman *Republika* dan internalisasi nilai-nilai keislaman *Republika* terhadap wartawan sebagai ‘ujung tombak’ modal kultural utama, menurut A. Makmur Makka, tidak dilakukan dalam organisasi, tetapi merupakan suatu nilai yang telah terbangun sejak awal wartawan itu bergabung.

“...Artinya tidak semua mereka (wartawan) orang ICMI. ICMI itu kan harus mendaftar. Banyak yang tidak mendaftar. Tetapi itu tanpa dibentuk. Itu juga aneh bagi saya. Tanpa dibentuk, ini kok pandangan-pandangannya sama. Ada keseragaman. Tidak semua anak itu bekas Madrasah. Tetapi ditanya

¹⁷ Wawancara dengan Irwan Arifyanto, Kepala Newsroom PT *Republika* Media Mandiri, 2 November 2011

mengenai, misalnya, bagaimana mencerahkan pembaca tentang Islam, bagaimana ...itu kok bisa seragam. Ya kalo ada yang aneh-aneh mungkin... disana ada Kristen. Ya paling nol koma sekian persen. Artinya, cuma karena pembawaan, bukan karena visi, bukan karena...jadi yang memudahkan saya juga itu karena mereka itu begitu. Sama. Nah kita tidak pernah mendoktrin. Ada rapat-rapat umum, ada rapat-rapat redaksional, tapi tidak ada satupun yang membicarakan tentang, misalnya, dia harus sama, gagasan harus sama. Memang visi mereka itu sudah terbangun pada mereka sendiri.”¹⁸

Dengan modal kultural yang dimiliki, hingga tahun 1998, beberapa penghargaan yang diterima *Republika*, antara lain: juara pertama Lomba Perwajahan Koran 1993 dari Serikat Grafika Press (Agustus 1993), penghargaan tertinggi Tajuk Pariwisata dan Kesiapan Budaya dari Deparpostel (1993), koran terbaik dalam pemberitaan ketenagakerjaan dari Depnaker (1996), juara kedua Lomba Perwajahan Koran dari Serikat Grafika Press (1996), dan penghargaan khusus sebagai koran pembawa aspirasi dan misi umat dari BKPRMI (1997) (Utomo, 2010: 192). Dalam periode itu beberapa kreativitas *Republika* yang dianggap membanggakan, yaitu penghimpunan dana sumbangan yang bernama Dompot Dhuafa dari berbagai pihak (terutama pembaca) pada tanggal 2 Juli 1993, perancangan *website* dengan nama *Republika Online* (ROL) sebagai replika dari versi cetaknya sehingga dapat diakses melalui jaringan internet, serta perancangan IMN (*Indonesian Media Network*) yang dikelola *Republika* dan CIDES (*Cemtre for Information and Development Studies*) (Utomo, 2010: xvii-xix). Perancangan *website* ROL dan Dompot Dhuafa dianggap sebagai prestasi yang membanggakan, karena dianggap *pioneer* dalam bentuknya masing-masing.

Adapun kategori modal kultural ketiga yang dimiliki *Republika* dapat didasarkan pada bentuk atau wujud *Republika* sebagai media cetak, serta gaya pemberitaan dan penyajian *Republika*. Sejak awal, *Republika* muncul dengan kategori “Harian Umum”(Utomo, 2010) . Artinya, *Republika* merupakan surat kabar yang terbit setiap hari dan menyajikan berita yang bersifat umum (sehari-hari). Selain itu, *Republika* mengategorikan diri sebagai surat kabar nasional. Sebagai sebuah produk kultural, surat kabar memiliki keunggulan dibanding jenis media cetak lain (majalah, tabloid, dan buletin), yaitu berita dan informasi yang

¹⁸ Wawancara dengan A. Makmur Makka, Pemimpin Redaksi *Republika* periode 1997-2000, 1 November 2011

disajikan sangat beragam, mulai dari berita politik hingga berita olah raga dan seni. Periode terbitnya yang termasuk harian menjadikan *Republika* sebagai surat kabar yang memuat berita dan informasi yang aktual atau terkini. Cakupan pemberitaannya yang termasuk nasional, memungkinkan *Republika* dapat masuk dan diterima di berbagai wilayah Indonesia.

Menurut David T. Hill, berita mengenai peristiwa dan masalah yang terjadi diangkat atau dioleh secara sekuler *Republika* (Hill, 2011: 155). Metode sekuler yang dimaksud dapat dipahami sebagai cara menyajikan berita yang tidak didasarkan pada aturan-aturan Islam secara ketat.

“Kalau media Islam misalnya pemberitaan dan penyajian gambarnya pun harus sesuai dengan syariah Islam. *Republika* kan sebenarnya tidak beda dengan media umum lainnya dalam hal itu....Kecuali satu, olah raga, kita masih susah. Contohnya, pertandingan renang. Fotonya mau gimana, susah. Tenis putri, tahu sendiri kan. masa pas main, tapi fotonya pas dia di rumah. Kan fotonya pas dia mukul. Tapi kalo kesimpulan pembaca dari hasil riset kita mengatakan bahwa mereka ingin foto-foto yang di depan itu foto-foto yang seronok, jorok, kita gak bisa. Kepentingan pasar kita ikuti sejauh itu tidak bertentangan dengan prinsip kita.”¹⁹

Namun demikian, *Republika* sebagai surat kabar Islam tetap menyajikan berita dan seputar Islam, baik secara formalitas maupun secara substansial.

“Fungsi dari media itu kan sebenarnya da’wah juga. Dia informasi, dia mendidik, dia entertain, dan lain-lian. Jadi gak bisa dikatakan dikotomi secara persentase antara berita Islam dan non-Islam. Hanya saya bisa mengatakan begini. Selama Islamnya *Republika* itu ada dua hal. Yang pertama, secara eksplisit. Kalo orang buka *Republika* hari Jumat ada Dialog Jumat. Namanya aja udah Islami. Ini pasti koran Islam. Lalu yang kedua ada dari sisi substansinya, kontennya, walaupun tidak berbau Arab, berbau Islam, tapi sebenarnya kontennya membawa misi Islam.”²⁰

Sajian berita Islam yang formalitas merupakan berita dan informasi yang dapat dengan mudah teridentifikasi sebagai suatu konsep-konsep Islam. Berita formal ini secara konsisten diwujudkan dalam ornamen khusus yang menghiasi halaman depan, rubrik (kategorisasi isi berita dalam media cetak yang isinya dapat terus berganti setiap kali *Republika* terbit) maupun suplemen (kategori berita khusus yang disisipkan pada hari-hari tertentu dalam setiap minggu). Beberapa di

¹⁹ Wawancara dengan Arif Supriyono, Kepala Divisi Litbang (Penelitian dan Pengembangan) *Republika*, 23 September 2011

²⁰ Wawancara dengan Ikhwanul Kiram Masruri, Direktur Pemberitaan PT *Republika* Media Mandiri, 3 November 2011

antaranya yang gunakan dan diterbitkan antara tahun 1993-1998 adalah ornamen kalender hijriyah (diletakkan halaman depan), rubrik *Hikmah*, dan tabloid *Dialog Jumat* (disisipkan khusus pada hari jumat). Sementara sajian berita yang substansial adalah berita-berita umum (non-Islam) yang mengandung nilai-nilai Islam, misalnya berita olah raga yang menekankan prinsip *fair play* (Utomo, 2010: 1-2).

Selain menyajikan berita seputar Islam (formalias dan substansial), *Republika* yang menyatakan dirinya sebagai “Harian Umum” juga menyajikan berbagai berita dan informasi yang bersifat umum (non-Islam) dalam bentuk rubrik dan suplemen. Beberapa diantaranya yang diterbitkan antara tahun 1993-1998, yaitu suplemen Korcil (koran untuk anak-anak), suplemen Rekor (berita olah raga, khususnya soal persepakbolaan), dan lain-lain.

- Modal Simbolik

Modal simbolik dilihat berdasarkan berbagai macam simbol ataupun non-simbolik (materi) yang berkonversi menjadi bersifat simbolik yang mampu memberikan legitimasi bagi praktek yang dilakukan oleh *Republika*. Modal simbolik yang paling kuat dari *Republika* adalah simbol keislaman. *Republika* dikenal luas di kalangan pembaca sebagai koran Islam.

“Alasan pertama, karena tante ingin membacanya koran yang bernafaskan Islam. Yang bisa memuat fakta Islam secara benar. Karena kalo koran lain kan suka sembunyi-sembunyi kan memuat fakta tentang Islam. Kedua, Tante ingin mendukung koran-koran Islam.”²¹

Hal ini menjadi modal simbolik yang mampu menarik minat para pembaca, terutama muslim perkotaan, dan menjadi pelanggan tetap *Republika*, bukan sekedar untuk memenuhi kebutuhan berita dan informasi Islam, tetapi juga sebagai sebuah bentuk dukungan terhadap koran Islam.

Anggapan ini memang dapat dipahami secara selintas bahwa *Republika* secara konsisten menyajikan berita dan informasi seputar Islam dalam proporsi yang sangat besar jika dibandingkan dengan surat kabar harian nasional lainnya yang cenderung hanya menampilkan berita dan informasi yang bersifat sekuler dan tidak menampilkan berita dan informasi seputar Islam, terutama yang bersifat formal. Maka, wacana keislaman menjadi simbol penting bagi *Republika* karena

²¹ Wawancara dengan ZS, Pelanggan *Republika*, 29 November 2011

mampu membangun relasi emosional atau sentimen keagamaan dalam wujud “selera” dari pembacanya. Dalam konteks ekonomi, sentimen semacam ini dapat dikonversi dalam bentuk modal ekonomi melalui jumlah pelanggan maupun pembaca.

“...Jadi yang kita utamakan itu memang masalah keimanan itu. Kan mestinya Islam. Itu yang kita pegang untuk menjadi kekuatan dan itu ada hubungannya dengan bisnis. Karena dengan memproyeksi berita-berita, kecenderungan dan pemihakan, dan pencerahan tentang Islam itu kita mendapat pelanggan-pelanggan yang loyal. Loyal itu dia melanggan bukan karena membaca ada berita penting. Dia melanggan karena dia mau, gitu. pokoknya karena itu (koran) *Republika*, dia melanggan.... Karena itu fanatik orang-orang pembaca *Republika*, pembaca loyal. Artinya, apapun isinya, dia harus beli. Jadi bukan karena hari ini dia bagus, besok jelek.”²²

Sebagian lagi, terutama masyarakat yang mengetahui kemunculan *Republika*, mengenal *Republika* sebagai korannya Habibie.²³ Hal ini dapat dimengerti karena memang *Republika* diterbitkan oleh ICMI yang diketuai oleh Habibie. Sementara, kalangan pengamat media kalangan pengamat media dan pers, semisal David T. Hill dan Yasuo Hanazaki, cenderung menganggap *Republika* sebagai surat kabar ICMI dan pro pemerintah (Hill, 2011: 211; Hanazaki, 1998: 128). Anggapan ini didasarkan pada jejak struktural maupun kultural. Secara struktural, anggapan ini dilihat dari trilogi Parni Hadi-Habibie-Soeharto. Walaupun tidak terdapat hubungan secara langsung antara Parni Hadi dan Soeharto, tetapi terkadang peran saling melindungi di antara ketiganya menimbulkan kesan bahwa *Republika* memang koran pro pemerintah Orde Baru.

“Nah masalahnya si Parni Hadi ini kan pokoknya mau melindungi Habibie-nya kan. Dia ingin melindungi Habibie, dia terpaksa berhadap-hadapan dengan kami-kami ini yang kritis kan. Karena dia juga di luar jadi kaya operator dari ...sebetulnya dia operatornya Habibie. Cuma karena Habibie dekat sama Soeharto jadi seolah-olah Parni jadi operatornya Soeharto gitu loh.”²⁴

²² wawancara dengan A. Makmur Makka, Pemimpin Redaksi *Republika* periode 1997-2000, 1 November 2011

²³ Hasil Diskusi Internal Visi dan Misi *Republika*, 29 Desember 1999.

²⁴ Wawancara dengan Ade Armando, mantan Staf Litbang dan wartawan *Republika*, 16 Oktober 2011

5.3.2 Posisi Objektif *Republika* dalam Ranah Jurnalistik pada Era Reformasi

Jatuhnya Soeharto merupakan simbol keruntuhan kekuasaan Pemerintahan Orde Baru dan masyarakat Indonesia kemudian memasuki era baru bernama Reformasi. Dalam relasinya terhadap ranah jurnalistik, kondisi tersebut mengakhiri dominasi Pemerintah Orde Baru terhadap ranah jurnalistik. Ranah jurnalistik pun bertransformasi menjadi semakin otonom dalam ranah kekuasaan, sebagaimana dijelaskan pada bab sebelumnya. Transformasi ranah jurnalistik pun akhirnya terjadi seiring perubahan posisi objektif agen yang juga sebaliknya didorong untuk mempertahankan atau meningkatkan posisinya. Namun hal tersebut memberikan dampak yang lebih besar terhadap posisi *Republika* dalam ranah jurnalistik dengan melihat relasinya selama Era Orde Baru terhadap Pemerintah Orde Baru. Berikut ini gambaran mengenai posisi objektif *Republika* dalam ranah jurnalistik pada Era Reformasi.

- Modal Sosial

Pada Era Reformasi, modal sosial utama dan paling kuat dalam menunjang keberadaan *Republika* adalah relasinya dengan Mahaka Media yang kemudian berkembang menjadi kelompok usaha media *multiplatform*.²⁵ Relasi keduanya terbentuk melalui pembelian saham pada tahun 2000 oleh Mahaka Media terhadap saham milik oleh Yayasan Abdi Bangsa sebagai pemegang mayoritas saham sebesar 51% PT Abdi Bangsa yang menaungi *Republika*, sehingga kemudian Mahaka Media menjadi pemilik mayoritas saham *Republika*, bahkan angka tersebut terus meningkat hingga mencapai 99% di tahun 2010. Akhirnya, *Republika* diposisikan sebagai salah satu anak perusahaan dari Mahaka Media.²⁶ Dalam konteks relasi dengan ranah ekonomi, perpindahan kepemilikan ini

²⁵ Kelompok usaha media *multiplatform* merupakan bentuk korporasi induk yang membawahi beberapa anak perusahaan media sebagai unit usahanya, dimana setiap anak perusahaan bergerak dalam bidang media dengan beragam jenis, misalnya media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), media elektronik (radio dan televisi), media *online* (halaman *website*), dan lain-lain. Perusahaan semacam ini sering disebut pula sebagai suatu bentuk konglomerasi.

²⁶ *Republika* yang awalnya dibawah naungan perusahaan dengan nama PT Abdi Bangsa setelah menjadi anak perusahaan Mahaka Media diubah dengan nama PT *Republika* Media Mandiri. Anak perusahaan ini mengembangkan *Republika* menjadi beberapa jenis, antara lain: *Republika.co.id* (pengembangan dari *Republika* Online), Alif TV (televisi berlangganan dengan konten Islam), dan Pustaka *Republika* (penerbit buku) (Company Profile *Republika* 2010).

disebabkan oleh kondisi keuangan internal²⁷ *Republika* yang terus mengalami penurunan dan kerugian yang dipicu oleh krisis ranah ekonomi Indonesia antara tahun 1997-1999, sehingga berdampak langsung pada ranah jurnalistik pada Era Reformasi, misalnya harga kertas yang mengalami kenaikan, pemasangan iklan dan daya beli masyarakat yang mengalami penurunan (Utomo, 2011: 42-43).

“Ketika ICMI menampilkan koran, ada euforia. Apalagi ICMI itu di-*support* oleh Pak Habibie. Jadi ketika terbit, koran itu langsung besar. Cuma dalam perjalanannya bisnisnya kurang berjalan lancar... Banyak utang, untuk biaya operasional gak ada sehingga koran ini harus ada injeksi baru dari luar.”²⁸

Sementara dalam konteks ranah kekuasaan dan politik, perpindahan kepemilikan ini disebabkan oleh jatuhnya Soeharto dari posisi dominannya sebagai penguasa Pemerintah Orde Baru dan ‘redup’-nya kekuatan politik ICMI, membuat *Republika* tidak dapat lagi menggantungkan diri terhadap keduanya untuk menghimpun berbagai modal lainnya.

“Kalo dulu kan jaman Pak Habibie gampang untuk penggalangan dana. Setelah Pak Habibie nggak, susah untuk itu. Orang-orang dihimbau atau diminta untuk melakukan donasi pada *Republika* tidak segampang itu. ‘saya dapat apa’, ibaratnya begitu. Dalam kondisi yang serba susah begitu, sementara perkembangan waktu itu juga tidak kondusif untuk industri media. karena krisis kan tingkat pendapatan turun. Oplah koran juga semuanya turun. Akhirnya dicarilah jalan keluar kalo *Republika* harus diselamatkan. Mencari orang yang mau mendanai.”²⁹

Posisi presiden yang kemudian ditempati oleh Habibie sebagai wakil presiden, yang juga menjabat Ketua Umum ICMI hingga tahun 2000, justru semakin menyulitkan *Republika*, karena Habibie sendiri yang mengeluarkan kebijakan deregulasi pers (melalui UU Pers No. 40 Tahun 1999) sehingga ranah jurnalistik menjadi sangat padat dan lebih bersinggungan pada ranah ekonomi, atau dengan kata lain lebih komersial dan berorientasi pasar.

“Apalagi kemudian kan jaman Pak Habibie itu Menteri Penerangannya Pak Yunus Yosfiah kalo, kalo sebelumnya untuk bikin media cetak itu harus

²⁷ Selain terjadinya penurunan tiras, *Republika* juga harus membatalkan pembelian mesin cetak seharga Rp 10 miliar dari perusahaan asal Jerman bernama MAN Planmag (Utomo, 2011: 45).

²⁸ Wawancara dengan Ikhwanul Kiram Masruri, Direktur Pemberitaan PT *Republika* Media Mandiri, 3 November 2011

²⁹ Wawancara dengan Arif Supriyono, Kepala Divisi Litbang (Penelitian dan Pengembangan) *Republika*, 23 September 2011

punya yang namanya SIUPP, sejak Pak Habibie itu udah gak ada lagi. Semua orang bisa bikin.”³⁰

Walaupun di sisi lain, keterputusan itu membuat *Republika* menjadi independen terhadap ICMI dan Soeharto. Akan tetapi, terputusnya relasi antara *Republika* dengan ICMI juga berdampak pada ‘suara’ *Republika* yang menurun dalam mempengaruhi opini masyarakat maupun pemerintah.

“Kondisi sekarang ya kita menjadi lebih leluasa karena kita tidak terikat dengan pemerintah. Tapi mungkin pengaruh kita jadi tidak bisa sekuat dulu, karena faktor-faktor tadi sudah lepas dari *Republika*, seperti faktor-faktor dipayungi oleh organisasi besar, tokoh-tokoh yang berpengaruh di level pusat.”³¹

- Modal Ekonomi

Terjadinya perpindahan kepemilikan *Republika* kemudian menjadi salah unit usaha Mahaka Media, membuat *Republika* mendapatkan dukungan dan tambahan modal usaha sebesar Rp 40 miliar. Tambahan modal ini digunakan untuk membiayai fasilitas pendukung kegiatan *Republika*. Akan tetapi, ukuran modal ekonomi yang dimiliki oleh *Republika* pada Era Reformasi ini juga didasarkan pada modal usaha yang dimiliki *Republika*, fasilitas atau alat produksi pendukung kegiatan, pendapatan dan keuntungan/kerugian dari sirkulasi dan iklan, serta rata-rata jumlah tiras perhari dalam setahun. Dengan tambahan modal usaha yang dimiliki, berbagai fasilitas pendukung pun bertambah. Selain fasilitas yang dimiliki sejak awal, seperti gedung/kantor, *Republika* sejak tahun 2007 memiliki percetakan sendiri. Hingga tahun 2010, total aset yang dimiliki oleh *Republika* melalui PT *Republika* Media Mandiri sebesar Rp 120 miliar. Namun demikian, sirkulasi surat kabar terus mengalami penurunan. Penurunan tersebut dianggap sebagai gejala umum yang terjadi pada seluruh media cetak yang ada, salah satunya penyebabnya adalah kecenderungan perilaku pembaca berita yang beralih pada media berita *online* semakin maraknya, terutama sejak tahun 2008.

“..kecenderungannya dalam 2 tahun terakhir ini stagnan atau turun. Salah satunya faktornya adalah *online*. Sebaliknya media-media internet, termasuk *Republika.co.id*, dalam 2-3 tahun ini trend-nya naik. Secara

³⁰ Wawancara dengan Ikhwanul Kiram Masruri, Direktur Pemberitaan PT *Republika* Media Mandiri, 3 November 2011

³¹ Wawancara dengan Arif Supriyono, Kepala Divisi Litbang (Penelitian dan Pengembangan) *Republika*, 23 September 2011

nasional pun media cetak oplahnya turun. Misalnya, *Republika* 120 ribu, Kompas 450 ribu, dikumpulin semua, jadi berapa juta. Menurun semua. Jadi ini hukum alam yang kayanya sulit dilawan.”³²

- Modal Kultural

Terjadinya perpindahan kepemilikan *Republika* berpengaruh besar terhadap modal kultural yang dimiliki oleh *Republika*. Modal kultural kategori pertama dalam konteks *Republika*, seperti gedung dan berbagai peralatan yang dimilikinya bisa dikatakan semakin memadai untuk mendukung berbagai kegiatannya, terutama sejak dimilikinya percetakan sendiri. Modal kultural kategori kedua yang dimiliki oleh *Republika* dapat dilihat dari kualifikasi wartawan dan karyawan, serta berbagai penghargaan yang diterima oleh *Republika* maupun kreativitas yang dianggap memiliki *prestise* yang tinggi, terutama dalam penerbitan surat kabar. Sejak terjadi pergantian kepemilikan, wartawan *Republika* sangat menekankan pada kalangan muda, antara 22-35 tahun dan sebagian besar dari mereka merupakan *fresh graduate* (lulusan baru) dari perguruan tinggi. Sementara dalam hal kualifikasi pendidikan, seluruh wartawan *Republika* adalah lulusan perguruan tinggi, walaupun dari berasal dari berbagai jurusan ilmu atau program studi. Bahkan, hal ini merupakan syarat wajib bagi calon wartawan yang akan bekerja di *Republika*.³³ Berbeda dengan komposisi dewan redaksi *Republika* di Era Orde Baru, dewan redaksi *Republika* sejak pergantian kepemilikan merupakan para wartawan senior *Republika* yang telah bergabung di *Republika* sejak pertama kali berdiri.

Hingga tahun 2010, beberapa penghargaan yang diterima *Republika*, antara lain: penghargaan khusus liputan tentang kesehatan dari Menteri Kesehatan RI (2000), penghargaan khusus Jurnalistik Kesehatan dari Koalisi Indonesia Sehat dan John Hopkins University (2002), penghargaan khusus Pengelolaan Kolom Buku Selisik dsari Penerbit Mizan (2003), Penghargaan Syariah dari MUI (Majelis Ulama Indonesia) (2005), Koran Terbaik dari Dewan Pers (2006), Koran Terbaik Nasional dari Majalah Cakram Award (2007), dan *Gold Asia Award* 2009 kategori *Best Design Front Page* (Utomo, 2010: 192). Dalam periode itu beberapa

³² Wawancara dengan Arif Supriyono, Kepala Divisi Litbang (Penelitian dan Pengembangan) *Republika*, 23 September 2011

³³ Wawancara dengan Irwan Arifyanto, Kepala Newsroom PT *Republika* Media Mandiri, 2 November 2011

keaktivitas *Republika* yang dianggap membanggakan, yaitu perkembangan *website Republika Online* yang awalnya hanya berupa replika dari versi cetak pada tahun 2009 menjadi *website* yang menyajikan berita tersendiri, bahkan menjadi unit usaha dari PT *Republika Media Mandiri* (Utomo, 2010: 209).

Adapun kategori modal kultural ketiga yang dimiliki *Republika* dapat didasarkan pada bentuk atau wujud *Republika* sebagai media cetak, serta gaya pemberitaan dan penyajian *Republika*. *Republika* yang sejak awal diterbitkan dalam wujud surat kabar, periode terbit yang setiap hari, dan cakupan pemberitaan dan penyebarannya secara nasional tetap bertahan hingga kini. Begitu pun dalam hal metode pemberitaan yang masih sekuler dan isi berita yang masih mempertahankan komposisi antara berita seputar Islam yang formal maupun secara substansial tetap bertahan. Namun, dalam hal berita Islam formal hingga kini cenderung memiliki porsi yang semakin banyak, selain masih mempertahankan rubrik dan suplemen yang telah ada sebelumnya. Kecenderungan ini terlihat dari penambahan rubrik yang muncul seiring jumlah halaman yang juga bertambah. Rubrik dan suplemen baru yang muncul yaitu rubrik *Khasanah*, rubrik *Islam Digest*, dan ekonomi syariah. Di sisi lain, penambahan itu berbanding terbalik dengan berita bernuansa politis yang semakin dikurangi, sebagai implikasi dari pergantian kepemilikan yang lebih berorientasi pada bisnis (Utomo, 2010: 54).

- Modal Simbolik

Modal simbolik yang paling kuat dari *Republika* setelah pergantian kepemilikan tetap simbol keislaman. *Republika* masih dianggap di kalangan pembaca sebagai koran Islam.

“Harapan tante kan koran Islam itu Cuma *Republika* satu-satunya. Mbok ya sedikitnya dia itu menyamai lah koran-koran lain.”³⁴

Bertahannya anggapan ini karena secara selintas bahwa *Republika* masih konsisten menyajikan berita dan informasi seputar Islam dalam proporsi yang sangat besar jika dibandingkan dengan surat kabar harian nasional lainnya yang cenderung hanya menampilkan berita dan informasi yang bersifat sekuler dan tidak menampilkan berita dan informasi seputar Islam, terutama yang bersifat

³⁴ Wawancara dengan ZS Pelanggan *Republika*, 29 November 2011

formal. Walaupun demikian, *Republika* dianggap masih belum mampu bersaing dengan koran umum lainnya dan memiliki beberapa hambatan, seperti wilayah penyebaran.

“Terus penyebaran *Republika* itu tidak merata. Kalo kita ke kota kecil aja, tidak ada itu *Republika*. Tante ke Pekalongan aja, tidak ada itu *Republika*. Karena penyebarannya yang gak merata, jadi *Republika* juga gak bisa menampung banyak iklan supaya masuk. Jadi kan kita maunya sebarannya itu luas kan. jadi tante lihat itu iklannya masih tidak banyak, jadi untuk pembiayaannya pun jadi kurang.”³⁵

Secara ringkas, gambaran beragam modal yang dimiliki *Republika* di Era Orde Baru dan Era Reformasi disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 5.2 Perbandingan beragam modal *Republika* pada Era Orde Baru dan Era Reformasi

Modal	<i>Republika</i>	
	Era Orde Baru	Era Reformasi
Sosial	Relasi yang sangat kuat dengan ICMI	Penggabungan ke dalam Mahaka Media
Ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> - modal sebesar Rp 40 miliar - pendapatan bersih Rp 17-30 miliar - jumlah tiras hanya menanjak tahun kedua, kemudian terus menurun hingga tahun 1998 	<ul style="list-style-type: none"> - tambahan modal usaha sebesar Rp 40 miliar - memiliki percetakan sendiri - total aset Rp 120 miliar - jumlah tiras cenderung menurun dari tahun 2000 hingga 2010
Kultural	<ul style="list-style-type: none"> - gedung dan peralatan yang <i>cukup</i> memadai - menerima berbagai penghargaan - karyawan dan wartawan yang berpengalaman - dewan redaksi yang ternama - surat kabar harian berskala nasional - Metode penyajian berita yang sekuler, namun konsisten memuat berita Islam formalitas dan substansif - Isi berita lebih berorientasi politis 	<ul style="list-style-type: none"> - gedung dan peralatan yang <i>lebih</i> memadai - menerima berbagai penghargaan - karyawan dan wartawan muda dan berpendidikan sarjana. - dewan redaksi dari wartawan senior - surat kabar harian berskala nasional - Metode penyajian berita yang sekuler dan masih konsisten memuat berita Islam formalitas dan substansif - Isi berita lebih berorientasi bisnis

³⁵ Wawancara dengan ZS Pelanggan *Republika*, 29 November 2011

Simbolik	<ul style="list-style-type: none"> - Keislaman - Koran Islam, Koran Habibie - Surat kabar ICMI dan pro pemerintah 	<ul style="list-style-type: none"> - Keislaman - Koran Islam
-----------------	--	--

Berdasarkan gambaran mengenai ukuran bobot beragam modal yang dimiliki oleh *Republika* pada Era Orde Baru dan Era Reformasi, nampak bahwa pada Era Reformasi *Republika* memiliki ukuran bobot beragam modal yang lebih tinggi dibanding pada Era Orde Baru. Namun, gambaran tersebut belum cukup untuk mengetahui posisi objektif *Republika* dalam ranah jurnalistik, baik pada Era Orde Baru maupun pada Era Reformasi, karena setidaknya memerlukan perbandingan terhadap agen jurnalistik lain. Untuk itu, *Kompas* merupakan surat kabar yang dianggap ideal untuk dibandingkan dengan *Republika*. Dipilihnya *Kompas* sebagai perbandingan didasarkan pada dua hal. *Pertama*, keduanya memiliki wujud, periode terbit, serta skala wilayah pemberitaan yang sama, yaitu surat kabar yang terbit setiap hari dengan sajian berita yang bersifat umum dan wilayah pemberitaan serta penyebarannya dalam skala nasional. *Kedua*, sebagaimana telah digambarkan pada bab sebelumnya bahwa *Kompas* dengan ukuran bobot beragam modal yang dimilikinya merupakan agen jurnalistik yang paling dominan, baik pada Era Orde Baru maupun pada Era Reformasi.

Tolak ukur yang digunakan untuk mengetahui perbandingan tersebut didasarkan pada perbandingan tiras dan kekuasaan simbolik pada dua periode. Pada tahun 1994, tiras *Kompas* sudah mencapai 504.681 (Hanazaki, 1998: 105), sementara berdasarkan data yang ada, tiras *Republika* hanya mencapai 136.013 (Laporan Tahunan PT Abdi Bangsa 1999: 7). Perbandingan angka tersebut juga menunjukkan bahwa di antara wacana sekularitas (*Kompas*) dan Keislaman (*Republika*), wacana sekularitas *Kompas* lah yang lebih memiliki kekuatan simbolik, karena mendapatkan legitimasi pembaca lebih besar daripada *Republika*. Sementara pada tahun 2008, tiras *Kompas* mencapai 1,163 eksemplar, sementara tiras *Republika* hanya mencapai 164.079 (Nielsen Audience Measurement, 2008). Artinya, pada Era Reformasi, wacana sekularitas *Kompas* masih sangat kuat dibandingkan wacana keislaman *Republika*. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa *Republika* hanya menempati posisi objektif yang signifikan dalam ranah jurnalistik di Indonesia pada Era Orde Baru. Sementara

pada Era Reformasi *Republika* menempati posisi objektif yang kurang signifikan, karena di satu sisi *Republika* tetap merupakan satu-satunya surat kabar harian nasional yang mengusung wacana keislaman di Indonesia dan masih bertahan hingga kini walaupun dalam pertarungan wacana, tetapi *Republika* tidak mampu menandingi *Kompas*. Seperti dikemukakan oleh salah seorang pembaca:

“*Republika* masih jauh tertinggal dalam *opinion making* Bangsa Indonesia sebab terlalu segmentatif sehingga framing pemberitaan yang dilakukan menjadi kurang menarik. Perlu digarisbawahi bahwa membangun konsensus sangat penting dalam negara-bangsa Indonesia sehingga framing pemberitaan perlu lebih fleksibel.”³⁶

5.4 Habitus *Republika* dalam Ranah Jurnalistik pada Era Orde Baru dan Era Reformasi

Keislaman merupakan wacana atau simbol fundamental dalam karakter pemberitaan *Republika* yang tidak dapat dipisahkan. Wacana keislaman *Republika* berkonversi menjadi wujud lain yang memandu praktek yang dijalankan *Republika* untuk mempertahankan atau meraih posisi tertentu dalam ranah jurnalistik di Indonesia. Wujud yang dimaksud adalah habitus. Pada bagian ini, habitus yang terbentuk pada *Republika* akan digambarkan melalui gaya pemberitaan, konteks sejarah (kondisi ranah yang terkait dengan *Republika*, peristiwa-peristiwa yang menimpa *Republika* selama perjalanannya) yang melatarbelakangi terbentuknya gaya pemberitaan *Republika*, makna atau maksud dari gaya pemberitaan tersebut, serta praktek pemberitaan (isi berita) yang dilakukan sebagai wujud nyata dari gaya pemberitaannya.

5.4.1 Habitus *Republika* dalam Ranah Jurnalistik pada Era Orde

Sejak pertama kali didirikan, *Republika* sebagai surat kabar Islam menerbitkan berita dengan gaya pemberitaan yang mengusung Islam moderat. Artinya, Islam ditampilkan sebagai sesuatu yang mampu menerima perubahan situasi sosial dan mengakomodasi terhadap berbagai kepentingan mayoritas umat Islam.

“Islam yang bagaimana yang kita akomodasi, ya kalau bisa semua kepentingan umat, tetapi kalau tidak bisa ya harus bagaimana? Nah kemudian kita memilih Islam yang kira-kira moderat, yang sesuai dengan memberikan kontribusi positif bagi perkembangan umat Islam. Bukannya

³⁶ Wawancara dengan Informan Q, salah satu pembaca *Republika*, Rabu, 30 November 2011

Islam fundamentalis atau ada yang mengatakan garis keras. Bukan kita hindari, tetapi dalam beberapa hal yang lebih banyak terakomodasi dalam visi dan misi *Republika* adalah Islam-Islam yang lebih moderat itu.”³⁷

Moderatisme yang terbentuk pada *Republika* merupakan hasil evaluasi terhadap kegagalan media Islam yang telah ada sebelumnya ketika dihadapkan dengan berbagai situasi dan kondisi sosial dalam melakukan berbagai pemberitaan.

Dalam relasi antara ranah jurnalistik dengan ranah kekuasaan, media Islam yang telah ada sebelumnya selalu mengalami tindakan represif dari Pemerintah Orde Baru yang melakukan kontrol terhadap ranah jurnalistik dengan sangat ketat, sehingga pemberitaan mereka yang dinilai ‘keras’ selalu dihadapi dengan tindakan pembredelan oleh Pemerintah Orde Baru.

“Yang paling berat itu, kalau tingkat-tingkatannya, artinya secara politis dihadapi, itu masa Pak Harto. Kenapa? Karena *Republika* juga pada waktu itu saya masuk kan karena *Republika* itu terancam oleh pemerintah akan dibredel. Karena dia terlalu kritis, pada masa Orde Baru itu hal apapun dianggap terlarang kan.”³⁸

Di saat yang sama, dalam relasinya dengan ranah ekonomi, pemberitaan yang ‘keras’ cenderung mempersempit jumlah pembaca mereka, sehingga selain mengalami penurunan tiras, pemasang iklan pun cenderung enggan memasang iklannya di media tersebut mengalami penurunan. Akibatnya, pendapatan mereka pun semakin berkurang. Dengan demikian, moderatisme memiliki arti penting bagi *Republika*, karena mampu melindunginya dari pembredelan dan kesempatan atas pendapatan (sirkulasi dan iklan), sehingga tetap mampu melindungi kepentingan umat Islam.

Gaya pemberitaan Islam moderat dapat dilihat berdasarkan beberapa praktek pemberitaan *Republika*. Dalam sajian isi, berita-berita yang ditampilkan adalah Islam kosmopolitan. konteks keislaman *Republika* ini diungkapkan oleh Haidar Bagir, Pemimpin Umum pertama *Republika*:

“Konteks Islam *Republika* adalah Islam yang kosmopolitan. sebuah koran yang bukan hanya melulu bicara soal halal dan haram... dan Islam bukan hanya persoalan ulama dan orang desa, melainkan juga mengilhami

³⁷ Wawancara dengan Arif Supriyono, Kepala Divisi Litbang (Penelitian dan Pengembangan) *Republika*, 23 September 2011

³⁸ Wawancara dengan A. Makmur Makka, Pemimpin Redaksi *Republika* periode 1997-2000, 1 November 2011

aspirasi masyarakat tentang keterbukaan, pluralisme, dan pemahaman atas keislaman yang luas (Utomo, 2011: 68; 130)”

Artinya, berita yang disajikan tidak hanya berita seputar Islam saja, tetapi juga berbagai berita yang bersifat universal. Berita-berita tersebut dibentuk melalui rubrik dan suplemen berita yang sangat beragam (ekonomi, politik, olah raga, seni dan budaya, hiburan, ilmu pengetahuan dan teknologi) sesuai dengan perkembangan yang terjadi. Kemudian, rubrik dan suplemen berita tersebut dicetak menggunakan desain yang inovatif untuk memudahkan dan menarik minat pembaca. Misalnya, desain tata letak dengan menggunakan sistem blok modular, bukan sistem kolom konvensional yang digunakan surat kabar pada umumnya (Utomo, 2011: 63). Keberhasilan usaha ini ditunjukkan dengan diperolehnya penghargaan desain perwajahan terhadap *Republika*. Kedua cara penyajian ini untuk menunjukkan bahwa *Republika* merupakan koran yang modern dan mampu mengikuti perkembangan ranah jurnalistik.

Moderatisme Islam *Republika* juga dapat dilihat dari penulisan judul berita. Pada Era Orde Baru, kontrol pemerintah terhadap pemberitaan media cetak sangatlah ketat dan seringkali dihadapi secara represif, sebagaimana telah digambarkan pada bab sebelumnya. Untuk itu, *Republika* seringkali menggunakan penulisan judul berita yang menggunakan kutipan langsung dari pernyataan narasumber, terutama jika narasumber itu adalah seorang pejabat publik. Pada edisi pertama (4 Januari 1993), misalnya, di halaman pertama, *Republika* menulis salah satu berita tentang pencekalan terhadap aktivis dan politisi Era Orde Baru dengan mengutip pernyataan Menteri Kehakiman, judul berita tersebut: “Menkeh: Daftar Cekal akan Ditinjau Kembali”. Penulisan judul berita semacam itu dapat dipahami sebagai tindakan untuk melindungi *Republika* dari peringatan atau pembredelan yang dilakukan pemerintah. Penulisan semacam ini atau yang dikenal dengan jurnalisme kutipan merupakan tindakan yang memang juga dilakukan oleh surat kabar lainnya, seperti *Kompas*.

Sejak pertama kali berdiri, *Republika* juga mengusung keislamannya secara substantif. Hal ini merupakan garis pemberitaan yang berusaha menunjukkan intelektualitas/ kecendekiawanan *Republika*. Kecendekiawanan ini tidak terlepas dari konteks kelahiran *Republika* yang berada dalam lingkungan

ICMI yang bertugas mencerdaskan kehidupan bangsa.³⁹ Hal ini pun dikukuhkan dalam bentuk *tagline Republika* selama Era Orde Baru, yaitu “Mencerdaskan Kehidupan Bangsa” Proses penyaluran kecendekiawanan ini dapat dilihat dari komposisi Dewan Redaksi *Republika* pada awal pendiriannya yang beberapa di antaranya berasal dari kalangan ICMI, seperti Nurcholis Madjid dan Amien Rais. Dalam prakteknya, wacana Islam *Republika* dalam berita-berita Islam formal yang diterbitkan lebih ditekankan pada makna dari wacana Islam yang diangkat dan tidak menggunakan simbol-simbol keislaman, seperti kutipan ayat-ayat Al-quran maupun hadits, baik dalam tulisan bentuk tulisan Bahasa Arab maupun terjemahan bahasa Indonesianya, terkecuali tulisan dalam rubrik Hikmah, itu pun dalam terjemahan bahasa Indonesia.

Secara garis besar, pada Era Orde Baru, praktek pemberitaan *Republika* cenderung politis. Orientasi ini disebabkan oleh dua kondisi. *Pertama*, kegelisahan terhadap posisi umat Islam saat itu yang masih terpinggirkan. Umat Islam tidak mampu menyuarakan aspirasi dan kepentingan mereka, terutama terhadap pemerintah. Dalam beberapa kasus tertentu bahkan umat Islam ‘tersudutkan’.

Dulu pada awalnya sangat terasa, upaya untuk meminggirkan Islam dalam percaturan politik nasional, misalnya partai Islam saja suatu hal yang ditakuti, sehingga semua harus berasas Pancasila.⁴⁰

Di saat yang sama, surat kabar sekuler, seperti *Kompas*, yang ada tidak dapat menampung aspirasi umat Islam Maka, pemberitaan *Republika* merupakan suatu bentuk pembelaan terhadap kepentingan umat Islam. Salah satu contoh kasus yang diangkat menjadi berita oleh *Republika* adalah kasus SDSB. Berita mengenai SDSB ditampilkan sebagai wujud penolakan terhadap praktek SDSB yang dilakukan oleh Pemerintah Orde Baru dan tuntutan terhadap pencabutan praktek SDSB.

³⁹Secara konseptual, pendirian *Republika* merupakan salah satu dari program ICMI, yaitu mencerdaskan kehidupan bangsa melalui program peningkatan 5K, antara lain: Kualitas Iman, Kualitas Hidup, Kualitas Kerja, Kualitas Karya, dan Kualitas Pikir (Profil Harian Umum *Republika*, 1999)

⁴⁰ Wawancara dengan Arif Supriyono, Kepala Divisi Litbang (Penelitian dan Pengembangan) *Republika*, 23 September 2011

Kedua, posisi *Republika* yang berada dalam lingkungan ICMI sekaligus relasinya yang kuat dengan Soeharto sebagai Pelindung Yayasan Abdi Bangsa dan agen dominan dalam ranah kekuasaan Orde Baru. Dengan kondisi demikian, kentalnya orientasi pemberitaan *Republika* di Era Orde Baru merupakan suatu bentuk konsekuensi yang mau tidak mau harus diterima oleh *Republika*. Akibatnya, posisi *Republika* menjadi dilematis. Pemberitaan yang dilakukannya berada pada posisi yang harus mampu mengakomodasi kepentingan Soeharto, Habibie, ataupun Pemerintah Orde Baru dan kepentingan umat Islam. Dalam kondisi tertentu, pada kenyataannya *Republika* cenderung memperbesar porsi akomodasinya pada kepentingan pemerintah.

Contoh kasus yang paling menarik untuk menggambarkan kecenderungan tersebut adalah pemberitaan *Republika* terhadap Abdurahman Wahid (Gus Dur) dan NU sepanjang akhir Era Orde Baru. Ketika pada bulan Desember 1994 NU menggelar kongres ke-29 di Cipasung, Tasikmalaya, *Republika* membuat berita yang menolak pemilihan kembali Gus Dur sebagai Ketua PBNU (Pengurus Besar Nahdhatul Ulama) (Hanazaki, 1998: 130). Dalam edisi 2 Desember 1994, *Republika* memuat berita dengan mengutip pernyataan Mitsuo Nakamura, seorang antropolog asal Jepang, bahwa yang menginginkan Gus Dur turun dari Pimpinan NU. Akan tetapi, kemudian Nakamura memprotes kutipan pernyataan tersebut yang dianggapnya keliru, karena pada tanggal yang sama pernyataannya dalam surat kabar berbahasa Inggris *The Jakarta Post* ia justru mendukung pemilihan kembali Gus Dur yang masih dianggap dibutuhkan oleh NU. Ketika Gus Dur akhirnya terpilih, *Republika* memuat berita seputar itu dalam edisi 6 Desember 1994 di halaman 11 dengan judul yang mengutip pernyataan Try Sutrisno : “Wakil Presiden Try Sutrisno: NU Harus Maju Teratur” (Hanazaki, 1998: 131).

5.4.2 Habitus *Republika* dalam Ranah Jurnalistik pada Era Reformasi

Transformasi ranah media massa, sebagaimana telah digambarkan sebelumnya, turut mendorong perubahan habitus *Republika*, walaupun tidak secara keseluruhan. Perubahan habitus yang terjadi lebih pada orientasi dan makna dari habitus yang terbentuk. Walaupun demikian, wacana keislaman *Republika* pun tetap bertahan. *Republika* sebagai koran Islam dianggap sebagai sesuatu yang *given* (terberi) dan tidak dapat ditawar (Utomo, 2011: 54).

Hingga kini, *Republika* tetap menerbitkan berita dengan gaya pemberitaan yang mengusung Islam moderat. Moderatisme *Republika* pada Era Reformasi dibentuk oleh perubahan situasi sosial yang dihadapinya. Sebagai agen jurnalistik, *Republika* dihadapkan pada kondisi ranah jurnalistik yang sangat padat oleh agen jurnalistik lain yang bermunculan, sehingga *Republika* dengan wacana keislaman yang diusungnya harus mampu mempertahankan posisinya dalam ranah jurnalistik pada Era Reformasi melalui legitimasi yang diberikan para pembaca media cetak, terutama Umat Islam.

Di sisi lain, runtuhnya Pemerintah Orde Baru yang represif terhadap umat Islam, terutama yang selalu memberikan perlawanan terhadap negara, membuat muslim Indonesia dapat menjalankan dan mengekspresikan keislaman mereka secara bebas, sehingga warna keislaman yang beragam kian muncul ke permukaan dalam ruang sosial masyarakat Indonesia, mulai dari Islam liberal hingga Islam fundamental. Namun, dua contoh kelompok Islam tersebut cenderung kurang mendapatkan tempat dalam ruang sosial masyarakat Indonesia dibandingkan kelompok Islam moderat. Dengan demikian, moderatisme *Republika* memungkinkannya untuk tetap mempertahankan ataupun memperluas legitimasi atas keislamannya dari para pembaca.

Dalam relasinya dengan ranah ekonomi, legitimasi dari para pembaca merupakan suatu bentuk kekuasaan simbolik yang mampu dikonversi menjadi bentuk modal ekonomi, yaitu pendapatan sirkulasi (jumlah tiras) dan iklan. Secara langsung, moderatisme *Republika* memungkinkannya mampu mempertahankan pendapatan sirkulasi. Secara tidak langsung, fluktuasi jumlah tiras atau pembaca memiliki dampak terhadap jumlah pemasangan iklan dalam terbitan setiap *Republika*. Maka, moderatisme memiliki arti penting bagi *Republika* sebagai suatu kesempatan atas pendapatan (sirkulasi dan iklan), sehingga tetap mampu mempertahankan posisinya dan eksistensinya dalam ranah jurnalistik pada Era Reformasi.

“Jadi sejauh dia bisa bertahan sebagai koran Islam, tentu dengan yang moderat ya. Dia bukan Islam yang keras. Karena itu kami seringkali didemo massa. Itu kan masalah kebijakan redaksi. Jadi kita itu bukan yang

garis keras. Jadi kalo prinsip Islam dilanggar, ya kita harus ada di belakangnya.”⁴¹

Bertahannya gaya pemberitaan Islam moderat dapat dilihat berdasarkan beberapa praktek pemberitaan *Republika*. Dalam sajian isi, berita-berita yang ditampilkan bersifat masih mempertahankan berita-berita kosmopolitan. Berita-berita tersebut dibentuk melalui rubrik dan suplemen berita yang sangat beragam (ekonomi, politik, olah raga, seni dan budaya, hiburan, ilmu pengetahuan dan teknologi) sesuai dengan perkembangan yang terjadi. Perubahan dan perkembangan rubrik maupun suplemen berita tersebut diikuti dengan perubahan desain yang lebih inovatif untuk memudahkan dan menarik minat pembaca. Misalnya, pada tahun 2009 hingga 2010 ilustrasi visual halaman pertama cenderung menggunakan gambar sketsa, daripada fotografi, terutama dalam memampikan ilustrasi wajah. Keberhasilan usaha ini ditunjukkan dengan diperolehnya penghargaan desain perwajahan terhadap *Republika* pada tahun 2009. Kedua cara penyajian ini untuk menunjukkan bahwa *Republika* merupakan koran yang terus mengikuti perkembangan ranah jurnalistik.

Moderatisme Islam *Republika* juga dapat dilihat dari penulisan judul berita yang lebih ekspresif dan tegas. Pada Era Reformasi, muncul wacana kemerdekaan pers dan diwujudkan oleh seluruh agen jurnalistik melalui kebebasan berekspresi dalam penulisan berita, karena tidak ada kontrol pemerintah terhadap pemberitaan media cetak. *Republika* sebagai salah satu agen dalam ranah jurnalistik, tentu harus mengikuti transformasi habitus yang terjadi pada seluruh agen jurnalistik untuk mempertahankan legitimasi wacana keislaman yang diusungnya maupun posisinya dalam ranah jurnalistik pada Era Reformasi. Misalnya, pada edisi 27 Januari 2010 *Republika* menuliskan judul mengenai kasus Century, sebagai berikut: “Polri tak Prioritaskan Century”.

Republika juga tetap mengusung keislamannya secara substantif sebagai garis pemberitaan yang berusaha menunjukkan intelektualitas *Republika*. Intelektualitas *Republika* yang merupakan bentukan dari ICMI di Era Orde Baru terus bertahan dalam garis pemberitaan *Republika*. Hal ini disebabkan oleh

⁴¹ Wawancara dengan A. Makmur Makka, Pemimpin Redaksi *Republika* periode 1997-2000, 1 November 2011

orientasi *Republika* pada kelas menengah, terutama perkotaan, sebagai pembaca utamanya. Hal ini nampak dari *tagline* baru *Republika*: “Akrab dan Cerdas”. Keakraban menjadi suatu usaha untuk semain mendekatkan *Republika* pada pembacanya. Dalam prakteknya wacana keislamaan *Republika* dalam berita-berita Islam formal yang diterbitkan lebih tetap menekankan pada makna dari wacana Islam yang diangkat dan tidak menggunakan simbol-simbol keislaman, seperti kutipan ayat-ayat Al-quran maupun hadits, baik dalam tulisan bentuk tulisan Bahasa Arab maupun terjemahan bahasa Indonesianya, terkecuali tulisan dalam rubrik Hikmah, itu pun dalam terjemahan bahasa Indonesia.

Secara garis besar, pada Era Reformasi, praktek pemberitaan *Republika* cenderung lebih pragmatis. Orientasi ini disebabkan oleh dua kondisi. *Pertama*, keruntuhan Pemerintah Orde Baru dan penurunan popularitas ICMI sehingga *Republika* tidak lagi berada dalam lingkungan ICMI dan perlindungan Yayasan Abdi Bangsa dan agen dominan dalam ranah kekuasaan Orde Baru hingga akhirnya terjadi pergantian kepemilikan. *Kedua*, kondisi ranah jurnalistik yang semakin ekonomistik mendorong agen jurnalistik lebih memiliki modal ekonomi yang kuat. Dengan terjadinya perpindahan kepemilikan pada korporasi swasta profesional, *Republika* kemudian memiliki dukungan modal ekonomi yang kuat.

Pergantian kepemilikan *Republika* pada Makaha Media, yang kemudian memosisikan *Republika* sebagai salah satu unit usahanya, membuat *Republika* diorientasikan sebagai surat kabar Islam yang sangat mempertimbangkan pragmatisme (Utomo, 2011: 69). Pragmatisasi ini dianggap sebagai konsekuensi logis dari perkembangan surat kabar sebagai media cetak yang hidup dari pendapatan sirkulasi, pemasangan iklan, dan kegiatan lain yang mampu memberikan keuntungan dan modal ekonomi:

“Sebuah penerbitan sumber pendapatannya adalah dari iklan, sirkulasi, dan aktivitas *off print*. Pada awal munculnya media cetak, pendapatan dari sirkulasi menjadi andalan pemasukan. Tetapi, sesuai dengan perkembangan zaman, di mana nilai-nilai komersial dalam kehidupan makin mendominasi, porsi iklan dalam pendapatan makin besar. Bahkan, bisa dua kali lipat dibanding pendapatan sirkulasi. Belakangan, aktivasi juga menjadi andalan, khususnya untuk media yang mengambil ceruk pasar (Utomo, 2011: 69)”.

Pragmatisasi *Republika* ini dapat dilihat berdasarkan berbagai praktek yang dilakukan. *Republika* yang sejak awal merupakan “koran Islam”, kini

mengalami pergeseran menjadi “koran komunitas muslim” (Utomo, 2011: 72). Nampak bahwa pergeseran tersebut membuat *Republika* mengalami peneguhan relasional bahwa *Republika* merupakan surat kabar yang ditujukan bagi kalangan muslim sebagai pembacanya. Artinya, jika kembali pada kondisi ranah jurnalistik yang semakin ekonomistik, identitas Islam *Republika* menjadi nilai jual. Secara nyata, peneguhan relasional itu terlihat dari berbagai praktek pemberitaan yang dilakukannya. Rubrik dan suplemen Berita-berita dalam bentuk seputar Islam formal yang bersifat informatif terus bertambah dan semakin mendapatkan porsi yang sangat besar, seperti rubrik ekonomi syariah, suplemen *Khazanah*, dan suplemen *Islam Digest*.

“Cuma kalo sekarang nilai keislamannya lebih banyak. kalo dulu mungkin lebih umum ya. dulu itu kita punya halaman. Dulu itu lebih karena banyakan penulis ya, jadi kita lebih banyak analisa. Karena dulu kita juga punya banyak penulis handal ya dibandingkan sekarang.”⁴²

Secara ringkas, gambaran habitus *Republika* yang telah digambarkan di atas tersaji dalam tabel berikut:

Tabel 5.3 Perbandingan habitus *Republika* pada Era Orde Baru dan Era Reformasi

Periode	Habitus	Konteks Sejarah	Makna	Praksis
Orde Baru	Islam Moderat	<ul style="list-style-type: none"> - Kegagalan media Islam sebelumnya - Kontrol Pemerintah yang sangat ketat 	<ul style="list-style-type: none"> - Akomodasi mayoritas umat - modernitas - Peluang pendapatan (sirkulasi & Iklan) - Perlindungan dari pembredelan 	<ul style="list-style-type: none"> - Berita yang kosmopolitan - Penggunaan desain yang inovatif - Penulisan judul berita dengan kutipan pernyataan pejabat publik
	Islam Substantif	<ul style="list-style-type: none"> - Didirikan dalam lingkungan ICMI dan wartawan profesional 	<ul style="list-style-type: none"> - Intelektualitas/ Kecendikiawanan 	<ul style="list-style-type: none"> - Penyajian berita secara sekuler, tetapi mengandung makna Islami - Tidak menampilkan kutipan ayat dan hadist secara simbolik, kecuali pada rubrik hikmah.
	Politik	<ul style="list-style-type: none"> - Muslim yang terpinggirkan - Orientasi pemikiran dan kepentingan 	<ul style="list-style-type: none"> - Pembelaan umat Islam sebagai mayoritas - Konsekuensi pendiri 	<ul style="list-style-type: none"> - Pemihakan pada kepentingan muslim - Pemihakan pada kepentingan politik ICMI-Habibie

⁴² Wawancara dengan Irwan Arifyanto, Kepala Newsroom PT *Republika* Media Mandiri, 2 November 2011

		ICMI - Soeharto sebagai pelindung Yayasan Abdi Bangsa		- Penolakan terhadap Organisasi Islam tertentu
Reformasi	Islam Moderat	- Ranah jurnalistik yang sangat padat. - Diaspora kelompok dan pemikiran Islam	- Jaminan atas legitimasi pembaca - Peluang pendapatan (sirkulasi & Iklan)	- Berita yang kosmopolitan - Penggunaan desain lebih inovatif - Penulisan judul berita yang lebih ekspresif dan tegas
	Islam Substantif	- Warisan pemikiran ICMI - Berada di lingkungan wartawan profesional	- Intelektualitas - Kelas menengah perkotaan	- penyajian berita secara sekuler, tetapi mengandung makna Islami. - Tidak menampilkan kutipan ayat dan hadist secara simbolik, kecuali pada rubrik Hikmah.
	Pragmatis	- Keruntuhan Pemerintah Orde Baru dan penurunan popularitas ICMI - Perpindahan kepemilikan - Kondisi ranah jurnalistik yang semakin ekonomistik.	- Independensi - Identitas komunitas muslim sebagai nilai jual - Peluang pendapatan (sirkulasi & Iklan).	- <i>Republika</i> sebagai koran komunitas muslim - Pemihakan pada kepentingan muslim mayoritas - Proporsi berita Islam formal yang lebih besar

Dari gambaran di atas, nampak bahwa habitus *Republika* sebagai agen jurnalistik turut mengalami transformasi seiring dengan transformasi ranah jurnalistik dari Era Orde hingga Era Reformasi. Akan tetapi, perubahan tersebut tidak secara menyeluruh, misalnya dalam hal moderatisme dan keislaman yang tetap bertahan hingga kini. Perubahan habitus *Republika* hanya terjadi dari “politis” menjadi “pragmatis”. Hal ini sebagai bentuk penyesuaian terhadap transformasi ranah jurnalistik dari yang sangat politis menjadi sangat ekonomistik. Habitus jurnalistik *Republika* menjadi suatu bentuk ‘referensi subjektif’ yang memandu *Republika* dalam melakukan berbagai praktiknya, terutama produksi dan distribusi wacana dalam bentuk berita dan informasi. Konteks sejarah sosial *Republika* yang melatarbelakangi terbentuknya habitus tersebut menjadi gambaran proses pembentukan habitus *Republika* dan makna dari habitus tersebut.

Berbagai praktek yang dilakukannya menjadi gambaran dari wujud nyata habitus *Republika*. Akan tetapi, melalui gambaran berbagai berita yang diproduksi *Republika*, misalnya dalam bentuk rubrik dan suplemen, tergambar bahwa walaupun transformasi habitus *Republika* terstrukturkan oleh transformasi ranah jurnalistik, tetapi ia bukanlah suatu ‘software’ yang ‘mendikte’ praktek yang dilakukan *Republika* sebagai agen jurnalistik. Pada saat yang sama justru habitus itu mewarnai ranah jurnalistik dengan ‘kreativitas’ *Republika* sebagai agen jurnalistik.

Melalui gambaran berbagai praktek yang dilakukan *Republika*, nampak terdapat fenomena lain yang menunjukkan bahwa *Republika* sebagai suatu media cetak merupakan agen yang ‘multi-ranah’. Dalam ranah utamanya (media cetak), ia melakukan praktek sosial dengan memproduksi berita dan informasi. Dalam ranah akademis, berita dan informasi, terutama seputar IPTEK, yang diproduksinya menjadi suatu referensi bagi pembacanya. Dalam ranah produksi kultural, berita dan informasi seputar seni dan budaya, misalnya musik, film, *fashion*, dapat menjadi suatu pengetahuan kultural, misalnya *lifestyle*.

Dalam ranah politik, berita dan informasi seputar praktek politik, misalnya kebijakan pemerintah, dapat menjadi suatu wacana tersendiri, baik sebagai wacana yang memperkuat wacana dominan, misalnya dalam kasus Suksesi Gus Dur di NU, maupun wacana yang menentang wacana dominan, misalnya dalam kasus tuntutan pencabutan SDSB. Sementara dalam ranah ekonomi, berbagai berita dan informasi yang diproduksinya merupakan suatu wacana simbolik yang dapat dikonversi (komersialisasi) menjadi suatu modal ekonomi dalam bentuk pendapatan sirkulasi dan iklan, yang bergantung pada tingkat kekuasaan simbolik yang dimilikinya.

5.4 Transformasi Strategi *Republika* dalam Ranah Jurnalistik dari Era Orde Baru hingga Era Reformasi

Gambaran posisi dan habitus *Republika* pada Era Orde Baru di atas menjadi landasan kuat untuk mengetahui gambaran berbagai strategi yang dijalankan *Republika* pada Era Orde Baru dan Era Reformasi, sehingga dapat dilihat bagaimana transformasi strategi yang dilakukan *Republika* dari Era Orde Baru hingga Era Reformasi.

5.5.1 Strategi *Republika* dalam Ranah Jurnalistik pada Era Orde Baru

Selama Era Orde Baru, berbagai strategi yang dijalankan *Republika* tidak bisa dilepaskan kaitannya dengan ICMI melalui Yayasan Abdi Bangsa. Strategi-strategi yang dilakukan *Republika* pada Era Orde Baru, yaitu subordinasi kekuasaan Orde Baru, simbolisasi representasi Islam, dan pembentukan pasar Islam.

- Subordinasi Kekuasaan Orde Baru

Subordinasi merupakan suatu orientasi tindakan yang dilakukan sejumlah tokoh ICMI untuk mendirikan *Republika* dengan meminta perlindungan terhadap kekuasaan Orde Baru. Hal ini dapat dilihat dari posisi Soeharto sebagai pelindung Yayasan Abdi Bangsa sebagai yayasan dibawah ICMI yang mendirikan *Republika*. Hal ini tentu sekaligus merupakan bentuk dukungan politik dari pemerintah Orde Baru terhadap pendirian *Republika*.

Dalam aspek ekonomi, subordinasi tersebut menjadi strategi yang mampu mendorong penggalangan dana awal atau modal usaha melalui penjualan saham terbatas (tidak dicatatkan di lantai bursa saham) sebanyak 10.000.000 lembar dengan harga nominal Rp 1000 dan dijual seharga Rp 5000 (Rp 4000 harga pokok dan Rp 1000 biaya administrasi) (Utomo, 2011: 26-28; *Republika*, 19 Januari 1993) Rp 40 miliar. Jumlah ini didapatkan melalui penjualan saham terbatas dan Komposisi kepemilikan sejumlah saham ini terbagi menjadi tiga, yaitu 51% oleh Yayasan Abdi Bangsa, 29% oleh karyawan (yang dimiliki secara gratis melalui koperasi karyawan), dan 21% oleh masyarakat (secara perseorangan).

Komposisi pemilikan saham semacam ini menjadi hal yang menarik, terutama adanya sebagian saham yang dialokasikan bagi masyarakat umum. Hal ini berasal dari ide Habibie bahwa pemegang saham *Republika* adalah *Ummat* (Utomo, 2011: 35). Secara teknis, saham itu hanya boleh dimiliki oleh satu keluarga dan tidak boleh diperjualbelikan tanpa persetujuan Direksi PT Abdi Bangsa (*Republika*, 19 Januari 1993). Lebih jauh lagi, konsep tersebut dianggap sebagai suatu asumsi bahwa umat pun memiliki tanggung jawab terhadap perkembangan *Republika*, salah satunya dengan menjadi pelanggan umat (Utomo, 2011: 37). Untuk memastikan porsi ‘umat’ itu terjual, jaringan ICMI yang telah tersebar luas di Indonesia pun dimanfaatkan, terutama yang berasal kalangan

birokrasi BUMN mulai dari tingkat pusat hingga ke daerah. Maka, kalangan pegawai negeri menjadi salah satu target pembaca *Republika* (Utomo, 2011: 37). Pembelian dalam jumlah ratusan hingga ribuan, misalnya, dilakukan oleh IPTN (Industri Pesawat Terbang Nusantara) yang didirikan oleh Habibie. Hasilnya, pada bulan Agustus 1993 atau lima bulan setelah saham dilepas, jumlah yang terjual hanya mencapai 1,3 juta lembar saham (Hill, 2011: 161).

Dalam aspek pengelolaan bisnis, ‘bimbingan manajerial’ terhadap *Republika* diberikan oleh beberapa elit pengusaha, seperti Tanri Abeng, seorang eksekutif dari Bakrie Brothers (Hill, 2011: 156). Sementara dalam aspek keredaksian, bimbingan diberikan oleh anggota Dewan Redaksi yang diisi oleh tokoh-tokoh elit muslim, salah satu yang paling aktif di antara mereka adalah Amin Rais, terutama dalam hal ide-ide mengenai tujuan pemberitaan *Republika*.

“Dulu ICMI itu memang kuat dan berisi orang-orang pintar yang menjadi dewan redaksi di *Republika*. Seminggu sekali mereka datang ke kantor dan ngobrol. Dan dengan jujur saya katakan mereka sungguh-sungguh loh. Jadi bukan membicarakan agenda politik, menyingkirkan kristen. Ga ada sama sekali. Itu betul-betul intelektual, terbuka, demokratis, kritis. Dulu seringkali didatangi Amin Rais, Adi Sasono, ada Alwi Shihab.”⁴³

Subordinasi *Republika* terhadap kekuasaan Rezim Orde Baru ternyata juga seringkali menempatkan *Republika* pada posisi dilematis dalam berbagai prakteknya, yakni antara independensi dan akomodasi terhadap Rezim Orde Baru. *Republika* sebagai ‘anak kandung’ ICMI pada Era Orde Baru mencerminkan pula kondisi ICMI, terutama dalam komposisi pemikiran. Seperti yang telah ditunjukkan sebelumnya, bahwa ICMI sendiri bukanlah organisasi Islam yang solid, baik dari karakter pemikiran maupun kepentingan anggotanya. Dari aspek internal *Republika* sendiri, independensi *Republika* merupakan pengaruh yang dibawa oleh beberapa wartawan yang berasal dari majalah *Tempo* yang dikenal independen terhadap Rezim Orde Baru.

“Nah itu juga yang membikin periode-periode sebelumnya terlalu banyak disorot, karena dia terlalu independen, terlalu lugas. Nah kalo melihat keadaannya juga rekrutmen juga bebas. Semua wartawan *Republika* itu dulu kan diambil dari Berita Buana. Berita Buana kita ga tahu siapa orang ini, siapa orang ini. jadi nge-blok aja begitu masuk, karena Pak Zaim yang membawa. Langsung di *Republika*. Nah tradisi-tradisi mereka di

⁴³ Wawancara dengan Ade Armando, mantan staf Litbang *Republika*, 16 Oktober 2011

Republika ini banyak di antara mereka itu ex-Tempo. Nah doktrin-doktrin yang mereka bawa disana, kebebasan, independensi, itu kulturnya masih terbawa kesini (Republika). Dan kita kan tidak membatasi itu. Kita hanya melihat mengenai kapabilitas.”⁴⁴

Salah satu kasus paling krusial yang menimpa *Republika* selama Era Orde Baru sebagai akibat dari independensi *Republika* adalah kasus pemuatan tulisan dalam kolom *Resonansi* berjudul “Kejujuran” yang ditulis Amien Rais yang merepresentasikan kalangan oposisional Rezim Orde Baru di dalam ICMI. Tulisan tersebut dianggap oleh Pemerintah Orde Baru sebagai kritik dan gugatan terhadap dominasi Pemerintahan Orde Baru yang mengakibatkan dilakukan pergantian pemimpin redaksi *Republika* dari Parni Hadi kepada A. Makmur Makka yang juga kalangan dekat Habibie.

“Karena Republika juga pada waktu itu saya masuk kan karena Republika itu terancam oleh pemerintah akan dibredel. Karena dia terlalu kritis, pada masa Orde Baru itu hal apapun dianggap terlarang kan. Nah hal itu menjadi akumulasi. Nah, memuncak ketika Pak Amin Rais menulis (rubrik) Resonansi, seperti ada temanya untuk membubarkan Golkar. Saya peroleh itu legalitasnya (sebagai anggota PWI). Kemudian saya peroleh dan mereka (Pemerintah Orde Baru) agak lega bahwa kepengurusan ada perubahan. Berarti kan saya harus mengganti Pak Parni Hadi. Tapi di Republika kan saya bukan orang baru. Dari awal juga saya pendiri. Kemudian terakhir waktu itu juga saya anggota Dewan Redaksi. Jadi tidak ada yang aneh..”⁴⁵

Kenyataan lain menunjukkan bahwa upaya independensi Republika menimbulkan akumulasi kesalahan oleh Departemen Penerangan sebagai lembaga korporatis pers saat itu. Namun demikian, posisi Habibie saat itu merupakan modal politik yang sangat kuat dan berubah menjadi ‘tameng’ bagi tindakan pembredelan Deppen.

“Cuma masalahnya ini sangat politis kan. Nah dari Pak Subrata/ Dirjen Pers dan Grafika) waktu itu mengatakan bahwa: “ini sekumpulan akumulasi beberapa kesalahan-kesalahan yang dianggap mendiskreditkan pemerintah sudah kami simpan. Dan ini sudah ‘lampu... hampir ‘lampu merah’ lah”. Cuma mereka tidak akan berani membredel, karena dianggap bahwa ini masih punyanya ICMI kan. ICMI (berkaitan dengan) Pak

⁴⁴ Wawancara dengan A. Makmur Makka, Pemimpin Redaksi *Republika* periode 1997-2000, 1 November 2011

⁴⁵ Wawancara dengan A. Makmur Makka, Pemimpin Redaksi *Republika* periode 1997-2000, 1 November 2011

Habibie, Pak Habibie (berkaitan dengan) Pak Harto. Tetapi akumulasi kesalahan sudah menumpuk, karena itu memang harus diganti.”⁴⁶

Namun demikian, posisi Habibie juga menjadikan *Republika* seolah ‘pelayan’ bagi Habibie, mulai dari awal pendirian.

“Ya pasti kalo mengenai Pak Habibie kita tidak mungkin menyatakan negatif. Tetapi setidaknya *balance* itu tetap kita perhatikan. Bisa dilihat di (kolom) Opini-nya. Jadi ada semacam, memang bagi pengasuh itu semacam pertarungan yang besar sekali. Itu yang menjadi ketegangan sendiri. Artinya ada semacam pertarungan. Kalo koran lain mungkin ya merasa bebas-bebas aja. Tidak berpegang pada dua perimbangan.”⁴⁷

Bahkan hingga Habibie menjadi Presiden untuk menggantikan Soeharto, *Republika* semakin berposisi pada Habibie, walaupun di sisi lain menimbulkan anggapan *Republika* saat itu sebagai korannya presiden (Habibie).

“Misalnya belakangan kan ketika politiknya memanas, menjadi penting. Ketika 95-98 itu kan pecah antara ABRI Hijau dan ABRI Merah-Putih. Nah itu semakin buruk keadaan. Karena orang harus semakin menunjukkan sikap...jadi ada ekspektasi tinggi dari misalnya kaya Harmoko misalnya, yang menjadi penjaga Soeharto bahwa *Republika* harus membuktikan bahwa mereka setia pada Soeharto. Nah itu kondisinya lama-kelamaan menjadi tidak menyenangkan sama sekali. Nah puncaknya justru ketika Habibie naik jadi presiden, maka makin susah hidup, karena sekarang dia menjadi presiden. *Republika* menjadi korannya Presiden.”⁴⁸

- Simbolisasi Representasi Islam

Simbolisasi representasi Islam yang dilakukan *Republika* selama Era Orde Baru menitikberatkan pada pembentukan persepsi *Republika* sebagai koran Islam, yaitu media cetak Islam yang mampu mengangkat posisi umat Islam Indonesia yang terpinggirkan dalam kehidupan sosial masyarakat Indonesia (Utomo, 2011: 12). Dalam relasinya terhadap media lainnya, hal ini merupakan suatu kekuatan pembanding dalam aspek informasi (Utomo, 2011: 13). Namun, persepsi lain yang justru terbentuk adalah *Republika* sebagai koran politis (Utomo, 2011: 52). Akibatnya, timbul konsekuensi pada aspek ekonomi yang harus diterima *Republika* atas persepsi yang terbentuk tersebut:

⁴⁶ Wawancara dengan A. Makmur Makka, Pemimpin Redaksi *Republika* periode 1997-2000, 1 November 2011

⁴⁷ Wawancara dengan A. Makmur Makka, Pemimpin Redaksi *Republika* periode 1997-2000, 1 November 2011

⁴⁸ Wawancara dengan Ade Armando, mantan staf Litbang *Republika*, 16 Oktober 2011

“Selain persepsi bahwa orang Islam itu kurang terpelajar dan ekonominya kelas bawah, sebagian besar pemasang iklan juga punya kepentingan politik yang berbeda. Lagi pula pemasang iklan juga kurang begitu suka memasang iklan pada koran yang lebih kental politiknya (Utomo, 2011: 53).”

Konsekuensi itu pun kemudian diatasi dengan menarik identitas ‘koran Islam’ dan menyatakan diri dengan “koran umum” untuk mengalihkan perhatian pemasang iklan, walaupun usaha itu pada akhirnya tetap tidak berhasil (Utomo, 2011: 71).

- Pembentukan Pasar Islam

Dengan strategi representasi Islam, sejak pertama kali didirikan, *Republika* memosisikan dirinya sebagai cerminan pandangan kelas menengah muslim perkotaan.

“Kan pada dasarnya itu dikelola menjadi koran Islam yang mencerahkan. Jadi koran Islam buat pembaca Islam kota, dengan perspektif yang modern, terbuka, yang pro-demokrasi, dan karena itu gak sekedar koran Islam, tapi koran Islam yang berusaha membuat umat Islam itu menjadi kelompok-kelompok yang lebih terlibat dalam demokrasi, lebih kritis, lebih mencerahkan.”⁴⁹

Pada awal terbitannya hingga di tahun kedua atau tahun 1994, pencapaian *Republika* dari segi tiras surat kabar menunjukkan perkembangan yang pesat. Pada tahun 1994, tiras rata-rata *Republika* mencapai 136.013 eksemplar. Namun kenyataannya, angka itu adalah capaian angka tertinggi tiras *Republika* dalam periode tahun 1993 hingga tahun 1999, bahkan cenderung mengalami penurunan hingga akhirnya berganti kepemilikan. Kondisi ini merupakan bentuk *euforia* muslim Indonesia atas harapan sebuah media Islam yang mampu menampung aspirasi mereka, seperti yang telah disebutkan pada bab sebelumnya. Perluasan pembaca pun dilakukan dengan berbagai bentuk, antara lain perancangan website *Republika* online (ROL), Cetak Jarak Jauh (CJJ), dan penerbitan suplemen Koran Edisi Daerah (Utomo, 2011: 87-93). *Republika* Online (ROL) merupakan replikasi dari versi cetak surat kabar *Republika* agar dapat diakses dan tersebar luas melalui *website*. CJJ merupakan suatu strategi efisiensi distribusi berita sehingga tidak mampu menghemat biaya pengiriman sekaligus surat kabar itu

⁴⁹ Wawancara dengan Ade Armando, mantan staf Litbang *Republika*, 16 Oktober 2011

dapat diperoleh pelanggan atau pembaca lebih cepat. Adapun penerbitan suplemen Koran Edisi Daerah merupakan sebuah respon terhadap wacana otonomi daerah di Indonesia.

Kecenderungan itu ternyata justru diikuti oleh kerugian yang dialami oleh *Republika* dalam dua tahun awal pendiriannya dan baru mencapai keuntungan di tahun ketiga. Krisis yang terjadi dalam ranah ekonomi Indonesia tahun 1997-1998 menempatkan seluruh media cetak, termasuk *Republika*, pada kondisi kritis. Di tengah kondisi tersebut, strategi yang bukan lagi diarahkan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, tetapi strategi penyelamatan agar tetap bertahan dalam ranah jurnalistik. *Republika* mengatasi hal itu dengan mengurangi jumlah halaman terbitannya dari 16 halaman kembali menjadi 12 halaman, sama seperti diterbitkan pertama kali (Utomo, 2011: 45).

5.5.2 Strategi *Republika* dalam Ranah Jurnalistik pada Era Reformasi

Berdasarkan gambaran posisi dan habitus *Republika* pada Era Reformasi, strategi-strategi yang dilakukan *Republika* pada Era Reformasi, yaitu konglomerasi, proporsionalitas kelompok Islam, dan simbolisasi representasi komunitas muslim.

- **Konglomerasi**

Memasuki Era Reformasi, kondisi ranah jurnalistik yang sangat padat dan cenderung ekonomistik, membuat *Republika* pada situasi yang mengkhawatirkan, terutama secara finansial. Hal itu memaksa *Republika* untuk mendapatkan perlindungan lain yang pada akhirnya membuat *Republika* berganti kepemilikan melalui penguasaan saham dari Yayasan Abdi Bangsa kepada Mahaka Media pada akhir tahun 2000. Tindakan ini menjadi semacam strategi pewarisan *Republika* untuk mempertahankan kelangsungan dirinya sehingga modal ekonomi *Republika* dapat lebih terjamin. Selanjutnya, Mahaka Media lah yang memiliki otoritas dalam merancang strategi yang dijalankan *Republika*. Mahaka Media kemudian melakukan *go public* secara resmi melalui *right issue* (penerbitan saham) yang dapat diperjualbelikan dengan melakukan *listing* (pencatatan saham) di bursa efek yang dimulai pada tahun 2002 (Utomo, 2011: 55). Dengan modal ekonomi yang dimiliki, pada tahun 2007 *Republika* pun mampu memiliki percetakan sendiri.

Peningkatan modal ekonomi *Republika* ditekankan pada pendapatan pemasangan iklan dibanding pendapatan sirkulasi surat kabar. Kecenderungan ini didasarkan pada perhitungan ekonomi dari pendapatan sirkulasi yang justru menimbulkan kerugian dalam aspek penjualan:

“...jadi harga jual ke agen lebih rendah dari ongkos produksi. Koran dengan ketebalan antara 28-30 halaman misalnya, ongkos produksinya sekitar Rp 2000 per eksemplar, tergantung seberapa banyak halaman berwarna. Berapa dijual ke agen? Paling Rp 1800. Jadi, untuk koran yang laku saja, per eksemplar sudah rugi Rp 200. Jika oplah mencapai 100 ribu eksemplar per hari, berarti setiap hari rugi Rp 20 juta atau Rp 7 miliar per tahun (Utomo, 2011: 69)”

Ketika terjadi pergantian kepemilikan, Erick Thohir sebagai Direktur Utama PT Abdi Bangsa, melakukan pengurangan jumlah karyawan *Republika* yang dianggap tidak ‘ramping’ dan restrukturisasi organisasi. Jumlah karyawan dikurangi dengan imbalan pesangon yang tinggi. Posisi dirut (direktur utama), direktur, pemimpin umum, dan pemimpin redaksi, disederhanakan dengan menghilangkan pemimpin umum. Jabatan pemimpin redaksi yang sebelumnya merangkap direktur produksi kemudian dipisahkan, sebagai bentuk efisiensi dan pemisahan wewenang yang sebelumnya dianggap tumpang tindih (Utomo, 2011: 54).

Tindakan perampingan yang dilakukan pada awal pergantian pemilikan *Republika* justru berbalik menjadi tindakan perekrutan karyawan secara periodik, terutama wartawan, hingga 3 periode dalam 1 tahun pada tahun 2010. Kecenderungan ini didasari oleh konvergensi media yang dilakukan PT *Republika* Media Mandiri terhadap semua media pemberitaan yang dinaunginya, yaitu *website Republika.co.id* sebagai saluran pemberitaan melalui *media online* dan Alif-TV sebagai televisi komunitas muslim, dan surat kabar *Republika* sendiri. Konvergensi itu berdampak pada besarnya kebutuhan berita yang diminta oleh setiap media tersebut, sehingga kebutuhan terhadap wartawan menjadi begitu besar.

“Kita sebenarnya pengen target semester kemarin itu bulan Januari itu kita menargetkan dapat 20 orang. Tapi cuma dapet 6 orang. Jadi memang susah. Targetnya tidak terpenuhi. Periode kedua kita dapet 3 orang. Periode ketiga ini kita pengen...nah ini udah masuk periode keempat, 3 bulan terakhir. Karena gini, *tarohlah* dari kemarin yang 3 orang itu waktu

periode awal itu paling jadinya 1-2 orang. Malah yang sebelumnya tahun kemarin itu cuma 2 orang.⁵⁰

Kemudian dilakukan pendidikan terhadap sejumlah calon wartawan yang direkrut. Proses pendidikan terhadap calon wartawan diawali dengan masa magang selama 1-1,5 tahun yang disertai dengan pengajaran berbagai pengetahuan dasar mengenai jurnalistik atau produksi berita, seperti cara membuat berita.

“Ya biasanya kan di kita ada proses magang ya. jadi wartawan-wartawan itu kan tidak langsung di angkat. Dia harus magang dulu mungkin sekitar 1-1,5 tahun untuk belajar jurnalisme dasar. Baru setelah itu diangkat jadi reporter atau karyawan tetap. Kami juga tidak memandang apakah kamu itu lulusan sosiologi, lulusan jurnalistik. Semuanya sama. Kita anggap nol. Belajar lagi dari awal. Nah langkah-langkah yang kita lakukan adalah jadi kita ‘putihkan’ semuanya. Mereka belajar dari awal lagi. Kita kasih lagi pelatihan segala macam di bidang jurnalistik, elemen-elemen jurnalistik, bagaimana cara mencari berita. Semuanya kita ‘putihkan’. Jadi kita didik mereka lagi dari awal.”⁵¹

Hal ini sebagai bentuk pendidikan dasar bagi calon wartawan *Republika*, karena munculnya kecenderungan bahwa calon wartawan yang ada berasal dari berbagai latar belakang keilmuan yang berbeda-beda di perguruan tinggi. Setelah melalui masa magang, barulah calon wartawan diangkat sebagai wartawan *Republika*.⁵² Artinya, pola pendidikan atau pelatihan yang diterapkan sangat ditekankan pada aspek profesionalisme wartawan. Selain terhadap para wartawan baru, *Republika* pun meningkatkan kualitas sumber daya manusia mereka, baik wartawan maupun karyawan, dengan mengikutsertakan mereka dalam berbagai kegiatan atau pelatihan yang diselenggarakan di luar *Republika*, misalnya *workshop IFRA* mengenai perkembangan teknologi informasi (Utomo, 2011: 79).

- Proporsionalitas Kelompok Islam

Ketika dilakukan perpindahan kepemilikan, *Republika* melakukan proporsionalisasi mulai dari komposisi sumber daya organisasi hingga dalam penyajian berita dengan membuka diri dan menjalin hubungan terhadap kelompok

⁵⁰ Wawancara dengan Irwan Arifyanto, Kepala Newsroom PT *Republika* Media Mandiri, 2 November 2011

⁵¹ Wawancara dengan Irwan Arifyanto, Kepala Newsroom PT *Republika* Media Mandiri, 2 November 2011

⁵² Wawancara dengan Irwan Arifyanto, Kepala Newsroom PT *Republika* Media Mandiri, 2 November 2011

lain yang sebelumnya bertentangan, misalnya terhadap NU yang di Era Orde Baru saling bertentangan maupun terhadap kelompok-kelompok Islam lainnya.

“Tahun 2003-2004 masuklah gerbong orang-orang NU, anak muda baru, yang dari pesantren, dari apa. khususnya lulusan-lulusan santri-santri dari pesantren itu memberikan warna tersendiri. Kita lebih bebas, kita lebih banyak mengakomodir semua kepentingan. Dan itu berubah di kita sejak tahun 2000. Kita lebih *welcome* disini. Konsep pertama yang kita bangun adalah kita menjadi ‘rumah’ bagi siapa pun. Kita tidak memandang itu NU, kita tidak memandang itu Al-Irsyad, tidak memandang itu Persis, kita tidak memandang itu Muhammadiyah. Semua itu sama. Kita akomodasi... kita *welcome* saja dengan mereka dan itu menurut saya dengan menampilkan perdebatan seperti itu semua merasa terwakili. Kan itu intinya. Tidak ada lagi, kok saya tidak ditulis. Siapa bilang kita tidak *welcome* sama orang-orang tadi. Selama itu tidak menjadikan sebuah aksi.”⁵³

Strategi semacam ini menjadikan *Republika* mampu memperluas jaringan terhadap berbagai kelompok Islam yang semakin beragam dan mengemuka pada Era Reformasi. relasi semacam ini juga menjadi modal sosial yang dapat dikonversi menjadi modal ekonomi yang memberikan keuntungan ekonomi bagi *Republika*.

- Simbolisasi Representasi Komunitas Muslim

Masalah yang krusial dalam *Republika* adalah wacana keislaman yang diusungnya. Kegamangan yang terjadi pada Era Orde Baru hingga akhir tahun 2007, diatasi dengan melakukan peneguhan terhadap identitas *Republika*. Peneguhan itu dilakukan melalui pergeseran dari yang sebelumnya menyembunyikan identitas *Republika*

“Ya tapi tetap saja, kita masih terunggul, karena kita *pure*.... Karena kalo kita mau tau berita soal keislaman ya di *Republika*. Dan itu tidak didapatkan di koran lain...Karena bagaimana pun mereka Islam, mereka muslim. Mungkin mereka baca sisi lain dari sebuah peristiwa dari kaca mata majalah Tempo atau koran Tempo, tapi kalo Islam ke *Republika* memandangnya. Bagaimana pun 80 % warga masyarakat Indonesia adalah masyarakat muslim. Itu pasar yang benar-benar kita. Itu target kita.”⁵⁴

⁵³ Wawancara dengan Irwan Arifyanto, Kepala Newsroom PT *Republika* Media Mandiri, 2 November 2011

⁵⁴ Wawancara dengan Irwan Arifyanto, Kepala Newsroom PT *Republika* Media Mandiri, 2 November 2011

sebagai koran Islam, menjadi koran komunitas muslim (Utomo, 2011: 71). Reorientasi itu pun ditunjukkan dengan semakin kentalnya berita-berita Islam formal yang bersifat informatif, seperti berita seputar sejarah dan penemuan teknologi oleh para Ilmuwan Islam. Bahkan, berita politik pun tidak ditempatkan sebagai sebuah *lifestyle* komunitas muslim.

“Sekarang kita lihat gini, berapa sih media yang *mainstream*-nya Islam? Pelita, Republika. Pelita udah hampir mengap-mengap kan. Terus misalnya majalan Sabili, Hidayatullah, itu juga sudah mulai turun... Nah kita ingin menampilkan sesuatu yang lain. Kita berpandangan bahwa Islam Republika kan Islam yang modern. Yang bisa dibaca oleh siapa saja, tanpa harus menampilkan hadits-hadits, ayat-ayat Al-quran. Tapi bahwa ketika dibaca itulah Islam. Tanpa harus dibungkus dengan hadits ataupun quran.”⁵⁵

Dari gambaran di atas nampak bahwa berbagai strategi yang dilakukan *Republika* pada Era Orde Baru yang bertujuan untuk memunculkan sebuah media Islam berupa surat kabar dalam ranah jurnalistik di Indonesia yang mampu menampung dan menyuarakan aspirasi umat Islam Indonesia sebagai suatu mayoritas sangat bergantung pada ICMI. Posisi ICMI yang berada dalam di tengah lingkaran ranah kekuasaan Orde Baru memiliki peran penting mulai dari gagasan mengenai urgensi munculnya media Islam, perencanaan pendirian, hingga pendistribusian surat kabar Islam bernama *Republika*. Sementara pada era Reformasi, berbagai strategi yang dijalankan oleh *Republika* tidak lagi berada dalam otoritas ICMI, melainkan korporasi profesional yang mengarahkan berbagai strategi *Republika* dalam beradaptasi dan mempertahankan posisinya berdasarkan orientasi bisnis agar tetap mempertahankan posisinya dalam ranah jurnalistik pada Era Reformasi yang sangat ekonomistik. Berbagai pergeseran yang terjadi pada strategi *Republika*. Dengan demikian, berbagai strategi yang dilakukan *Republika* merupakan strategi suatu unit usaha jurnalistik dengan tetap diusung simbol dan wacana keislaman merupakan bentuk upaya untuk mempertahankan posisinya ranah jurnalistik.

⁵⁵ Wawancara dengan Irwan Arifyanto, Kepala Newsroom PT *Republika* Media Mandiri, 2 November 2011

BAB 6

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Republika sebagai salah satu agen jurnalistik muncul dalam ranah jurnalistik pada tahun 1993 dengan mengusung wacana keislaman, ketika wacana keterbukaan sedang mengemuka dalam ruang sosial masyarakat Indonesia. Dengan ukuran beragam modal yang dimilikinya, *Republika* hanya menempati posisi yang signifikan dalam ranah jurnalistik di Indonesia pada era Orde Baru. *Republika* mampu hadir sebagai koran Islam yang merepresentasikan suara muslim Indonesia. Sementara pada era Reformasi *Republika* menempati posisi objektif yang kurang signifikan, karena di satu sisi *Republika* tetap merupakan satu-satunya surat kabar harian nasional yang mengusung wacana keislaman di Indonesia dan masih bertahan hingga kini walaupun dalam pertarungan wacana, tetapi *Republika* belum mampu menandingi agen jurnalistik lain yang telah mapan dengan mengusung jurnalisme sekuler.

Dengan posisi objektif demikian, habitus *Republika* sebagai agen jurnalistik yang terbentuk pada akhir kekuasaan Orde Baru, yaitu Islam moderat, Islam substansif, dan bernuansa politis. Habitus *Republika* turut mengalami perubahan seiring dengan transformasi ranah jurnalistik dari Era Orde hingga Era Reformasi. Namun hal itu tidak sepenuhnya terjadi. Habitus yang terbentuk dalam *Republika* pada Era Reformasi adalah Islam moderat, Islam substansif, dan bernuansa pragmatis.

Strategi yang dilakukan *Republika* pada Era Orde Baru, yaitu subordinasi kekuasaan Orde Baru, simbolisasi representasi Islam, dan pembentukan pasar Islam. Strategi itu merupakan suatu bentuk praktek-praktek spesifik yang bertujuan untuk memunculkan sebuah media Islam berupa surat kabar dalam ranah jurnalistik di Indonesia yang dianggap mampu menyuarakan aspirasi umat Islam Indonesia dan mengangkat posisi umat Islam yang sebelumnya terpinggirkan di tengah kontrol rezim Orde Baru yang sangat ketat terhadap ranah jurnalistik di Indonesia.

Sementara transformasi strategi yang dilakukan *Republika* pada Era Reformasi yaitu konglomerasi, proporsionalitas kelompok Islam, dan simbolisasi

representasi komunitas muslim. Hal itu untuk mengatasi transformasi ranah jurnalistik yang semakin ekonomistik. Strategi yang dijalankan oleh *Republika* tidak lagi berada dalam otoritas ICMI, melainkan korporasi profesional yang mengarahkan berbagai strategi *Republika* dalam beradaptasi dan mempertahankan posisinya berdasarkan orientasi bisnis. Berbagai pergeseran yang terjadi pada strategi *Republika*. Dengan demikian, berbagai strategi yang dilakukan *Republika* dengan tetap diusung simbol dan wacana keislaman *Republika* merupakan bentuk upaya untuk mempertahankan posisinya ranah jurnalistik sebagai suatu unit usaha jurnalistik.

6.2 Implikasi Penelitian

6.2.1 Implikasi Praktis dan Rekomendasi

Republika sebagai salah satu surat kabar Islam dituntut untuk memiliki kemampuan dalam menjalankan berbagai praktek, terutama dalam praktek produksi dan distribusi berita, agar dapat tetap mempertahankan atau meningkatkan posisinya dalam industri media cetak di Indonesia. Ketika terjadi perubahan yang sangat drastis dalam industri media cetak dari Era Orde Baru menuju Era Reformasi, transformasi strategi yang dilakukan *Republika* adalah suatu keharusan bagi *Republika* agar mampu mempertahankan eksistensinya. Namun demikian, *Republika* perlu mampu meningkatkan jaringan terhadap para pembaca yang dapat menjadi modal sosial yang mampu meningkatkan posisi *Republika*. Dalam relasi tersebut, *Republika* harus mampu menjadi surat kabar yang memiliki tingkat preferensi yang tinggi dihadapan pembacanya.

6.2.2 Implikasi Teoritis

Perubahan paling krusial yang terjadi dalam ranah kekuasaan di Indonesia dari era Orde Baru hingga era Reformasi adalah perubahan sistem politik yang sangat drastis dari sistem politik yang otoriter menjadi sistem politik yang sangat demokratis. Hal itu berdampak pada *Republika* sebagai agen jurnalistik secara sadar dan rasional mengubah habitusnya yang dianggap tidak lagi sesuai dengan transformasi ranah jurnalistik pada era Reformasi, yaitu dari nuansa politis menjadi nuansa pragmatis.

Daftar Pustaka

Buku:

- Abar, Ahmad Zaini. (1995). *Perihal Jurnalisme ICMI*. Dalam Ahmad Bahar (Ed). *ICMI, Kekuasaan dan Demokrasi*. (hal. 157-171). Yogyakarta: PT Pena Cendikia Indonesia.
- Bourdieu, Pierre. (2010). *Pierre Bourdieu: Arena Produksi Kultural, Sebuah Kajian Sosiologi Budaya*. (Yudi Santosa, Penerjemah). Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Creswell, Jhon W. (1994). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. London: SAGE Publications
- _____. (2003). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, (2nd Ed). London: SAGE Publications
- Denzin, Norman K. dan Lincoln Yvonna S. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Dhakidae, Daniel. (2003). *Cendekiawan dan Kekuasaan dalam Negara Orde Baru*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Effendy, Bachtiar. (2005). *Jalan Tengah Politik Islam: Kaitan Islam, Demokrasi, dan Negara yang Tidak Mudah*. Jakarta: Ushul Press
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: Penerbit LKIS
- _____. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: Penerbit LKIS
- Hanazaki, Yasuo. (1998). *Pers Terjebak*. (Danang Kukuh Wardoyo & Tim Cipinang, Penerjemah). Jakarta: Institut Studi Arus Informasi (ISAI)
- Hefner, Robert W. (2001). *Civil Islam: Islam dan Demokratisasi di Indonesia*. (Ahmad Baso, Penerjemah. Jakarta: Penerbit Institut Studi Arus dan Informasi (ISAI)
- Hidayat, N. Dedy, dkk. (2000). *Pers dalam "Revolusi Mei" Runtuhnya Sebuah Hegemoni*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

- Hill, David T. (2011). *Pers di Masa Orde Baru*. (Gita Widya Laksmi Soerjoatmodjo, Penerjemah). Jakarta: Yayasan Obor Indonesia dan LSPP
- Hilmy, Masdar. 2010. *Islamism and Democracy In Indonesia : Piety and Pragmatism*. Singapore: ISEAS
- Irawan, Dedi. (2005). *Paradigma Baru TNI dan Keterasingan Menuju Demokrasi*. Dalam Tamin, Azian, dkk. *Profil Politik Indonesia Pasca Orde Baru*. (hal. 57-75). Jakarta: PSPI FISIP Universitas Nasional dan PSP Madani Institute
- Kasali, Renald. (1998). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta: PT. Pustaka Gramedia Utama
- Manan, Abdul. (2010). *Ancaman Itu Datang dari Dalam: Laporan Tahunan Aliansi Jurnalis Independen 2010*. Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen (AJI)
- Nasir, Zulhasril. (2007). *Kuasa dan Harta Keluarga Cendana: Media Politik-Ekonomi*. Depok: FISIP UI Press
- Neuman, W. Lawrence. (2003). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, (5th Ed). New York: Allyn and Bacon
- _____. (2006). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, (6th Ed). New York: Allyn and Bacon
- Nugroho, Bimo, dkk. (1999). *Politik Media Mengemas Berita: Habibie dalam Pemberitaan Kompas, Merdeka, dan Republika*. Jakarta: Institut Studi Arus Informasi (ISAI)
- Nurhadi, Robi. (2005). *Sistem Politik Indonesia Pasca Orde Baru*. Dalam Tamin, Azian, dkk. *Profil Politik Indonesia Pasca Orde Baru*. (hal. 7-36). Jakarta: PSPI FISIP Universitas Nasional dan PSP Madani Institute
- Oetama, Jakob. 2001. *Pers Indonesia: Berkomunikasi dalam Masyarakat Tidak Tulus*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas
- Richard Harker, et.al (Eds). (2009). *(Modal x Habitus) + Ranah = Praktik*. (Pipit Maizier, Penerjemah). (Ed. Ke-2). Yogyakarta: Jalan Sutra
- Ritzer, Goerge dan Goodman, Douglas J. (2008). *Teori Sosiologi: Dari Teori Kalisik Sampai Peerkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*. (Nurhadi, Penerjemah). Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Sen, Krishna. (2002). *Media Reform: Democratizing the Media, Democratizing the State*. London: Routledge, p. 69-88

- Stokes, Jane. (2006). *How To Do Media and Cultural Studies: Panduan untuk Melaksanakan Penelitian dalam Kajian Media dan Budaya*. (Santi Indra Astuti, Penerjemah). Yogyakarta: Penerbit Bentang
- Subhan, M dan Sudrajat. (2001). *Dasar-dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Pustaka Setia
- Susanto, Budi. (1995). *ICMI dan Surat Kabar Harian "Republika"*. Dalam Ahmad Bahar (Ed). *ICMI, Kekuasaan dan Demokrasi*. (hal. 40-41). Yogyakarta: PT Pena Cendikia Indonesia.
- Tanthowi, Pramono U. (2005). *Kebangkitan Politik Kaum Santri: Islam dan Demokratisasi Di Indonesia (1990-2010)*. Jakarta: Pusat Studi Agama dan Peradaban (PSAP)
- Thaba, Abdul Azia. (1996). *Islam Dan Negara Dalam Politik Orde Baru (1966-1994)*. Jakarta: Gema Insani Press
- Utomo, Anif Punto. (2010). *Republika: 17 Tahun Melintas Zaman*. Jakarta: Harian Umum *Republika*
- Webb, Jen, Tony Schirato, et.al. (2002). *Understanding Bourdieu*. New South Wales: Allen & Unwin

Jurnal dan Artikel:

- Benson, Rodney. (1999). Review: *Field Theory in Comparative Context: A New Paradigm for Media Studies*. Springer, Vol. 28, No. 3, pp. 463-498.
- Hefner, Robert W. (1997). *Print Islam: Mass Media and Ideological Rivalries among Indonesian Muslims*. Southeast Asia Program Publications at Cornell University, Vol. 64, pp. 77-103
- _____. (1993). *Islam, State, and Civil Society: ICMI and the Struggle for the Indonesian Middle Class*. Southeast Asia Program Publications at Cornell University, Vol. 56 (Oct., 1993), pp. 1-35
- Manan, Bagir. (2011, Februari). Prospek Demokrasi pada Era Reformasi dan Kemerdekaan Pers. *Etika* No. 94, 3-5
- Pauker, Guy. J. (1967). *Indonesia: The Year of Transition*. Asian Survey, Vol. 7, No. 2, A Survey of Asia in 1966: Part II (Feb, 1967), pp. 138-150
- Romli, Lili. _____. *Masalah Kelembagaan Partai Politik di Indonesia Pasca Orde Baru*

Subakti, Dwi Aris. (2010). *Indepth Report: Media Online di Indonesia; Transisi Menuju Media Kapital*. Yayasan Satu Dunia

Skripsi dan Tesis:

Afifi, Subhan. (2002). *Segmentasi Religius dalam Pasar Media: Studi tentang Segmentasi Pers Islam di Indonesia*. Tesis. Depok: FISIP UI

Hamad, Ibnu. (1997). *Media Massa Sebagai Wahana Benturan Antar Peradaban: Sebuah Studi Semiotika Sosial*. Tesis. Depok: FISIP UI

Oloan, Andre R. (2004). *Strategi Pengelolaan Merek "The Brandmindset" Oleh Harian Republika*. Tesis. Depok: FISIP UI

Subiakto, Henri. (1996). *Kemandirian Pers Dalam Mengungkap Berita: Analisis Isu-isu Kemasyarakatan di Harian Kompas dan Republika*. Tesis. Depok: FISIP UI

Wahyudi, Hasmi. (2005). *Proses Berdirinya Surat Kabar Republika*. Skripsi. Depok: Fakultas Ilmu Budaya UI

Sofyan, Yayan. (2002). *Studi tentang Kompensasi, Budaya Organisasi, dan Kepuasan Kerja Karyawan Redaksi di Harian Umum Republika*. Tesis. Depok: FISIP UI

Laporan dan Dokumen:

Annual Report 2007 PT Abdi Bangsa

Annual Report Tahun 2009 PT Mahaka Media, Tbk

Annual Report 2010 PT Mahaka Media, Tbk

Company Profile PT Republika Media Mandiri, 2010-2011

Data Divisi Litang *Republika*, 2011

Hasil Diskusi Internal Visi dan Misi *Republika*, 29 Desember 1999.

Laporan Tahunan PT Abdi Bangsa, 1999

Laporan Keuangan Konsolidasi PT Mahaka Media, Tbk, 2010

Prospektus PT Abdi Bangsa, 2000

Piper, Tessa. 2009. *Jangan Tembak Si Pembawa Berita: Tantangan-tantangan Kebijakan yang Dihadapi Media di Indonesia*. ____: Democratic Reform Support Program USAID (USAID/DRSP).

Internet:

[http://www.antaraneews.com/view/?i=1203045456&c=NAS&s=\(ANTARANews, 15 Februari 2008\) - Setiap Hari Terbit Lima Media Massa Baru Pasca-Reformasi](http://www.antaraneews.com/view/?i=1203045456&c=NAS&s=(ANTARANews,15%20Februari%202008)%20-%20Setiap%20Hari%20Terbit%20Lima%20Media%20Massa%20Baru%20Pasca-Reformasi), diakses pada tanggal 24 Februari 2011 pukul 14.00 WIB

<http://www.erickthohir.com/?cat> diunduh pada tanggal 28 September 2011 pukul 14.20 WIB

<http://www.kompas.com/lipsus112009/kpkread/2009/02/28/15470041/Pertumbuhan.Iklan.Online.Bakal.Naik.300.Persen> diunduh pada tanggal 20 September 2011 pukul 12.39 WIB

<http://dewanpers.or.id/profile.php> diunduh pada tanggal 30 Oktober 2011 pukul 13.03 WIB



Lampiran 1

Transkrip Wawancara Mendalam 1

Pewawancara : Jauharul Anwar (JA)
Informan : Arif Supriyono (AS)
Status : Kepala Divisi Litbang/Penelitian & Pengembangan Republika (2008-sekarang)
Hari, tanggal : Jumat, 23 September 2011
Waktu : 13.00-14.40
Tempat : Kantor Republika, Jakarta Selatan

Inisial	Data
JA	Baik, Pak. Sesuai janji kita waktu itu, saya ingin mewawancarai Bapak terkait gambaran kondisi Republika.
AS	Yang ingin ditanya dari kondisi Republika kondisi apa? Kondisi internal atau peta Republika di antara media massa yang ada di Indonesia atau perkembangan pembaca misalnya atau sejauh mana pengaruh politik?
JA	Jadi gimana sih republika sebagai sebuah organisasi, yang dulu ada muncul saya katakan sebagai konteks surat kabar islam dan mampu bertahan sampai sekarang ini, nah jadi yang ingin saya tanya juga baik dia sebagai organisasi, internal organisasinya, konteks pembaca juga, konteks pemain-pemain media lain juga, itu yang ingin saya tanyakan di sini.
AS	Saya coba jelaskan kembali, barangkali tidak persis dengan kenyataan yang ada di dalam peta perpolitikan koran nasional. Jadi Republika lahir karena didasari oleh pertimbangan perlunya ada media yang bisa menampung aspirasi umat, terutama umat Islam. Jadi sebenarnya tidak terlalu tepat apabila Republika dikatakan sebagai media Islam, tetapi media penyalur aspirasi umat. Media komunitas umat Islam iya, tetapi bukan media Islam. Kalau media Islam misalnya pemberitaan dan penyajian gambarnya pun harus sesuai dengan syariah Islam. Republika kan sebenarnya tidak beda dengan media umum lainnya dalam hal itu. Tapi kita punya prinsip atau punya misi menjadi media yang dapat menampung atau menerima aspirasi umat. Sejak 1993 Republika berdiri. Dalam perkembangannya sebenarnya tidak banyak mengalami perubahan sampai sekarang pun misi tersebut masih dibawa. Walaupun mungkin ada tambahannya misalnya sebagai media yang bisa memberikan <i>rohmatan lil alamin</i> jadi menjadi manfaat, menjadi rahmat bagi setiap pembacanya, memberi manfaat besar bagi keseluruhan umat, itu tetap menjadi pegangan. Kenapa itu dulu lahir karena tidak ada media waktu itu yang bisa menampung aspirasi secara lebih luas. Sangat terbatas dan oplahya juga terbatas. Karena juga suaranya tidak begitu didengar. Media lain ya pasti memiliki misi tersendiri, mungkin punya tujuan, visi yang juga berbeda dan itu bukan pelaku tunggal tapi memang saat itu banyak sampai sekarang, barangkali Republika bisa menjadi harapan bagi kepentingan umat. Apakah itu semua sudah sempurna tentu aja tidak. Ada beberapa hal yang juga kita mengakui keterbatasan Republika. Tapi paling tidak sekarang membuat kebijakan pun tidak bisa segampang itu untuk memutuskan hal-hal yang katakanlah bertentangan dengan kepentingan umat, terutama umat Islam. Kita lihat dulu misalnya ada beberapa kasus yang sangat menyudutkan umat Islam, seperti kasus Tanjung Priuk atau kasus Lampung itu kan di- <i>blow up</i> , bahkan ada “biskuit beracun—kasus Soedomo”. Jadi ada kasus Biskuit Beracun yang dengan gampangnya pejabat pemerintah waktu itu termasuk Pak Soedomo menyatakan bahwa pelakunya adalah wanita berkerudung. Tanpa ada proses hukum yang jelas kemudian langsung stigma atau cap bahwa pelakunya adalah wanita berkerudung. Itu kan cap yang jelek. Nah kita tidak menginginkan hal-hal seperti itu tidak lagi bisa dilakukan seenaknya oleh pemerintah. Kalau memang ada bukti bahwa pelakunya adalah wanita berkerudung ya oke. Tapi apakah semua kebutuhan umat Islam terpenuhi? Ya tidak, contohnya mereka yang mengaku Islam dan kemudian membawa paham Ahmadiyah ya kita tindak lanjuti, karena kan sebenarnya tidak membawa misi Islam justru malah bisa merusak kepentingan atau <i>aqidah</i> Islam. Termasuk juga misalnya seperti kasus yang semula kelihatan kental warna Islamnya yaitu Lia Eden dan

	kelompoknya. Kira-kira seperti itulah posisi Republika di luar di antara percaturan koran nasional di dalam peta perpolitikan koran nasional. Sekarang juga tetap seperti itu, tetapi di sana sini pasti ada perubahan, tapi perubahan itu kan hanya seperti diibaratkan seperti kita berbicara hanya ranting-rantingnya. Cabangnya kan tetap. Tetapi perkembangan sana sini kita sesuaikan dengan perkembangan zaman. Kita kan juga berpikir bahwa tidak harus tetap linier tetapi terkadang ada sedikit perubahan, tetapi misi utamanya tidak berubah. Sekarang juga begitu. Misalnya Islam yang bagaimana yang kita akomodasi, ya kalau bisa semua kepentingan umat, tetapi kalau tidak bisa ya harus bagaimana? Nah kemudian kita memilih Islam yang kira-kira moderat, yang sesuai dengan memberikan kontribusi positif bagi perkembangan umat Islam. Bukannya Islam fundamentalis atau ada yang mengatakan garis keras. Bukan kita hindari, tetapi dalam beberapa hal yang lebih banyak terakomodasi dalam visi dan misi Republika adalah Islam-Islam yang lebih moderat itu.
JA	Nah tadi kan bapak katakan bahwa beda antara media Islam dengan media yang menampung aspirasi Islam. Nah ketika sudah menetapkan seperti itu, cara untuk membedakannya sendiri seperti apa, Pak, dalam konteks organisasi kah atau dalam konteks yang memang ujungnya sebagai sebuah wacana?
AS	Nah ya kepentingan besar Islam-lah yang kita lihat. Misalnya, orang yang kelompok garis keras atau fundamentalis dengan orang yang bisa dikatakan bukan santri ya, tapi kan dia juga Islam, tapi kan juga sama sholat, nah kepentingan sholat ini yang kita akomodasi. Bahwa misalnya ada satunya takbirnya dengan tangan di atas atau di bawah, nah kita tidak persoalkan masalah itu. Bahwa ada yang waktu duduk tahiyat dengan posisi dan tangan yang berbeda, kita juga tidak persoalkan itu. Atau bahwa ada yang sholat shubuh menggunakan doa <i>qunut</i> atau tidak, kita juga tidak persoalkan hal tersebut. Nah sholat dan keyakinan bahwa Allah itu Esa, itu yang kita tampung aspirasinya. Perbedan-perbedaan itu jangankan Republika, jaman dulu sampai sekarang pun yang namanya khilafiah itu tak pernah terselesaikan. Kita tidak bermain di situ, artinya kita tidak mempersoalkan hal-hal seperti itu, tetapi kepentingan yang lebih besar dari umat Islam itu, itu yang kita akomodasi.
JA	Apa itu juga bagian dari sebuah hal yang dianggap keterbatasan atau tidak, Pak?
AS	Bisa jadi, tapi ini tergantung dari bagaimana orang melihatnya, dari kacamata mana. Tapi pandangan lain kan juga ada yang mengatakan bahwa itu kan pilihan Republika. Artinya kita tidak sejak awal mengatakan itu keterbatasan, tetapi karena kita sudah memilih untuk berada di jalur ini, nah itu lah yang kita bawa sampai ke 'ujung jalan'. Tapi orang lain mengatakan, itu kan keterbatasan.
JA	Tapi kalau di Republika sendiri itu dianggap apa?
AS	Sejak awal itu sudah pilihan, kita sudah menetapkan bahwa itu pilihan. Kita akan berada di jalur ini. Kita tidak akan mempersoalkan hal-hal yang bersifat khilafiah atau yang mempersoalkan rantingnya, kita membahas persoalan utamanya. Ini sudah masalah prinsip. Misalnya dulu pernah ada shalat yang diterjemahkan ke Bahasa Indonesia? Di sini, Republika <i>kekeh</i> untuk memegang prinsip itu.
JA	Berarti dalam arti bisa juga misalkan katakanlah ketika Republika di tengah yaitu tidak ekstrim kiri ataupun kanan, tapi ketika dalam beberapa isu, itu juga bisa sama dengan apa yang fundamentalis katakan.
AS	Sangat mungkin, karena orang fundamentalis memandang shalat berbahasa Indonesia kan juga sama dengan kita. Tidak semua pemikiran kelompok fundamentalis berbeda dengan pemikiran yang moderat. Jangankan itu, orang yang terkadang aliran agamanya berbeda memiliki kepentingan yang sama dalam hal tertentu. Ada hal yang mungkin sama antara kita dengan orang-orang yang fundamentalis. Tetapi juga ada hal yang tidak sama, kita ingin menjalankan kebenaran tetapi dengan cara kekerasan, nah kita tidak sepakat. Kan ada sebagian fundamentalis yang menggunakan cara-cara itu. Bukan jalan itu yang harus kita pilih, itu misalnya. Tapi untuk hal tertentu, seperti penolakan terhadap aliran Lia Eden, kita memiliki pemikiran yang sama dengan yang fundamentalis, itu dari sisi yang langsung terkait dengan persoalan agama atau orang lain menyebut itu ibadah <i>Mahdhah</i> . Tapi hal-hal yang politis misalnya upaya peminggiran kelompok Islam dalam hal politik itu kita upayakan agar bisa dieliminasi, bisa dibuat sekecil mungkin, sehingga semua punya kesempatan yang sama. Dulu pada awalnya sangat terasa, upaya untuk meminggirkan Islam dalam percaturan politik nasional, misalnya partai Islam saja suatu hal yang ditakuti, sehingga semua harus berasas Pancasila. Dari hal ini Republika relatif berhasil. Atau

	<p>misalnya lagi, ini yang diluar hal politik praktis, walaupun sebenarnya masih ada kaitannya dengan politik. SDSB (Sumbangan Dermawan Sosial Berhadiah) khalayak mengakui bahwa Republika berhasil dalam hal ini, yang jelas-jelas judi. Dan Republika kencang sekali terhadap hal itu dan ternyata diakomodasi pemerintah. Padahal saat itu masih Orde Baru yang masih berkuasa dan kuat sekali Pak Harto. Tapi ternyata lewat upaya kita itu bisa, contohnya seperti itu. Kita ingin membawa kepentingan umat atau mengakomodasi kepentingan umat agar bisa mempengaruhi proses pembuatan keputusan atau proses politik yang <i>fair</i>, yang jujur, yang memang memegang prinsip-prinsip kebenaran.</p>
JA	<p>Kalau dikatakan wacana yang menganggap pada moderat, menampung aspirasi umat, yang katakanlah <i>maslahat</i>-nya paling besar, tapi kalau dilihat sendiri antara era Orde Baru dengan sekarang secara jumlah partai dalam konteks politik, dulu satu sekarang banyak. Pemikiran dulu mungkin cenderung dihimpit sekarang meluas sendiri, nah Republika sendiri boleh juga mungkin dalam konteks litbang menghadapi ini bagaimana, Pak?</p>
AS	<p>Saya kira itu sebelum masuk di litbang ya. Itu ada dua hal yang agak berbeda. Misi kita adalah agar kepentingan umat tidak tersingkirkan, katakanlah itu diakomodasi dalam bentuk, ya sudah partai-partai dengan prinsip-prinsip Islam dipersilahkan untuk tetap bisa berjalan. Kalau pada perkembangannya kemudian lahir banyak partai politik yang orang memandang itu justru merugikan kepentingan masyarakat secara keseluruhan, nah ini bukan proses politik kepentingan umat melainkan kepentingan masyarakat secara keseluruhan, nah marilah kita bicara. Sedikit partai dengan banyak partai, manfaat dan <i>mudharat</i>-nya itu sejauh mana. Itu sudah kepentingan nasional secara keseluruhan, tidak melulu merupakan kepentingan umat aja. Maka itu proses politik yang wajar saja. Bagi Republika ya nilai positif saja yang kita terus gelindingkan. Kalau kita memiliki pandangan bahwa sistem sedikit partai itu memberikan lebih banyak manfaat, saya kira Republika juga akan menyuarakan itu. Tentu lewat kajian yang mendalam plus minusnya bagaimana. Tapi kalau dalam perkembangannya mayoritas masyarakat secara luas mengatakan bahwa lebih banyak manfaatnya dengan partai politik sehingga hak kita tidak 'terkebiri', kita masih tetap memperoleh kebebasan berpendapat, kan seharusnya ini harus dihargai kebebasan untuk berpendapat, kebebasan untuk hidup, kebebasan untuk memperoleh kehidupan yang layak, seperti HAM (Hak Azasi Manusia). Kalau pandangannya seperti itu, ya kita akan mengikuti jalan tersebut. Sampai sejauh itu, saya kira tidak lagi semata-mata mewakili kepentingan umat, tetapi keseluruhan bagi masyarakat luas. Oleh karena itu, ya diskusi biasa saja, tidak selalu harus terus membawa misi kepentingan umat dalam arti sempit. Kalau kepentingan umat sudah terakomodasi ya sekarang kepentingan nasional bagaimana. Misalnya kita bicara memberantas kemiskinan, itu kan tidak hanya kepentingan umat. Ini sudah masuk kepentingan nasional secara keseluruhan. Ya kita duduk bersama bagaimana memberantas kemiskinan. Tapi kalau hanya mengoptimalkan zakat, nah berarti kepentingan umat, karena mengoptimalkan zakat itu kan hanya kepentingan umat Islam saja. Saya kira umat agama lain tidak ada kepentingan zakat, tapi bagaimana masyarakat sejahtera, nah ini kepentingan masyarakat.</p>
JA	<p>Cara untuk mengimbangi antara kepentingan umat dan bukan seperti apa Pak?</p>
AS	<p>Prinsip-prinsip beragama itu kan setiap orang punya. Setiap agama punya. Nilai-nilai agama yang mendasari kita berperilaku menjalankan kehidupan sehari-hari, itu yang mewarnai misi atau visi kita. Kalo kebetulan nilai-nilai itu juga sama dengan kepentingan nasional, kepentingan masyarakat pada umumnya, ya kita mempersilahkan masyarakat umum membahas secara bersama mendiskusikan masalah itu. Jadi titik temunya di situ. Tapi kalau itu persoalan internal agama maksudnya Islam katakanlah, ya kita tidak akan mengajak, tidak akan memaksa kelompok lain untuk mengikuti pola pikir seperti itu. Tapi bukan berarti nilai-nilai Islam itu menjadi universal, sangat mungkin. Misalnya Islam anti maksiat apa umat agama lain juga tidak anti maksiat. Sebenarnya mereka kan juga punya prinsip atau pandangan, namun dalam perjalanan sejarahnya kelompok-kelompok tertentu itu lebih permisif atau bisa menerima hal-hal yang menyerempet maksiat. Sebenarnya berarti itu tergantung orangnya, tapi pemikiran mulianya mereka anti maksiat. Nah itu kita tetap berpandangan begitu. Kalau memang itu unsur agama dan kebetulan memang sama dengan kepentingan prinsip agama Islam dan sama dengan agama lain ya kita akan tetap mengundang kelompok agama lain untuk mendiskusikan itu. Tapi kalau itu</p>

	hanya kepentingan Islam, ya kita tidak akan memaksa orang lain untuk berperan mengusung atau membawa misi yang diakomodasi Republika itu.
JA	Jadi bisa dikatakan bahwa yang diutamakan adalah internalnya umat ini sendiri, ketika ini membawa aspek yang lebih besar akan diakomodir atau tidak itu sebuah pilihan ya.
AS	Tapi kalau kemudian akomodasi itu sudah terpenuhi selanjutnya bagaimana. Ya ibaratnya kita tidak beda dengan media lain, pada awal saja mau dibawa ke mana ini. Misalnya sekarang saja tokoh-tokoh Islam sudah banyak tampil, selanjutnya bagaimana? Ya kita tetap mengawasinya tidak melulu harus membawa kacamata sempit tadi, tapi kepentingan masyarakat secara keseluruhan. Kalau kemudian tokoh-tokoh Islam sudah tampil, ya dia harus bisa membawa negara dalam kondisi sejahtera. Dia harus membawa negara ke dalam sistem hukum yang adil. Dia harus bisa membawa negara yang melindungi seluruh masyarakatnya. Kalau tidak seperti itu, kita tetap akan memberikan kritik, sekali pun yang tampil adalah tokoh umat. Karena dia sudah menjadi posisi yang milik semua golongan, ya dia harusnya bisa berperilaku seperti harapan kita semua.
JA	Nah, kembali dengan konteks kemunculan Republika, jadi hal yang menarik juga. Ketika dulu Republika dengan modal yang begitu kuat relasinya dengan pemerintah sendiri apalagi dengan dukungan ICMI dibandingkan dengan sekarang, konsekuensi apa saja yang timbul di masa dulu dan yang berbeda di masa sekarang?
AS	Ada hal positif dari yang masa lalu. Misalnya begini, karena hubungan pemerintah begitu kuat, di bawah payung ICMI yang mayoritas diisi oleh tokoh-tokoh yang punya nama baik di dalam pemerintahan maupun di luar pemerintahan dan pengaruhnya di pusat pemerintahan juga kuat. Hal positifnya adalah suara Republika banyak didengar. Jadi setiap kita membuat berita-berita yang terkait dengan kebijakan kementerian tertentu, itu akan menjadi perhatian utama mereka, ya segan istilahnya, karena pengaruh besar dari organisasi dan tokoh yang memayungi Republika. Tapi pasti ada sisi negatif, kalau ada hal yang sensitif terkait dengan kebijakan pemerintahan, kita tidak bisa leluasa lagi karena nantinya akan menyinggung pusat pemerintahan dan pernah terjadi juga. Gara-gara tulisan keras dari resonansi Republika yang menyinggung pemegang kekuasaan, waktu itu menggambarkan saya agak lupa, kalau tidak salah petinju yang tidak terkalahkan tetapi akhirnya kalah juga, resonansi yang dikatakan oleh Pak Amien Rais saat itu mengatakan sekuat sekokoh apapun manusia itu ada batasnya, jadi kalau memang sudah usianya lanjut dan harus menyadari kondisi itu ya itu hukum alam, itu sudah <i>sunnatullah</i> , sudah tuntunan Allah. Seharusnya sudah tahu diri lah, yang maksudnya waktu itu menyindir Pak Harto yang terus berkuasa. Kemudian tidak lama akhirnya pimpinan Republika diganti. Nah contohnya seperti itu. Kalau sisi negatif atau sisi berat kesulitannya. Kondisi sekarang ya kita menjadi lebih leluasa karena kita tidak terikat dengan pemerintah. Tapi mungkin pengaruh kita jadi tidak bisa sekuat dulu, karena faktor-faktor tadi sudah lepas dari Republika, seperti faktor-faktor dipayungi oleh organisasi besar, tokoh-tokoh yang berpengaruh di level pusat. Ya tetap ada plus minusnya.
JA	Kalau dulu, katakanlah Republika punya kans yang besar untuk kekuatan apapun tentang wacana yang bergulir jadi benar-benar ditanggapi oleh masyarakat, tetapi dengan hubungannya kepentingan umat sendiri bagaimana cara untuk menangani hal yang sensitif dengan pemerintahan namun berpengaruh bagi kepentingan umat?
AS	Kalau membuat satu contoh kasus itu mungkin saya agak susah memberikan contohnya, tapi secara umum begini, kalau kebijakan pemerintah itu tidak melanggar prinsip-prinsip keberagamaan, kita masih bisa menerima. Misalnya penggantian pejabat, A kepada B, kita mungkin tidak terlalu mempersoalkan. Tapi kalau kebijakan itu sudah melanggar prinsip keagamaan, misalnya tanpa alasan membongkar sarana ibadah umat Islam atau masjid, ya kita akan beraksi, sama halnya dengan masalah SDSB tadi yang sebenarnya judi dilarang dalam Islam, itu kita pegang teguh. Tapi pemerintah waktu itu <i>ngotot</i> , karena katanya itu mobilisasi dana untuk kepentingan pembangunan, kita sendiri tidak tahu apa benar penggunaannya apakah hanya untuk menyetorkan kepada atasan, kan kita tidak tahu, karena itu kebijakan pemerintah dan yang melindungi SDSB tersebut juga pemerintah, dan kalau tidak salah, salah satu operatornya merupakan kerabat Istana. Cara bermain kita ya kita mulai secara pelan. Itu Cuma cara menyiasati saja. Kita gak frontal. Misalnya, diskusi dan istighosah di daerah-daerah. Kalo penolakan di

	daerah sudah kuat dan kalau ulama-ulama sudah sepakat menolak, Pemerintah mau tidak mau akan mengakomodasi. Wong umat Islam itu katanya 85% (mayoritas di Indonesia). Jadi tanpa mereka merasa dipermalukan. Kalau kita melakukan protes secara keras, itu mungkin sulit, meskipun penolakan-penolakan massal di daerah terjadi. Kita ambil contoh bagaimana orang yang hidup pas-pasan tetapi dia kecanduan SDSB akhirnya dia menjual barang sampai dia kemudian menelantarkan anaknya, ibaratnya menjual anaknya, rumahnya pun habis dan dia menjadi gelandangan, kita tampilkan sosok seperti itu untuk mengingatkan kepada pemerintah bahwa SDSB adalah kebijakan yang salah. Jadi cara nyiasati pemberitaan saja.
JA	Tapi kan katanya ketika penggalangan di daerah-daerah itu apakah memang dalam pemberitaan atau dalam bentuk tindakan nyata misalkan diskusi, itu bagaimana, Pak?
AS	Ya kita sebenarnya menjual gagasan saja. Secara umum kita pemberitaan sebenarnya, tapi kan dalam suatu forum kita kan sering juga diundang oleh orang-orang yang katakanlah tidak setuju dengan kebijakan SDSB itu. Kemudian di situ kita memberikan masukan, sebaiknya dibuat pernyataan atas ketidaksetujuan atas pengelolaan SDSB atau pelaksanaan SDSB. Dengan cara bagaimana sebaiknya, itu contohnya.
JA	Kalau dalam konteks itu apakah masih memanfaatkan relasi antara Republika dengan ICMI ataupun dengan non Republika yang dalam konteks ini harus disiasati juga?
AS	Saat itu sangat. Jadi orang-orang ICMI juga memberikan masukan. Kita harus pintar bermain, jangan sampai itu langsung menyampaikannya dalam bentuk kasar, sehingga pemerintah, dalam hal ini presiden, khususnya tersinggung kemudian malah marah. Tapi pada saat puncaknya memang saat sidang penentuannya, di mana menteri sosial saat itu adalah Endang Kusuma Inten Suweno, di luar persidangan ulama berkumpul se-JABODETABEK, doa bersama agar pemerintah mencabut pengoperasian SDSB. Artinya momen raker Departemen Sosial dengan DPR kita manfaatkan sekaligus dengan berkumpulnya puluhan bahkan ratusan ulama se-JABODETABEK. Momen tersebut mendukung misi Republika untuk menyalurkan kepentingan umat untuk mencabut pelaksanaan SDSB tersebut.
JA	Dalam konteks lain juga mungkin isu-isu juga tidak seperti yang benar-benar jelas bahwa ini adalah kepentingan umat, perjudian dan sebagainya, tetapi dalam konteks yang kekuasaan kah atau politik, itu seperti apa?
AS	Kalau di luar kepentingan umat, meskipun sebenarnya semua ada kaitannya dengan kepentingan umat, tetappi tidak semata-mata hanya kepentingan umat, ya kita bekerja sesuai prinsip profesionalisme jurnalis. Jadi misalnya kita harus melaksanakan pemberitaan yang berimbang, <i>cover both sides</i> . Kita harus memverifikasi sumber. Kita harus mengadakan cek dan ricek terhadap informasi maupun terhadap narasumber. Kita tidak boleh menghakimi dalam proses pemberitaan. Artinya secara prinsip kita harus bekerja normal sebagai sebuah media pada umumnya, jadi tidak membedakan lagi antara Republika dengan bukan Republika. Misalnya pemerintah punya kebijakan untuk perlunya, bukan pemerintah ya tapi semua masyarakat menyatakan perlu menaikkan anggaran pendidikan, ini kan untuk kepentingan semua. Republika menganggap ya memang perlu, karena anggaran pendidikan kita sangat rendah, dan karena itu kualitas SDM juga ikut terpengaruh karena keterbatasan anggaran pendidikan itu. Kita di sini juga melakukan proses yang sama dengan media lain, misalnya bersuara untuk agar pemerintah melipatgandakan anggaran pendidikan, alasannya apa? mungkin tidak akan berbeda jauh dengan media lain, kita melakukan tugas rutin yang sama dengan media pada umumnya.
JA	Tapi kalau dikembalikan kepada latar belakang dan konteks kemunculan sendiri kan ya Republika punya sensitifitas resmi dengan pemerintah sendiri, Republika menyiasati hal tersebut bagaimana?
AS	Begini contohnya, saya lanjutkan dari contoh anggaran pendidikan tadi. Anggaran pendidikan ini kan akan berlanjut lagi, apakah anggaran pendidikan untuk umum atau anggaran pendidikan agama, nah kita bisa bermain di agama. Misalnya anggaran pendidikan umum sekian persen, sedangkan pendidikan agama terlalu rendah kalau pendidikan agama hanya sekian, karena potensi sumber daya umat akan tetap tertinggal. Misalkan anggaran pendidikan umum, kalau untuk anggaran pendidikan perguruan tinggi oke lah jika tinggi, karena universitas Islam tidak terlalu banyak sehingga pembiayaannya lebih sedikit. Tetapi kalau dengan pendidikan dasar belum tentu sekolah dasar islam lebih sedikit dari sekolah dasar

	umum, karena pesantren banyak sekali. Madrasah-madrasah ibtidaiyah juga banyak, nah ini harus proporsional, nah di sini kita bisa bermain di tingkat itu.
JA	Sekarang kalau dalam konteks katakan lah ada yang berubah walaupun tadi dikatakan bahwa hanya ranting-rantingnya saja yang berubah, tapi dalam konteks bahwa ketika kita melihat dalam kondisi pasar, industri media sekarang itu berubah. Dulu yang awalnya <i>state regulation</i> , sekarang <i>market regulation</i> . Republika sendiri menghadapi keragaman wacana lain selain keragaman wacana Islam tadi, dalam konteks industri media itu sendiri, pemain semakin banyak. Bagaimana Republika menghadapi hal ini?
AS	Kalo itu gak bisa kita hindari. Kita juga kan termasuk dalam industri. Jadi kita juga bermain di situ. Kita juga harus memperhatikan segmen pasar yang ada. Kita juga harus memperhatikan kepentingan pembaca secara keseluruhan. Gak semata-mata karena hanya membawa misi kepentingan umat lalu akan terjual, gak juga. Kita juga harus memperhatikan kondisi pasar. Kalo misalnya, ini berkenaan dengan riset yang dilakukan Litbang, masyarakat kita ingin menampilkan sajian berita yang bahasanya gak terlalu keras. Bahasanya yang <i>soft</i> tapi mengena. Jangan kasar. Kalo kasar malah mereka gak suka. Maka kita akan mengubah tampilan bahasa, tampilan judul, tampilan pemberitaan, dengan gaya bahasa yang lebih halus. Kalo misalnya pasar menghendaki informasi iklan tentang lowongan kerja, kita akan memperhatikan. Semacam itu. Artinya kondisi pasar gak bisa kita nafikan. Kita juga butuh. Kalo potensi pasarnya seperti itu, ya kita akan ikuti. Tapi ngikutinya sampai sejauh mana? Ya sejauh prinsip visi dan misi kita gak terlanggar. Gak belok gara-gara itu. misalnya pasar mengatakan, kita suka tampilan-tampilan yang terbuka. Nah itu kan melanggar prinsip misi yang kita bawa. Kecuali satu, olah raga, kita masih susah. Contohnya, pertandingan renang. Fotonya mau gimana, susah. Tenis putri, tahu sendiri kan. masa pas main, tapi fotonya pas dia di rumah. Kan fotonya pas dia mukul. Tapi kalo kesimpulan pembaca dari hasil riset kita mengatakan bahwa mereka ingin foto-foto yang di depan itu foto-foto yang seronok, jorok, kita gak bisa. Kepentingan pasar kita ikuti sejauh itu tidak bertentangan dengan prinsip kita.
JA	Ada gak sih cara-cara untuk menjaga prinsip-prinsip tersebut seperti apa? Apakah ada pegangan khusus, misalnya ulama tertentu.
AS	Jadi kalo kita ikut aliran tertentu, itu gak. Pemikiran <i>mainstream</i> aja. Tidak pada JIL (Jaringan Islam Liberal) atau Hizbut Tahrir atau FPI (Front Pembela Islam). Kita juga bergaul dengan beberapa kalangan. Kita juga punya tokoh-tokoh agama yang peduli dengan Republika. Kita <i>share</i> aja, tukar informasi. Itu yang menjadi pegangan. Masukan-masukan itu kita saring, kita diskusikan dalam forum internal Republika. Misalnya ada raker karena ada perubahan perkembangan, visi dan misi kita mengalami perubahan. Kemudian diputuskan perubahannya seperti apa. Itu akan memberi warna perjalanan Republika ke depan.
JA	Forum atau raker tadi itu dijalankan secara periodik?
AS	Rakernya periodik. Tapi visi dan misinya tidak selalu dibahas. Misalnya tahun ini ada raker secara umum, tapi visi dan misi gak usah disinggung. Ya berarti visi dan misi tetap. Seingat saya baru 3-4 kali visi dan misi itu berubah. Alasannya karena ada perubahan situasi. Tidak selalu perubahan pun pada hal-hal yang mendasar. Tapi Cuma tambahan saja. Tapi bukan tidak mungkin suatu saat perubahannya agak mendasar.
JA	Yang 3-4 kali itu seperti apa?
AS	Rincian kata-katanya saya udah lupa sih ya. jadi misalnya ada tambahan bahwa Republika harus menjadi organisasi yang modern, memegang prinsip-prinsip atau kaidah manajemen secara modern, artinya itu menegaskan aja bahwa karena kita bekerja di Republika terus lillahi ta'ala. Karena khawatir kalo tidak diberi itu, nanti kalo Republika dipimpin orang lain digaji rendah terus karena dianggap lillahi ta'ala. Disamakan seperti kerja di mushola. Makanya prinsip itu kita cantumkan. Artinya kalo manajemen secara modern ya ada kepentingan bersama lah. Kita juga karyawan punya kepentingan yang lain. kalo misalnya media lain dengan level sama, memberi penghargaan karyawan dengan penghasilan sekian, ya kita harus bisa menyesuaikan dengan industri media pada umumnya.
JA	Dalam hal manajemen, selang beberapa waktu setelah Orde Baru, terjadi pergantian kepemilikan dari Yayasan Abdi Bangsa ke Mahaka Media, itu kondisinya seperti apa?
AS	Gini. Dulu kan Republika di bawah ICMI yang dipimpin Pak Habibie. Setelah Pak Habibie tidak

	menjadi Presiden, beliau kan lebih banyak di Jerman karena kondisi istrinya yang sakit. Pak Habibie mungkin tidak bisa berpikir lagi tentang hal yang bagi beliau itu kecil, kaya Republika. Tapi kalo tentang negara mungkin masih mau diajak berdiskusi. ICMI sendiri kan praktis seperti kehilangan pegangan. Kalo dulu kan jaman Pak Habibie gampang untuk penggalangan dana. Setelah Pak Habibie nggak, susah untuk itu. orang-orang dihimbau atau diminta untuk melakukan donasi pada Republika tidak segampang itu. 'saya dapat apa', ibaratnya begitu. Dalam kondisi yang serba susah begitu, sementara perkembangan waktu itu juga tidak kondusif untuk industri media. karena krisis kan tingkat pendapatan turun. Oplah koran juga semuanya turun. Akhirnya dicarilah jalan keluar kalo Republika harus diselamatkan. Mencari orang yang mau mendanai.
JA	Sekarang yang saya ingin tanyakan agak lebih ke bawah lagi, terkait dengan Litbang sendiri fungsi dan posisinya di Republika seperti apa Pak?
AS	Litbang itu khusus memberi masukan kebijakan di tingkat redaksi, di tingkat direksi, termasuk di dalamnya adalah marketing. Jadi secara periodik kita melakukan kajian-kajian, mungkin riset internal, mungkin juga melakukan riset eksternal. Artinya, melakukan ke luar. Dari hasil riset itu kita memberikan masukan kepada yang terkait dengan keredaksian kita masukin ke redaksi, yang terkait marketing juga kita masukin ke bidang marketing, termasuk juga misalnya yang terkait dengan iklan, distribusi dan sebagainya. Nah selanjutnya apakah selalu hasil rekomendasi dari Litbang itu dijalankan, itu tergantung pimpinan masing-masing. Jadi tingkatan kita sampai pada tahap memberi masukan. Keputusan tetap ada di tangan direksi. Karena ada beberapa hal yang misalnya rekomendasi dari Litbang juga tidak ditindaklanjuti. Itu saya kira proses yang wajar.
JA	Contohnya seperti apa Pak?
AS	Ya misalnya dulu rekomendasi agar pemberitaan itu <i>by line</i> . Artinya nama penulisnya dicantumin. Kan itu di Rebulika gak ada. karena tuntutan profesionalisme jurnalis memang kaya gitu. pernah juga dulu, Republika punya suplemen berita jumat itu, yang itu bisa dilepas karena akan memberi keuntungan sendiri. Ternyata pimpinan takut kalo nanti dilepas, Republika akan pelanggannya jadi turun. Misalnya itu. itu dua dari sekian contoh.
JA	Kalo dalam tahap pemasukan saran atau rekomendasi itu dalam konteks mekanisme praktisnya seperti apa?
AS	Kita kan ada forum pertemuan rapat koordinasi dengan pimpinan. Seminggu sekali.
JA	Pimpinan itu maksudnya?
AS	Dewan Direksi dengan manajemen. Itu ada rapat koordinasi. Disitu kita bisa memberikan masukan. Tapi misalnya kalo khusus hasil riset, setelah selesai riset kita biasanya presentasi. Dari situ akan diketahui masukan apa atau rekomendasi apa yang disampaikan oleh Litbang. Dan mana yang perlu dan bisa ditindaklanjuti. Tapi tidak semua rekomendasi itu ditindaklanjuti.
JA	Yang dibahas dalam rapat koordinasi biasanya apa Pak?
AS	Menyeluruh. Tapi kalo presentasi ya khusus tentang riset saja. Dan riset pun itu tidak semata-mata temuan dari Litbang. Suatu saat bisa saja bagian iain order, eh kami ingin riset tentang persepsi pembaca tentang sajian baru Republika atau wajah baru Republika. Tetapi bisa juga riset usulan dari kami. Kayanya perlu diriset deh tentang ini, terus mereka ok. Setuju. Jadi bisa dua arah.
JA	Bagaimana perbedaan mekanisme tersebut antara era Orde Baru dan sekarang?
AS	Tidak ada. Tapi kalo dari kebijakan pemberitaan, terutama yang bersinggungan dengan kebijakan pemerintah itu ada. Dulu jaman Orde Baru kalo ada berita-berita apa yang kira-kira menyangkut kepentingan pemerintah itu mereka selalu nelpon. Bahkan dia rutin minta dilapori HL (<i>Headline</i>) media-media besar itu apa. Eh, judulnya jangan begitu. Departemen Penerangan begitu dulu. Tapi kalo setelah Orde Baru, gak ada. jangankan dulu Departemen Penerangan, Hankam aja ketika kita habis jumpa pers dengan Panglima TNI, yang dulu namanya Staf Penerangan Hankam, tapi bukan Kapuspenkum-nya ya, stafnya yang letkol atau apa itu, nelpon, beritanya apa ya yang hasil jumpa pers tadi. kalo sekarang nggak. Kecuali kalo menteri yang sangat dekat dengan pimpinan media tertentu, tolong jangan keras-keras lah. Tapi mereka relatif tidak campur lagi. Kalo dulu ketat sekali. Harmoko dulu kan jumpa pers di Istana Presiden, besok mau berita kan ini, eh tolong yang inflasi itu jangan dijadikan HL ya. karena itu berarti kerja Pemerintah kurang bagus dalam mengendalikan inflasi. Bisa begitu.
JA	Litbang sendiri mungkin sering mengadakan riset tentang kondisi pasar, terutama pembaca, apa ada yang berubah juga dengan pembaca Republika, terutama, antara era Orde Baru dengan Era Reformasi?
AS	Kita rasakan berubah. Tampilan-tampilan kita juga jadi lebih menyesuaikan pada perkembangan dan situasi yang ada sekarang ini. misalnya pertumbuhan internet kan udah begitu tinggi. ya ada peningkatan yang tajam lah walaupun belum tinggi, karena densitas pengguna internet itu baru 25-26 %. Orang-orang

	<p>kan sebenarnya informasi-informasi tentang berita-berita yang akan turun besok itu kan udah tahu dari internet. Artinya kebutuhan berita kita juga harus menyesuaikan. Gak boleh sama. Misalnya begini, Pemerintah memutuskan untuk menaikkan harga BBM. Masih memutuskan. Kalo berita tetap, Pemerintah menaikkan harga BBM, itu udah dilihat di internet atau TV. Nah kita bisa tindaklanjuti dengan reaksi masyarakat seperti apa. Tapi tidak semua bisa begitu. Misalnya, pertandingan bola skor akhirnya 1-0 terus kita tindaklanjutinya dengan menulis berita, Masyarakat Senang. Itu juga kurang bagus. Tapi, Indonesia Tampil Luar Biasa. Jadi tidak semua berita kita bisa buat tindaklanjutinya dengan bobot yang sama. Tapi ada berita-berita tertentu yang harus kita sajikan. Artinya, mengikuti perkembangan yang terjadi di mata pelanggan, untuk kebutuhan pelanggan. Kalo pelanggannya sudah terbiasa dengan informasi itu ya kita harus mengubah isi atau tampilan atau sajian kita.</p>
JA	<p>Kalo dipersempit lagi dengan konteks masyarakat muslimnya sendiri yang menjadi pasarnya dari Republika kaya gimana?</p>
AS	<p>Ada kalo saya melihat ini ada perubahan, tapi perubahannya pelan, tidak signifikan. Misalnya begini, secara umum masyarakat sekarang sudah bisa menyaring informasi dari berbagai pihak. Jadi tidak, kalo dulu tanpa memandang siapapun memandang persoalan, itu ulama ngomong A, mereka cenderung patuh. Sekarang nggak, karena mereka bisa menerima informasi dari berbagai pihak, dari televisi, radio, dan internet, ulama ngomong A pun belum tentu mereka setuju. Republika dalam memberitakan juga begitu. Ada ulama ngomong begini, jangan dulu di-<i>blow up</i>, belum tentu loh ulama itu diperhatikan oleh umat. Belum tentu ulama itu didengar suaranya. Itu kita cari informasi lain, ulama yang lain gimana. Dari situ kita bisa memberitakan yang kita-kira yang lebih memenuhi kepentingan umat, yang mana. Jadi fanatisme jaman dulu sama sekarang udah beda. Republika sendiri, di sisi lain, kan dari dulu tidak suka kontes Ratu-ratuan Sejagad (Miss World/Universe), tapi tidak menutup kemungkinan kalo 50 tahun ke depan mungkin karena kelompok-kelompok Islam yang ada justru mendukung asalkan menutup aurat, Republika mungkin akan mengikuti.</p>
JA	<p>Mungkin sekarang masalah pemikiran Islam sendiri. Ulama juga sekarang lebih bebas untuk mengatakan berita atau wacana, ini ini, dibanding dulu. Apakah ini juga memperbesar usaha yang harus dilakukan oleh Republika?</p>
AS	<p>Iya. Otomatis kita juga mesti jauh lebih berpikir. Contohnya kemarin ketika ada salah satu Ketua MUI ngomong mengkonsumsi premium itu haram. Kita lihat bener. Kita gak bisa serta merta menampilkan sebagai judul HL, karena soal halal-haram kan soal kepentingan umat. Ini premium, nanti dulu. Kita tanya reaksi ulama-ulama yang lain. Banyak yang beda pendapat. Masyarakat pun beda pendapat. Jelas berita ini tidak masuk dalam prinsip pemberitaan kita. Artinya apa, kita juga harus ngikuti. Ngikuti untuk tidak serta merta begitu aja mengakomodasi suara dari salah satu Ketua MUI itu tadi. Kita harus mencari informasi kesana kemari. Tugas kita menjadi 'luas' lagi. Coba kalo kita jadikan HL, haram hukumnya mengkonsumsi premium, semua akan mencera Republika. Contohnya seperti itu. orang lebih ngerti kok. Dia bisa mencari informasi dari berbagai sumber. Dan mungkin dia bisa komunikasi langsung dengan beberapa ustadz. Lewat dialog radio, misalnya. Kalo MUI berkata begitu, ya tidak serta merta akan dipatuhi oleh masyarakat.</p>
JA	<p>Kembali ke masalah teknologi, media massa lebih sangat beragam, punya karakteristik tersendiri, Republika sebagai surat kabar ada beberapa wacana yang mengemuka bahwa surat kabar mampu bertahan atau nggak ke depan. Republika menghadapi kondisi ini bagaimana Pak?</p>
AS	<p>Itu juga tantangan yang tidak ringan ke depan. Karena terkait dengan industri pers. Jadi tidak serta merta sentimen keagamaan yang dibawa. Kalo cuma bawa itu ya susah. Ok, masyarakat kita 85 % Islam. Yang mayoritas miskin juga Islam. Segmen pasar yang tidak bagus untuk media Islam. Belum lagi perubahan kebiasaan membaca. Sekarang tidak lagi koran cetak, tetapi internet atau mungkin TV. Itu juga menjadi pertimbangan Republika untuk menjaga atau mengembangkan bisnis media massa ke depan. Kalo suatu saat kondisinya memang berubah, ya kita akan bermain di dunia maya dengan lebih intensif. Selain itu juga Republika sudah mulai merilis Alif TV. Masih terbatas pada TV kabel. Tapi bukan tidak mungkin perkembangan media massa secara keseluruhan. Juga persaingan pasar media seperti apa. Tapi keterbatasan dana juga menjadi tantangan tersendiri. Misalnya, kita gak bisa sebesar Trans TV yang sekarang punya TV 7, Detik.com punya mereka juga. Ya berarti modalnya gede. Jadi itu salah satu faktor tersendiri. Tapi kita juga berhitung seperti itu ke depan.</p>
JA	<p>Sebetulnya ada gak sih hasil riset dari Litbang sendiri yang menunjukkan karakter pembaca Republika itu seperti apa? Dalam konteks pemikiran Islamnya atau hal lain juga.</p>
AS	<p>Ini agak susah juga ya mendeskripsikannya. Umumnya mereka rasa keberagaman tinggi, tapi bukan sentimen keagamaan ya. jadi mereka umumnya orang yang patuh dan taat menjalankan mungkin rukun</p>

	Islamnya itu. Walaupun ada sebagian juga pembaca Republika yang masih kuat rasa sentimen keagamaannya, ya mungkin bisa dibilang fundamentalis, tapi jumlahnya tidak terlalu banyak. Umumnya rasa keberagaman tinggi, tapi mereka punya pandangan ke depan yang barangkali lebih melihat umat itu egaliter. Jadi moderat, egaliter, penuh toleransi, tapi punya pemikiran dan harapan yang sama untuk tujuan dan perkembangan Islam. Kira-kira seperti itu. tapi susah mendeskripsikannya. Kalo level SSE-nya berapa ya A,B. C sedikit. Kira-kira seperti itu. jadi mereka khusus beragama, tapi tidak fundamentalis, walaupun ada juga.
JA	Islam Republika juga adalah Islam yang kosmopolitan, berorientasi kota dan modern. Kalo persebarannya sendiri masih sebatas di kota-kota besar kah?
AS	Ya itu harus kita akui. Faktornya macem-macem. Bisa, pertama, tingkat pendapatan masyarakat Islam sendiri di pedesaan masih terbatas, sehingga koran itu bukan kebutuhan mereka setelah kebutuhan pokok. Mungkin karena kebutuhan sehari-hari aja susah, jadi gak terpikir untuk baca koran. Bisa jadi juga Republika belum bisa menjangkau mereka yang ada di daerah-daerah. Kan itu butuh biayanya. Dan kalo kita lihat permainan media itu gak sederhana yang kita bayangkan. Kita ngirim koran di daerah, bisa jadi sama agen ditumpuk aja, karena dia 'diancam' oleh media lain karena dia kan tidak menjadi agen tunggal, tapi agen media lain. oleh media besar, itu jangan diedarkan lah. Tapi kan sebenarnya mengurangi penghasilan mereka kan kalo gak diedarkan. Mereka diiming-imingi, kalo itu diedarkan itu udah nanti gua kasih bonus tambahan.
JA	Strategi Republika untuk menjaga ketidakpastian atau ancaman-ancaman itu gimana?
AS	Ya kita fokus pada pasar yang mungkin bisa kita jangkau, antara lain Jabodetabek. Di kota-kota besar. Sebatas itu. ada rencana juga membentuk 'agen steril', yang dia hanya menjual Republika saja. Tapi itu butuh biaya besar. Jadi kalo dia hanya agen Republika, kan minimal harus punya pelanggan sekian. Kalo dia belum punya pelanggan sekian, dia pasti gak mau. Bisa juga kita bentuk sendiri agen itu. Tapi kalo kita bentuk sendiri, harus ada jaminan penghasilan tiap bulannya kan bagi dia. Kalo nggak kan matinya juga bisnisnya kan. Republika belum sekuat media lain. Ya ada beberapa media yang udah didapet. Jadi memang butuh kerja keras untuk kesitu. Kalo dana kita gak sebesar media-media itu ya kita fokusnya pada kalangan perkotaan, masyarakat yang membutuhkan informasi yang memang agak berbau agamanya kuat, itu yang kita sasar.
JA	Dalam konteks pelebaran tadi, ada target bahwa di perkotaan memang sangat jelas bahwa untuk dituju, tapi juga ada perdesaan segala macem. Dan mereka tidak signifikan daripada kelas yang A atau B, apakah ini mempengaruhi <i>diversity of content</i> -nya dari Republika? Karena ketika dihubungkan dengan tujuan Republika untuk menampung dan menyalurkan aspirasi umat, tapi umat itu kan gak hanya di perkotaan, di perdesaan juga ada. itu kaya gimana?
AS	Ya. ada pengaruh mungkin. Tapi tidak terlalu signifikan. Kenapa? Ya mereka kan sebenarnya punya wakil. Wakilnya siapa? Kalo di pesantren ya kiyai. Kalo yang ibaratnya di lingkungan itu tokoh agama. Lah tokoh agamanya itu mungkin masih bisa menjangkau. Artinya kepentingan mereka masih bisa kita akomodasi. Walaupun kita tidak bisa secara langsung mengunjungi masyarakat kecil yang di perdesaan. jadi ada proses keterwakilan itu yang menjadi jembatan lagi. Republika menjadi jembatan. Tapi untuk menuju jembatan itu kan ada jembatan kecil. itu yang kita akomodasi. Mungkin juga tidak sepenuhnya mengakomodasi kepentingan masyarakat secara luas. Umat secara luas. Tapi paling tidak, dari situ kita bisa lebih banyak lagi menampung kepentingan mereka.
JA	Kalo diurut dari awal sampe sekarang, yang kecenderungan posisi Republika dilihat dari oplah atau tirasnya dibanding media cetak lain gimana? Kan dulu sempet hampir selevel dengan media cetak yang sudah mapan?
AS	Awal berdiri mungkin tinggi. sempet naik, setelah krisis turun. Ada lonjakan-lonjakan. Tapi kecenderungannya dalam 2 tahun terakhir ini stagnan atau turun. Salah satunya faktornya adalah online. Sebaliknya media-media internet, termasuk Republika.co.id, dalam 2-3 tahun ini trend-nya naik. Secara nasional pun media cetak oplahnya turun. Misalnya, Republika 120 ribu, Kompas 450 ribu, dikumpulkan semua, jadi berapa juta. Menurun semua. Jadi ini hukum alam yang kayanya sulit dilawan. Kan temen-temen pun kalo ke luar negeri, sekarang susah ya keluar negeri itu lihat orang bawa koran. Di Inggris cuma beberapa media cetak aja yang hidup. Kayanya 10-15 tahun lagi di Indonesia juga begitu. Tetep ada medianya, tapi sekedar ada. bahkan dibagikan gratis. Di Inggris tuh begitu. Ada media, lalu petugasnya datang di suatu kawasan, misalnya kawasan yang ramai dengan orang yang lalu lalang. Disitu bagikan koran gratis. Jam 7 sampe jam 8. Jam 8 korannya maish numpuk. Tapi karena dia dibayar itu sampe jam 8, ditumpuk aja gitu, terus dia pergi. Gratis. Nah nanti koran kan nantinya penghasilan koran kan tidak dari pelanggan, tapi dari iklan. Jadi sekalipun dia dijual gratis, tapi omzetnya gede, iklan akan masuk. Dari situ. Sekarang contohnya lagi Kompas. Seandainya sekarang Kompas digratisin pun

	mereka masih untung. Karena pendapatan iklannya jauh lebih menutup.
JA	Kalo di Republika sendiri perbandingan pendapatan antara dari iklan dan pembaca sendiri gimana?
AS	Ini persentase aja. Kalo angkanya juga mungkin tidak bisa disebut. Persentase penghasilan iklan dibanding dengan penghasilan dari penjualan koran itu 1:5 atau 6. Jadi kalo dari iklan misalnya 100 ribu, ya dari penjualan korannya 20 ribu.
JA	Kecenderungan perkembangan dari keduanya makin kesini gimana, Pak?
AS	Ini pengaruh dari pertumbuhan ekonomi juga. Karena terjadi pertumbuhan yang bagus di Indonesia, otomatis pengusaha makin banyak. perusahaan yang sudah ada pun melakukan diversifikasi usaha. Mereka butuh sarana untuk promosi. Karena sampai sekarang saran yang dianggap efektif itu cetak dan TV, belanja iklan cetak dan TV cenderung naik. Tapi saya gak tahu angkanya ya. walaupun sebenarnya oplahnya turun. Iklan di internet kan masih kurang. Gak tahu kalo 5-10 tahun lagi. Sebenarnya aneh juga. Katanya oplah turun, tapi iklan lain. Ya disitu. Karena ekonomi tumbuh.
JA	Kalo di republika sendiri untuk menyasai kaya gitu gimana? Dan kenapa mereka masih bertahan di tengah kecenderungan seperti itu?
AS	Menurut saya, pertimbangan pemasang iklan begini, misalnya koran A, saya anggap Kompas, B adalah Republika, C Media Indonesia. Klien yang memasang iklan itu ngomong harus memasang iklan di dua media besar di Indonesia. terus ada yang nyaranin, Kompas sama Media Indonesia, tapi juga ada orang lain yang berpendapat jangan. Kalo A dan C itu duplikasi pembacanya tinggi. Hampir yang membaca Media Indonesia itu juga pembaca Kompas. Tapi kalo Republika, walaupun mungkin tidak sebesar Kompas, duplikasinya pembacanya rendah. Pembaca Republika itu beda banget dengan karakter pembaca Kompas. Jadi kalo kita pasang di Kompas sama Media Indonesia, sama aja sebenarnya kaya pasang di Kompas, karena mungkin 50-60 % pembaca Media Indonesia juga pembaca Kompas. Lain dengan Republika. Ada yang berpendapat seperti itu. atau kita misalnya ingin mengiklankan produk halal. Orang pasti larinya ke Republika. Orang yang mau masing iklan haji dan umroh ya ke Republika. Iklan bank syariah, ya ke Republika.
JA	Tapi kecenderungan antara iklan yang non-Islam dengan iklan yang syariah atau apa itu, gimana Pak?
AS	Ada pertumbuhan dan makin kelihatan
JA	Jadi ada pergeseran iklan syariah yang semakin banyak ya?
AS	Iya. Saya angkanya gak hapal sih. Tapi harap diingat, media lain kan gak diem. Kompas aja pernah bikin laporan tentang ekonomi syariah sampe sekian halaman. Media Indonesia dan Koran Tempo pun begitu. Artinya ya kita sekarang pun memperhitungkan bahwa tidak hanya Republika. Koran Bisnis Indonesia pun kan begitu. Bank syariah itu ada. jadi artinya pesaing kita juga semakin banyak. ya karena itu tidak otomatis mereka selalu pasang di Republika kalo promosi terkait kepentingan umat. Karena di media lain juga menyediakan serupa, walaupun mungkin rasanya tidak semantep kalo pasang di Republika. Tapi kan pasang iklan kan faktornya bukan Cuma itu. kepentingan pasar. Kedekatan. Yang pasang iklan itu dekat dengan koran Bisnis Indonesia, ya udah lah pasang di sana.
JA	Kalo mengenai sumber daya manusia sendiri, masalah wartawan. Sekarang ada kode etik dan semacamnya, terus dihubungkan dengan karakter Republika sendiri yang walaupun bukan dianggap media Islam, tapi menginspirasi Islam, apakah ada karakter tertentu yang dilekatkan pada wartawan dalam aspek mereka menyampaikan sudut pandang atau analisisnya, itu gimana?
AS	Yang paling utama yang kita tekankan adalah mereka harus paham visi misi dari Republika. Lainnya ya soal kemampuan aja.
JA	Mengasah kemampuan ini bagaimana?
AS	Ya ada prosesnya. Jadi kita proses seleksi pun juga mengarah kesana. Saat pelatihan pun itu juga bekal menambah keterampilan. Sebelum mereka jadi wartawan tetap, mereka juga ada 'masa kontrak'-nya. Beberapa bulan. Setelah itu kita nilai ini kira-kira layak atau nggak. Kalo layak, kita jadikan sebagai karyawan tetap. Yang penting mereka paham visi dan misi Republika. Mereka bisa jadi datang dari kelompok-kelompok....orang NU, Muhammadiyah, ada. Hizbut Tahrir, ada di Republika. Mungkin dia afiliasinya lebih ke FPI, ada. kita tidak persoalkan itu.
JA	Tapi itu juga merupakan 'dunia lain' yang mereka bawa ke Republika, mungkin upaya 'sterilisasi' seperti apa dalam penyamaan visi dan misinya?
AS	Kalo ada wartawan baru kan kita melakukan orientasi. Kita jelaskan visi dan misi Republika. Tapi itu juga kan gak cukup. Seperti kita sekolah kan masuk pertama kan dikasih ospek, tapi kan gak cukup. Tiap hari kan kita bersinggungan dengan persoalan internal dia kerja. Ya kita juga begitu. Ada proses interaksi yang terus berjalan. Makin lama mereka akan semakin memahami bahwa Republika ternyata seperti ini. itu akan memperkaya pengetahuan mereka tentang Republika. Tapi bukan tidak mungkin mereka merasa bahwa tidak cocok dengan Republika. Dia punya kepercayaan yang kuat tentang

	Islamnya sendiri, sehingga berpikiran bahwa bukan dia yang harus menyesuaikan dengan Republika, tapi sebaliknya. Itu mungkin saja.
JA	Ada yang kaya gitu Pak?
AS	Ada. Tapi ya saya tidak bisa memberi contoh siapa.
JA	Nah kalo dulu juga ketika masa transisi antara Orde Baru dan Reformasi adalah masalah sumber daya wartawan. Di Republika disebutkan kekurangan sumber daya manusia, dalam arti ya yang berkualitas jadi kabut. Nah itu gimana kondisinya Pak?
AS	Salah satu faktor yang menjadi daya tarik untuk menjadi wartawan adalah makin berkurang. Itu lahirnya media TV. Jadi pada tahun 1995 kesini, seiring dengan pertumbuhan jumlah TV, idola mereka itu menjadi wartawan TV. Gede banget itu. makanya waktu di kampus-kampus ada proses seleksi untuk wartawan TV, tinggi sekali minatnya. Tapi untuk wartawan cetak, kurang. Kenapa? Di TV bisa tampil. Terutama yang agak modis. Proses aktualisasinya yang bisa langsung mereka rasakan. Tapi kalo wartawan tulis kan gak dikenal siapa orangnya gak pernah dipedulikan pembaca kan. hal lain juga masalah gaji. Itu juga jadi persoalan. Kondisi bisnis media cetak yang stagnan atau malah cenderung turun, kan gak mungkin kita menaikkan gaji berlipat ganda. Pasti kalah dengan gaji televisi. Faktor itu juga menjadi kesulitan tersendiri bagi kami. Sehingga kita juga punya persoalan dengan ketersediaan sumber daya untuk menjadi wartawan. Nah faktor lain kayanya ini berpengaruh. Gaya hidup anak-anak jaman sekarang. Anak-anak sekarang itu kan gaya hidupnya, walaupun tidak semuanya, tapi kecenderungannya makin hedonis. Wartawan itu kan pekerjaan keras yang Masya Allah...ibaratnya malem lagi istirahat pun disuruh liputan. Kayanya mungkin tidak suka. Kalo di televisi masih mending bisa tampil dikit jadi terkenal. Lah wartawan tulis kan gak terkenal. Gak kaya dulu. Wartawan tulis kan sangat terkenal. Karena TV Cuma TVRI. Sekarang kan beda. Saya ngerasain. Kalo ada proses seleksi wartawan, saya juga kadang ikut wawancara. Dari situ keliatan banget udah beda. Dulu saja waktu kuliah, yang namanya Kentucky aja saya gak pernah masuk. Anak sekarang coba, gak mungkin kan. Saya masuk KFC itu setelah kerja. masih mewah. Jadi mereka kebiasaan kongko-kongko di mall, udah biasa. Tuntutannya udah beda. Kalo menurut saya itu membuat kita semakin sulit. Belum lagi mereka gak paham bener sebenarnya kerja di pers. sebenarnya mereka pengennya kerja aja. Ada lowongan kerja, oh kerja. Ternyata loh gak suka saya kerja kaya gini. Tapi kalo yang cocok jadi wartawan, yang masuk sini gak lama keluar, karena dia diiming-imingi oleh media lain dengan gaji yang lebih tinggi. Akhirnya kita agak kesulitan untuk mendapatkan SDM yang diharapkan.
JA	Nah secara kasarnya untuk mengikat atau upaya lain biar SDM-nya tercukupi itu gimana?
AS	Banyak hal. Satu di antaranya kita masuk kampus-kampus. Kita punya keyakinan kalo kampus itu pasti dari sisi intelektualitasnya lebih memadai ya, daripada kita sebar di tempat-tempat umum. walaupun di tempat umum syaratnya S-1, tapi tetap kan bisa dari berbagai perguruan tinggi yang belum tentu kualitasnya sama. Apalagi kalo swasta sekarang ini. Kayaknya cum laude semua lulusannya. Makanya ada beberapa instansi atau pihak yang menyatakan kalo perguruan tinggi negeri minimal 2,75 kalo swasta 3, 25. Jaman saya malah...ini baca sendiri. Jadi waktu S-2 kalo lulusan tahun ini ke bawah, minimal IP-nya 2,5, tapi kalo lulusan ini ke atas IP-nya minimal 3. Saya sempat nanya kenapa bisa gitu, karena nilainya makin bagus-bagus.
JA	Terjadi inflasi ya Pak?
AS	Iya. Jadi jaman dulu itu dapat IP 3 itu minta ampun. Jadi kita masuk kampus untuk seleksi itu, sehingga mampu mendapatkan SDM yang memadai. Terus ternyata wartawan magang itu efektif, karena dia sudah merasakan dunia jurnalis itu seperti itu. sehingga nanti kalo direktur Republika menjadikan tetap, dia lebih merasa menikmati kerjanya. Tapi kalo fresh, dia begitu. Bukan ini ternyata kerjaan yang saya cari. Saya ingin yang di kantor. Minimal ada cara-cara seperti itu. selain kita menciptakan suasana proses pendampingan. Mereka selama 9 bulan sampe 1 tahun mereka didampingi. Ada mentor yang menjadi tempat bertanya bagi mereka atau apa. Atau selalu memperbaiki struktur penulisan mereka. Dampingi terus-menerus. Itu juga akan membuat mereka merasa <i>kerasan</i> . Bisa menjadi tempat bertanya atau mencurahkan unek-uneknya. Dalam proses pendampingan itu juga kemudian mereka mengetahui garis kebijakan pemberitaan Republika. Mereka bisa berdialog juga. “Eh, tadi saya denger katanya ini halal-haram. Eh, yang itu gak usah didenger deh”. Misalnya lagi, “eh, tadi ada kiyai ini ngomong ini. Alah, Republika gak terlalu denger kiyai itu”. Nah lama kelamaan kan mereka paham bahwa Republika itu pemikrannya itu kesini. Atau mungkin sebaliknya.
JA	Dalam hal jaringan kan dulu ada ICMI, mendukung dalam hal pendanaan terutama. sekarang gimana Pak?
AS	Kalo dalam hal pemberitaan dengan kondisi saham ICMI lewat Abdi Bangsa sudah dijual, sahamnya sudah minor. Artinya ketergantungan pada ICMI jadi jauh berkurang. Dalam sisi pemberitaan, kita tidak

lagi terlalu banyak 'bergantung' atau 'meminta tausyiah' pada ICMI. walaupun kita tidak pernah melupakan sejarah. Jadi apapun keberadaan ICMI, kita *support*. Adapun terkait dengan hal-hal umum, kita tidak lagi harus minta petunjuk ICMI. pengaruhnya memang Republika tidak lagi sekuat dulu. Karena kalo dulu tokoh-tokoh ICMI juga tokoh-tokoh yang punya posisi di Pemerintahan atau di masyarakat, misalnya Quraish Shihab, Amin Rais. Otomatis 'gaung' Republika tidak sekencang dulu. Tapi sisi positif lain adalah kita menjadi lebih independen. Tidak terkait langsung dengan kebijakan politik nasional. Jadi kita lebih leluasa dalam melakukan proses pemberitaan. Dulu, jangan loh ini nyinggung menteri ini loh. Kebetulan menterinya itu orang ICMI. Kalo sekarang kan nggak lagi. Tetap ada memang kepentingan-kepentingan yang membuat Republika tidak leluasa, tetapi kendala atau ganjalannya tidak sebanyak dulu. Dari sisi pasar, tuntutan pasar sekarang ya mendorong Republika harus menghitung, karena Republika tidak semudah dulu. Pesaing juga semakin banyak muncul. Karena itu Republika berpikir keras bagaimana menjaga eksistensi Republika ke depan. Walaupun kita menyadari bahwa tidak ada satu koran pun yang oplahnya naik dalam 2 tahun belakangan ini. itu suatu keniscayaan, hukum alam yang tidak bisa dihindari.



Lampiran 2

Transkrip Wawancara Mendalam 2

Pewawancara : Jauharul Anwar (JA)
Informan : Ade Armando (AA)
Status : Ex. Staf Litbang Republika dan Wartawan Republika (1993-1998)
Hari, tanggal : Rabu, 12 Oktober 2011
Waktu : 14.00-15.00
Tempat : Gd. Koentjaraningrat, FISIP UI

Inisial	Data
JA	Bagaimana awal keterlibatan Anda di Republika?
AA	Sejak pertama berdiri tahun '93 ya, itu karena saya diajak oleh Mas Haidar Bagir. Jadi saya waktu itu di majalah Prisma, LP3ES, dan sudah kenal dan sering bersama dengan Mas Haidar Bagir, oh ! engga engga salah salah, Mas Haidar Bagir sebenarnya mengajak namanya A.E Priyono, lulusan Universitas Islam Indonesia (UII). Kami itu dekat gara-gara... ICMI itu berdirinya kapan?
JA	Sembilan satu
AA	Kemudian saya baru pulang dari Amerika tahun '91, tahun '92-an itu kita baru membentuk namanya Majelis Sinergi Kalam (Masika).
JA	Saya juga pernah baca tulisan abang yang di salah satu...
AA	Iyah, di Majelis Sinergi Kalam itu ada A.E Priyono, ada beberapa teman lain, seperti Hamid Basyaid, dan segala macem. Nah, ketika Mizan, eh bukan Mizan, tapi Majelis Sinergi Kalam kalo tidak salah waktu itu Haidar Bagir merasa bahwa sebagian besar orang yang bekerja di Republika itu...terlalu 'jurnalis', karena kebanyakan kan memang datang dari grupnya Berita Buana
JA	Ooo... gitu
AA	Jadi waktu itu Berita Buana dibredel, Berita Buana itu Soetrisno Bachir, pemrednya itu atau redpelnya itu adalah Zaim Ukhrowi, yang Berita Buana, ex Tempo. Setelah itu ditutup mereka cari-cari investor baru, ketemu sama Pak Habibie kalo ga salah. Nah, itu sebenarnya Habibie kemudian memutuskan bikin Republika. Nah, dari sebagian besar wartawan yang ada di Republika ketika itu adalah orang-orang Zaim yang lama di Berita Buana yang memang jurnalis 'lapangan' sekali, yang dalam pandangan Khaidar kurang intelek, jadi bukan kurang pintar tapi seharusnya ada pemikirannya yang mengalahkan isu. Nah, jadi Khaidar kan kaya Pemimpin Usaha, Parni Hadi Pemimpin Redaksi. Tapi justru yang dikembangkan oleh Khaidar bukan cuma sekedar aspek bisnisnya, tapi Republika harus lebih <i>enlighten</i> /mencerahkan. Karena itu dia merasa perlu orang-orang yang bisa duduk di Litbang (Penelitian dan Pengembangan). Dia mengajak A.E Priyono, dan A.E Priyono mengajak saya, Hamid Basyaid, Nurul Agustina, gabung deh 6 bulanan sejak Republika lahir.
JA	Berarti gak ikut dari awal pembentukannya?
AA	Gak.
JA	Nah tadi maksudnya <i>enlighten</i> itu gimana?
AA	Ya kalo jurnalis itu kan sekedar, jurnalis yang dia maksud adalah jadi wartawan yang memang punya atau merasa bahwa kewajiban utama mereka adalah memberitakan. Tapi dia melihat bahwa ini beda sama Kompas kan. sebagai koran besar, Kompas itu ada orang-orang pemikirannya. Orang-orang yang memikirkan isu, tidak melihat berita itu sekedar sebagai rekaman peristiwa, tapi lebih dilihat apa manfaatnya bagi masyarakat luas. Apa kaitannya dengan peristiwa-peristiwa lain yang kalo dipandang sebagai sesuatu yang terangkai atau menyatu, akan memberikan gambaran yang lebih baik tentang sesuatu yang sesungguhnya terjadi.
JA	Kalo dikaitin sama misinya Republika sendiri itu dikasih tahu Gak?
AA	Kan pada dasarnya itu dikelola menjadi koran Islam yang mencerahkan. Jadi koran Islam buat pembaca Islam kota, dengan perspektif yang modern, terbuka, yang pro-demokrasi, dan karena itu gak sekedar koran Islam, tapi koran Islam yang berusaha membuat umat Islam itu menjadi kelompok-kelompok yang lebih terlibat dalam demokrasi, lebih kritis, lebih mencerahkan.
JA	Dan itu yang membuat Abang bergabung di Republika? Atau ada alasan selain itu?
AA	Pertamanya karena memang menurut saya harus ada ya sebuah koran Islam yang waktu itu sama sekali

	gak ada. Tapi koran Islam yang mencerahkan. Maksud saya adalah sekedar koran Islam itu gak penting, tetapi ini orang-orang Islam di kota ini harus diajarkan untuk, tadi misi Republika sesungguhnya ya, menjadi komunitas masyarakat muslim yang terbuka, toleran, demokratis. Nah itu dalam bayangan saya bisa dicapai melalui Republika. Karena sebelumnya juga saya bekerja di peneliti, Prisma. Prisma kan jurnal ilmiah.
JA	Kalo dibandingkan sama media-media Islam yang lain, kaya beberapa yang udah ada, itu menurut Abang bedanya kaya gimana?
AA	Waktu itu sih yang ada kan Pelita ya. Cuma yang jelas, kaya misalkan Pelita, itu kan Pelita yang udah jadi koran Golkar. Jadi saya gak lihat ada pembanding media Islam lain. Tapi yang jelas saya tidak ingin ini terlibat dalam gerakan Islam politik sebenarnya. Islam politik adalah OK, dalam artian Islam yang berusaha percaya diri masuk ke ruang politik dan bisa mewarnai politik Indonesia dengan perspektif Islam. Tapi saya juga ga kepengen kalo itu sekedar islam buat 'melicinkan' jalan orang tertentu atau partai tertentu dalam ruangan politik. Jadi ternyata saya merasa pas aja, karena memang gak ada yang lain.
JA	Tapi warna kepentingan dari orang atau kelompok tertentu itu Abang lihat gak pas waktu awal-awal Republika itu?
AA	Ya jelas ada, sejak awal. Makanya Republika jadi 'medan pertarungan' juga dalam artian yang sesungguhnya. Jelas di situ ada kepentingan Habibie. Tapi kan saya juga memang orang yang pro-Habibie. Artinya saya melihat dia sebagai orang yang punya misi dan dekat sama Presiden. Peluang untuk menjadi presiden juga ada. Dia juga muslim, tapi bukan muslim yang radikal, dia terbuka, dia pintar, dia kaya, udah gak akan korup gitu ya. Itu ada. Tapi buat saya kalo Habibie itu campur tangan, selama itu gak terlalu jauh ya sayangnya belakangan tidak terjadi ya, gak ada masalah. Nah di luar itu, tentu saja ada orang-orang yang dari ICMI, misalnya, yang pasti saling bertarung. Untungnya, pertama, Habibie sendiri kan bukan orang yang tipenya terlalu ke politik. Pada dasarnya dia tidak punya orang-orang yang jadi tangan kanannya yang dia lindungi atau dia perintahkan untuk melakukan sesuatu dengan media ini. Jadi Habibie sendiri bukan politisi yang terlalu <i>cawe-cawe</i> . Kedua, kita punya Parni Hadi. Dia ini dulunya bukan seorang jurnalis yang handal. Komitmen dia pada demokrasi, hak azasi manusia, dan pencerahan juga ga besar-besar amat. <i>At list</i> , dia juga bukan orang yang akan tunduk pada orang-orang tertentu. Misalnya kalo ada intervensi dari orang-orang Habibie atau orang-orang yang merasa dirinya adalah orang-orang yang berada di posisi tinggi di ICMI ya, dia bisa gak peduli. Buat dia, saya bertanggung jawab ke Habibie langsung. Jadi gak terlalu rame juga ya 'tarik-menarik'-nya. Nah di luar itu tentu saja ada pengaruh Orde Baru, Soeharto. Dalam hal ini kita bisa melihat bagaimana, pengalaman saya menunjukkan bahwa Habibie tidaka seburuk seperti seorang boneka Soeharto. Gak, dia seringkali tidak begitu menerima Soeharto, sehingga pengaruh Soeharto juga gak langsung. Habibie jelas langsung, tapi dia ga banyak main politik, jadi gak terlalu bermasalah. Yang memproteksi kita juga adalah orang kaya Parni Hadi dari pengaruh politik pihak-pihak lain yang kepengen 'main' itu gak banyak. Soeharto sendiri gak langsung mainnya. Orang-orang Soeharto juga jarang sekali mengintervensi atas nama Soeharto. Barangkali karena mereka tahu Habibie sangat kuat, jadi mereka juga gak mau, kecuali Soeharto. Harmoko aja itu pengaruhnya gak bisa langsung, karena 'takut' sama Habibie. Jadi dia gak bisa merintah-merintahin kita. Ya pada awalnya relatif ideal lah kondisinya.
JA	Terus kalo di Republika sendiri...
AA	Tambahan saya kenapa ideal, karena mungkin profesional yang direkrut, Zaim dan kawan-kawan itu sangat pro-demokrasi. Bedanya kalo Farid itu gak kenal kompromi, kalo Zaim banyak bener komprominya untuk menyelamatkan koran itu. nah jadi lingkungannya sendiri pro-demokrasi, aslinya. Banyak orang-orang pro-demokrasi di dalam tubuh Republika sendiri. Parni sendiri tidak terlalu mau kelihatan pemimpin yang <i>intervene</i> . Habibie sendiri sebetulnya pro-demokrasi. Nah yang lain ini yang sebetulnya variabel yang harus selalu diperhatikan, walaupun gak terlalu langsung pengaruhnya.
JA	Maksudnya yang variabel itu siapa?
AA	Misalnya belakangan kan ketika politiknya memanas, menjadi penting. Ketika 95-98 itu kan pecah antara ABRI Hijau dan ABRI Merah-Putih. Nah itu semakin buruk keadaan. Karena orang harus semakin menunjukkan sikap. Karena itulah yang membuat akhirnya saya keluar. Ketika kan mula-mula Soeharto menjelang akhirnya jatuh, untuk waktu yang lama di Republika terjadi pembersihan. Bukan pembersihan sih. Itu orang-orang yang keras memandang Soehartonya. Saya termasuk yang bertahan barangkali karena berkompromi dengan keadaan. Dalam arti saya tetap dengan sikap saya, tetapi saya juga gak pernah melawan. Gerak pembelahan politik makronya sudah sedemikian jelas ya. Soeharto didukung ICMI, didukung kelompok-kelompok Islam, awalnya adalah kubu tentara merah putih: tentara nasionalis, sekuler, kristen, itu yang membuat jadi agak sulit membatasi ini, karena Parni harus...jadi ada

	ekspektasi tinggi dari misalnya kaya Harmoko misalnya, yang menjadi penjaga Soeharto bahwa Republika harus membuktikan bahwa mereka setia pada Soeharto. Nah itu kondisinya lama-kelamaan menjadi tidak menyenangkan sama sekali. Nah puncaknya justru ketika Habibie naik jadi presiden, maka makin susah hidup, karena sekarang dia menjadi presiden. Republika menjadi korannya Presiden. Karena itu saya keluar.
JA	Terus posisi yang Abang duduki di Republika sendiri kaya gimana?
AA	Mula-mula kan saya masuknya sebagaimana konsep Haidar Bagir, di Litbang. Pernah jadi Ketua Litbang, yang kerjanya memberi masukan. Tapi agak susah, karena masukan-masukan yang kita sampaikan itu juga gak dengan sendirinya dioperasikan redaksi. Ada persoalan tegang, tegang, tegang dan suatu saat di Litbang itu saya ditarik jadi redaksi. Nah saya masuk di redaksi mula-mula lucu, karena pertama kali saya dilibatkan dalam keredaksian itu di sepak bola, Piala Dunia '94. Jurnal World Cup. Ketika tulisan saya bagus, saya ditarik jadi redaksi, pindah-pindah tuh. Redaksi yang menulis feature, terus redaksi luar negeri, pernah jadi redaksi sepak bola. Kemudian '96 saya ditaroh di halaman 1. Kemudian saya sakit. Gara-gara sakit, saya masuk halaman 6, berita mingguan, pokoknya yang lebih laporan minggu, hiburan, hal-hal yang berbau <i>lifestyle</i> kaya gitu. pindah-pindah.
JA	Kemudian tadi hambatan-hambatan ketika di Litbang dalam memberi masukan itu kaya gimana?
AA	Pertama adalah kalo Anda tahu wartawan kan memang sangat arogan ya. Jadi kami dianggap sebagai orang-orang kampus yang tahu apa sih. Walaupun kalo masukan dari saya biasanya mereka lebih bisa terima, karena ternyata saya main dan gaul sama wartawan. Sementara temen-temen Litbang saya kaya A.E Priyono, Hamid Basyaid itu kaya berjarak. Kalo saya berusaha dekat, berusaha kenali, sehingga kalo diberi masukan biasanya sih bisa lebih diterima. Dan saya sudah mulai dilibatkan. Supaya tahu juga. Masalahnya saya bukan orang baru juga di jurnalistik kan. walaupun gak pernah bikin laporan jurnalistik yang setiap hari. Jadi persoalannya adalah karena itu 'tradisi' jurnalisnya itu agak sulit 'ditembus'. Jadi mereka itu seringkali bikin kesalahan. Analisisnya ngaco, Bahasa Inggrisnya berantakan. Kesalahan teknis atau sekedar mewartakan.
JA	Kalo kembali ke Republika sebagai sebuah surat kabar, kenapa ICMI melihat bahwa media Islam yang mereka dirikan adalah dalam bentuk surat kabar?
AA	Ketika itu pilihannya gak banyak. tidak terpikir masuk televisi, karena gak ada memang. Kemudian waktu itu belum ada <i>new media</i> ya. jadi dianggap pasti media yang paling kuat untuk mempengaruhi opini publik ya surat kabar.
JA	Dalam bentuk harian dan nasional juga?
AA	Iya. Harian dan nasional.
JA	Ada kalangan yang menganggap bahwa Republika ini bukan koran Islam, tapi koran yang menyalurkan aspirasi umat Islam. Abang melihat dengan posisi seperti itu, hambatan dan peluang dalam hubungannya dengan pembaca sendiri kaya gimana?
AA	Gapapa kalo mereka men-judge begitu. Tapi kalo dulu sih aslinya koran Islam. Saya rasa begini, karena kepemilikannya sekarang udah pindah, bukan lagi ICMI kan, tapi Mahaka. Oleh karena itu mungkin mereka <i>repositioning</i> . Kalo dulu sih nggak. Itu koran Islam yang memperjuangkan aspirasi Islam. Tempat Islam politiknya Negara. Yang juga membaca adalah kelas menengah Islam. Kalo yang sekarang ya terus terang saya rasa sudah...dengan pergantian kepemilikan itu udah gak jelas posisinya itu apa. Karena bagi Mahaka ini komoditi biasa kan. Sebuah koran yang bicara pada pasar Islam. Saya rasa Erick Thohir ga punya ideologi. Ideologi dalam arti Islam ya.
JA	Waktu itu untuk membangun Republika sebagai koran Islam, menurut Abang strategi seperti apa yang mereka lakukan?
AA	Yang jelas pertama-tama dananya juga besar, dari Habibie. Dukungan politiknya sangat kuat. Bukan dalam artian dukungan politik yang datang dari kekuatan besar, tetapi dari masyarakatnya juga besar. Harapan itu sangat tinggi. jangan lupa bahwa mereka sempat mengumpulkan dana lewat saham itu. Tapi memang kondisinya waktu itu sangat ideal. Ada dukungan dari kekuatan-kekuatan politik dan yang kedua dekat sama narasumber-narasumber dan pengusaha-pengusaha. Walaupun secara iklan sebenarnya Republika itu gak pernah sukses, tapi waktu itu jauh lebih mudah sebenarnya mencari iklan daripada waktu sekarang ini.
JA	Kalo dibaca sendiri dalam masyarakat Islam saat itu, apa bisa dikatakan sebagai 'simbol kemenangan' dalam konteks media massa?
AA	Ya itu kan kalo kita melihat adalah konsekuensi logis dari ICMI kan. jadi perjalanan '80-an kan. ketika akhir '80-an Soeharto mulai bergerak merangkul Islam, saya gak tahu duluan mana tuh dengan. Jadi saat itu mulai ada kesadaran kalangan menengah muslim untuk bangkit, kita merasa tertindas dan diperlakukan tidak adil. Dan kita punya pra cendekiawan yang memungkinkan kita bisa memajukan

	Indonesia. mengangkat Islam yang selama ini terpuruk. Dan disitu FISIP kan punya peran dengan mengadakan percakapan cendekiawan Islam tahun '86. Itu yang mempertemukan banyak cendekiawan.
JA	Hubungan ICMI dan Republika dalam konteks keredaksian seperti apa?
AA	Dulu ICMI itu memang kuat dan berisi orang-orang pintar yang menjadi dewan redaksi di Republika. Seminggu sekali mereka datang ke kantor dan ngobrol. Dan dengan jujur saya katakan mereka sungguh-sungguh loh. Jadi bukan membicarakan agenda politik, menyingkirkan kristen. Ga ada sama sekali. Itu betul-betul intelektual, terbuka, demokratis, kritis. Dulu seringkali didatangi Amin Rais, Adi Sasono, ada Alwi Shihab. Jadi pada dasarnya seharusnya justru kondisinya sangat ideal bagi lahirnya sebuah koran. Koran Islam yang baik gitu ya. yang membawa suara Islam. Jadi bukan seperti yang dikatakan temen-temen ini. Nggak. Ini koran Islam yang membawa suara Islam mendukung demokratisasi. Cuma memang jadi permasalahan ketika beberapa tahun kemudian yang politiknya semakin <i>ruwet</i> . Semakin mengkristal pertarungan antara Hijau Merah-Putih itu. dan kemudian menjadi masalah sekali ketika kemudian Soeharto membredel Tempo. Itu semakin tegang. Di dalam sendiri terjadi gejolak. Karena di antara kita ini yang sebenarnya mau pro sama Tempo. Nah masalahnya si Parni Hadi ini kan pokoknya mau melindungi Habibie-nya kan. Dia ingin melindungi habibie, dia terpaksa berhadap-hadapan dengan kami-kami ini yang kritis kan. karena dia juga di luar jadi kaya operator dari ...sebetulnya dia operatornya Habibie. Cuma karena Habibie dekat sama Soeharto jadi seolah-olah Parni jadi operatornya Soeharto gitu loh. Nah dan ada banyak orang-orang Soeharto yang memang berusaha memanfaatkan Republika, walaupun tidak langsung ya, contohnya Harmoko lah.
JA	Bentuknya kaya gimana tuh yang dilakukan Harmoko?
AA	Pada dasarnya Harmoko itu memang hubungannya 'benci tapi rindu'. Dia pada dasarnya benci sama Habibie karena dia tahu kan Habibie ini akan...tapi dia tahu Habibie ini sekarang punya koran yang jauh lebih efektif daripada koran dia yang Pos Kota kan. Dia mungkin bisa menekan kita untuk menerbitkan tulisan-tulisan yang pro-Soeharto. Kira-kira gitu lah. Dan puncaknya kayanya '96-'97 ketika...Harmoko ini kan jadi 'tangan kanan'nya Soeharto. Habibie sadar itu, tapi Habibie bukan politisi. Kemudian ketika ini semakin memburuk nih, terkristalisasi antara Hijau dan Merah-Putih ini, ada masa di mana Parni Hadi entah karena desakan siapa, merasa harus bisa membuktikan bahwa dia loyal ke Soeharto. Bahwa Republika-Habibie itu tetap loyal ke Soeharto. Salah satu bentuknya adalah ketika dia loyal pada Soeharto maka dia tidak akan bertarung dengan Harmoko. Maka tahun tahun '96-'97 diambil keputusan yang agak 'norak', yaitu Republika memberikan gelar Man of The Year pada Harmoko. Itu yang paling parah. Tapi akhirnya semakin lama Republika ini 'tersudut' masuk ke kubunya Soeharto. Nah itu sebetulnya yang menghancurkan Republika. Akhirnya banyak orang di dalam yang gak tahan, mereka keluar. Berantem, tegang. Akhirnya diberi posisi-posisi yang <i>decision making</i> itu orang-orang yang dipercayai oleh Parni Hadi tidak akan mengganggu skenario besar itu. sebagai contoh, saya pernah disebut-sebut akan diangkat menjadi salah satu Redaktur Pelaksana entah Redaktur apa lah ya...di bawah Redaktur Pelaksana itu ada kaya redaktur yang menangani sejumlah redaksi lain. layer 2 nya. Itu kata orang yang hadir rapat, itu langsung ditolak, karena dianggap saya orang yang gak bisa diatur. Tapi gak cuma saya, tapi saya bilang yang menyangkut saya. Kalo yang lain juga pasti banyak. Akhirnya orang yang ada di pucuk pimpinan adalah orang-orang yang 'Yes Men', orang-orang yang mau, atau mungkin juga orang yang mau karirnya terus naik. Jadi isinya semakin lama semakin konservatif. Demikian pula dalam hal diskusi agama. Udah jaman-jaman saya ada Ihsan Ali Fauzi, ada A.E Priyono, itu diskusi-diskusi kaya yang dilakukan Islam liberal itu muncul di Republika. Dan gak ada masalah. Walaupun diprotes, kita jawab. Menjelang akhir-akhir '95-'96 itu karena basis pendukung Islam itu penting buat Soeharto, maka basis pendukung ini gak boleh 'disakiti' kan. Jadi gak boleh bertarung di dalam. Jadi gagasan-gagasan pembaharuan itu gak boleh dilakukan di Republika. Gak boleh ada tulisan yang mungkin memicu kontroversi, itu gak boleh. Jadi secara politis semakin konservatif, secara agama juga semakin konservatif. Sisanya ya tinggal koran yang...ya masih membawa suara Islam, tapi tidak lagi membawa suara demokrasi, keterbukaan, kritis, dan segala macam. Itulah yang menghancurkan Republika saya rasa.
JA	Tapi kehancuran itu dalam aspek ekonomi itu juga menjadi faktor kehancuran?
AA	Iyalah. Akhirnya Republika menjadi semacam sekarang. Pembacanya, menurut saya, gak akan bisa balik lagi. Segitu-segitu aja. Di tengah stigmanya koran radikal, koran –korannya kelompok konservatif, pengiklan enggan pasang, kecuali pengiklan-pengiklan haji dan semacamnya, yang segmennya khas gitu. Ketika dia berusaha merangkul kaum profesional menengah ke atas, dia mengalami kesulitan karena ya dia tidak bisa menampilkan diri sebagai bacaan alternatif yang memuaskan.
JA	Jadi konsekuensi dari konservatif itu kaya jadi 'plafon' yang udah membatasi.
AA	Ya jadi plafon dan <i>new barriers</i> . Dan masalahnya para pengelola ini gak mau berani mengatakan: Ok

	kalo gitu kita ubah posisi Republika. Kita tinggalkan Republika lama ke Republika baru yang berani, progresif. Gak ada yang berani karena itu resikonya terlalu besar. Masalanya kalo dia orang-orang ternyata gak terima gitu. Kaya PKS, dia jadi parpol yang terbuka. Nah pendukung PKS yang Islam beneran, mereka maunya partai Islam. Segmen barunya yang kalangan sekuler dan non-muslim gak kunjung percaya kan. sehingga Republika juga, menurut saya, punya dilema semacam itu. Kalo dia menjadi koran terbuka belum tentu diterima kalangan terbuka, sementara kalo dia tinggalkan itu nanti basis pembaca lamanya pergi.
JA	Dalam konteks tadi antara Orde Baru ke Reformasi, perubahan sosial di masyarakat jadi makin terbuka, hubungannya yang masyarakat Islam itu sendiri itu menanggapi perubahan jalur dari Republika sendiri kaya gimana?
AA	Ya data menurut saya berbicara ya. Republika saya rasa terus turun, dari awal-awalnya ketika orang berekspektasi sangat tinggi. Dulu orang cukup bangga tuh dengan Republika. Tapi ketika kelas menengah ini dikecewakan, kemudian gak memperoleh analisis yang mendalam, yang kritis, <i>safety players</i> , ya akhirnya para kelas menengah Islam yang kaum profesional, ya meninggalkan kan. sayang juga sih mereka dengan jumlah pembacanya yang turun terus ya sekarang stagnan.
JA	Kalo tidak salah juga di saat Republika muncul beberapa saat setelah itu juga ada majalan Ummat. Kemudian beberapa tahun langsung redup juga, tapi Republika tetap eksis itu bedanya gimana?
AA	Basisnya siapa. <i>Support</i> infrastruktur yang mendukung beda. Ummat kan Cuma pengusaha-pengusaha independen yang kaya yang sekarang dari PAN. Tapi kan sekaya-kayanya orang kan kalo media cetak dia harus terbit dan produksi setiap minggu. Ada ongkos cetak, kertas mahal, iklan gak masuk-masuk. Ini bikin majalah Islam kan gak gampang. Terutama cari pembeli. Kalo pembaca gampang. Pembeli yang susah kan. yang mau bayar. Plus pengiklan. Karena pengiklan kan tidak dikuasai oleh pengusaha-pengusaha iklan kan. kalo pengusaha iklan kan dia akan itung-itungan. Ini majalahnya kecil. tidak cukup besar dipake buat menjaring calon-calon pembeli mereka. Ya sudah. Dan bedanya adalah kalo Republika didukung ICMI. Didukung Habibie.
JA	Kalo hubungannya Republika dengan media Islam lain saat itu walaupun dengan bentuk yang berbeda itu kaya gimana?
AA	Gak ada. gak ada hubungan. Sabili itu gak ada hubungan, karena kita menganggap mereka radikal.
JA	Tapi kalo posisinya sendiri di pasar kaya gimana Bang?
AA	Karena gak ada lawannya waktu itu kan. Pelita kan. kalo media Islam ya. Kalo dalam media umum Republika sempat dicatat sebagai koran dengan pertambahan, percepatan pembeli tertinggi pada masanya. Tapi setelah tinggi, terus turun-turun-turun. Banyak yang kecewa.
JA	Kalo pilihan wacananya sendiri yang mereka mengangkat Islam moderat yang kosmopolitan, itu Abang melihatnya kaya gimana? Keuntungan pasarnya atau juga yang lain?
AA	Gak. Memang pembaca yang kita kejar itu bukannya pembaca kampung. Bukan pembaca koran yang kota-kota kecil. memang pembaca kota besar yang kosmopolitan. Yang kita percaya dia shalat, tapi dia juga suka film. Dia shalat tapi juga dengar musik Barat. Dan itu besar jumlahnya. Sebetulnya jika saja itu disasar terus menerus...banyak kan orang kecewa sama Kompas, koran Tempo belum ada. yang lain juga koran sekuler. Maka sebetulnya peluang besar. Secara ekonomi dia juga paling bagus untuk digarap.
JA	Sebagai sebuah koran komunitas Islam, secara organisasional, strategi yang digunakan saat itu seperti apa?
AA	Ya mestinya dalam pandangan saya bahwa pertama kali Republika itu harus sadar bahwa dia hadir sekedar sebagai komunitas dia itu bukan nilai jualnya yang harus penting, tapi apa sumbangannya bagi perkembangan Islam di Indonesia. Jadi harus idealis memang. Koran yang mencerahkan. Cuma untuk itu apakah harus sepenuhnya isinya tentang pemikiran, ya nggak. Dalam pandangan saya memang harus dikombinasikan dengan mempertimbangkan, Ok hal-hal yang mendasar harus kita sampaikan, tapi gimana caranya ya supaya orang tertarik untuk beli koran kita. Disitulah yang menjadi penting. Hal-hal yang barangkali pinggiran, tapi penting. Jadi menyajikan sebuah koran yang sesuai dengan kehidupan orang kota. Dan harus masuk ke dalam hal-hal tadi, kaya gadget, ada film, tapi juga demokrasi. Demokrasi itu jangan ditafsirkan sebagai demokrasi Islam, bukan hanya tentang Islam, soal partai. Tentang kehidupan ekonomi dan sosial. Nah itu kalo mau <i>survive</i> mesti dibuat produk yang bisa bicara pada masyarakat kelas menengah yang <i>chemistry</i> -nya ada. Tapi untuk itu perlu manajemen yang bagus, orang-orang yang bagus. Hanya merekrut manajer-manajer yang shalatnya rajin itu gak ada hubungannya. Wartawan-wartawannya juga harus wartawan yang tahu film, tahu ekonomi, itu biasanya memang tidak datang bersamaan. Dia yang tekun tapi juga bagus. Itu gak banyak. Nah seringkali koran kaya Republika itu memilih yang pertama, yang kuat agamanya, bukan profesionalismenya yang kuat.

	Ketika itu terjadi maka si koran ini memang tidak kunjung bisa menjadi koran yang diharapkan bisa menjadi alternatif dari Kompas misalnya. Karena jomplang sekali jadinya. Kedalamannya, pemahamannya. Itu di berita sepak bola, berita film, sampe demo politik. itu memang harus diawaki oleh para profesional yang boleh muslim, boleh non-muslim. Misalnya di Republika Cuma satu kalo gak salah wartawan kristen. Bagaimana harapan dia untuk bisa memahami dunianya lebih baik kan. Poin saya adalah bahwa dulu faktor keagamaan jadi penting. Nah ini seringkali sayangnya tidak berkorelasi dengan tingkat kekritisannya.
JA	Tapi tadi mekanisme yang kristennya Cuma satu itu dibentuk atau terbentuk dengan sendirinya?
AA	Itu terbentuk sih. Memang ada pengarahan dari pimpinannya. Yang saya bilang tadi akhirnya yang menduduki posisi kunci memang punya kecenderungan itu. Islamnya yang kuat, bukan profesional yang kuat.
JA	Apa itu sebagai sebuah bentuk pembeda dengan koran sekuler kaya Kompas atau yang lain?
AA	Ya yang harus dibedakan kualitasnya seperti apa jadinya. Ya saya setuju posisinya harus jelas dong. Tapi kan cara untuk menghasilkan produk yang alternatif itu tetap dengan meng- <i>hire</i> orang-orang profesional dong. Bukannya karena kita kepengen jadi koran Islam jadi, Anda muslim, bisa nulis, Anda ikut. Tapi wawasannya sendiri gimana, dia pergaulan di tengah masyarakatnya seperti apa. Dia ngerti gak tentang konsep yang sekarang lagi ramai dibicarakan orang-orang di koran.
JA	Kondisi itu sejalan dengan penurunan Republika sendiri?
AA	Sejalan. Aslinya gak gitu. itu pelan-pelan dengan sendirinya terbentuk.
JA	Kalo dikatakan saat itu koran yang laku atau yang istilahnya menjadi selera bagi masyarakat kelas menengah perkotaan itu seperti apa?
AA	Jangan lupa, Republika itu booming pembacanya banyak. ya tentu saja yang nomor satu selalu Kompas dan Jawa Pos. Kan kita kepengennya jadi 'Kompas Alternatif'. Ya harus dikejar dong kualitas Kompas. Sayangnya itu tidak dilakukan.
JA	Gimana sih kompetensi jurnalis saat itu di era sebelum Reformasi katakanlah, karakter jurnalis yang juga bagus atau kompeten itu seperti apa?
AA	Saya rasa sih biasa. Menulis bagus, dalam, tajam, tahu mana yang berita penting atau tidak, dan bukan Cuma PWI juga. Gak ada yang istimewa. Saya rasa biasa aja. Wartawan yang bisa memahami perkembangan masa itu. Dia wawasannya mendalam.
JA	Kalo tadi selain faktor politik atau faktor lain yang ada di dalamnya sendiri menjelang akhir Orde Baru kan Republika juga turun. Ada faktor lain gak yang mempengaruhi? Mungkin pembacanya yang begitu berubah juga?
AA	Pembacanya kecewa. Ketika Republika menjadi nampak sebagai korannya Soeharto. Ditambah lagi dengan kualitasnya jadi buruk, karena orang-orang terbaiknya keluar. Kan biasanya sejalan tuh biasanya. Anda pintar, Anda terbuka. Ditinggal, kualitasnya memang jadi kelas dua. Gak semuanya juga jelek, tapi ditnggal bukan orang-orang terbaiknya.
JA	Ketika akhirnya dia pindah tangan ke pihak swasta terutama Mahaka dan juga 'alam' yang beda dengan kompetisinya yang tinggi, melihat kecenderungan Republika seperti apa Bang?
AA	Saya kira susah sih dia untuk bangkit kecuali <i>repositioning</i> . Kalo dia tetap dengan citra Islam konservatif, selesai.
JA	Kalo kita keluar dari Republika sendiri, sebagai sebuah surat kabar, dalam industri media cetak saat ini karakter seperti apa yang harus dimiliki oleh sebuah surat kabar untuk tetap bertahan atau bahkan maju?
AA	Saya gak kepikir. Maksud saya koran yang biasa-biasa saja. Koran yang memenuhi kebutuhan pembacanya, <i>position</i> -nya jelas, segmen pembacanya juga jelas. Gak banyak kan sebenarnya koran yang kuat di Indonesia. Cuma yang kuat itu selalu punya pembaca yang loyal, besar, dan bisa menarik pengiklan. Sisanya adalah, misalnya kalo kita berbicara koran seputar Indonesia, itu juga kan rugi sebenarnya. yang bagus kalo di Jakarta saja itu yang sehat itu Cuma, saya rasa Kompas, Media Indonesia mungkin karena iklannya. Koran Tempo aja sebenarnya merugi, Republika itu ya segitu-segitu aja, Rakyat Merdeka udah payah. Ya kuncinya sekarang itu pembaca yang mau beli dan pengiklan. Antara dua itu ya susah.
JA	Sebenarnya ukuran dulu sampe sekarang itu ukuran berhasil bagi sebuah surat kabar itu apa saja selain tadi?
AA	Tergantung Anda mau berbicara dari mana. Kalo berbicara bisnis, ya pembaca dan iklan. Tapi apakah dia berhasil menggiring agenda publik, nah dalam hal ini orang bisa berbicara tentang koran Tempo atau Rakyat Merdeka dengan gayanya yang vulgar itu. Dulu sukses membangun opini publik. Kalo sekarang nggak.

JA	Sempet juga dibicarakan mengenai tiras, oplah, dan segala macam. Tiras kan itu yang mau kita cetak berapa terserah. Dan itu kadang orang melihatnya dia berani mencetak sekian, berarti dia sukses. Tetapi kecenderungannya sendiri di lapangan kalo melihat kondisi tadi seperti apa?
AA	Ya Indonesia itu parah sih memang. Data gak ada. Jadi kalo berbicara oplah, kita gak tahu oplahnya berapa. Makanya yang paling ini adalah data dari Nielsen, yang mengatakan bahwa iklannya sekian, jumlah <i>readers</i> -nya sekian. Itu yang bisa dipake jadi tolak ukur. Kalo masing-masing media itu suka bohong ya. Dia bilang oplahnya berapa, dia bohong. Berapa yang terjual, bohong juga. Tergantung, ketika ke pengiklan dia naik-naikin, ketika ke Dinas Pajak, dia kurang-kurangin.
JA	Nah dalam konteks dualisme antara dunia jurnalistik dan dunia bisnis, itu ngegabungin dalam konteks pemain yang lain atau regulasi yang ada itu kaya gimana?
AA	Ya itu masalah pasar di Indonesia sekarang bahwa media massa tidak dipandang lagi sebagai media untuk membangun kontrol sosial, membangun masyarakat lebih baik, tapi lebih pada bisnis. Yang kaya tadi Mahaka Media, Erick Thohir gak ada hubungannya sama sekali sama media massa. Hari Tanoe gak nguasain media massa. Semakin sedikit media massa yang lahir karena tujuannya untuk idealis ya. Kompas masih ada, tapi lama kelamaan juga makin komersial kan. sebetulnya sudah tidak masanya lagi kita berbicara masalah independensi <i>newsroom</i> . Bahkan ruang redaksi sudah sangat dipengaruhi dengan kepentingan bisnis.
JA	Kalo dengan ngeliat perkembangan new media dan segala macam, posisi media cetak sendiri seperti apa?
AA	Itu efek yang semakin buruk lagi. Detik.com itu menjadi pesaing yang kemudian cepet-cepetan kan. Maka orang terbiasa tidak lagi membaca reportase mendalam. Jadi pesaing koran itu ada dua, online dan televisi. Orang kalo mau tahu perkembangan terakhir, dia bacanya bukan koran, tapi online atau televisi. Sebenarnya yang bisa diharapkan dari koran kan kedalamannya. Cuma tadi, mampu gak koran-koran itu menyajikan berita yang lebih mendalam.
JA	Dengan kondisi itu kecenderungan yang dilakukan koran saat ini tuh sendiri gimana?
AA	Semakin lama isinya semakin banyak <i>lifestyle</i> . Kedua, berita-berita yang pendek-pendek. Bukan laporan-laporan mendalam. Yang sensasional. Tapi kalo Anda baca Kompas, kelihatan dia halaman satu aja udah makin banyak yang bukan berita. Itu karena dia menyikapi tadi. orang itu udah nonton televisi, orang udah baca berita dari online. Kenapa kita harus mengulanginya. Makanya bikin laporan yang lebih mendalam. Kalo Tempo berusaha menggali hal-hal yang tidak ada. seringkali kaya investigasi dan segala macam. Nah sebenarnya bagi saya sekarang Republika punya peluang untuk menjadi koran Islam kan. Tapi orang-orangnya harus diganti. Manajemen diganti.
JA	Peluang yang dimaksud itu kaya gimana Bang?
AA	Ya tadi kan, sebenarnya orang perlu alternatif yang gak ada. Yang gak tersedia. Kalo dia mau masuk ke sana, ya dia bisa. Cuma karena ini kan orang-orang kota, berpendidikan dan berpengetahuan tinggi, dan ekonominya tinggi. Mereka butuh bacaan yang intelek dan yang tulisannya bagus, yang bahasanya bahasa bener gitu kan. tampilannya juga tampilan kota. Dan mereka cenderung bukan orang yang radikal. Mereka itu umumnya justru moderat. Nah karena Republika tidak memenuhi syarat itu semua, dia gagal mengisi pasar itu.
JA	Dan itu peluangnya sangat besar?
AA	Iya dong. Bahkan Anda bisa bayangkan Republika menjadi koran kedua, dia baca Kompas, tapi dia juga harus baca koran keduanya yang menyajikan hal-hal yang tidak ada di Kompas. Itu perspektif Islam kan. Ini gak ada.

Lampiran 3

Transkrip Wawancara Mendalam 3

Pewawancara : Jauharul Anwar (JA)
Informan : Ikhwanul Kiram Masruri (IKM)
Status : Direktur Pemberitaan Republika (2008-sekarang)
Hari, tanggal : Kamis, 3 November 2011
Waktu : 13.30-14.00
Tempat : Kantor Republika, Jakarta Selatan

Inisial	Data
JA	Bagaimana proses perpindahan kepemilikan Republika dari Yayasan Abdi Bangsa ke Mahaka Media?
IKM	Jadi dulu ini kan korannya ICMI, lalu ketika ICMI lahir lalu menerbitkan koran ini, ada semacam euforia umat Islam. Karena ketika masa sebelumnya mau bikin KTP aja foto gak boleh jilbab, harus dicopot. Banyak hal yang orang Islam itu banyak dikekang. Ketika ICMI menampilkan koran, ada euforia. Apalagi ICMI itu di- <i>support</i> oleh Pak Habibie. Jadi ketika terbit, koran itu langsung besar. Cuma dalam perjalanannya bisnisnya kurang berjalan lancar. Lalu koran ini karena koran ini sudah TBK (terbuka), jadi siapa saja boleh beli. Akhirnya Pak Erick dan temen-temen lah yang masuk.
JA	Mengenai sisi bisnis yang turun itu seperti apa?
IKM	Ya turun. Banyak utang, untuk biaya operasional gak ada. koran ini harus ada injeksi baru dari luar.
JA	Turun itu mulai kapan?
IKM	Ya terutama sejak Reformasi. Apalagi kemudian kan jaman Pak Habibie itu Menteri Penerangannya Pak Yunus Yosfiah kalo, kalo sebelumnya untuk bikin media cetak itu harus punya yang namanya SIUPP, sejak Pak Habibie itu udah gak ada lagi. Semua orang bisa bikin.
JA	Kalo tanpa SIUPP itu proses bikinnya seperti apa, Pak?
IKM	Ya orang bikin aja. Bikin, beri tahu, atau gak beri tahu juga bisa. Tapi terus kan ada undang-undang pers yang baru bahwa media tidak boleh dibredel. Kalo ada kesalahan beritat atau apa harus ke pengadilan.
JA	Kemudian tadi proses peralihan ketika dibutuhkan inject modal itu sendiri seperti apa?
IKM	Ya beli gitu aja. Selain Pak Erick ada juga yang pengen masuk, menawar dan sebagainya. Nah mungkin Pak Erick yang penawarannya paling bagus.
JA	Sepengetahuan Bapak sendiri ketika Erick Thohir tertarik pada Republika ini latar belakangnya seperti apa?
IKM	Kalo menurut saya, Pak Erick saat itu anak muda. Dia mungkin 31 dan teman-temannya. Anaknya 'orang berada'. Ya dia ingin tantangan aja. Karena itu dia tidak mengelola bisnis keluarga, tapi dia bikin baru. Dan bikin baru itu media.
JA	Ketika Republika hampir keseluruhan berada di tangan Erick Thohir, perubahan seperti apa yang dia lakukan?
IKM	Yang dia perbuat adalah sangat mulia. Jadi ada idealisme disitu. Tapi secara bisnis harus sehat. Karena kalo bisnis media tidak sehat, ya akan berpengaruh ke semuanya, termasuk ke produk. Kalo wartawan tidak digaji dengan layak, ya dia nulisnya gak bagus atau bahkan keluar. Nah untuk bisa menggaji karyawan itu kan bisnisnya harus sehat.
JA	Itu diterjemahkan dalam hal apa saja?
IKM	Ya dalam banyak hal. Untuk konten, itu 'mempertemukan'. Kontennya tetap mungkin tujuannya arahnya juga tetap bahwa Republika adalah koran komunitas muslim, koran Islam. Tetapi dikemas dengan lebih baik. Dikemas lebih...bahasa anak mudanya mungkin <i>lifestyle</i> . Makanya itu Republika kalo Anda lihat itu desain-nya, walaupun koran Islam tapi tidak kalah dengan koran lain. Bahkan Republika 2 atau 3 tahun lalu desain <i>frontpage</i> -nya Republika itu dapat penghargaan. Itu dari sisi tampilan. Dari sisi bisnisnya itu juga harus anak-anak lebih profesional.
JA	Kalo tadi dari sisi konten dari struktur anatominya atau suplemen, seperti apa Pak?
IKM	Ya misalnya sekarang Anda lihat ada Gen-i, redaksi untuk kalangan muda itu kan. lalu olah raga diperbanyak. Lalu ada Gaya. Banyak hal yang dirombak.
JA	Kemudian komposisi sajian berita, ini juga kan koran komunitas Islam tapi ada berita-berita umumnya juga. Kalo sekarang komposisi antara berita Islam dan non-Islam atau umum itu seperti apa?
IKM	Gak ada komposisi seperti itu. karena pada hakikatnya koran, terutama Republika, itu kan punya visi misi yang mulia. Khusus untuk Republika, saya berani mengatakan bahwa dari halaman depan sampe halaman

	<p>terakhir tidak ada yang keluar dari kerangka agama Islam. Tidak ada yang keluar dari kerangka <i>Amar Ma'ruf Nahi Munkar</i>. Misal, kalo kita bicara sepak bola, apakah dikatakan sepak bola itu tidak islami. Karena itu olah raga kita itu ada dua hal. Pertama, bertujuan untuk hiburan yang sehat. Kedua, kita menjunjung tinggi sportivitas. Kita harapkan bahwa sportivitas ini tidak hanya berlangsung di lapangan permainan, tapi juga sportivitas kalo jadi pengurus. Bahkan lebih besar lagi sportivitas ini harus ada di semua lini kehidupan dalam berbangsa dan bernegara. Negara ini ancur-ancuran karena tidak ada sportivitas. Orang yang ingin jadi bupati, walikota, sering kalah gak bisa terima. Lah ini olah raga. Makanya saya katakan itu olah raga juga Islami juga. Lalu kalo kita bicara korupsi, apa itu tidak Islami. Karena itu jangan dilihat Islam tidaknya itu dengan kalo ini ngutip hadist atau al-quran, oh ini berarti Islam. Kan tidak begitu. Fungsi dari media itu kan sebenarnya da'wah juga. Dia informasi, dia mendidik, dia entertain, dan lain-lain. Jadi gak bisa dikatakan dikotomi secara persentase antara berita Islam dan non-Islam. Hanya saya bisa mengatakan begini. Selama Islamnya Republika itu ada dua hal. Yang pertama, secara eksplisit. Kalo orang buka Republika hari Jumat ada Dialog Jumat. Namanya aja udah Islami. Ini pasti koran Islam. Lalu yang kedua ada dari sisi substansinya, kontennya, walaupun tidak berbau Arab, berbau Islam, tapi sebenarnya kontennya membawa misi Islam.</p>
JA	<p>Kemudian dalam hal struktur organisasi ini ada posisi direktur pemberitaan, formasi seperti itu tujuannya seperti apa, Pak?</p>
IKM	<p>Ya jadi Republika dulu hanya mengelola koran saja. Dan itu oleh Pemred selaku direktur pemberitaan. Sekarang ini Republika itu sudah menjadi group of company. Jadi ada unit-unit usahanya sendiri. Misalnya saja ada koran, online, penerbit buku, Alif TV, nanti akan lahir lain-lainnya. Untuk mengkoordinir kebijakan konten di seluruh unit-unit inilah ada direktur <i>news</i> dan <i>content</i>. Jadi direksi Republika itu merangkap direktur dari grup di Republika.</p>
JA	<p>Kalo dibandingkan dengan fungsi Pemred sendiri kenapa tidak fungsi Pemred saja yang dinaikkan?</p>
IKM	<p>Karena ini koran besar. Jadi day by day-nya harus ada yang bertanggung jawab. Begitu juga di Republika online. Dia ada karena masih kecil, namanya kepala redaksi. Lalu di Alif TV, itu juga ada, masih saya rangkap, direktur news dan content. Tapi disitu ada wakil pemimpin redaksi. Itu tergantung besar kecilnya dan tergantung dinamika perusahaan itu sendiri. Sehingga ada yang bertanggung jawab secara <i>day by day</i>. Tentang unit-unit ini. tetapi secara grup, harus ada pengambil kebijakan secara keseluruhan.</p>
JA	<p>Untuk kebijakan jangka panjang atau menengah dari Republika itu seperti apa?</p>
IKM	<p>Gak ada perubahan sih. Jadi visi kita ini adalah koran yang modern, moderat, friendly, rahmatan lil alamin, lalu intelek, dan profesional. Itu insya Allah gak berubah.</p>
JA	<p>Republika sendiri sekarang dihadapkan pada jumlah media cetak sebagai pesaing yang makin banyak di Indonesia, lokal maupun nasional. Strategi dari Republika sendiri untuk mengatasi hal itu seperti apa Pak?</p>
IKM	<p>Ya Alhamdulillah kita stabil. Tidak ada kata lain, kecuali profesional. Produknya harus bagus. Produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Kalo dari segi bisnisnya harus sehat.</p>
JA	<p>Kalo Bapak sendiri melihat dinamika masyarakat sekarang ini gerakan Islam begitu dahsyat, begitu hebat. Dengan pasar seperti itu, Bapak melihatnya dampak bagi Republika seperti apa?</p>
IKM	<p>Ya Republika harus menjadi <i>trendsetter</i>. Dan itu terbukti. Misal, apa yang dibuat Republika, kesini itu menjadi trend. Dengan adanya Republika, kita mempromosikan tentang gaya hidup yang Islami. Kalo Anda lihat sekarang ini bisnis pakaian muslim itu melibatkan uang triliunan. Dan kita merasa bahwa Republika ikut menjadi trendsetter disitu. Lalu ada kita yang pertama di Indonesia untuk buat namanya kompetisi sosial. Kita punya Dompot Dhuafa, yang itu kemudian diikuti oleh media-media lain dan oleh lembaga-lembaga sosial lainnya. Dulu belum ada seperti ini. Lembaga yang dibuat oleh Republika adalah lembaga yang profesional, akuntabel, dan bisa dipertanggungjawabkan. Ke depannya pun Republika harus menjadi <i>trendsetter</i> itu. misalnya kita juga pernah menyelenggarakan malam pergantian tahun baru, miladiyah. Dulu itu kan orang hura-hura segala macam, menawarkan alternatif bahwa malam pergantian tahun itu harus dimanfaatkan dengan hal-hal yang positif, kita menawarkan dzikir. Jadi dari Isya sampe jam 12. Dan ternyata yang datang ribuan. Dan sekarang berkembang bukan hanya pergantian tahun baru, hari-hari biasa Anda lihat di spanduk-spanduk di Jakarta ini banyak sekali.</p>
JA	<p>Jadi kegiatan-kegiatan ini di luar koran sendiri jadi berkembang ya?</p>
IKM	<p>Iya. Dan kita dukung dengan korannya kita.</p>
JA	<p>Satu hal yang unik di Era Baru dengan pengetatan kebijakannya ada aturan pembatasan jumlah halaman, sekarang kan tidak ada aturan pembatasan jumlah halaman. Nah mengatasi peluang ini atau menjadi hambatan ini bagaimana?</p>
IKM	<p>Ya itungannya bisnis aja. Kalo kita tambah sekian, dampaknya pada para pembaca seperti apa. Kecenderungannya orang itu tidak baca seluruh halaman koran. Dia paling buka yang menarik-menarik saja. Yang pertama, karena itu kita tawarkan koran-koran yang tebal mungkin gak dibaca. Yang kedua tentu <i>cost</i>-nya juga terlalu mahal. Terlalu sedikit juga gak bagus. Ya kita jumlah halaman. Terkadang olah pun pertimbangan bisnis. Jadi makanya dengan pertimbangan yang matang.</p>

JA	Sekarang perhitungan oplah di Republika seperti apa Pak?
IKM	Ya kita ada riset ya, ada tim pengembangan, ya itu yang menjadi dasar untuk mendukung Republika. Peluang banyak, tapi intinya di bisnis media itu semua orang harus berjiwa muda. Jiwanya ya. Jiwa muda itu dicirikan dengan kreativitas. Dinamis. Nah ini Republika. Karena itu kalo Anda lihat dari tahun ke tahun, Republika yang paling sering mengalami perubahan desain maupun konten. Itu cepat sekali.
JA	Mengenai persaingan dengan adanya dampak beragam teknologi media, strategi dari koran sendiri itu seperti apa Pak?
IKM	Ya kita bikin online kan. jadi intinya sebuah berita itu kan tetap berita. Konten tetap konten. Tidak akan berubah. Yang berubah adalah alat penyampainya. Karena itu kita di Republika tidak boleh menolak kemajuan dari teknologi informasi. Dan kita justru memanfaatkan itu. kalo kita tadi punya koran, pemasukan hanya dari koran, dengan adanya koran, dengan adanya Alif TV, dengan nanti yang lain-lain, itu menjadi sumber-sumber pemasukan baru. jadi itu yang akan terus kita kembangkan.
JA	Satu lagi yang terakhir, mengenai segi bisnis sendiri, yang ada komposisi pelanggan di Republika itu jauh lebih besar. Untuk segi pemasukan sendiri di Republika antara iklan dan dari sirkulasi perbandingan dan kecenderungan yang terbentuk kaya gimana?
IKM	Ya sekitar 70 % dari iklan, kemudian sisanya dari sirkulasi. Ini kalo kita bicara koran. Tapi juga pendapatan lainnya ada juga dari macam-macam unit tadi kan. yang jangan juga dilupakan Republika itu punya Republika Event. Dari event-event itu ya ada pemasukan. Kita punya pelatihan guru. Kita punya pelatihan pesantren. Kita punya Go To School, kita punya Dzikir, Ramadhan Fair. Yang terakhir kita punya kerja sama dengan Kementerian Kehutanan. Kita juga punya pelatihan Green and Clean. Nah ini semuanya ada pendapatan dari situ. Bahkan kita ke depan ingin punya Republika Training Center. Misalnya, kita bikin pelatihan jurnalistik. Masuk ke kampus-kampus, ke sekolah-sekolah SMA, ke humas-humas perusahaan. Intinya saya bilang kreatif dan dinamis. Itu aja.

Lampiran 4

Transkrip Wawancara Mendalam 4

Pewawancara : Jauharul Anwar (JA)
Informan : Irwan Arifyanto (IA)
Status : Kepala *Newsroom* Republika (2008-sekarang)
Hari, tanggal : Rabu, 2 November 2011
Waktu : 13.30-14.30
Tempat : Kantor Republika, Jakarta Selatan

Inisial	Data
JA	Bagaimana strategi yang dilakukan Republika pasca-Orde Baru dan pergantian pemilik?
IA	Memperbaiki Republika supaya tetap eksistensinya. Kita ada lembaga baru. Lembaga ini terbentuk tahun 2008, 2009 awal, namanya <i>Newsroom</i> . Jadi dulu ini kalau kita mau lihat bisnis media itu kan rata-rata Koran itu kan konvensional. Jadi reporter hanya memproduksi berita untuk koran. Sejak tahun 2000, sebenarnya kita sudah punya <i>online</i> sudah sejak lama. Kita adalah Koran pertama yang masuk ke dunia internet, tetapi baru digarap serius tahun 2007. Untuk memasok kebutuhan berita di online ini kita harus mendapatkannya dari reporter. Sedangkan reporter sendiri pada saat itu dibawah koran. Akhirnya dibentuk lembaga baru tahun 2008 namanya <i>Newsroom</i> . Kebetulan saya adalah kepala <i>Newsroom</i> -nya. Nah <i>Newsroom</i> ini kita semua punya reporter masuk ke lembaga ini. Tugasnya untuk memasok kebutuhan berita <i>online</i> , kebutuhan berita koran, kebutuhan berita TV, kebutuhan berita radio dan mungkin suatu saat TV digital. Dan kita sedang mendulang kesana.
JA	Jadi kayak onestop gitu ya?
IA	Ya jadi onestop stoping gitu...onestop media. Jadi <i>Newsroom</i> ini menjadi multimedia bukan onemedia lagi tapi multimedia. Nah itu, salah satu inovasi yang dilakukan sama kita, ketika anda menanyakan soal bagaimana proses berita. Kalau dulu itu kan kita sudah tau semua melalui mekanisme redaktur order ke reporter atau bisa timbal balik reporter. Tapi sekarang tidak. Semua diatur oleh <i>Newsroom</i> termasuk pergerakan reporter dalam mencari berita, penentuan narasumber, termasuk juga untuk penggalian informasi-informasi itu semua dikelola oleh <i>Newsroom</i> . Jadi dalam hal ini redaktur atau Koran kita memanggilnya user itu meminta jasa kita. Demikian juga online, online juga mempunyai redaktur yang bekerjasama dengan kita. Demikian juga TV kedepannya seperti itu. Radio juga seperti itu. Jadi semua reporter di Republika itu dia harus bisa menulis, harus bisa <i>me-record</i> melalui <i>voice</i> , dia harus bisa next ya... bisa merekam, merecord video. Nah itu jadi sekarang ini perubahannya sedang bertahap. Sekarang kita masih melayani kepentingan 3 user: 1 koran, 1 online, 1 lagi TV tapi <i>running text</i> . Jadi belum ke laporan <i>live</i> atau laporan melalui oral ...
JA	Baru teks aja?
IA	Iya. Jadi semua dikelola oleh <i>Newsroom</i> . Mekanismenya biasanya kebutuhannya kita mempunyai setiap redaktur <i>Newsroom</i> mempunyai gadget yang ada media-media yang bisa berhubungan misalnya melalui YM, atau misalnya melalui blackberry atau bisa juga bisa melalui sms atau macam-macam yang semuanya untuk melayani permintaan dari para user. Baru setelah semuanya masuk kita mengordernya kepada para reporter.
JA	Berarti arahnya sudah ke multiplatform media ya?
IA	Iya.
JA	kalo sebelumnya kan itu kan ditemukan di 2007. Tapi waktu kalo gak salah Mahaka Media mengakuisisi Republika itu tahun 2000 waktu itu masih konvensional?
IA	Iya masih konvensional. Ketika mereka datang kesini masih konvensional dan waktu itu juga <i>online</i> hanya meng- <i>copypaste</i> berita-berita yang ada Koran. Jadi ketika terjadi pertumbuhan online yang sangat luar biasa waktu itu detik.com bisa melonjak dan ternyata menghasilkan. Kita mulai berpikir serius. Memang kita terlambat dalam situasi seperti itu. Meskipun pada awalnya kita yang paling pertama kita kalah dengan Kompas, kita kalah dengan detik.
JA	Jadi waktu sebelum 2007 itu <i>Newsroom</i> belum dikembangkan berarti masih konvensional?
IA	Masih konvensional dan ya sejauh ini walaupun ada strategi-strategi ya mungkin lebih pada strategi <i>design</i> . Terus kita juga lebih pada <i>aktivasi-aktivasi</i> . Itu saja sebenarnya kita mulai berpikir untuk masuk ke arah multimedia 2006-2007. 2007 kita mulai serius dan lembaga ini terbentuk.
JA	Yang membuat <i>Newsroom</i> apakah akses dari grup Mahaka Media itu yang makin banyak?
IA	Salah satu faktor bisa saya bilang iya. Tetapi itu tidak sepenuhnya. Karena gini, kebetulan redpel

	(redaktur pelaksana) disini yang kemudian menjadi kepala <i>Newsroom</i> ia pernah mendapat pendidikan <i>Newsroom</i> di luar negeri dan melihat perkembangan multimedia sangat luar biasa, sehingga akhirnya dia kembali ke Indonesia, dia mengusulkan untuk membentuk dan mengembangkan lembaga <i>Newsroom</i> . Dan kitapun mulai serius menggarap serius. Kan sebenarnya gini tadinya mau dipisah online sendiri, koran sendiri. Tapi setelah kita melihat bahwa lebih efektif kalau digabungkan karena begini kenapa kita lebih efektif? pemilihan isu, pemilihan konten-konten bisa lebih bersinergi lagi. Karena kalau sendiri-sendiri takutnya berbeda gitu loh. Baju nya sama tapi bentuk badannya beda. Nah itu kan nah makanya itu kan yang dikhawatirkan kita harus seragam tetapi sejauh ini si sinergis sih, antara dengan keadaan <i>Newsroom</i> ini sinergis antara Koran dengan online.
JA	Itu artinya satu isu itu di....?
IA	Dikemas, ya jadi gini kita menggunakan teori bahwa pemberitaan untuk online itu berbeda dengan untuk Koran. Kalau koran lebih mendalam. Jadi disini fungsi redaktur yang dulu hanya mengcopypaste tulisan reporter dan memperbaiki sisi itu editing bahasa, sudah berubah. Mereka lebih masuk lagi ke fungsi memperkaya tulisan, mencari data, mencari bahan, reporter tugasnya hanya mencari bahan. Cuma itu. Dan tiap reporter posting ke software kami, ke <i>Newsroom</i> , itu bisa diambil, 1 oleh koran, 1 oleh online. Tentunya mereka sendiri sudah punya parameter sendiri. Untuk berita online seperti apa. Jadi tidak mungkin. Kalo dulu, sebelum ada <i>Newsroom</i> ini, setiap redaktur nyaris mengcopypaste berita. Bagus, lengkap. Paling memperbaiki tulisan atau mengubah <i>lead</i> atau mengubah judul. Kalo sekarang tidak, redaktur lebih berperan sebagai <i>co-writer</i> yang menulis ulang lagi. <i>Rewrite</i> lagi. Sekarang online juga begitu. Jadi tidak serta merta mengambil. Sekarang gini, kita lihat media online lain. dengan semua laporan plek diambil, paling perbaiki bahasanya aja. Nah sekarang dengan konsep <i>Newsroom</i> ini redaktur koran, redaktur online itu harus menulis ulang. Reporter hanya melaporkan.
JA	Kalo saya lihat di grup Mahaka Media sendiri kan ya bukan hanya ada Republika, tapi ada juga Harian Indonesia?
IA	Ini yang harus masih dibedakan. Sebenarnya <i>Newsroom</i> Republika sendiri hanya untuk melayani kepentingan Republika saja. Tidak keluar sampe ke Mahaka. Karena kita kan juga tahu kok, Mahaka sudah cukup banyak. anak-anak perusahaan media ya. Ada Jak FM, ada JakTV. Tapi itu bukan porsi kita untuk melayani mereka. Jadi kalo ke <i>multiplatform</i> -nya ya hanya terbatas di Republika. Saat ini Republika punya 4 anak perusahaan, Alif TV, Online, koran, sama penerbit. Rencana ke depan mau bikin radio juga.
JA	Itu dibawah?
IA	Republika Media Mandiri, anak perusahaan dari Mahaka Media. Memang ada mimpi dari grup untuk menjadikan suatu sinergi yang luar biasa, dimana dibentuk <i>Newsroom</i> yang betul-betul terpusat ke atas. Tapi kemudian kita bantah, karena setiap media di grup itu kan berbeda-beda segmentasinya. Kita kan komunitas muslim. Kalo Golf Digest kan khusus golf. Geni khusus Jakarta. Jadi juga kita tidak mau terlalu campur aduk. Kita harus punya karakteristik tersendiri.
JA	Nah, ini juga jadi berhubungan sama Republika sendiri sebagai koran Islam. Nah itu artinya wacana yang diambil itu mekanismenya seperti apa? Dalam arti wacana yang jangka panjang, misalnya suplemen, ataupun <i>yang day per day</i> ?
IA	Ga sebenarnya gini. Kita ini hampir mayoritas anak-anak muda semua ya. kita selalu bilang inovasi tiada henti. Tapi kita berpatokan bahwa segmentasi sejak awal berdiri tahun 1993 itu segmentasi sudah jelas bahwa kita koran yang melayani komunitas muslim. Jadi apapun produk yang dihasilkan. Apapun <i>konten</i> yang dihasilkan, itu tidak akan lepas dari <i>basic</i> Islam itu. sehingga misalnya jika Anda bilang <i>day by day</i> ada perubahan, ada. semua inovasi kita coba. Untuk jangka panjang, banyak. Kita sudah punya strategi mungkin sampe tahun 2015. Itu yang tadi saya bilang. Kita mau bikin radio tentang keislaman. Terus kita mau bikin TV digital tentang keislaman. Kita mungkin akan bikin majalah dan tabloid yang masih berwawasan keislaman. Karena begini, masih banyak hal yang kita gali dari dunia ini dan menurut saya ini layak sebagai sebuah industri. Kita sih mungkin tidak berhenti di satu titik aja. Ini bisa berkembang sampe 20 tahun kemudian. Dan untuk <i>share market</i> , <i>share</i> pasar, saya pikir ini sudah cukup besar ya. Kita kan mayoritas muslim, 80 % lah. Memang selama ini kan karena kita masih bertahap, masih baru berapa tahun lah perubahannya. Dulu kan sejak tahun 1994-2000 kan nyaris bukan industri yang kita kejar, tapi kepentingan. Kita fair aja ya. Sejak Mahaka Media ini masuk, diubah <i>mindset</i> semua orang-orang disini. Bahwa kita disini selain ideologi Islam, tentunya kepentingannya bernafaskan keislaman, kita juga adalah industri. Jadi apapun <i>konten</i> yang kita hasilkan itu untuk kepentingan industri.
JA	Kalo secara umum atau secara garis besarnya, apa perbedaan dari tadi di era zaman dulu adalah kepentingan, sekarang kepentingan plus orientasi industri?
IA	Makanya saya mau cerita soal sejarah dulu. 94 ketika dibentuk koran ini, kita sudah tahu lah bahwa ini sebenarnya adalah keinginan beberapa anak muda yang merasa bahwa kita selama ini umat Islam masih

	<p>merasa terpinggirkan. Tidak punya media yang bisa menampung kepentingan umat Islam. Seperti kita tahu saat itu Islam “dimusuhi” oleh Pemerintah. Nah kehadiran ICMI adalah untuk menampung orang-orang Islam yang selama ini tidak punya tempat berekspresi, mereka berpendapat. Salah satu produk yang dihasilkan adalah Bank Muamalat dan Republika. Republika berdiri tentunya dengan membawa banyak misi. Artinya membawa misi adalah benar-bener untuk membawa <i>voice</i> umat muslim. semua persoalan-persoalan yang terjadi saat itu, mau dari peristiwa atau kebijakan, yang kemudian berhubungan dengan umat muslim, kita selalu terdepan. Dari kasus Jilbab misalnya, dari kasus SDSB, terus kasus-kasus yang lain. Cuma persoalannya kita harus tahu dulu ICMI itu siapa pimpinannya? Itu orang-orang Golkar juga, yang tentunya sarat dengan muatan politis juga. Meskipun Pak Habibie juga sebenarnya golput juga kan. Karena dia tidak politis. Mau tidak mau garis kebijakan Republika, garis ideologi Republika adalah garis ideologi yang dianut oleh ICMI. Terus terang aja antara tahun 1994-2000, kita seringkali dicap sebagai anti-NU. Jadi NU menjadi musuh kita. Kenapa? Karena seperti yang kita tahu kan di Indonesia itu ada yang... terlalu banyak ormas-ormas di Indonesia. Dan NU itu kan sangat tradisional. Nah Muhammadiyah, persis itu kan sebagai pembaharu dalam Islam. Itulah yang kemudian dan kebetulan di ICMI itu adalah bukan orang-orang dari kalangan NU yang saat itu sangat dikuasai oleh KH. Abdurahman Wahid. Sehingga terjadi bentrokan seperti itu, sehingga apapun yang kita beritakan akan selalu bersebrangan dengan NU. Dari masalah puasa, dari masalah lebaran, macem-macam lah. Masalah kebijakan politik. Apapun yang berhubungan dengan Republika ini bersebrangan. Dan itu berubah di kita sejak tahun 2000. Kita lebih <i>welcome</i> disini. Konsep pertama yang kita bangun adalah kita menjadi ‘rumah’ bagi siapa pun. Kita tidak memandang itu NU, kita tidak memandang itu Al-Irsyad, tidak memandang itu Persis, kita tidak memandang itu Muhammadiyah. Semua itu sama. Kita akomodasi. Memang prosesnya berat, karena masih ada beberapa bid’ah, khususnya dari kalangan NU yang menganggap bahwa Republika masih bagian dari kalangan Muhammadiyah. Jadi setiap berita yang dihasilkan itu dari kaca mata Muhammadiyah. Itu juga memang sudah diantisipasi oleh kita, karena bagaimana pun redaksi sebagai penghasil konten itu disini banyak Muhammadiyah. Tahun 2003-2004 masuklah gerbong orang-orang NU, anak muda baru, yang dari pesantren, dari apa. Karena gini, dulu itu rekrutmen reporter itu kan biasanya dari kalangan kampus yang yang mayoritas lebih banyak Muhammadiyah-nya lah dan Tarbiyah macem-macam, sehingga produk tulisan, setiap konten yang dihasilkan juga pasti opininya berbeda dibandingkan, terutama masalah agama. Nah sejak tahun 2003 kesini, khususnya lulusan-lulusan santri-santri dari pesantren itu memberikan warna tersendiri. Kita lebih bebas, kita lebih banyak mengakomodir semua kepentingan. Awalnya susah, tapi lama-lama terbiasa. Misalnya gini, yang paling gampang adalah masalah lebaran. Itu selalu menjadi bahan perdebatan yang berhari-hari dibicarakan disini. Kaca mata NU seperti apa, kaca mata Muhammadiyah seperti apa, kaca mata Persis seperti apa, kaca mata Al-Irsyad seperti apa. Tapi justru ini yang mewarnai sehari-hari konten yang dihasilkan oleh Republika. Jadi kita sekarang tidak lagi menggiring opini masyarakat, tapi kita memberikan keluasaan masyarakat untuk beropini sendiri. Silahkan masyarakat beropini, kira-kira kalo soal lebaran. Apakah layak untuk, kalo versi Pemerintah hari ini silahkan, kalo versi Muhammadiyah, kemarin silahkan. Kita tidak lagi dalam Tajuk, dalam berita, tidak lagi menggiring opini, khusus untuk itu ya. kita benar-benar netral.</p>
JA	Jadi kalo saya simpulkan strategi yang disajikan itu menampilkan sendiri perdebatan itu di publik?
IA	Betul. Dan biar publik yang menilai sendiri. Misalnya kasus Bulan Purnama. Baru kemarin ya rame bulan purnama. Bulan Purnama kan penentuan tanggal 14 (hijriyah). Kita kan banyak perdebatan. Ahli Muhammadiyah memandang tanggal 14 itu belum tentu bulat. Orang NU bilang sebenarnya untuk tanggal 13 juga sudah. Itu kita tuangkan dalam tulisan. Jadi biar pembaca yang menilai sendiri, bukan kita. Biar pembaca yang menilai, oh seperti ini. Itu kan menurut saya kan suatu hal yang menarik ya. Pemikiran dan pemahaman. Selama itu tidak bertentangan dengan <i>Aqidah</i> . Kalo sudah bicara soal hak, puasa, sudah bicara zakat, itu kan sudah mutlak. Sudah ada aturannya, sudah ada hukumnya. Itu tidak boleh dilanggar. Tapi kalo bicara seperti itu kan silahkan saja manusia, setiap orang menafsirkannya sendiri-sendiri. Memang banyak keluhan. Banyak orang mengeluh bahwa Republika sekarang lebih abu-abu. Tidak punya sikap sendiri. Tapi menurut saya justru harus seperti itu, karena Islam sendiri memang demokratis. Apakah kita misalnya mau menurut ke Pemerintah, ya silahkan. Tidak ada yang melarang. Hukum juga tidak berdosa. Atau kita mau ikut Muhammadiyah, silahkan. Karena seperti saya bilang tadi. Perdebatan itulah yang kita angkat menjadi sebuah tulisan. Biar masyarakat yang menilai sendiri.
JA	Ada dua hal dari pembicaraan barusan. Yang pertama adalah mengenai keberpihakan di antara organisasi-organisasi yang ada. Dulu cenderung pada Islam yang pembaharu, makanya sebagian penelitian yang saya baca juga Republika adalah Islam yang moderat dan modernis. Tapi juga tidak bisa dinegasikan bahwa banyak juga Islam-Islam yang lain. Tadi tentang Islam radikal dan segala macem. Posisinya seperti apa?
IA	Kita sangat <i>welcome</i> . Siapa bilang kita tidak <i>welcome</i> sama orang-orang tadi. Selama itu tidak menjadikan sebuah aksi. Misalnya kelompok-kelompok radikal, kelompok-kelompok garis keras. Kita

	kecam FPI dengan sikap kerasnya. Hizbut Tahrir yang selalu meminta Negara Indonesia sebagai sebuah Negara Khilafah. Ya kita kecam, karena bagaimana pun kita sudah yakin, ideologi kita bahwa NKRI itu sudah mutlak. Terus misalnya soal pelaku-pelaku bom, kita kecam juga. Tapi selama itu dalam batas pemikiran, kaya syekh Qutub yang kemudian diadposi oleh mahasiswa-mahasiswa di Indonesia, kita juga <i>welcome</i> . Bahwa kita sebenarnya membenci Amerika, kita juga <i>welcome</i> . Kita tidak pernah membatasi hal itu. Artinya begini, bagi kelompok Islam mana pun, termasuk JIL (Jaringan Islam Liberal). Berapa kali Ulil menulis disini, dengan segala kontroversi. Kita sensor? Tidak. Ade Armando misalnya, dulu punya halaman sendiri, Resonansi. Meskipun kita didemo. Itu kan wacana, silahkan-silahkan saja. Selama dia bisa memberikan argumentasi yang sangat logis ya silahkan. Tapi yang kemudian kita <i>cut</i> kalo sudah masalah fiqih atau masalah hukum. Itu yang kemudian kita <i>cut</i> . Meskipun masalah fiqih kita sangat bersebrangan dengan JIL, misalnya. Tapi kalo kita sudah masuk ke dalam masalah-masalah yang berhubungan dengan kenegaraan, hukum misalnya, bahwa Hizbut Tahrir ingin mendirikan Negara Khilafah, itu kita bisa berdebat. Bagaimana pun kita sudah mutlak NKRI. Kecuali Ahmadiyah, <i>sorry</i> . Karena Ahmadiyah itu bukan Islam.
JA	Kemudian yang kedua, dengan menampilkan perdebatan tadi ke permukaan, bagaimana pengaruh, katakanlah terhadap pasar, pembaca. Mungkin dilihat dari respon mereka ataupun dari segi itung-itungan ekonomi, bagaimana tingkat pembacaannya dan segala macam?
IA	Awalnya memang banyak orang yang memprotes. Misalnya kita mempermasalahkan soal apa ya? oh...soal <i>Tahlilan</i> . Itu sangat menarik. Tahun berapa saya lupa lagi. Jadi perdebatan yang sangat luas. Di milist-milist semua dibicarakan, karena kita memberdebatkan itu dalam sebuah tulisan. Nah tapi lama-kelamaan karena kita sudah membiasakan seperti itu, karena gini, pembaca koran itu rata-rata adalah pembaca yang 'paham'. Dia punya intelektual. Dia orang yang mungkin tahulah bagaimana masalah agama, sehingga akhirnya itu menjadi bacaan bagi mereka. Artinya, kita pengen tahu sebenarnya bagaimana sih pandangan orang NU? Di kita ada. Bagaimana pandangan orang Muhammadiyah? Di kita ada. Jadi secara pelanggan pun tidak berkurang, malah kita bisa merangkul orang-orang NU. Kita bisa merangkul orang-orang yang mungkin selama ini bersebrangan dengan orang-orang Republika, 'pembaharu'. Kita rangkul. Kita beberapa kali kerja sama dengan Hizbut Tahrir dan tidak ada masalah. kita <i>welcome</i> saja dengan mereka dan itu menurut saya dengan menampilkan perdebatan seperti itu semua merasa terwakili. Kan itu intinya. Tidak ada lagi, kok saya tidak ditulis. Kan kita selalu ada lah rasa-rasa tidak ada egaliter, bahwa saya paling terbaik, pasti ada lah setiap ormas-ormas itu. saya tidak menyebutkan satu ormas. Tapi setiap ormas pasti selalu ada. rasa superior bahwa ini lebih baik dari ini. tapi karena kita mengakomodasi semua kalangan, justru menarik dan mereka merasa oh iya, Republika menjadi 'rumah' kita semua. Perdebatan, perbedaan, silahkan. Tapi intinya kan kita mencari, satu <i>rahmatan lil alamin</i> .
JA	Itu direspon positif oleh pasar?
IA	Awalnya negatif. Tapi lama-kelamaan malah bertambah karena dianggap positif. Tiras kita jadi naik. Kita pernah sampe 135 ribu. Sekarang tiras kita sekitar 115 ribuan perhari. Online itu malah lebih sadis lagi. Online itu semua berita juga masuk. Mau dari JIL, mau dari, tampung aja, ga ada masalah. Cuma masih ada koridor yang saya jaga. Itu <i>traffic</i> -nya setiap hari 250 ribu. Anda bisa cek di Alexa. [23.49]
JA	Kemudian masalah antara Republika itu sendiri kan, saya sebenarnya lebih ke arah media cetaknya. Dengan pertumbuhan New Media segala macam, mempertahankan media cetak ini strateginya kaya gimana?
IA	Sangat berat lah. Makanya dibentuk <i>Newsroom</i> , salah satu strategi untuk itu. jadi kita tidak hanya berbicara cetak aja, tapi umumlah. Tapi kalo misalnya apakah cetak masih bertahan? Saya pikir masih. Karena bagaimana pun setelah kita pelajari selama 2 tahun terakhir ini, ada perbedaan mendasar antara pembaca koran sama pembaca online. Itu saja. Pembaca online adalah pembaca yang mencari kecepatan, keingintahuan yang sangat cepat. Bukan pengetahuan yang paling dalam. Nah di koran, itu semua ada. sikap Islam sendiri, bagaimana Republika mengambil sikap soal kasus, itu bisa dilihat dari koran. Tapi kalo di online, yang peristiwa aja. Nah strateginya banyak yang kita lakukan, bukan untuk koran sendiri. Ya terutama kita koran ini kan punya banyak rubrik unggulan. Ada islam Digest, ada Khazanah, terus ada halaman-halaman khusus yang tentunya tidak jauh kontennya dengan keislaman, seperti ekonomi syariah. Itu beberapa strategi yang dibuat supaya bagaimana pun koran harus tetap eksis.
JA	Itu baru 2 tahun terakhir?
IA	3 tahun terakhir.
JA	Saya juga tadi lihat beberapa artikel koran tahun 94-93, Islam Digest, Khazanah itu belum ada.
IA	Belum ada. Itu baru 3 tahun terakhir.
JA	Tujuan untuk itu sendiri kaya gimana, Mas?
IA	Ya itu. salah satu strateginya adalah untuk mempertahankan eksistensi koran. Karena bagaimana pun kan kita sekarang era multimedia terjadi di Indonesia 5 tahun terakhir belakangan ini ya kita juga mesti

	<p>punya antisipasi. Antisipasinya tentu saja dengan bagaimana kita menampilkan produk-produk yang harus berbeda dengan media-media yang lain, online, televisi. Sekarang begini, ketika ada peristiwa bom, dalam hitungan detik lewat <i>twitter</i>, <i>facebook</i>, <i>bbm</i>, itu sudah ada semua. Dalam hitungan menit, mungkin detik.com. Viva. Semua ada. Terus koran apa? Kita pendalamannya. Kita mencari sebenarnya ada apa dibalik peristiwa bom ini. Dan saya pikir sejauh ini masyarakat kita masih butuh hal-hal seperti itu. Makanya saya bilang, pendengar radio, penonton televisi, pembaca online, penggemar gadget, itu juga dia pembaca koran. Karena kadang ada satu pembaca yang mengatakan bahwa saya nyaris semua media saya ikuti. Saya ikuti twitter setiap hari, saya dengar radio di jalan, saya bukan internet di gadget saya. Tapi setiap pagi saya baca koran. Artinya ada sesuatu yang masih kurang. Memang saat ini juga kita masih belum bisa sempurna lah. Artinya menampilkan sesuatu yang lain dibandingkan media online dan media Republika yang lain. Tapi minimal kita sudah berusaha dan melakukan perbaikan terus ke depan. Jadi kita berharap bahwa koran itu menjadi sebuah pelengkap, kesimpulan dari setiap peristiwa atau momen yang terjadi hari ini.</p>
JA	<p>Kalo koran sendiri kan beda sama majalah, sama tabloid. Koran itu sangat beragam isinya. Dengan keberagaman itu, komposisi antara muatan islam dan muatan non-Islam katakanlah. Karena di era modern, masyarakat kelas menengah, masyarakat kota. Itu seperti apa komunikasi yang dibentuk? Baik persentase ataupun caranya.</p>
IA	<p>Ya kita tentunya begini. Hampir 70 % produk yang dihasilkan dari kita itu kontennya adalah konten Islam. Untuk koran ya. jadi tentunya kita membuat rubrik yang bernuansa keislaman. Kita menampilkan rubrik-rubrik olah raga muslim. Kita menampilkan rubrik-rubrik pengusaha muslim. Kita tentunya membuat rubrik yang <i>inspire</i> ya. Yang semuanya berbasiskan pada kemusliman. Itu satu wacana yang kita buat. Jadi apapun yang kita lakukan untuk koran, khususnya ya, adalah menampilkan apa yang tidak ada di media (sejenis) itu. kita ada Muallaf yang ternyata responnya sangat bagus. Dan ketika Muallaf itu diterjemahkan ke online, itu juga meledak, ratingnya tinggi. Jadi sebetulnya semua yang ketika Anda bilang: Bagaimana dengan media yang lain? Sebenarnya pasar Islam sendiri itu masih sangat banyak. sekarang kita lihat gini, berapa sih media yang <i>mainstream</i>-nya Islam? Pelita, Republika. Pelita udah hampir menggap-mengap kan. terus misalnya majalan Sabili, Hidayatullah, itu juga sudah mulai turun... Nah kita ingin menampilkan sesuatu yang lain. Kita berpandangan bahwa Islam Republika kan Islam yang modern. Yang bisa dibaca oleh siapa saja, tanpa harus menampilkan hadits-hadits, ayat-ayat Al-quran. Tapi bahwa ketika dibaca itulah Islam. Tanpa harus dibungkus dengan hadits ataupun quran.</p>
JA	<p>Gak ada saingan?</p>
IA	<p>Gak ada saingan. Cuma kan sekarang kita kurang optimal saja. Kita gak ada saingan. Sekarang siapa saingan kita. Setiap koran punya segmentasi sendiri. Pembaca Kompas, pembaca Media Indonesia, pembaca Tempo itu berbeda. Tetapi apakah mereka membaca Republika? Iya. Karena bagaimana pun mereka Islam, mereka muslim. Mungkin mereka baca sisi lain dari sebuah peristiwa dari kaca mata majalah Tempo atau koran Tempo, tapi kalo Islam ke Republika memandangnya. Bagaimana pun 80 % warga masyarakat Indonesia adalah masyarakat muslim. Itu pasar yang benar-benar kita. Itu target kita. Target juga tidak hanya jangka pendek, tapi juga jangka panjang. Artinya ketika Anda bertanya bagaimana persaingan dengan sejenis? Persaingan mungkin kita tidak ada. Karena apa? Kita sudah punya segmen sendiri. Yang tentu kita harus dorong adalah bagaimana para pembaca Kompas, para pembaca Media Indonesia, pembaca Tempo, bisa beralih ke Republika. Cuma itu aja. Karena kalo kita mau tau berita soal keislaman ya di Republika. Dan itu tidak didapatkan di koran lain. Walaupun misalnya sekarang Kompas sudah mengangkat berbagai perubahan. Beberapa media juga sudah mengalami perubahan. Mereka mengadopsi ekonomi syariah, misalnya. Mereka mengadopsi halaman-halaman haji. Ya tapi tetap saja, kita masih terunggul, karena kita <i>pure</i>. Tapi itu menjadi cermin juga ya. Jangan sampai kita lengah dan menjadi bumerang buat kita. Ketika misalnya program-program yang ada sekarang ini yang ada di Republika itu diambil sama media-media lain dan menjadi unggulan mereka juga. Tapi sejauh ini tanpa persaingan. Untuk market atau pasar, kita nyaris tidak ada persaingan. Cuma kurang optimal saja.</p>
JA	<p>Kurang optimalnya sendiri seperti apa?</p>
IA	<p>Ya banyak hal lah. Misalnya, kita kan mulai menggeliatkan sejak 5 tahun terakhir ini. Masih banyak perubahan-perubahan. Misalnya SDM kita kurang. Terus sirkulasi kita juga kurang. Apalagi menyangkut harga kertas yang semakin lama semakin mahal kan. kita tidak bisa lagi ekspansi mencetak lebih banyak dibanding hari biasa ya. Jadi gini, Republika itu adalah koran yang unik. Tidak ada di lapangan, tidak ada di jalanan.</p>
JA	<p>Itu juga yang saya aneh, kok di kampus gak ada.</p>
IA	<p>Ga ada eceran. Mereka jual jor-joran. Jual seribu, misalnya. Jual 1200, 1500. Kalo kita nggak. Sudah dipatok. Dan itu menguntungkan. Kita tidak pernah rugi. [percakapan terpotong].</p>
JA	<p>Bagaimana perubahan organisasi yang terjadi?</p>

IA	Ada perubahan sejak tahun 2000. Dulu itu yang namanya pemimpin redaksi itu dia adalah pemimpin produksi. Jadi semua bagian produksi itu di bawah pimpinan redaksi. Sejak tahun 2000 itu diubah. Jadi di kita itu ada direktur utama. Di bawah Dirut itu ada 3 direktur.
JA	Di RMM?
IA	Di RMM itu. 1 direktur pemberitaan, 1 direktur operasional, 1 direktur produksi. Nah produksi, mulai dari cetak dan segala macam itu di bawah direktur produksi. Nah, pemred itu di bawah direktur pemberitaan. Direktur pemberitaan ini dia mengepalai semua jenis usaha, terutama televisi. Jadi televisi itu tingkatannya mungkin lebih tinggi dibanding koran. Setingkat pemred. Ini mesti digambar [informan menggambarkan struktur perusahaan RMM].
JA	Terus bentuk-bentuk treatment-nya seperti apa yang diberikan pada wartawan dengan adanya <i>Newsroom</i> ini?
IA	Sosialisasinya memang sangat luar biasa ya. Jadi kita juga mendidik mereka juga dari perubahan jam kerja, misalnya. Kalo dulu kan wartawan itu nyaris tidak ada jam kerjanya. Pagi, siang, malam, bablas. Kalo sekarang kita atur. Karena itu mempengaruhi stamina kan. Terus kita juga ada model pemetaan. Pemetaan dalam arti kita bisa tahu dimana reporter itu berada. Ketika reporter pindah, kita tahu, oh si ini ke sini ke sini. Dengan maraknya gadget sekarang, kita bisa mendata. Kamu dimana? Lagi ngapain? Tahu gitu, alasannya jelas. Kalo dulu kan kita ga tahu. Wartawan cari berita aja. Kalo sekarang itu semuanya terukur. Beberapa memang akhirnya dia memahami profesionalitas dalam bekerja. Dulu sebelum <i>Newsroom</i> ini ada, ada beberapa ketika masih di reporter, misalnya kerja di mingguan, itu kerja di luar santainya luar biasa. Mereka bekerjanya cuma seminggu sekali. Ketika dia bekerja harian, dia harus fulltime. Nah sebenarnya yang <i>Newsroom</i> ini gak ada. karena tidak ada lagi sekat-sekatan. Kalopun toh ada yang dipos-poskan, itu lebih pada tugas, dimana dia mengawal berita. Misalnya kalo dia tugaskan di Nasional, dia harus mengawal di DPR. Akhirnya wartawan itu harus memahami. Beberapa kali wartawan <i>Newsroom</i> itu dia harus meliput olah raga. Padahal <i>basic</i> -nya dia adalah kolom Ekonomi. Dia harus meliput berita Islam, padahal <i>basic</i> -nya mungkin dia wartawan olah raga. Ya kita sering mengadakan pelatihan. Kita juga buka wacana mereka. Mendatangkan ahli-ahli. Kita sering mengadakan diskusi dengan pakar-pakar. Kita ajak diskusi wartawan politik itu soal budaya. Dan selama 2 tahun ini alhamdulillah berhasil. Jadi kita berharap wartawan kita itu betul-betul <i>open minded</i> terhadap semua hal. Jadi dia tidak hanya paham satu bidang saja. Meskipun sebenarnya kita sudah ada penjurusan. Suatu saat dia ahli di bidang itu. kita berikan rubrik khusus, namanya Teraju.
JA	Teraju ini baru juga ya?
IA	Baru 1 tahun. Yang kalo kita bilang mereka itu sudah dianggap sebagai pakar di bidang-bidang tertentu. Ya sudah dia tidak akan ditugasi yang lain, itu saja. Dia bisa menulis apa saja. Tentunya lebih mendalam lagi. Jadi sejauh ini sih, dari jumlah yang ada, ya kebanyakan yang riset itu yang lama-lama sih. Kalo yang baru-baru, karena mereka baru masuk, sehingga belajar dari awal, sempat resisten juga mereka itu.
JA	Uniknya wartawan itu juga yang saya baca juga kan rekrutmen wartawan itu kan tidak harus mensyaratkan mereka berlatar belakang jurnalistik. Dengan perbedaan itu, ketika masuk di Republika itu gimana kondisinya?
IA	Ya biasanya kan di kita ada proses magang ya. jadi wartawan-wartawan itu kan tidak langsung di angkat. Dia harus magang dulu mungkin sekitar 1-1,5 tahun untuk belajar jurnalisme dasar. Baru setelah itu diangkat jadi reporter atau karyawan tetap. Kami juga tidak memandang apakah kamu itu lulusan sosiologi, lulusan jurnalistik. Semuanya sama. Kita anggap nol. Belajar lagi dari awal. Nah langkah-langkah yang kita lakukan adalah jadi kita 'putihkan' semuanya. Mereka belajar dari awal lagi. Kita kasih lagi pelatihan segala macam di bidang jurnalistik, elemen-elemen jurnalistik, bagaimana cara mencari berita. Semuanya kita 'putihkan'. Jadi kita didik mereka lagi dari awal. Itu ternyata bermanfaat, karena masalahnya di kita jarang juga lulusan jurnalistik ya. Bisa dibilang kalo kemarin saja angkatan kemarin itu dari 10 orang, Cuma 1 yang dari jurnalistik. Misalnya dari kimia, terus dari teknik penerbangan, malah dari jurusan yang aneh dari Jawa Timur. Sosiologi juga ada. Antropologi juga ada. UI banyak di sini antropologi sama arkeologi.
JA	Rekrutmen itu sendiri semenjak ada <i>Newsroom</i> atau mulai tahun 2000 itu seperti apa?
IA	Baru 2008 yang masif.
JA	Periodenya?
IA	Periodenya dulu bisa 5 tahun sekali, bisa 6 tahun sekali. Tergantung kebutuhan.
JA	Kalo semenjak ada <i>Newsroom</i> itu periodenya berapa kali?
IA	Tahun ini kita rekor, 3 kali. Jadi per 3 bulan ya. tahun kemarin (2011) Cuma 2 kali.
JA	Itu mekanismenya kaya gimana?
IA	Ya kita buka lowongan, melamar biasa. Seleksinya ada beberapa tahap ya. Ada psikotes, ada wawancara, terus ada tes kesehatan, tes bahasa Inggris. Ya memang kadangkala tidak sesuai dengan target. Kita sebenarnya pengen target semester kemarin itu bulan Januari itu kita menargetkan dapat 20 orang. Tapi

	Cuma dapet 6 orang. Jadi memang susah. Targetnya tidak terpenuhi. Periode kedua kita dapet 3 orang. Periode ketiga ini kita pengen...nah ini udah masuk periode keempat, 3 bulan terakhir. Karena gini, tarohlah dari kemarin yang 3 orang itu waktu periode awal itu paling jadinya 1-2 orang. Malah yang sebelumnya tahun kemarin itu Cuma 2 orang.
JA	Dari berapa orang?
IA	Dari 10, gugur-gurur tinggal 2 orang. Yang diangkat jadinya 1 orang. Nah itu persoalannya. Jadi memang mencari wartawan yang mempunyai karakteristik wartawan yang bener itu susah.
JA	Itu setelah di- <i>treatment</i> setahun itu?
IA	Iya. Setelah setahun itu. Bahwa dia pantas menjadi wartawan atau tidak.
JA	Terus mas yang mengenai karakter pemberitaan sendiri, style yang digunakan di Republika, terlepas itu yang misalkan kontennya Islam atau apapun, itu ada karakter khusus ga sih? Misalnya jurnalisme presisi.
IA	Kita yang pasti gini, sejak perubahan sistem ini ya, wartawan tidak lagi menulis dengan model piramida terbalik. Datar aja. Tapi reporter punya kewajiban untuk menulis panjang. Mungkin seminggu sekali. Mungkin seminggu 2 kali. <i>Feature-feature</i> . Itu baru diwajibkan bagi wartawan. Nah untuk karakteristik berita Republika itu sebenarnya gampang. Karena Kita itu sebenarnya bersaudaraan sama Tempo. <i>Founding father</i> kita itu kan dulu kebanyakan orang-orang Tempo, juga berita Buana. Garis beritanya sudah jelas dan yang pasti kita tetap mengedepankan tulisan-tulisan yang santun, yang sopan. Kita pernah dapat penghargaan sebagai koran yang ramah buat keluarga. Artinya, ketika dibaca oleh anak kecil pun tidak berbahaya. Meskipun ada produk-produk berita yang mengedepankan masalah-masalah ilmiah. Kita itu sebenarnya ke depan itu pengen menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar. Cuma kan ini perlu proses ya. Kita pernah jadi juara Bahasa Indonesia terbaik. Tapi di tahun berikutnya malah kedua, ketiga, keempat. Memang butuh proses. Sebenarnya karakter kita itu menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dalam cara bertutur. Bahasanya sopan dan lugas. Dan kita coba meminimalkan bahasa-bahasa dan istilah asing. Kita mencoba membuka diksi-diksi baru. Karena begini, kenapa saya berbicara soal diksi? Banyak bahasa-bahasa serampang dari bahasa Arab yang kemudian diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia maknanya jadi berbeda. Itu yang kita coba perlahan-lahan kita buat. Misalnya kita sejak awal selalu mengatakan bukan “Mosque”, tapi “Masjid”, untuk bahasa Inggris. Karena “mosque” itu kan artinya sarang nyamuk, “mosquito” kan. terus kita coba mempopulerkan istilah “Ustadz”, bukan “ustad”. Karena ketika bahasa serapan itu berubah menjadi bahasa Indonesia, maknanya jadi berbeda. Itu aja sih sebenarnya strategi-strategi yang kita lakukan dalam karakter tulisan. Jadi tetap dengan lokal muatan, yang penuh dengan keislaman, tapi kita melakukan berbagai hal yang berhubungan dengan bahasa, berhubungan dengan desain yang menurut kita ...sebenarnya kita masih mencari pola ya. sejauh ini masih belum ketemu polanya, karena masih banyak perdebatan. Apakah kita harus meniru gaya seperti ini dan ini, dengan adanya <i>Newsroom</i> sekarang ini perubahannya sangat melonjak. Redaktur menulis ulang lagi. Konsep yang bertutur, tidak seperti koran-koran konvensional yang menceritakan hujan katanya. Se jauh ini masih belum.
JA	Kalo masalah isi, terutama masalah independensi. Perbandingan antara dulu ketika masih di bawah ICMI dengan sekarang yang paling kentara terlihat itu dalam konteks pengemasan ataupun produksinya sendiri?
IA	Sebenarnya dulu itu juga nuansa kepentingannya tidak terlalu besar, Cuma kita kemas agar kelihatan seolah-olah berita ini bukan suatu kepentingan. Tapi seiring waktu ya akhirnya kita juga mengubah itu. Tapi kita yang paling utama itu mengubah kemasan. Bagaimana pun kalo misalnya kita dilbilang koran independen, kita bukan koran independen loh. Kita kan koran komunitas. Segala isi, segala peristiwa, segala berita, pasti lebih mengutamakan masalah keislaman. Jadi kalo misalnya Anda mengatakan independen....saya bilang ga.
JA	Tapi kalo dalam arti independen dari penguasa?
IA	Iya. Kalo itu udah sejak lama kan. meskipun juga kadang-kadang, yah sama juga. Pihak Istana nelepon ke sini negor gitu. Tapi saya pikir SBY cukup ini ya. Reaktif tapi tidak seperti Orde Baru lah, karena mungkin sekarang masa reformasi. Tapi tetap saja ya...sekarang kan ada saluran hukum, ada somasi. Itu yang sebenarnya buat kita juga agak hati-hati. Tidak ngegas seperti tahun 1998-2002 yang begitu enak bikin berita apa saja. Mau maki-maki kek. Sekarang kan ada produk hukum. Kita ada undang-undang pers kan. kita ada kode etik. Itu sebenarnya yang membatasi ruang gerak kita.
JA	Menghubungkan dan menyeimbangkan antara wacana dan berita sebagai kepentingan dan komoditi itu seperti apa Mas?
IA	Kalo dulu kan kepentingan itu bisa dilbilang kepentingan sekelompok atau hal-hal tertentu. Kalo sekarang kita beda kepentingan, yaitu Islam. Jadi agak-agak sedikit bias gitu. dari kepentingan sebelum tahun 2000 dengan kepentingan setelah tahun 2000. Kalo sekarang kan lebih luas. Kalo dulu kan sangat sektarian, sangat sempit ya. Nah ya itu kita hubungkan. Kita gabungkan menjadi sebuah produk yang kita harapkan nantinya ini tidak mengurangi

	independensi. Jadi kalo kita berbicara masalah apa itu kepentingan, kepentingan sebelum tahun 2000 dan kepentingan setelah tahun 2000, kita sekarang lebih luas, umum, Islam. Kalo dulu mungkin kepentingan kelompok tertentu.
JA	Kalo dihubungkan dengan berita sebagai komoditas sendiri itu ditampilkan seperti apa Mas?
IA	Ya tentunya tidak secara fulgar, tapi biasanya kita sedikit memperlihatkan ketidakindependensinya itu. Misalnya dalam berbagai kasus, ketika misalnya ketika kasus bom umat Islam oleh Israel, kita melawan. Itu maksudnya kan. Atau misalkan kasus Ahmadiyah, kita sudah memperlihatkan jatidiri kita bahwa Ahmadiyah bukan Islam. Terus ketika pertarungan politik, misalnya, kita sudah mempunyai garis yang sangat jelas bahwa kita koran yang mendukung partai-partai yang membawa nilai-nilai Islam. Atau kita misalnya sudah jelas kalo ada hal-hal yang berbau dengan masalah yang paling mendasar, soal bom. Kita akan teriak-teriak kalo misalnya pihak Pemerintah atau pihak-pihak lain menuding umat Islam berada di belakang semuanya. Jadi untuk membungkus itu, kadang-kadang kita keluar dari jalur asli kita dan berani langsung. Kadang-kadang kita mengemasnya dengan bahasa yang lebih santun atau misalnya dengan wacana yang lebih tidak terlalu...kan gini, namanya orang itu kan kalo dipukul sakit kan. Tapi kalo dicubit pelan-pelan kan nyenget. Nah, kita bermain di dua itu aja. Kadang kita hajar, kadang kita cubit.
JA	Kondisional itu diterapkan kalo ukurannya seperti apa?
IA	Ya melihat event-event-nya dulu. Kejadiannya seperti apa, beritanya seperti apa. Kalo sudah jelas ini masuk ke masalah Islam, oh kita udah, terang-terangan. Tapi kalo mungkin hanya masalah wacana atau apa..yah kita paling Cuma nyentil. Karena bagaimana pun ada semacam koridor bahwa ini pegangan umat Islam dan bukan negara Islam. Ada namanya NKRI. Bagaimana pun kita harus mendukung NKRI. Tapi ketika Hizbut Tahrir misalnya diserang oleh Pemerintah dengan...ketika Hizbut Tahrir bilang bahwa kita harus Negara Khalifah, ya kita serang. Itu abal-abal yang saya bilang. Kita kadang-kadang harus keluar dari kebiasaan kita.
JA	Kembali ke perubahan yang dialami Republika semenjak perubahan organisasi, Erick Thohir dulu sempat bilang di Warta Ekonomi bahwa sebegitu <i>clash</i> -nya di Republika, dia bilang bahwa keadaannya memburuk di waktu dia mengambil atau mengakuisisi Republika. Dia mengaku bahwa 'merumahkan' karyawan. Nah itu perubahan yang diberikan ke Republika sendiri seperti apa?
IA	Ya itu. Salah satu perubahan yang paling mendasar yang dibawa kesini adalah Republika tidak lagi menjadi kepentingan atau golongan tertentu. Ini adalah "rumah" bagi siapa saja. Nah itu aja. Itu yang paling mendasar. Saya pikir sampe sekarang masih ada 1-2 orang yang resisten terhadap kebijakan itu, karena bagaimana pun masalah ideologi itu berat. Ketika kita berbicara masalah ideologi, meskipun sama-sama aja kan, kita ga ada ideologi loh, cuma Islam. Cuma sudut pandang orang kan kalo sudah betul-betul dia yakin dengan paham itu, ya sama-sama harus kita lawan. Omongan Erick Thohir itu benar, ketika dia membawa banyak perubahan, banyak yang menentang dia. Tapi dengan seiring waktu ya ada yang tergusur, ada yang keluar. Ada yang kemudian memilih berdiam diri saja. Dan cukup banyak itu.
JA	Dan itu diterjemahkan di masalah konten?
IA	Iya. Banyak yang tidak setuju. Misalnya, kita lebih <i>welcome</i> sama NU. Karena pandangan sebagian redaksi di sini, masih ada beberapa kawan-kawan redaksi yang mengatakan bahwa mencium tangan itu merupakan suatu kebodohan kepada ulama-ulama, karena kita sama-sama manusia juga. Soal Tahlilan, misalnya. Hal-hal seperti itu kan hal-hal yang kita temukan setiap hari, tapi kalo menurut sebagian orang itu adalah hal yang sangat penting. Meskipun kita menganggapnya mereka ini dengan kondisi sekarang. Tapi menurut mereka itu satu hal yang sangat penting. Itu yang selalu jadi masalah. Dan ya pelan-pelan karena banyaknya anak muda masuk. Ada semacam perubahan yang berarti lah. Seperti dari sudut pandang pemikiran, diskusi.
JA	Kalo di mata Erick Thohir sendiri, ini kan juga jadi satu unit bisnis dia, dengan sudut pandang bisnis dia ini, Republika ini seperti apa?
IA	Ya begini, kalo saya melihat Erick secara keseluruhan, Erick itu menyukai tipikal media yang memiliki spesifikasi tertentu. Dia bikin Golf Digest, memang komunitas Golf Digest Dia tidak golf umum. Dia bikin Gen-i atau Gen FM yang memang segmentasinya untuk anak muda, bukan orang tua. Dia bikin Jak FM untuk orang Betawi. Kalo kita lihat sebelumnya produk media yang dia ambil, itu sangat unik. Sangat spesifik. Jarang ada. walaupun kemudian dia masuk ke TVOne, VivaNews sekarang. Itu lebih karena dia bukan pemilik, tapi hanya sebagai pegawai. Tapi ketika dia menjadi seorang pemilik, dia ini media yang spesifik. Sama halnya di Republika. Jadi mungkin dia menganggap Republika pilihannya seperti itu. Spesifik dan unik. Jadi memang Erick melihat media itu adalah berdasarkan komunitas.
JA	Dia punya beberapa kriteria tertentu bahwa segmentasi adalah harus yang mendidik itu diterjemahkan di Republika sendiri gimana?
IA	Nah justru kan kita mencoba mendidik pembaca kita untuk tidak lagi berpikiran sempit terhadap apapun.

	Kita juga berusaha membuka otak pembaca, membuka <i>mind set</i> mereka untuk tidak lagi bersifat fanatik terhadap apapun. Karena kita adalah Islam. Tidak ada lagi pembagian-pembagian Islam NU lah, Islam Muhammadiyah, seperti yang terjadi beberapa tahun yang lalu. Semuanya sama. Itu salah satu yang mungkin kita coba tawarkan kepada pembaca. Bahwa berita-berita yang ada di Republika itu untuk mendidik pembaca. Membuka mata mereka. Supaya pembaca bisa lebih pintar, lebih tahu.
JA	Nah kalo dalam aspek mendidik ini, kalo saya baca di Republika dulu itu cenderung lebih pada aspek-aspek yang pembelaan. Dalam arti wacana-wacana politis. Aspek-aspek pengetahuannya yang informatifnya kalo dibandingkan dulu dan sekarang itu lebih banyak mana?
IA	Sama aja. Cuma kalo sekarang nilai keislamannya lebih banyak. kalo dulu mungkin lebih umum ya. dulu itu kita punya halaman. Dulu itu lebih karena banyaknya penulis ya, jadi kita lebih banyak analisa. Karena dulu kita juga punya banyak penulis handal ya dibandingkan sekarang. Tapi kalo menurut saya, sama tapi mungkin muatan keislamannya lebih banyak sekali. Artinya begini, ketika kita menulis soal IPTEK, itu yang benar-benar IPTEK ala Islam. Kalo dulu kan kita betul-betul apa saja.
JA	Terakhir Mas. Kalo bisa digambarin, struktur produksi berita itu kaya gimana ya?
IA	Jadi kan repopter itu kan menulis setiap hari 10-12 berita. Ini yang spesifik dulu ya. dengan pertimbangan setiap berita itu bisa 1000-2000 karakter. Nah saat ini jumlah produksi berita kita itu saya targetnya 600/hari. Dengan SDM sekarang ini, kita baru nyampe 315. Jadi belum bisa sempurna. Ini untuk memasok semua: TV, koran, online.
JA	Kalo misalnya yang alur produksi dari yang mulai rapat redaksi dan segala macam itu gimana?
IA	Ini perencanaan semua. Jam 10-24.00 distribusi berita, karena ini terus kan. tapi kalo untuk khusus koran, itu pukul 14.00 itu ada rapat penentuan headline. Untuk online itu jam 12.00 penentuan tema. Online malam jam 21.00 itu evaluasi setiap bidang (koran, <i>Newsroom</i> , online). Untuk order berita, semuanya juga terfokus di Milist, BBM, sama YM.
JA	Terus kalo dengan strukturnya sendiri, alur dari mulai...
IA	Semua terpusat di <i>Newsroom</i> . Nah kalo koran biasanya setelah semuanya distribusikan, redaktur itu mulai dari jam 12 sampai sore dia harus memantau berita. Jadi kaya buat HL-nya. Kalo dia akan yang kurang, order ke <i>Newsroom</i> : tolong dong tambahin ada keterangan yang kurang. Koran itu terbagi dalam 3 deadline, 1 pukul 16.00, itu untuk rubrik-rubrik berita kota, tabloid atau suplemen, deadline 2 jam 19.30 itu untuk ekonomi, internasional sama agama. Yang ke-3 itu bisa berubah-ubah, bisa jam 23.00 bisa jam 1.30.
JA	Kalo naek cetaknya itu tengah malem?
IA	Kalo koran. Kalo online mah terus 24 jam. Setahu saha online itu sampe jam 1-2. Jam 2 bisa istirahat dulu. Kalo koran itu filosofinya yang penting jangan sampe sama kaya koran. Itu aja. Saya punya tim: redaktur 3, staf <i>Newsroom</i> -nya 2. Itu yang harus memberikan komando, memberikan TOR (<i>Term of Reference</i>). Nah semuanya di-posting dalam satu <i>software</i> .

Lampiran 5

Transkrip Wawancara Mendalam 5

Pewawancara : Jauharul Anwar (JA)
Informan : A. Makmur Makka (AMM)
Status : Pemimpin Redaksi Republika (1997-2000)
Hari, tanggal : Senin, 1 November 2011
Waktu : 12.30-13.00; 13.30-14.30
Tempat : The Habibie Center, Jakarta Selatan

Inisial	Data
JA	Bagaimana kondisi Republika pada era kepemimpinan Bapak?
AMM	Kalo di masa Reformasi dulu saya kan 3 tahun 7 bulan setelah Pak Parni. Itu masa-masa eskalasi politik kan tinggi sekali. Saya mengalami 3 presiden. Pak Harto (Soeharto), Pak Habibie, Gus Dur.
JA	Dalam kepemimpinan Republika itu?
AMM	Iya. Jadi saya mengalami 3 presiden. Yang paling berat itu, kalau tingkat-tingkatannya, artinya secara politis dihadapi, itu masa Pak Harto. Kenapa? Karena Republika juga pada waktu itu saya masuk kan karena Republika itu terancam oleh pemerintah akan dibredel. Karena dia terlalu kritis, pada masa Orde Baru itu hal apapun dianggap terlarang kan. Nah hal itu menjadi akumulasi. Nah, memuncak ketika Pak Amin Rais menulis (rubrik) Resonansi, seperti ada temanya untuk membubarkan Golkar. Saya tidak menyadari karena pada waktu itu saya masih jadi pegawai negeri. Tapi latar belakang saya sebelum jadi pegawai negeri kan memang wartawan.
JA	Wartawan di mana, Pak?
AMM	Saya dari Harian Kami. Kemudian bubar. Bersama almarhum Nurcholish, HMI punya itu. Mar'ie Muhammad, kemudian membikin lagi. Ganti nama menjadi Tribun. Kemudian selama jadi Pegawai Negeri saya juga mengasuh penerbitan lokal. Artinya, kegiatan saya tidak pernah berhenti, jadi kolumnis di surat kabar Koran Melayu. Karena itu saya tidak kaget ketika ditugaskan. Karena pada waktu itu kan Pak Habibie Dewan Pembina ICMI. Waktu itu masih total di ICMI. Di bawah namanya Yayasan Abdi Bangsa. Pada saat itu kemudian tidak ada pilihan bahwa ini harus ada perombakan. Untuk mengakomodir tuntutan Pemerintah, Deppen (Departemen Penerangan) dalam hal ini. Saya ke Deppen untuk mengurus kembali keabsahan saya sebagai wartawan karena sudah lama saya tinggalkan (profesi wartawan). Tahun 70-an. Terakhir saya tinggalkan bidang jurnalistik itu kira-kira tahun 75.
JA	Di posisi apa yang terakhir?
AMM	Saya sejak mahasiswa jadi pemred (pemimpin redaksi) Gema Mahasiswa, Jogja. Jadi kira-kira saya tinggal tahun 75, kemudian kerja lagi di tahun 97 ya. Itu kan lama sekali. Nah saya mengambil legalisasi saya, karena saya disuruh menghadap (Dirjen Pers dan Grafika). Kemudian saya diberi izin untuk kembali (sebagai wartawan). Kartu pers saya sudah mati (sebelumnya). Karena terakhir kan saya jadi Ketua Ikatan Pers Mahasiswa Jogja. Beda dengan PWI. PWI harus, orang yang menjadi pemimpin redaksi harus punya kartu PWI.
JA	Tapi kalo secara wartawan kampus atau wartawan di surat kabar biasa itu posisinya sama statusnya?
AMM	Oh sama.
JA	Cuma mungkin untuk posisi-posisi yang lebih tinggi?
AMM	Iya. Karena pers mahasiswa itu kan militansinya tinggi dibanding pers umum. Misalnya diadakan pendidikan pers, itu digabung. Ada pers mahasiswanya, ada PWI-nya. Ya biasanya nomor 1 nomor 2 itu ya dari mahasiswa, karena yang dari PWI itu kan biasanya sudah tua-tua. Tidak ingin belajar. Jadi kalo secara kualitas kan itu hampir sama. Nah 97 itu kemudian saya menghadap Pak Subrata (Dirjen Pers dan Grafika) bahwa saya menjadi pemimpin redaksi dan Pak Habibie sudah berbicara dengan Pak Harmoko. Nah itu saya harus mencari kartu-kartu saya untuk keabsahan saya. Karena tidak bisa saya menjadi pemimpin redaksi kalo bukan anggota PWI. Nah kebetulan pengurus PWI itu masih teman-teman (saya). Jadi tidak susah memberikan kesaksian bahwa saya dulu pernah jadi wartawan dan PWI. Saya peroleh itu legalitasnya. Kemudian saya peroleh dan mereka (Pemerintah Orde Baru) agak lega bahwa kepengurusan ada perubahan. Berarti kan saya harus mengganti Pak Parni Hadi. Tapi di Republika kan saya bukan orang baru. Dari awal juga saya pendiri. Kemudian terakhir waktu itu juga saya anggota Dewan Redaksi. Jadi tidak ada yang aneh. Cuma masalahnya ini sangat politis kan. Nah dari Pak Subrata/ Dirjen Pers dan Grafika waktu itu mengatakan bahwa: "ini sekumpulan akumulasi beberapa kesalahan-kesalahan yang dianggap mendiskreditkan pemerintah sudah kami simpan. Dan ini sudah

	<p>‘lampu... hampir ‘lampu merah’ lah”. Cuma mereka tidak akan berani membredel, karena dianggap bahwa ini masih punyanya ICMI kan. ICMI (berkaitan dengan) Pak Habibie, Pak Habibie (berkaitan dengan) Pak Harto. Tetapi akumulasi kesalahan sudah menumpuk, karena itu memang harus diganti. Akhirnya mereka lega. Saya kemudian masuk. Ya tidak merasa aneh, karena saya selalu berada di sana. Jadi bukan orang luar. Ya Cuma masalahnya kan Pak Parni legowo juga diangkat jadi Pimpinan Umum. Nah kalo suasana-suasana politik pada waktu itu problemnya kan Pak Harto pada waktu itu betapa kerasnya, betapa sensitifnya pemerintah, dan betapa kita harus berhati-hatinya kita. Kendati pun, misalnya, Pak Habibie sebagai Ketua ICMI jadi anggota kabinet. Nah ini kita harus menjaga keseimbangan itu. Nah terlalu banyak peristiwa yang kita harus hati-hati. Artinya berjalan, tapi policy kita waktu itu tetap sebagai independen. Tidak sebagai koran partai, corong pemerintah. Kendati ada Pak Habibie. Jadi independensi kelihatan. Tanya anak-anak (para wartawan). Tetap kita...policy independensi tetap. Dapat dilihat dari struktur pemberitaan. Saya punya itu. Itu untuk menggambarkan bahwa kita mau independen. Artinya, ada nada-nada pemberitaan. Ya pasti kalo mengenai Pak Habibie kita tidak mungkin menyatakan negatif. Tetapi setidaknya balance itu tetap kita perhatikan. Bisa dilihat di (kolom) Opini-nya. Jadi ada semacam, memang bagi pengasuh itu semacam pertarungan yang besar sekali. Saya itu tidak pernah meninggalkan kantor sebelum jam 12 malam. Jadi saya sangat hati-hati karena Republika kan waktu itu sudah dianggap hampir ‘lampu merah’, jadi saya sangat hati-hati mengontrol semua opini, karena di Opini itu bahaya sekali walaupun itu pertanggungjawaban dari penulis. Apalagi opini redaksi. Itu kan Editorial. Sentilan-sentilan, pojok Rehat. Itu semua yang dikendalikan. Itu yang menjadi ketegangan sendiri. Artinya ada semacam pertarungan. Kalo koran lain mungkin ya merasa bebas-bebas aja. Tidak berpegang pada dua perimbangan. Tapi semua doktrin-doktrin yang kita berikan itu tidak ada instruksi-instruksi pada wartawan bahwa kalo ada yang anti-Orde Baru harus dilunakkan, diapakan. Berjalan seperti apa adanya. Nah itu juga yang membikin periode-periode sebelumnya terlalu banyak disorot, karena dia terlalu independen, terlalu lugas. Nah kalo melihat keadaannya juga rekrutmen juga bebas. Semua wartawan Republika itu dulu kan diambil dari Berita Buana. Berita Buana kita ga tahu siapa orang ini, siapa orang ini. jadi nge-blok aja begitu masuk, karena Pak Zaim yang membawa. Langsung di Republika. Nah tradisi-tradisi mereka di Republika ini banyak di antara mereka itu ex-Tempo. Nah doktrin-doktrin yang mereka bawa disana, kebebasan, independensi, itu kulturnya masih terbawa kesini (Republika). Dan kita kan tidak membatasi itu. Kita hanya melihat mengenai kapabilitas. Ketika merekrut anak-anak baru itu kan masih polos. Tapi yang memegang kendali menengah itu yang senior-senior itu. Nah kultur mereka itu yang tetap terbawa. Artinya, kita tidak perlu mendoktrin mereka, itu sudah built-in.</p>
JA	Jadi mereka sudah bisa menyesuaikan dengan kondisi situasional di luar Republika ataupun dalam kaitan-kaitan yang dimiliki Republika ?
AMM	Iya. Jadi tidak ada doktrin tertulis terhadap misalnya seperti misalnya koran partai mungkin, kebebasan itu. Jadi yang kita utamakan itu memang masalah keimanan itu. Kan mestinya Islam. Itu yang kita pegang untuk menjadi kekuatan dan itu ada hubungannya dengan bisnis. Karena dengan memproyeksi berita-berita, kecenderungan dan pemihakan, dan pencerahan tentang Islam itu kita mendapat pelanggan-pelanggan yang loyal. Loyal itu dia melanggan bukan karena membaca ada berita penting. Dia melanggan karena dia mau, gitu. pokoknya karena itu (koran) Republika, dia melanggan.
JA	Itu jadi brand-nya sendiri?
AMM	Iya. Jadi itu juga menjadi kekuatan. Jadi coba selidiki, dari jumlah tiras itu ga pernah turun dari 60 ribu.
JA	Per hari?
AMM	Per hari. Pada masa saya, 60,70, 80. Tapi kalo lagi susut, itu tergantung dari isu juga ya. Itu turunnya, tapi mentok di 60. Kenapa di angka itu? Karena itu fanatik orang-orang pembaca Republika, pembaca loyal. Artinya, apapun isinya, dia harus beli. Jadi bukan karena hari ini dia bagus, besok jelek. Tapi kalo kita nambah lagi isu yang lagi...misalnya Piala Dunia. Karena penggemar sepak bola itu banyak. Jadi itu hubungannya dengan matematik, kenapa kita mengarahkan ini sebagai koran umat Islam lah. Tapi panjang ini ceritanya.
JA	Oh..gapapa. issue by issue ga perlu.
AMM	Seperti konflik Poso, Manado. Itu harus jadi pegangan. Kita harus memihak juga.
JA	Nah sebelum hubungannya dengan pembaca tadi. yang menarik, ketika wartawan dari Berita Buana itu kan latar belakang jurnalistiknya seragam lah. Tapi ketika dihadapkan dengan perbedaan kultur tadi sendiri seperti yang dikatakan Bapak bahwa faktor utama adalah keimanan, keislaman itu sendiri. Bagaimana itu dibangun? Dalam arti, mekanismenya seperti apa, ada mungkin diklat atau seperti apa? Pada wartawan secara keseluruhan.
AMM	Jadi begini. Misalnya, itu juga aneh. Artinya tidak semua mereka orang ICMI. ICMI itu kan harus mendaftar. Banyak yang tidak mendaftar. Tetapi itu tanpa dibentuk. Itu juga aneh bagi saya. Tanpa dibentuk, ini kok pandangan-pandangannya sama. Ada keseragaman. Tidak semua anak itu bekas

	Madrasah. Tetapi ditanya mengenai, misalnya, bagaimana mencerahkan pembaca tentang Islam, bagaimana ...itu kok bisa seragam. Ya kalo ada yang aneh-aneh mungkin... disana ada Kristen. Ya paling nol koma sekian persen. Artinya, Cuma karena pembawaan, bukan karena visi, bukan karena...jadi yang memudahkan saya juga itu karena mereka itu begitu. Sama. Nah kita tidak pernah mendoktrin. Ada rapat-rapat umum, ada rapat-rapat redaksional, tapi tidak ada satupun yang membicarakan tentang, misalnya, dia harus sama, gagasan harus sama. Memang visi mereka itu sudah terbangun pada mereka sendiri.
JA	Sebelum mereka masuk?
AMM	Iya.
JA	Nah kalo itu diarahkan pada akhirnya harus mengelola isu-isu atau informasi tentang Islam?
AMM	Sama. Artinya, kontaknya itu seperti semua
JA	Sudah terkonstelasi seperti itu?
AMM	Sudah terkonstelasi. Itu juga aneh bagi saya. Bukan masalah berat. Berbeda saya misalnya kalo saya di koran umum. Artinya, bukan seperti koran Republika. Itu saya membayangkan bagaimana harus membentuk ini, karena persepsi beda-beda. Misalnya, di Era Merdeka. Ini sampai saya keluar itu sama semua.
JA	Nah waktu itu kan yang menjaidi aneh dengan Republika, Republika ini ada di bawah ICMI. dan ICMI ini adalah Habibie, Habibie adalah Soeharto. Seharusnya mungkin ini mengikuti kebijakan-kebijakan atau pandangan Soeharto sendiri. Tapi kenapa ini berjalannya jadi seolah oposisional? Dalam arti tadi, ada akumulasi 'catatan merah'. Itu prosesnya gimana?
AMM	Kita itu tidak begitu norak, seperti koran-koran partai, ketika ketuanya diserang membela habis-habisan. Nggak, ini tetap tidak seperti koran-koran partai. Bacalah koran-koran partai dulu, ada PKI punya, PNI punya. Bahkan mungkin sekarang masih ada. Golkar itu Suara Karya. Jurnal Nasional. Begitu disentil Boediono, marah. Ini Ga.
JA	Tapi misalnya ketika dihadapkan dengan kebijakan pemerintah yang bersifat oposisional dengan kepentingan umat. Nah Republika menghadapi itu tersebut seperti apa?
AMM	Prinsip-prinsip kritis itu selalu tetap ada. Ada perlawanan. Ada terasa perlawanan-perlawanan itu. Ada terasa apabila, misalnya, kebijakan-kebijakan yang kira untuk melindungi, untuk keperluan Islam itu, itu kita lebih cenderung...saya berkali-kali ditegur oleh Pak Habibie. Karena itu dianggap tidak cocok dengan ...itu mengkritik pemerintah. Kita tidak merobah. Artinya, mungkin Pak Habibie itu dibisik lagi, dibisik lagi. Mungkin supaya kita tidak terlalu jadi oposan. Dilihat sebagai anti pemerintah. Saya berkali-kali diberikan teguran langsung bahwa ini agak menyerempet. Tapi saya sendiri merasa tidak ada kekeliruan. Ini biasa-biasa saja. Ini arahnya memang begitu. Kulturanya memang begitu.
JA	Bisa dikatakan bahwa Pak Habibie dalam kondisi seperti itu dia adalah sebagai barrier bagi pemerintah sendiri. Dalam arti, ketika ini bertentangan dengan pemerintah, Pak Habibie yang mengarahkan supaya untuk tidak berhadapan?
AMM	Dia tidak secara formal seperti itu, tapi secara insidental. Misalnya kalo ada yang pemberitaannya yang melenceng, menyudutkan pemerintah, dia biasa memberikan peringatan. Tapi bukan kepada staf, tapi kepada saya. Ini anu, kita anggap bahwa mengandung, agak melenceng, agak oposan. [jeda istirahat]
JA	Tadi kembali ke pertama sebenarnya. kenapa pada akhirnya harus Bapak yang harus menduduki posisi pemimpin redaksi Republika menggantikan Pak Parni?
AMM	Ya karena saya 'orang dalam'. Kemudian juga saya bukan orang asing di sana. Walaupun saya tidak aktif karena masih PNS. Latar belakang saya juga. Juga karena saya aktif memproses izin-izinnya ketika berdiri.
JA	Tapi kalo dibandingkan mungkin ada juga anggota dewan redaksi yang lain?
AMM	Ada. Misalnya begini. Terlepas dari selera pemerintah dan Deppen, dia akan melindungi orang-orang yang berpengaruh. Jadi ketika itu begini, ketika itu kan ICMI rapat. Awalnya kan membutuhkan dua pimpinan redaksi. Memberi masukan pada Pak Harmoko, Deppen. Kan dia yang pilih. Setelah itu dibawa beberapa pengurus, datang ke rumah Pak Harmoko. Pak Habibie hadir. Jadi memang ada 3 orang yang diusulkan. Pertama, suara dari dalam itu Pak Dawam. Kemudian Pak Parni. Pak Parni waktu itu kan Ketua Kantor Berita Antara. Lantas, saya disitu. Bahwa di antara mereka ini yang saya tahu punya pengalaman jurnalistik. Selain Pak Parni adalah saya. Kemudian Pak Harmoko sebagai Menteri. Kemudian saya ini sudah lama meninggalkan jurnalistik. Ya kalo begitu Pak Parni saja. Pak Parni sendiri tidak mengira bahwa dipilih. Jadi memang nama saya juga disebut. Pak Parni sendiri merasa kaget. Tapi saya bersabar, karena tiap hari bersama. Kita baru selesai menyeleksi wartawan. Lantas kita pulang ke rumah. Pak Parni juga bilang, "Pak, saya tidak enak meninggalkan Antara yang membesarkan saya dari kecil". Tapi akhirnya dia disuruh berpikir. Pada pagi harinya, dia pertama-tama yang mengontak saya bahwa setelah di-istikhoroh-kan. Akhirnya dia mau menerima. Saya orang yang pertama kali diberitahu.

JA	Jadi ketika akan dipindahkan dari Pak Parni ke siapa, nama Bapak sudah ada di dalam 'kotak nama' sebelumnya.
AMM	Ya banyak yang tidak mengenal karir saya sebelumnya. Tapi ada anekdot juga, tahu Pak Salim Said?
JA	Tidak, Pak.
AMM	Dulu Ketua Dewan Kesenian Jakarta. Ada wartawan Republika yang ditempatkan disana. Dia nanya, gimana yang mimpin Republika ini? Bagus Pak, Tapi bagaimana lah ya orang latar belakangnya PNS. Wah kamu belum disunat, dia sudah jadi wartawan.
JA	Waktu itu Bapak PNS-nya dimana, Pak?
AMM	BPPT
JA	Nah sekarang kembali ke masalah redaksional, dengan dipegangnya 'raport merah' dari Deppen dan sudah diberitahukan kepada Bapak, Bapak membentuk arah pemberitaan Republika sendiri seperti apa?
AMM	Itu ada. kita bikin konsep redaksional. Dan itu harus kita pilih dan kita menjabarkannya secara bagus. Saya punya itu. masih saya simpan. Jadi ada konsep redaksional, nanti kita jabarkan itu dalam bentuk praktek. Tapi itu hidup. Artinya tidak...perkembangan politik kan berkembang, jadi selalu ada di...arahnya kesini..arahnya kesini. Tapi dasarnya ada. Karena ketika saya berhenti, saya minta berhenti. Itu saya tulis, seperti memorial. Sebetulnya itu yang saya ambil dari folder saya di komputer. Supaya nanti yang menggantikan saya lebih gampang. Ini yang perlu dilakukan. Jadi itu ada konsep redaksionalnya. Kalo tidak ada itu, patokan apa yang mau dipake.
JA	Itu Bapak berhenti di tahun berapa ya?
AMM	2000.
JA	Ketika itu kan berarti sudah ada UU No. 40 Tahun 1999 sebagai kebijakan pers yang baru. saya dengar kabar juga bahwa dari segi SDM wartawan begitu meluap, semrawut juga. Mungkin di koran-koran lain. Dalam arti yang jadi wartawan itu tidak harus pake proses dulu. Banyak yang katakanlah 'wartawan abal-abal' juga. Dan kalo di Republika sendiri kalo saya tidak salah dengar, wartawannya sendiri kabur-kaburan. Itu kondisinya seperti apa gambaran sebenarnya, Pak?
AMM	Saya tidak tahu itu. tetapi
JA	Dampaknya ke Republika dalam sumber daya wartawan seperti apa?
AMM	Bagus. Jadi disana itu banyak insinyur kan. Dan anehnya itu dia. Dan itu 60 % wanita. Itu ada Pak Mustafa Kamil Ridwan di dalam, penyeleksinya. Kalo bisa saya berikan nilai pada mereka bahwa kualitas-kualitas mereka, terutama yang senior-senior, itu bagus. Karena orang-orang itu tidak punya pengalaman tinggi. ada 1-2 memang tertarik untuk pindah. Tapi kan hanya 1-2 saja yang seniornya. Artinya tidak ada, nol koma sekian persen. Dan itu dia punya alasan sendiri kenapa dia pindah. Misalnya ada yang pindah ke Metro. Nah setelah saya berhenti, itu kemudian ada eksodus besar-besaran dari Republika ke Tempo.
JA	Itu dari Republika ke Tempo?
AMM	Pengasuh Tempo saat ini, senior-senior itu banyak dari Republika.
JA	Hal menarik lain yang saya amati di Republika adalah masalah perpindahan tangan dari Yayasan Abdi bangsa sebelumnya ke Mahaka Media.
AMM	Sebetulnya bukan pemindahan, dalam arti di-over sama sekali. Itu kan saya tidak di bagian usaha. Saya Direktur Produksi. Tapi saya tidak ikut itu. itu Pak Haidar, Pak Mar'ie Sholah. Tapi menurut analisa, bahwa koran ini untuk bisa survive, untuk bisa bertahan hidup harus ada penambahan modal, saham. Nggak tahu bagaimana analisisnya, kemudian dicarilah investor untuk membeli saham. Saham-saham yang diperlukan. Ga tahu saya detilnya. Dari situ awalnya. Kemudian sampe sekarang kan masih ada sahamnya Abdi Bangsa. Cuma kemudian karena sudah di luar dari kami ini, kan ada selalu ada analisa-analisa di dalam RUPS bahwa ini harus ada divestasi lagi. Setiap kali divestasi itu berkurang lagi sahamnya. Nah begitu, sehingga sekarang menjadi saham mayoritas. Itu si Mahaka. Saya tidak tahu bagaimana memprosesnya kemudian. Itu urusannya yang di perusahaan. Tapi ketika saya masih disana, itu saya merasa bahwa untuk survive tidak perlu harus ada penambahan modal. Artinya dengan menghemat-hemat, karena waktu itu sudah ada usaha untuk menghemat-hemat. Karena waktu itu memang tidak seperti Kompas. Kompas itu kan punya pabrik kertas, percetakan besar. Kita ga punya. Dan itu mesti terkuras setiap saat ke...jadi dengan menghemat-hemat, karena itu saya lakukan. Misalnya tidak ada penambahan tenaga. Berarti kan cost-nya berkurang. Peralatan inventaris yang tidak diperlukan, kita jual. Misalnya Mobil Box, tidak perlu. Karena ternyata bisa tidak perlu harus diantar dengan mobil box. Jadi ada usaha untuk mengurangi cost. Jadi prinsip saya bahwa tanpa penambahan saham, itu tidak perlu ada divestasi saham. Itu tetap bisa hidup. Modalnya misalnya dari pelanggan. Itu memang misalnya dari dulu terserap ke kita. Memang banyak andalan di pelanggan. Tapi kan tidak pernah turun dari 60 ribu. Sehari itu. jumlah itu besar.
JA	Dan dengan jumlah sekian itu mampu menghidupi Republika sendiri?

AMM	Mampu. Tentu dengan pengelolaan yang cerdas ya. Artinya harus ada usaha bagaimana supaya caranya bisa mengelola dana yang ada itu untuk bisa menutup-nutupi pengeluaran-pengeluaran. Karena misalnya pada waktu itu kertas kan mahal. Bayangkan kalau Tjiwi Kimia...penghasil kertas koran kan masih terbatas. Dia memberikan ultimatum: Pak, kami ada stok sekian. Itu kira-kira bisa menghidupi kita 2-3 bulan. Itu kalo Bapak tidak ambil, itu akan kami jual, ekspor. Kan dia mengekspor. Satu kali ambil itu kan nilainya besar. Bisa 3 milyar. Besar sekali pada waktu itu. Dan tiba-tiba (tawarannya). Karena kalo kita putuskan tidak ambil, akan hilang. Kemana kita akan beli. Itu yang mungkin sangat mempengaruhi secara psikologis bahwa ini harus divestasi. Tapi kalo bagi saya untuk itu, masih bisa berjalan tanpa harus divestasi. Tapi ingat, ini dari pandangan saya saja. Republika ini kan koran ideal. Tidak semata-mata bisnis. Tapi harus mempertimbangkan bisnis. Koran ini juga bukan milik perorangan. Tidak seperti Kompas, Media Indonesia dengan Surya Paloh. Tidak seperti Jakarta Post. Ini betul institusi yang punya. Tidak ada yang punya secara pribadi. Apa bedanya? Mereka ini tidak bisa digugat, karena ada pemilik. Tidak mungkin ada orang, eh, saudara yang bermain, kita yang ambil. Nah Republika tidak begitu. Banyak orang yang merasa, ya mungkin tidak dengan motif ekonomi. Tapi idealisme kebanggaan yang ingin memiliki. Jadi tidak tulus. Artinya, tulus itu, mari kita sama-sama membesarkan. Apa yang kita punya, kita kasih. Si A, si B. Tidak begitu. Si A mau memiliki. Saya ingin mempengaruhi. Si B. Rebutan. Karena memang bisa diperlukan seperti itu. karena dia bukan koran seperti Kompas yang ga bisa digugat. Jadi dari hal itu saya melihat ada unsur-unsur mendominasi kawan-kawan dari ICMI juga, ingin memperbesar pengaruhnya. Akhirnya ada semacam keputusan bahwa ini harus divestasi. Ada yang kepingin bahwa mari kita besarkan bersama. Itu membikin tiba-tiba saham yang dari luar Abdi Bangsa menjadi besar. Ini pandangan pribadi. Sebenarnya tidak perlu divestasi itu. Andainya saya yang berkuasa. Saya kan bukan direktur perusahaan. Tapi persentase sahamnya makin berkurang, makin berkurang, akhirnya menjadi permanen. karena kita tidak punya kontrol lebih jauh karena posisi sahamnya yang sudah kecil.
JA	Kalo pertimbangan wewenang antara redaksi dengan perusahaan itu seperti apa?
AMM	Beda. Yayasan itu kan menunjuk sebuah perusahaan. Perusahaan itu kan ada direkturnya. Itu dia ada kebijakan.
JA	Jadi artinya dalam konteks divestasi itu pemimpin redaksi tidak punya wewenang untuk menentukan?
AMM	Tidak. Itu di Republika.
JA	Kemudian yang saya amati lagi adalah mengenai saham perorang satu lembar. Itu pengelolaannya seperti apa, Pak?
AMM	Itu kan hanya simbolisasi saja. Besarnya juga tidak seberapa. Tapi itu tetap diperhitungkan. Tapi sekarang ga tahu gimana caranya. Karena setiap kita mengadakan RUPS itu diberi tahu. Mereka akan punya wakil sendiri. Mereka kan bertebaran. Tidak mungkin hadir. Kemudian diumumkan di koran. Siapa mewakili, misalnya 2 orang. Diberitahu bahwa keuntungannya sekian. Jadi saham Anda sekian. Apakah mau diambil. Masa diambil. Rata-rata mereka mengatakan, yah kita investasikan kembali. Tapi itu sangat menarik, karena untuk pertama kali.
JA	Kalo bapak sendiri mengetahui kenapa jatuh pada Mahaka Media. Bagaimana prosesnya hingga harus kepada Mahaka Media?
AMM	Ya memang waktu itu kan dicari siapa yang mau investasi. Kita anggap tentu yang bukan orang Kristen.
JA	Jadi ada kriteria-kriterianya.?
AMM	Ada. di antara mereka itu...
JA	Pada saat itu secara terbuka dapat diumumkan akan divestasi atau dipilih saja orang-orang terdekat?
AMM	Orang terdekat membawa.
JA	Nah untuk Erick Thohir sendiri, beliau itu siapa yang membawa atau?
AMM	Ya komisaris yang mencari. Salah satu dari komisaris. Ada beberapa. Tapi itu yang diputuskan.
JA	Untuk yang terakhir Pak. Dengan adanya divestasi ini, bagaimana pandangan Bapak terhadap kondisi Republika?
AMM	Yang pertama, saya bukan menyesali. Saya berprinsip bahwa ada untungnya. Beberapa segi ada. Pertama, dari segi karyawan, SDM, itu berarti kan mereka bisa melanjutkan karir mereka, kecuali mereka mau keluar. Lebih dibandingkan pada saat misalnya periode-periode yang tidak menentu. Harus berjuang. Tentu akan ada pengurangan karyawan. Nah ini yang saya syukuri bahwa tidak ada kebijakan perusahaan untuk mem-PHK. Kecuali bahwa mereka memang tidak mau lagi. Kedua, bahwa garis-garis redaksional, terutama mengenai keimanan tidak luntur. Jadi tetap ada. Karena sekarang yang pegang itu kan generasi ketiga. Jadi ada generasi misi itu tetap. Memang ada pemilik berbeda. Pemilik pun 'menyuntikkan' semangat-semangat komersial. Tapi sejauh yang saya lihat, anak-anak ini tetap. Ya tidak jauh berbeda dengan garis-garis kebijakan berita yang kita tetapkan dari awal. Jadi karena dia bisa survive begitu, jadi ada plus-minus jua ya. Dan anak-anak ini kita rasa bahwa cita-cita ICMI yang lama itu bukan cita-cita pemilik saja. Itu tetap membawa misi-misi yang lama itu. Pada tahun yang ke-17

	kemarin itu kan bulan Januari membuat buku supaya memberikan semangat baru. Itu yang sangat saya sukuri.
JA	Kalo dulu sebelum porsi swasta itu menjadi dominan di Republika, hubungan antara Dewan Direksi sebagai pengelola perusahaan dengan Redaksi itu seperti apa, Pak? Pola hubungan yang dibentuk.
AMM	Ya ada yang menjadi shock bagi saya juga. Dalam tradisi dunia pers lama yang saya tahu, itu yang dominan dalam memimpin, me-running perusahaan pers itu adalah pemimpin redaksi. Tetapi kemudian agak aneh bagi saya kalo pimpinan redaksi itu menjadi 'orang sekunder'. Tapi itu kan unit dari dulu, itu kan unit perusahaan. Perusahaan itu memang secara manajerial sehari-hari harus selalu sinkron. Kami dengan perusahaan, dulu namanya Pimpinan Perusahaan, dia memberikan input koran bulan ini susut. Tidak ada Litbang. Litbang itu melihat isu-isu yang kita bawa. Misalnya, kok kurang isu politiknya. Yang ada sekarang itu isu masalah lingkungan, kekeringan. Kita tahu, oh jangan hanya kekeringan, selalu ada interaksi setiap saat. Dia berikan input bahwa akan ada peristiwa besar, misalnya Piala Dunia. Redaksi mau bikin apa? Untuk memanfaatkan momen ini. Oh iya kita akan mengirim reporter dua orang ke Itali, dengan menyediakan dana. Selalu ada interaksi. Nah dalam periode terakhir itu ada dewan direksi, ini yang justru dia yang mendikte.
JA	Struktur redaksi itu sebelum Bapak jadi Pemred sudah ada?
AMM	Sudah ada. Tapi tidak sekuat dan sedominan itu. Tapi memang mungkin kecenderungan sekarang begitu. Pemimpin redaksi tidak ada apa-apanya. Tidak ada kebanggaan lagi menjadi Pemimpin Redaksi.
JA	Jadi ada satu fungsi yang 'dikebiri' dari pemimpin redaksi?
AMM	Iya.
JA	Jadi ketika Bapak jadi pemimpin redaksi, fungsi untuk menentukan arah bisnis dan keuangan itu udah ilang ya?
AMM	Iya. Perlahan-lahan. Memang selalu kita membicarakan bersama. Tapi lama-kelamaan PT itu ya yang dominan. Dia menjadi mengatasi semuanya. Ya mungkin karena surat kabar jaman dulu dikelola sendiri, seperti Rosihan Anwar, Tengku Rusli. Karena mereka pemilik sekaligus pemred. Lama-kelamaan pemred itu dipilih.
JA	Nah setelah Bapak tidak menjadi Pemred, pola pemilihan pemred itu sendiri ditunjuk atau dipilih berdasarkan rapat pemegang saham?
AMM	Saya kira dipilih. Tapi saya rasa umurnya Cuma berapa bulan. Yang paling lama itu sekarang Pak Kiram. Saya 3 tahun 7 bulan, Pak Parni 3 tahun 8 bulan. Beda 1 bulan. Yang lainnya itu ada yang 7 bulan. Kalo milik perorangan, great dari pemilik itu kan tinggi. Pak Dahlan Iskan punya 260 surat kabar. Dahlan itu dominan. Ia pribadi. Kalo dia bilang, eh pimpinan redaksi koran ini kamu pindah ke sana. Itu patuh, tunduh. Itu instruksi. Kalo di Republika itu tidak begitu. Ada jenjang secara manajemen redaksi itu ada jenjang karier. Yang wartawan harus 9 bulan baru berhenti di-rolling. Kamu perempuan karena baru 1 bulan, apakah kamu laki-laki atau perempuan, ini RSCM kurang. Tidak ada orang. Misalnya berita-berita tentang kriminal, dia harus menonton di RSCM. Siapa yang meninggal. Dia ga bisa menawar. Sesudah 3 bulan disini, dia dipindah ke departemen lain. jadi itu jenjang karir pada masa kepemimpinan saya. Setelah 9 bulan, baru dia pos-kan, tetap. Kamu tetap di bagian ini.
JA	Berarti dia itu bukan lagi sebagai seorang junior?
AMM	Iya, karena setelah 9 bulan, dia definitif sebagai karyawan. Sebelum 9 bulan kan dia percobaan. Itu pada masa saya. Gak tahu sekarang. Dan saya tidak bisa tiba-tiba mengangkat bahwa kamu kepala biro di ini, kalo dia senioritasnya belum. Kalo Dahlan nggak. Problemnya sekarang itu bagaimana meningkatkan senioritas itu. Ketika periode saya itu belum ada yang senior. Karena orang yang di bawah pimpinan redaksi belum ada yang selevel dengan pemimpin redaksi. Nah ketika saya berhenti dan diganti oleh Pak Zaim, itu kan top rank jabatan dalam redaksi, sebagai pimpinan redaksi. Setelah itu mau kemana? Masa kepala biro lagi. Jadi dia tidak harus menghuni sebuah ruang. Paling ke penerbitan, online. Itu ada artinya bagi mereka. Itu baru 2, tapi yang lainnya yang 7 orang itu mau kemana? Kalo Kompas enak, dia punya Santika, dia punya Gramedia. Ya mungkin Mahaka punya, tapi tidak seberhasil itu. di Republika susah.
JA	Kalo menurut Bapak sendiri sekarang kendala-kendala yang akan menghadang atau sedang dihadapi oleh Republika itu seperti apa, Pak? Organisasionalnya mungkin tadi. dengan sebuah struktur grup yang multiplatform. Tapi dengan kondisi masyarakat yang sudah jauh lebih berkembang pemikirannya, seperti apa?
AMM	Ya sejauh dia belum punya pesaing yang kuat, itu bisa kuat. Makanya itu menurut saya divestasi itu tidak perlu, karena kita punya harta yang besar sekali. Kita punya tanah di Serpong. Dulu itu kita beli untuk jadi kantor. Akhirnya sekarang jadi milik PT Abdi Bangsa, Abdi Bangsa dikuasai Mahaka. Jadi sejauh dia bisa bertahan sebagai koran Islam, tentu dengan yang moderat ya. Dia bukan Islam yang keras. Karena itu kami seringkali didemo massa. Itu kan masalah kebijakan redaksi. Jadi kita itu bukan yang garis keras. Jadi kalo prinsip Islam dilanggar, ya kita harus ada di belakangnya. Misalnya kasus

	Poso, kita satu-satunya koran yang berpihak pada Ambon dan Poso. Ada yang mengatakan, kamu ini gimana? Mendukung habis-habisan, itu kan permainan tentara. Loh? Bukan itu, ini orang udah mati, dipenggal, ini kan orang Islam disana sudah dipenggal, diserbu. Jadi kita akan paling tidak, dalam hal seperti ini balance itu tidak ada. kalo sudah keimanan dan keyakinan, surat kabar mana yang tidak oposan, fair. Gak ada itu Kompas.
JA	Jadi bias media itu pasti akan ada?
AMM	Pasti. Mana ada yang ga bias.
JA	Terakhir Pak, posisi moderat yang dianut oleh Republika itu disebut sebagai sebuah keuntungan positioning pasar juga Pak ya?
AMM	Betul. Bukan secara pasti kesitu. Pasar mungkin pembaca-pembaca kita itu mungkin di Jember, di Lamongan, itu mereka merasa bahwa Republika ini koran yang menggambarkan tentang Islam. Nah kita menyisipkan disana masalah-masalah pencerahan, pemahaman yang lebih dalam. Di dalam teori-teori komunikasi itu kan ada namanya proximity (kedekatan). Jadi kalo saya membaca berita tentang anak yang dibunuh, saya orang Makassar, tentang banjir yang terjadi di Pematang Siantar, dan banjir yang terjadi di Makassar, saya baca yang Makassar. Seperti itu mungkin orang memandang. Lebih senang pertama kali dia baca, karena kedekatan. Pembaca-pembaca yang loyal, itu begitu. Mau baca apa? Pelita. Masih bagus Republika. Bicara tentang haji, bicara tentang umroh, bicara tentang pemikiran-pemikiran Islam, dalam pencerahan. Pasti lebih dekat kesitu.
JA	Apa itu juga dihubungkan dengan kenyataan bahwa porsi masyarakat Islam di Indonesia itu yang paling besar porsinya adalah bukan masyarakat yang fundamental?
AMM	Iya. Banyak yang membaca itu juga bukan karena itu, tapi karena ada semacam pencerahan. Terlebih tidak fanatik. Tapi yang saya lihat terbesar itu dari proximity saja. Yang dekat dengan saya, itu yang saya baca. Karena itu cari iklan umroh, cari Republika. Zakat, cari di Republika. Pengiklan itu tahu kalo koran ini seperti ini. Dan itu bener juga. Coba ada yang bilang (iklan) umroh di Jakarta Post. Tidak ada itu. jadi secara sosiologis itu ada.

Lampiran 6

Transkrip Wawancara Mendalam 6

Pewawancara : Jauharul Anwar (JA)
Informan : Zuraida Siregar (ZS)
Usia : 62 tahun
Status : Pelanggan Republika (1993-sekarang)
Hari, tanggal : Senin, 29 November 2011
Waktu : 16.20-16.42
Tempat : Rumah Informan, Perum Pondok Cabe Indah Blok R No. 1

Inisial	Data
JA	Sejak kapan Tante langganan Republika?
ZS	Dari pertama terbit.
JA	Alasan tante berlangganan Republika itu kenapa?
ZS	Alasan pertama, karena tante ingin membacanya koran yang bernafaskan Islam. Yang bisa memuat fakta Islam secara benar. Karena kalo koran lain kan suka sembunyi-sembunyi kan memuat fakta tentang Islam. Kedua, Tante ingin mendukung koran-koran Islam.
JA	Tante tahu ada koran Republika itu dari mana ya?
ZS	Tante suka baca koran-koran ya. Tante juga kan sebelumnya berlangganan koran Islam apa itu ya...jadi dari mulai Republika itu terbentuk Tante sudah mengamati dari koran-koran. Tante senang banget ya ada Republika.
JA	Waktu itu juga Republika kan sempat menjual sahamnya ke masyarakat umum, Tante ikut membeli? Pokoknya tante gak pernah lepas dari baca Republika.
ZS	Oh nggak. Tante gak beli sahamnya.
JA	Yang paling sering tante baca kalo dari Republika itu bagian apa aja?
ZS	Yang paling pertama itu topik-topik utama (headline). Kedua Hikmah. Kalo sekarang-sekarang tante juga suka yang Islam Digest itu ya. Dialog Jumat. Kalo lagi musim haji juga kan ada beritanya. Pokoknya kalo mau tahu tentang berita-berita Islam, baca Republika deh.
JA	Kenapa Hikmah?
ZS	Dari Hikmah itu tante belajar banyak sekali ya. bagus sekali itu. tulisan orang-orang pintar ya, berbobot.
JA	Tante pernah ngirim opini atau semacamnya?
ZS	Itulah tante itu kurang suka menulis. Koran itu paling Cuma seneng baca. Kadang-kadang pengen, tapi pendapat tante sudah tertulis sama orang lain. Jadi ya Alhamdulillah
JA	Karena sering baca Hikmah, apakah tante membuat klipings Hikmah?
ZS	Iya. Beberapa tante ambil untuk dijadikan klipings. Dari situ juga bisa dijadikan bahan buat pengajian tante, majelis ta'lim ya.
JA	Kalo di majelis taklim itu sendiri yang lain juga baca koran?
ZS	Tante sarankan mereka baca koran Republika biar obrolannya nyambung. Akhirnya beberapa juga dari mereka yang awalnya baca Kompas beralih ke Republika. Karena kalo gak gitu susah nyambung kalo baca Republika. Tante bilang, "makanya baca Republika dong!"
JA	Yang suka tante sampein di pengajian itu tentang apa dari Republika?
ZS	Tentang Hikmah biasanya. Karena disitu banyak pelajaran-pelajaran yang bisa diambil. Terus mengenai itu, Islam Digest, yang hari minggu. Mulai dari muallaf, perkembangan Islam di negara-negara lain, perkembangan Islam seluruh dunia, sejarah-sejarah Islam juga ada disitu.
JA	Selain Republika, Tante berlangganan koran lain?
ZS	Ada. Poskota...Tante suka ngikutin keadaan sehari-hari, terutama berita kriminalnya.
JA	Alasannya?
ZS	Selain selingan, juga dia lebih detil untuk berita kriminal ya.
JA	Tante punya referensi lain buat ngikutin berita-berita tentang Islam?
ZS	Dulu pernah langganan tabloid Islam...eh sebentar aja dia udah gak muncul lagi. Tante tanya ke tukang koran juga, "oh gak ada Bu." Tapi di luar itu juga tante sering baca buku-buku tentang Islam.
JA	Apakah tante setuju dengan pemberitaan Republika tentang Islam?
ZS	Setuju. Karena Repbulika memberitakan apa adanya. Tidak menyudutkan Islam. Tetang benderang.
JA	Waktu tahun '97-'98 kan krisis ekonomi di Indonesia, tante waktu itu masih berlangganan Republika?

ZS	Oh tetap. Tidak pernah putus. Dari pertama dia terbit, tante langsung ganti koran yang lama dengan Republika.
JA	Itu korannya apa ya sebelum Republika?
ZS	Koran apa itu namanya...Suara Pembaruan atau apa ya tante lupa.
JA	Ada anggapan bahwa Republika itu lebih condong kepada Muhammadiyah dari pada yang lain, kalo tante sendiri melihat hal itu gimana ya?
ZS	Menurut tante nggak ya. karena kita gak suka didikhotomikan. Tante melihat dia 'umum'. ya walaupun ada sedikit-sedikit memasukkan unsur-unsur Muhammadiyah, NU juga ada. Jadi masih seimbang lah. Ya namanya juga koran kan harus menampung semua informasi yang ada ya.
JA	Kalo yang tante lihat dari sejak pertama kali terbit terus dibandingkan dengan sekarang, perubahannya yang tante lihat seperti apa aja ya?
ZS	Perubahannya itu dari dulu ukurannya yang lebar, sekarang mengecil. Dulu agak tebal, sekarang menipis. Makanya tante khawatir apakah koran ini sudah mendekati ini ya...(tidak akan terbit lagi). Kalah dia dengan Kompas ya.
JA	Itu kan dari segi kuantitas ya?
ZS	Ya kan dari halaman yang berkurang, isi berita juga berkurang ya. Jadi tante khawatir apakah Republika itu sudah gak mampu bersaing dengan koran Kompas. Soalnya memang tante lihat sedikit iklannya ya.
JA	Kalo sepengetahuan tante dulu pernah sampe berapa halaman banyaknya?
ZS	Pernah dulu itu sama dengan Kompas. Mungkin tahun-tahun terakhir ini tante lihat ukurannya mengecil. Kecuali hari jumat ya.
JA	Kalo dari segi isi sendiri gimana?
ZS	Inilah. Dia kurang PD (Percaya diri) dan sering kali menampilkan sosok-sosok panutan tapi bukan Islam. Ada seseorang gitu ditampilkan di koran tapi dia bukan non-muslim. kenapa bukan yang muslim yang ditampilkan. Kan banyak tokoh-tokoh Islam yang bisa ditampilkan. Jadi kesannya dengan cara itu mereka ingin terlihat lebih 'umum', tidak eksklusif. Karena kalo kita mau tahu sosok-sosok non-muslim, di koran lain juga banyak kan. Tokoh-tokoh Islam pun kan gak kalah sama tokoh-tokoh non-muslim.
JA	Kalo media Islam yang ideal menurut tante, terlepas Republika sudah atau belum, tu seperti apa?
ZS	Harapan tante kan koran Islam itu Cuma Republika satu-satunya. Mbok ya sedikitnya dia itu menyamai lah koran-koran lain. Terus penyebaran Republika itu tidak merata. Kalo kita ke kota kecil aja, tidak ada itu Republika. Tante ke Pekalongan aja, tidak ada itu Republika. Karena penyebarannya yang gak merata, jadi Republika juga gak bisa menampung banyak iklan supaya masuk. Jadi kan kita maunya sebarannya itu luas kan. jadi tante lihat itu iklannya masih tidak banyak, jadi untuk pembiayaannya pun jadi kurang.
JA	Dengan iklan yang kurang, yang tante rasa seperti apa?
ZS	Jadi untuk iklan tante lebih nyarinya di Poskota. Sebenarnya tante harap orang mau pasang iklan di Republika. Karena tante lihat orang Islam sendiri itu masih banyak yang belum menghargai koran Islam ya. Pokoknya tante harapkan ada lagi koran-koran Islam yang muncul.
JA	Kalo kaya Sabili tante tahu?
P	Tahu. Tapi tante kurang suka baca itu. Agak ekstrim ya. terlalu eksklusif. Kita kan harus pinter bawa diri lah. Karena kita kan bukan negara Islam. Kita kan gak bisa seperti itu.
JA	Jadi bisa dikatakan untuk ukuran muslim Indonesia yang cocok masih Republika ya?
ZS	Masih Republika lah. Republika tinggal diperbesar aja. Dengan dia punya halaman-halaman Islam Digest, Dialog Jumat, itu memadai lah. Makanya dengan berlangganan Republika bisa mengetahui semuanya tentang Islam. Kalo orang mau baca Republika, dia akan mendapatkan informasi yang menyeluruh. Gak perlu baca koran lain.
JA	Tadi sempet tante singgung juga kalo Republika masih kalah sama koran lain. Apa tante gak coba untuk beralih langganan ke koran lain?
ZS	Gak...gak pernah tante baca, kaya Kompas misalnya tante tidak suka. Kalo untuk berita ekonomi boleh lah ya. tapi kan tante gak Cuma butuh itu aja, butuh juga informasi yang lain, mengenai dunia Islam, perkembangan ekonomi Islam.
JA	Kalo tante kerja di kantor atau instansi?
ZS	Tante udah pensiun, umur tante sekarang udah 62 tahun. Kalo dulu kerja di perusahaan swasta.
JA	Nah kalo dulu di kantor itu adanya juga langganan Republika atau tante ngasih tahu juga ke yang lain buat langganan Republika?
ZS	Gak. Dulu kantor tante itu langganannya Kompas. Dulu tante kan kerja di lingkungan yang sekuler ya. Jadi baca Republika di rumah.
JA	Kalo di kantor itu mereka langganannya apa aja?
ZS	Kompas. Kadang-kadang juga suka sama Indopos.

JA	Tapi Kompas itu tante baca juga?
ZS	Iya. Makanya tante baca Kompas di kantor aja. Republika itu kayanya belum bisa masuk ke kantor-kantor yang multinasional. Tante harapkan sebenarnya Republika bisa masuk ke kantor-kantor seperti itu jadi persebarannya bisa merata, termasuk juga ke kota-kota kecil. Lebaran kemarin tante ke Semarang juga gak ada bahkan.
JA	Pernah mungkin tante menyarankan ke kantor untuk berlangganan Republika?
ZS	Gak pernah. Karena mereka 18.48
JA	Tante tahu pendiri atau pengelola republika?
ZS	Tahu lah. Sekarang itu Erick Thohir. Kalo dulu itu yang dari Antara..Parni Hadi.
JA	Kalo dulu pas Orde Baru kan ada juga yang menganggap Republika koran Habibie, menurut Tante?
ZS	Baguslah. Tante justru bangga jadi pembacanya. Karena dia sendiri kan pemimpin yang bagus ya. dia juga pintar. Sekarang gak ada kan orang seperti dia.
JA	Menurut tante Republika sendiri pada waktu itu cenderung mendukung pemerintah atau gak?
ZS	Netral. Republika betul-betul koran yang bagus lah. Kalo mau tahu berita tentang pergolakan Islam, bacalah Republika. Tidak ada yang disembunyikan. Itu yang menarik buat tante.
JA	Jadi keseimbangan pemberitaan Republika mengalami perubahan atau tidak?
ZS	Tidak. Tante percaya sama Republika dibanding koran lain.



Lampiran 7

Transkrip Wawancara Mendalam 7

Pewawancara : Jauharul Anwar (JA)

Informan : Qusthan (Q)

Status : Pembaca Republika

Hari, tanggal : Rabu, 30 November 2011

Sarana : via e-mail

Inisial	Data
JA	Sejak kapan baca Republika?
Q	Kira-kira tahun 2001.
JA	Bisa dijelaskan alasan baca Republika?
Q	Ayahku dulu membeli Republika secara rutin -- bukan langganan.
JA	Bagian berita mana yang paling sering dibaca/diminati
Q	Opini.
JA	Kenapa memilih Opini sebagai kolom paling diminati?
Q	Sebab opini merupakan satu-satunya kolom yang bebas dari framing/pembingkaiian berita atau kejadian ala media. Selain itu, beberapa sarjana muslim Indonesia sering diundang menulis sehingga aku bisa mengetahui pendapat aktuil mereka -- bukan framing Republika terhadap isu Palestina misalnya.
JA	Bagaimana pemberitaan Republika, baik tentang isu-isu tentang Islam maupun di luar Islam?
Q	Pemberitaannya terlalu condong pada pemahaman tertentu atas Islam. Namun, dalam periode tertentu sangat moderat dlm menyikapi isu2 tertentu.
JA	Pernah punya pengalaman ikut program-program Republika? misalnya ngirim opini atau ikutan acara yang diadakan Republika?
Q	Saya pernah kirim opini merespon opini dubes israel utk singapura, namanya Ilan Ben Dov, yang dimuat oleh Jakarta Post. Republika memuat opiniku tapi paragraf terakhir tulisanku dipenggal atau dihilangkan sehingga opiniku yang berjudul "Ilan Ben Dov, Gaza, dan Israel" terkesan sangat moderat dlm menanggapi opini Ilan Ben Dov di Jakarta Post. Coba anwar googling opiniku itu, baca yang di website Republika dan bandingkan dengan versi asli yang kumuat di blog pribadiku http://blog.abqary.net maka akan terlihat jelas ada satu paragraf terakhir yang dihilangkan editor Republika. Setelah itu, honorku juga dibayar sangat terlambat dengn pelbagai alasan hehehe...
JA	Selain Republika, berlangganan koran lain?
Q	Saya belum pernah langganan koran sebab kualitas mereka fluktuatif dalam beberapa tahun tertentu.
JA	Sampai saat ini, media cetak apa yang paling sering dibaca?
Q	Media Indonesia.
JA	Kalau berdasarkan kategori berita tertentu koran apa yang dijadikan referensi?
Q	Kalo untuk berita politik, berita ekonomi, aku baca Koran Tempo.
JA	Selain Republika, apa saja media cetak (koran, majalah, tabloid) Islam yang Uda tahu?
Q	Yang kutahu Sabili, tapi sudah sangat lama tidak membacanya.
JA	Buat ngikutin isu-isu tentang Islam, ada sumber selain Republika yang digunakan?
Q	Tentu ada seperti www.abna.ir
JA	Diantara yang Uda ketahui, mana yang menurut Uda paling bisa diperhitungkan (sebagai opinion leader, dsb)?

Q	Tergantung scoop pembacanya. Kalau di antara komunitas muslim Indonesia barangkali Republika, tapi dalam komunitas lintas agama barangkali tidak ada satupun media bercorak keislaman yang cukup berpengaruh.
JA	Bagaimana posisi atau pengaruh Republika di antara media cetak Islam yang ada?
Q	Di antara media keislaman lain sepertinya Republika paling berpengaruh sebab ia cenderung akomodatif terhadap pelbagai mazhab dalam Islam, kecuali Syiah.
JA	Bagaimana kalau posisinya diantara media cetak umum yang ada?
Q	Republika masih jauh tertinggal dalam <i>opinion making</i> Bangsa Indonesia sebab terlalu segmentatif sehingga framing pemberitaan yang dilakukan menjadi kurang menarik. Perlu digarispawahi bahwa membangun konsensus sangat penting dalam negara-bangsa Indonesia sehingga framing pemberitaan perlu lebih fleksibel.
JA	Republika kan berusaha disajikan sebagai koran umum, artinya isinya sangat beragam layaknya koran lain seperti Kompas, Media Indonesia, dll. Menurut Uda, dengan hal itu apakah Republika sudah berhasil menyaingi koran lain seperti yang saya sebutkan?
Q	Belum. Sebab framing Republika khas bagi segmentasi komunitas pembaca tertentu sehingga framing pemberitaan yg dilakukan pun relatif lebih unik & khas.
JA	Bagaimana pengaruhnya terhadap Republika sebagai koran Islam? Misalnya hal itu menjadi bentuk representasi dari pandangan Islam yang universal atau malah mengaburkan identitas "koran Islam" Republika?
Q	Kukira perlu dibedakan antara klaim 'koran Islam' dengan keluasan & keragaman Islam sebagai perspektif dalam memandang isu sosial. Dengan kata lain, aku tidak percaya bahwa keluasan & keragaman pandangan dalam Islam dapat mengerucut pada satu pendapat tertentu dalam memandang masalah sosial-kemasyarakatan. Misal, isu poligami dipandang beragam dalam komunitas muslim sehingga Republika pun -- sependek & sesempit pembacaanku -- hampir tidak pernah tegas dalam menentukan sikap apakah pro- maupun kontra- terhadap poligami/poligini.
JA	Secara umum, ngerasa ada perubahan isi Republika dari pertama kali baca sampe sekarang?
Q	Perubahan isi republika sangat terasa setelah isu pembelian saham republika oleh pengusaha tertentu. Awalnya, saya masih mengabaikan hal itu tapi semakin dongkol ketika merasakan sendiri bagaimana opini saya yg merespon dubes israel utk singapura itu "diperkosa".
JA	Bisa dijelaskan gimana pandangan terhadap Keislaman Republika?
Q	Sebelum dibeli pengusaha tadi, Republika terkesan konservatif dlm pengertian berusaha menjaga ekspektasi pembaca setianya. Setelah dibeli justru terkesan ultra moderat khususnya setelah mengaburkan poin utama dlm opiniku. Setahuku, mengaburkan substansi opini termasuk melanggar etika jurnalistik di mana fakta dan opini disampaikan apa adanya. Memenggal opini tidak sama dengan framing dlm pemberitaan.

Lampiran 8

Visi dan Misi Harian Republika

Visi:

1. Menegakkan *amar ma'ruf nahi nunkar*
2. Membela, melindungi, dan melayani kepentingan umat
3. Mengkritisi tanpa menyakiti
4. Mencerdaskan, mendidik, dan mencerahkan
5. Berwawasan kebangsaan

Misi

Agama:

1. Menyiarkan Islam
2. Mempromosikan semangat toleransi
3. Mewujudkan “Islam *rahmatan lil alamin*” dalam segala bidang kehidupan
4. Membela, melindungi, dan melayani kepentingan umat

Politik:

1. Mengembangkan demokrasi
2. Optimalisasi peran Lembaga-lembaga Negara
3. Mendorong partisipasi politik semua lapisan masyarakat
4. Mengutamakan kejujuran dan moralitas dalam politik
5. Penghargaan terhadap hak-hak sipil
6. Mendorong terbentuknya pemerintahan yang bersih

Ekonomi:

1. Mendukung keterbukaan dan demokrasi ekonomi
2. Mempromosikan profesionalisme
3. Berpihak pada kepentingan ekonomi domestik dari pengaruh globalisasi
4. Pemerataan sumber-sumber daya ekonomi
5. Mempromosikan etika dan moral dalam berbisnis
6. Mengembangkan ekonomi syariah
7. Berpihak pada usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi

Budaya:

1. Kritis-apresiatif terhadap bentuk-bentuk ekspresi kreatif budaya yang berkembang di masyarakat
2. Mengembangkan bentuk-bentuk kesenian dan hiburan yang sehat, mencerdaskan, menghaluskan perasaan, dan mempertajam kepekaan nurani
3. Menolak bentuk-bentuk kebudayaan/kesenian yang merusak moral, akidah, dan mereduksi nilai-nilai kemanusiaan
4. Menolak pornografi dan pornoaksi

Hukum:

1. Mendorong terwujudnya masyarakat sadar hukum
2. Menjunjung tinggi supremasi hukum
3. Mengembangkan mekanisme check and balances antara pemerintah dan masyarakat
4. Menjunjung tinggi HAM
5. Mendorong KKN secara tuntas

