

Tantangan dari Dalam

Otonomi Redaksi di 4 Media Cetak Nasional:
Kompas, Koran Tempo, Media Indonesia, Republika

Penulis :
Anett Keller

**FRIEDRICH
EBERT 
STIFTUNG**

Jakarta, 2009

TANTANGAN DARI DALAM

*Otonomi Redaksi di 4 Media Cetak Nasional:
Kompas, Koran Tempo, Media Indonesia, Republika*

Diterbitkan Oleh:

Friedrich Ebert Stiftung (FES) Indonesia Office

ISBN: xxx

Penulis:

Anett Keller

Design Cover :

Arganta Arter

Dicetak oleh :

CV Dunia Printing Selaras (*d'print comm*)

Edisi Pertama, Agustus 2009

Dilarang memperbanyak atau mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun tanpa izin tertulis dari FES Indonesia Office

Daftar Isi

Daftar Isi	<i>iii</i>
Kata Pengantar Penulis	<i>vi</i>
Kata Pengantar Direktur Perwakilan Friedrich Ebert Stiftung Indonesia	<i>xiii</i>
Kata Pengantar Direktur Eksekutif Lembaga Studi Pers & Pembangunan	<i>xvii</i>
Tentang Penulis	<i>xxiii</i>
Tentang Friedrich Ebert Stiftung (FES)	<i>xxiv</i>
Abstraksi	<i>xxv</i>
Satu Pendahuluan	
1. Pendahuluan	1
Dua Latar Belakang Teori	
2. Latar Belakang Teori	5
2.1. Pasar versus Kewajiban Umum	5
2.2. Tekanan Relevan versus Tekanan tidak Relevan terhadap Redaksi	9
2.3. Kebebasan Internal Pers – (Bukan) Sebuah Tanda Tanya dalam Budaya Jurnalistik?	10

2.3.1. Diskusi Mengenai Otonomi Redaksi di Eropa	11
2.3.2. Permasalahan Aktual di Asia Tenggara dan Indonesia	14

Tiga Situasi dan Kondisi Persuratkabaran Indonesia

3. Situasi dan Kondisi Persuratkabaran Indonesia ..	19
3.1. Praktik Jurnalistik selama Rezim Diktatur	19
3.2. Praktik Jurnalistik sejak 1998	23
3.2.1. Situasi dan Kondisi Hukum	25
3.2.2. Situasi dan Kondisi Politik	28
3.2.3. Situasi dan Kondisi Sosial Budaya	32
3.2.4. Situasi dan Kondisi Perekonomian	37

Empat Media-media yang Diteliti

4. Media-media yang Diteliti	41
------------------------------------	----

Lima Hasil Penelitian

5. Hasil Penelitian	45
5.1. <i>Kompas</i>	45
5.2. <i>Koran Tempo</i>	56
5.3. <i>Media Indonesia</i>	66
5.4. <i>Republika</i>	82
5.5. Kesimpulan	103

***Enam* Penutup dan Pendekatan untuk Penelitian
Selanjutnya**

6. Penutup dan Pendekatan untuk Penelitian Selanjutnya	115
Sumber dan Daftar Pustaka	121

Kata Pengantar Penulis

“Apa yang menarik dari Indonesia?” Pertanyaan seperti itu masih seringkali dilontarkan kepada saya di sini yang sebagai peneliti dan wartawan asing, sudah lebih dari 10 tahun berkecimpung di dalam permasalahan mengenai Indonesia. Ketertarikan terhadap Indonesia dimulai lewat berita dan foto-foto dari peristiwa Mei 1998 yang tidak bisa lepas dari ingatan saya. Seruan yang kuat akan “Reformasi” dan harapan untuk memancangkan kekuatan demokrasi di masa depan setelah kejatuhan Suharto sepertinya semakin mengikat saya untuk terus memberikan perhatian terhadap Indonesia.

Apalagi sembilan tahun sebelumnya, secara langsung saya mengalami dan menyaksikan sendiri akhir dari sebuah era kediktatoran yang menguasai negara di mana saya dibesarkan – Republik Demokratik Jerman (Jerman Timur – DDR). Di sini, di Indonesia, banyak museum dan cerita-cerita kepahlawanan yang mengingatkan saya pada masa-masa Jerman Timur dahulu. Sebuah paradox yang sangat menarik, di mana sebuah negara seperti Indonesia, yang warganya terlihat memiliki ketakutan terhadap “hantu komunisme”, justru memiliki kemiripan dengan negara Jerman Timur yang berhaluan

komunis. Kemiripan ini terdapat di setiap elemen yang mempunyai tujuan untuk melanggengkan dan memberikan stabilitas kekuasaan. Banyak warga Jerman Timur yang juga memiliki pendapat serupa dengan saya. Mereka mengatakan bahwa ketika berada di Indonesia, mereka seringkali harus bernostalgia ke masa kecil mereka. Sisi buruknya: pemaksaan persatuan nasional, upacara bendera, pemujaan terhadap pahlawan bangsa. Sisi baiknya: gotong royong dan kreatifitas di dalam sebuah sistem ekonomi yang serba kekurangan, yang melahirkan nilai-nilai yang berbeda selain murni nilai moneter.

Juga sebagai seorang jurnalis yang menyelesaikan pendidikannya di Jerman setelah reunifikasi, saya menyadari banyak hal yang berjalan paralel di kedua negara. Di Jerman Timur, banyak pendirian perusahaan media baru pada tahun-tahun pertama setelah Tembok Berlin runtuh. Euforia ini – bahwa akhirnya tidak harus melaksanakan “jurnalisme pengumuman”, yang hanya menjadi corong pemerintah – membawa banyak jurnalis muda ke titik puncak dalam pengembangan ide-ide kreatif mereka. Namun setelah beberapa tahun, sebagian besar dari mereka harus menyaksikan bagaimana para penerbit besar dari Jerman Barat membagi-bagi lahan penerbitan di Jerman Timur di antara mereka seperti sebuah kue yang besar.

Ketika saya melaksanakan studi di UGM, Yogyakarta sebagai penerima beasiswa Darmasiswa selama satu

tahun (2000-2001), saya mengenali kembali banyak hal yang berkaitan dengan euforia media massa. Koran-koran bermunculan bak jamur di musim hujan, sementara di banyak sudut jalan orang mulai membuka bisnis internet melalui pendirian warnet. Kebebasan berpendapat terkesan sangat kebablasan, tanpa batas, sehingga lalu timbul suara-suara yang mengusulkan untuk kembali merevisi UU Pers tahun 1999 yang liberal. Tetapi – seperti halnya di negara asal saya – kita dengan cepat dapat mengamati apa yang dinamakan “konsolidasi pasar”.

Kembali ke Jerman, saya memulai pelatihan kerja sebagai seorang redaktur. Selama satu tahun saya bekerja sebagai seorang *trainee* di harian “*Tageszeitung*”, disingkat *taz*. Tahun inilah yang kemudian terus-menerus membentuk konsep ideal saya mengenai otonomi redaksi. Harian *taz* yang berdiri pada tahun 1979 adalah sebuah koran yang tidak ditemukan modelnya di Jerman, yakni sebuah koperasi, yang sahamnya dimiliki oleh para pembacanya. Dipandang dari segi ekonomi, sampai sekarang *taz* tetap miskin, tapi sebaliknya dari segi publisistik sangatlah kaya. Para wartawan di *taz* tidak bertanggungjawab pada seorang pemilik, melainkan hanya kepada pembacanya.

Setelah kerja praktek ini saya kembali ke kampus dalam rangka menyelesaikan studi untuk gelar master dan memperdalam pengetahuan keilmuan saya mengenai

tema sistem media. Di Eropa, pada saat, itu Perdana Menteri Italia, raja media Sylvio Berlusconi kembali berkuasa di Italia. Satu masa, di mana rasa takut menyebar di Eropa Timur karena para investor dari dunia barat yang mentransformasi monopoli media yang pada zaman dahulu dikuasai oleh pemerintah ke arah oligopoli lebih membawa kerugian dibanding manfaat untuk demokratisasi.

Meneliti permasalahan otonomi redaksi dalam konteks ke-indonesia-an menurut saya sangatlah menarik, terutama karena kebanyakan literatur tentang kebebasan pers di Indonesia lebih membahas tema “sensor pemerintah”. Pada saat yang sama, banyak rekan kerja yang mengungkapkan bahwa pada prakteknya banyak hal yang dapat mempengaruhi isi maupun pemilihan berita.

Karenanya saya datang ke Jakarta, pada pertengahan 2004, untuk melakukan penelitian lapangan selama empat bulan. Bulan-bulan tersebut adalah masa yang tidak terlupakan, di mana saya dapat ikut mengalami sejarah pada tempatnya. Saya merasakan euforia yang juga dirasakan oleh para pemilih Indonesia yang untuk kali pertama memilih presidennya secara langsung. Saya juga dapat ikut merasakan bagaimana para wartawan menjalankan pekerjaannya dengan masih tetap menghadapi risiko psikis dan fisik. Mereka yang memandang profesi ini sebagai sebuah bentuk

pelayanan kepada masyarakat, sayangnya tidak selalu dihargai.

Ucapan banyak terima kasih saya sampaikan kepada semua rekan wartawan, yang memungkinkan terlaksananya penelitian ini. Saya secara khusus berterima kasih kepada pihak redaksi dari *Kompas*, *Koran Tempo*, *Media Indonesia*, dan *Republika*, yang anggotanya telah mencurahkan banyak waktu dan kepercayaan, walaupun mereka pastinya menganggap ketertarikan dan pertanyaan-pertanyaan dari seorang peneliti asing dengan sedikit aneh. Apalagi karena saya tahu – berkat pengalaman pribadi – bagaimana para wartawan di koran harian bekerja di bawah tekanan waktu yang demikian ketat. Karena itu saya sangat bersyukur atas kesabaran dan kesediaan untuk membantu, yang diberikan oleh mereka kepada saya. Rangkaian percakapan – dari mulai tingkat reporter sampai ke pemilik perusahaan – di masing-masing kantor harian tersebut telah memberikan sumber informasi dan inspirasi yang luar biasa kaya.

Selain itu saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Kantor Perwakilan Friedrich-Ebert-Stiftung di Jakarta. Melalui kontak dengan mitra-mitranya, para karyawan FES tidak hanya telah membuka banyak pintu, tetapi juga setiap saat siap mendengarkan dan telah ikut membantu dalam pengorganisasian penelitian ini beserta peluncurannya melalui komentar dan kritik-

kritik yang disampaikan. Lalu saya juga menyampaikan rasa terima kasih saya kepada teman-teman dan rekan-rekan baik di Indonesia maupun di Jerman – yang namanya tidak bisa saya sebut satu persatu – untuk ketertarikannya pada publikasi ini dan juga untuk ketelitiannya, yang telah membantu saya menjawab berbagai pertanyaan tak terpecahkan, meminimalisasi kesalahan, dan menghindari kesalahpahaman.

Jika hasil penelitian ini di masa depan toh berbuah kesalahpahaman, saya memohon maaf. Saya ingin menegaskan, bahwa pemilihan media untuk penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menampilkan yang satu lebih baik atau lebih buruk dibanding yang lain. Kritik yang disampaikan tidak ditujukan pada pribadi seseorang – karenanya hanya disebut jabatan dari narasumber wawancara, bukan nama aslinya – melainkan pada keterkaitan struktur yang saya teliti dan yang kemungkinan mempengaruhi hak pembaca atas informasi yang berimbang.

Ketertarikan saya pada keempat media tersebut berdasar pada kenyataan, bahwa saya sendiri memiliki latar belakang yang berkaitan dengan surat kabar dan juga bahwa media-media ini mempunyai kapasitas sebagai teladan dikarenakan nama besarnya dan cakupan nasionalnya. Hal ini berarti – menurut saya – mereka mempunyai tanggung jawab terhadap kepentingan publik. Seperti halnya Henry Cassirer,

mantan Direktur Bagian Pendidikan untuk Radio & Televisi UNESCO, suatu kali pernah mengatakan: “Keberadaan media tidaklah untuk memukul mati sang waktu, tetapi untuk membantu manusia untuk hidup lebih cerdas dan lebih baik, serta menambah pengetahuan dan wawasannya.” Untuk dapat memenuhi fungsi ini, dibutuhkan tidak hanya hilangnya sensor pemerintah. Karenanya dengan publikasi ini saya berharap dapat menyumbangkan sedikit masukan untuk menutup satu lubang penelitian, yang menurut pendapat saya berada pada ranah kajian kebebasan pers.

Hal yang paling menarik untuk saya adalah pengalaman, bahwa budaya jurnalistik di tempat asal saya dan di Indonesia dalam banyak hal memang sangat berbeda, tetapi pada keduanya terdapat perkembangan struktural yang sama. Saya berharap bahwa saya dapat memperkaya diskusi lokal tentang kebebasan pers dan otonomi redaksi dari sudut pandang Eropa. Oleh sebab itulah saya mengharapkan dengan sangat untuk mempublikasikan hasil penelitian ini dalam Bahasa Indonesia agar dapat memperluas lingkup pembacanya.

Karena saya akhirnya dapat merealisasikan hal ini, sekali lagi saya ingin berterima kasih sebesar-besarnya kepada FES!

Jakarta, Juli 2009

Anett Keller

Kata Pengantar Direktur Perwakilan FES

Setelah reformasi, Indonesia menikmati kebebasan pers yang cukup besar, bahkan dapat dikatakan lebih baik jika dibandingkan negara lain, secara khusus di kawasan Asia Tenggara. Namun, kebebasan pers yang dinikmati secara luas tersebut masih meghadapi berbagai tantangan yang tidak jarang datang dari media itu sendiri. UU Pers tahun 1999 yang dipandang sangat liberal telah memberikan kesempatan bagi banyak perusahaan media bermunculan.

Sudah tentu seharusnya pengusaha media bekerja untuk kepentingan ekonomi, karena jika tidak, itu bisa menyebabkan mereka dengan cepat kehilangan independensinya. Namun demikian, pemaksimalan keuntungan seharusnya tidaklah menjadi satu-satunya tujuan dari perusahaan media. Tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi publik, masalah kesejahteraan para pegawai dan demikian pula masalah otonomi para jurnalis juga merupakan bagian dari gambaran media yang demokratis dan sehat.

Konsentrasi kekuasaan media yang terletak di tangan segelintir pengusaha secara otomatis dapat membatasi otonomi redaksi dan melanggar kebebasan media, seperti banyak terlihat melalui contoh-contoh yang terjadi pada masa kini maupun dalam sejarah.

Salah satu contoh kasus ekstrim dari pemusatan media dan pembatasan kebebasan jurnalis adalah proses sinkronisasi atau penyelarasan media terhadap sistem pemerintahan yang diktatoris. Jurnalis dan penulis buku ini, Anett Keller, betul-betul memahami apa yang ia bicarakan. Dalam hal ini, ia melewati masa mudanya di sistem komunis di negara Jerman Timur sebelum reformasi 1989, dan juga mengikuti perkembangan sejarah bangsa, yang kemudian menjadi tanah air kedua bagianya, yakni Indonesia. Dan ketertarikan terbesarnya adalah menjawab pertanyaan mengenai bagaimana tema proses transformasi dan demokratisasi seperti yang terjadi di Indonesia ini terus berkembang.

Pemusatan kepemilikan tidak hanya mengkhawatirkan bagi sektor media, tetapi secara keseluruhan merupakan ancaman bagi masyarakat yang demokratis dan berorientasi ekonomi pasar. Kontrol ekonomi terhadap monopoli kekuasaan adalah dasar politik dari gerakan demokrasi sosial (sosdem), yang mana Yayasan Friedrich Ebert (Friedrich Ebert Stiftung/FES) menjunjung tinggi komitmen terhadap nilai-nilai sosdem. Media yang bebas dan independen merupakan

elemen yang tidak terpisahkan dari sebuah demokrasi yang hidup/berkembang. FES sendiri memang memandang promosi demokrasi sebagai tugas utamanya di seluruh dunia.

Oleh karena itu, secara khusus kami sangat berbahagia karena akhirnya dapat mendukung penerjemahan dan penerbitan buku ini ke dalam Bahasa Indonesia. Dengan demikian kami ingin memberikan kontribusi terhadap wacana yang saat ini sangat hangat dibicarakan, yakni wacana mengenai kebebasan pers dan otonomi redaksi di Indonesia. Buku ini bukanlah ditujukan untuk memberikan penilaian terhadap sebuah perusahaan penerbit atau media, melainkan demi memberikan sebuah kontribusi yang konstruktif untuk pemeliharaan demokrasi media di Indonesia, yang oleh dunia dapat dijadikan sebagai penanda (*trademark*) masyarakat yang pluralistik di Indonesia.

Akhirnya, FES mengucapkan selamat dan terima kasih kepada Anett Keller untuk kerja samanya dalam menerbitkan buku ini. FES juga berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan, saran dan kritik dalam penyelesaian penerbitan buku ini. Selain itu, FES juga mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Studi Pers dan Pembangunan (LSPP) dalam membantu dalam penyelenggaraan peluncuran buku ini. Semoga kerja sama yang terjalin dengan seluruh pihak yang terkait

Tantangan dari Dalam

dengan buku ini dapat diteruskan di masa yang akan datang. Hal yang terpenting bagi FES adalah, kiranya buku ini bermanfaat bagi setiap pembacanya.

Jakarta, Juli 2009

Erwin Schweisshelm
Direktur Perwakilan Friedrich Ebert Stiftung Indonesia

Kata Pengantar Direktur Eksekutif Lembaga Studi Pers & Pembangunan

MENDEMOKRATISKAN KELEMBAGAAN MEDIA DI INDONESIA:

Kata Pengantar untuk buku Anett Keller

Sebuah kehormatan saya rasakan jika penulis buku ini, Anett Keller, meminta saya memberikan kata pengantar bagi terbitnya buku penting dalam khasanah pers Indonesia saat ini.

Saya merasa bahwa buku ini sangat penting terbit pada masa sekarang, ketika pers Indonesia telah merasakan lebih dari 10 tahun nikmatnya kebebasan pers dari cengkeraman Negara, namun setelah itu kita diajukan pada pertanyaan mendasar: “Betulkah kita menikmati kebebasan pers sekarang? Betulkah setelah Negara relatif jinak untuk tidak melulu mengekang pers, pers jadi sungguhan merdeka?”

Buku ini membuka mata anda lebar-lebar. Pers Indonesia belum lagi merdeka, terutama dari kekuasaan

uang, pemilik, pengiklan, dan kepentingan ekonomi dari pemilik media di mana para wartawan bekerja.

Buku ini bukan omong kosong, atau sekedar gosip, karena di dalamnya adalah hasil penelitian dari jurnalis perempuan asal Jerman, Anett Keller, dari kondisi lapangan yang ia lihat dari keseharian 4 surat kabar di Jakarta: *Kompas*, *Republika*, *Koran Tempo* dan *Media Indonesia*. Dari observasi keseharian dan juga perbincangan Anett dengan sejumlah wartawan serta para pemilik media tersebut (hampir semua pemiliknya telah diwawancarai), maka Anett menemukan kesimpulan yang penting: media yang basis kepemilikannya lebih demokratis (tidak terpusat pada satu orang saja), menghasilkan isi berita yang juga lebih demokratis, dan pemilik tak sewenang-wenang mengintervensi wilayah redaksi media untuk menyorongkan kesukaan dan ketidaksukaannya pada *item-item* berita tertentu.

Lebih dari sepuluh tahun lalu, saya ingat pembicaraan persoalan kepemilikan media yang mengkhawatirkan masih dianggap sesuatu yang ilusif. Masih banyak orang bengong ketika diingatkan bahaya kepemilikan media yang terpusat. Banyak pihak yang masih merasa itu sesuatu yang terjadi “jauh di luar sana”. Namun kini, banyak kisah, banyak tulisan, makin menunjukkan bahwa masalah itu bukan sesuatu yang “jauh-jauh” tadi, tetapi ia “dekat-dekat saja di sekitar kita”, dan justru

dengan kehebatan menyelina, banyak pihak tak sadar dengan situasi yang sebenarnya terjadi sehari-hari.

Sebagai ungkapan misalnya, seorang rekan pernah mengatakan, “*masa pada tempat di mana kita mencari makan, kita akan juga menggonggong?*” Di balik ungkapan itu, ada semacam nada permisif untuk membolehkan pemilik media juga mengamankan kepentingan-kepentingan dirinya, atau meminta ini dan itu kepada redaksi, yang penting citra dan pesona dia dalam media tak jadi kotor bak comberan.

Rasanya kondisi ini harus dilawan. Demokrasi yang telah dilakukan oleh media massa untuk pelbagai isu lain (seperti hak asasi manusia, perlindungan terhadap perempuan, kelompok minoritas, dll.) telah sukses masuk ke ranah-ranah publik, namun bagaimana dengan demokratisasi di dalam media itu sendiri? Adakah demokrasi di dalam industri media? Adakah ruang dialog di dalam media untuk menghasilkan ruang redaksi yang independen dan agak steril dari pelbagai intervensi?

Saya ingin merujuk pada buku yang belum lama terbit, yaitu buku yang ditulis oleh Ahmad Nurhasim dan kawan-kawan, berjudul *Wajah Retak Media: Kumpulan Laporan Penelusuran* (AJI & TIFA, 2009) yang melaporkan aneka contoh ketidakdemokratisan perilaku media di mana para wartawan bekerja. Sejumlah media tak ubah

seperti *debt collector* ketika menggunakan mediana sebagai sarana untuk mengkritik suatu instansi, sebelum kemudian akhirnya dibungkam oleh halaman-halaman iklan. Belum lagi jika menyangkut kepentingan pemilik media langsung.

Contoh lain yang belum lama saya temukan adalah kisah yang terjadi dalam sebuah media cetak besar di Jakarta. Walaupun ditulis dalam bentuk novel, naskah ini bisa memberikan ilustrasi tentang apa yang sesungguhnya terjadi pada koran yang terbit pertama kali bulan Juni tahun 1965 tersebut. Novel tersebut (yang tak bisa ditemukan dalam jaringan toko buku terkemuka, namun ditemukan dalam toko buku lain di luar jaringan utama tersebut) ditulis oleh Bubin Lantang berjudul *Kisah Langit Merah* (Gagas Media, 2009).

Dua rujukan ini memberikan daging atas kerangka yang selama ini banyak dibicarakan oleh para pemerhati industri media yang skeptis dalam kondisi kepemilikan media yang mengerucut pada tangan sejumlah pihak saja.

Saya pribadi pernah melakukan penelitian kecil-kecilan untuk melihat bagaimana kepemilikan media terpusat ini berdampak pada praktek jurnalistik yang ada di Indonesia. Dan hasilnya memang mengkhawatirkan.

Dari sejumlah wartawan yang bekerja di sejumlah media yang merupakan bagian dari suatu grup, selalu ada tabu yang tak boleh diberitakan dalam jaringan tersebut. Tabu dari satu grup ke grup lain berbeda-beda, namun pesannya sama: jangan otak-atik kepentingan pemilik modal. Sekali berani mengotak-atik kepentingan pemilik modal, diusir atau ditendang dari struktur media tersebut adalah jawabannya.

Apa arti dari tabu-tabu semacam ini? Apakah ini bukan merupakan suatu bentuk sensor internal juga, dimana pada jaman Orde Baru sensor terjadi untuk berita-berita yang dianggap negatif oleh pemerintah? Sementara itu pada masa kini, sensor terjadi dari para pemilik media, untuk menyaring berita yang harus selalu positif pada lembaga media dan perusahaan-perusahaan yang merupakan kroninya.

Lebih buruk lagi, jika kemudian yang terjadi, bukan lagi media massa yang menonjol perannya, tetapi peran sebagai “*public relations*” dengan menggunakan corong media sehingga seolah-olah mereka tetap menyampaikan informasi yang netral, obyektif dan berguna untuk kepentingan publik.

Semakin buruk lagi, jika media dipergunakan menjadi bagian dari “mesin perang” dari suatu kekuatan bisnis tertentu untuk melawan kekuatan bisnis lain, dan sekali lagi media dipergunakan untuk membela kepentingan pemiliknya. Masihkah kita mengatakan bahwa media

ini netral, obyektif, membela kepentingan umum, dan untuk itu ia bisa disebut sebagai media massa?

Masih banyak pertanyaan baru yang membuat kita mencoba memahami fenomena terkini dari media di Indonesia. Namun paling tidak, buku ini telah memberikan kontribusi penting untuk kita makin memahami kondisi tersebut, dan tak cukup hanya itu, kita berupaya keras untuk melakukan sesuatu sebagai respon atas persoalan krusial dalam industri media di Indonesia dewasa ini. Selamat Membaca.

Jakarta 10 Juli 2009

Ignatius Haryanto
(Peneliti Media, Direktur Eksekutif Lembaga Studi Pers
dan Pembangunan)

Tentang Penulis

Anett Keller, kelahiran tahun 1971, menyelesaikan studinya (S2) dalam bidang jurnalistik dan ilmu politik di Leipzig (Jerman). Sebagai pengikut program Darmasiswa dia kuliah di UGM Yogyakarta tahun 2000-2001. Beberapa perjalanan penelitian membawanya berkali-kali ke Indonesia dan negara-negara Asia lainnya. Masa kerja prakteknya sebagai wartawan ia habiskan di surat kabar *taz* di Berlin, kemudian menjadi redaktur Asia di desk politik luar negeri di koran tsb. Saat ini Anett Keller adalah koresponden surat kabar *The Asia Pacific Times*.

Tentang FES

Friedrich Ebert Stiftung (FES) adalah organisasi nirlaba dan non-pemerintah yang selalu menekankan prinsip-prinsip dasar sosial demokrat dan pergerakan serikat buruh. Yayasan yang didirikan tahun 1925 oleh Friedrich Ebert, Presiden pertama Jerman yang terpilih secara demokratis ini, turut berpartisipasi dalam dialog internasional dan menjalin kerja sama. Selain di Jerman, Friedrich Ebert Stiftung memiliki kantor perwakilan di 60 negara dan melaksanakan kegiatan di lebih dari 100 negara termasuk Indonesia. Kantor perwakilan di Indonesia didirikan tahun 1966. Sejak itu FES Indonesia telah menjalankan berbagai kegiatan terutama yang berkaitan dengan proses demokratisasi, reformasi politik, media dan hukum, termasuk juga pembangunan sosial dan penegakan HAM. Kegiatan-kegiatan FES dilakukan melalui kerja sama dengan berbagai organisasi non-pemerintah/lembaga swadaya masyarakat, akademisi dan instansi pemerintah terkait, yang diselenggarakan melalui seminar-seminar, lokakarya-lokakarya, diskusi-diskusi, pelatihan-pelatihan dan juga penerbitan berbagai publikasi.

Abstraksi

Sistem media massa Indonesia mengalami proses perubahan yang sangat cepat sejak berakhirnya era diktatur militer pada tahun 1998. Sehubungan dengan proses demokratisasi ke arah liberalisasi media, sensor pemerintah dan pengawasan yang ketat terhadap pers telah dihapuskan dengan disahkannya Undang-Undang Pers tahun 1999. Namun apakah hal itu berarti bahwa wartawan Indonesia sekarang dapat bekerja secara independen?

Pada penelitian ini penulis mengacu pada istilah dualisme kebebasan pers: Pertama sebagai suatu bentuk hak asasi yang dijamin Undang-undang Dasar (UUD) dan kedua yang penerapannya diwujudkan dalam bentuk perusahaan media – yang umumnya swasta –, yang menjadi pengemban hak asasi tersebut. Dengan latar belakang tersebut, penulis berusaha menjawab pertanyaan, bagaimana otonomi redaksi dalam media massa Indonesia dijalankan. Setelah pada bagian pertama dipaparkan sistem media massa Indonesia, penulis lalu menggambarkan struktur ekonomi dan cara

kerja redaksi di empat harian pagi nasional Indonesia, yakni *Kompas*, *Koran Tempo*, *Media Indonesia* dan *Republika*. Hasil yang diperoleh dari pengamatan di lapangan mengenai kerja redaksi dan wawancara kepada pihak terkait menunjukkan, bahwa para wartawan yang bekerja di surat kabar yang pemiliknya tidak memiliki latar belakang jurnalisme menerima intervensi yang masif dari pemilik sehubungan dengan apa yang seharusnya ditulis atau diterbitkan. Sebaliknya, wartawan-wartawan yang paling independen adalah mereka yang bekerja di surat kabar yang sebagian besar sahamnya dimiliki oleh yayasan.

Satu

Pendahuluan

1. Pendahuluan

„Saya sudah mengenal sejak lama, apa itu rasa takut terhadap kata-kata.” Demikian Goenawan Mohamad (1998:169), pendiri majalah Tempo, pernah menggambarkan iklim kebebasan berpendapat di Indonesia sampai tahun 1998, ketika Indonesia masih berada di bawah rezim Orde Baru. Ia menambahkan, bahwa bukan kata-kata itu sendiri yang menimbulkan ketakutan: „Yang membuat orang-orang takut adalah tidak mungkinnya orang memprediksi sebelumnya, apa akibat dari kata-katanya tersebut.”

Ilustrasi Goenawan di atas menggambarkan akibat dari ketakutan tersebut: swa-sensor atau dengan kata lain, sensor yang dilakukan oleh pihak jurnalis sendiri. Siapa

Tantangan dari Dalam

yang tidak dapat memprediksi akibat dari artikel yang ditulisnya dan karena itu merasa takut, biasanya diam saja atau memilih kata-kata yang aman dan tidak menyinggung pihak penguasa. Di masa rezim Suharto swa-sensor itu mendarah daging dalam media massa Indonesia di bawah pengawasan ketat Departemen Penerangan yang sangat berkuasa pada saat itu. Siapa saja yang tidak taat kepada keputusan pemerintah mengenai pers, yang dianggap sebagai penyokong tidak kritisnya negara ini, harus siap dengan ancaman psikis atau dibungkam dengan cara pembredelan. Tahun 1998 Suharto dilengserkan. Sejak itu Indonesia berada dalam proses demokratisasi. Sensor dari pemerintah tidak ada lagi, prinsip-prinsip hak asasi manusia diterima dalam UUD, dan media massa kini dapat beroperasi dengan bebas. Sementara itu Indonesia ditempatkan dalam ranking sebagai salah satu negara dengan media massa yang paling bebas di Asia.

Namun untuk menerapkan otonomi jurnalistik tidak hanya dibutuhkan ketiadaan sensor pemerintah. Konsentrasi yang terlalu besar pada pasar dan kehilangan keragaman isi, sebagaimana juga terlihat di negara-negara yang memiliki tradisi demokrasi sejak lama, dinilai sangat membahayakan untuk kebebasan berpendapat dan kebebasan pers. Kecenderungan yang terjadi saat ini, semakin banyak perusahaan yang bergerak di bermacam sektor justru hanya dimiliki oleh segelintir orang yang mempunyai modal besar. Inilah yang dinamakan sebagai pemusatan usaha multisektoral dalam hal kepemilikan. Sebagai akibat dari hal tersebut, maka masalah intervensi dalam otonomi

jurnalistik sangat disoroti, terutama jika kepentingan para pemilik perusahaan yang berdiversikasi tinggi – termasuk di dalamnya perusahaan media – terancam.

Jika pemanfaatan media untuk kepentingan propaganda pribadi di dalam negara-negara dengan demokrasi yang sudah mapan saja dianggap sebagai sebuah masalah, maka hal tersebut akan mempunyai dampak yang lebih parah di negara-negara yang baru saja keluar dari rezim kediktatoran seperti Indonesia. Pada satu pihak, di negara-negara seperti ini terdapat tradisi swa-sensor dari zaman rezim lama dan seringkali belum terbentuk sebuah masyarakat sipil yang dewasa, yang mampu menerima dan menyuarakan berbagai pendapat yang berbeda. Pada lain pihak, akumulasi kekuasaan dari penguasa lama dalam bidang ekonomi – juga dalam perusahaan-perusahaan media – yang biasanya berbentuk oligarki, terus berlangsung.

Berdasarkan latar belakang tersebut pertanyaan berikut ini harus dijawab, bagaimana otonomi jurnalistik di Indonesia pada masa pasca Orde Baru terbentuk. Melalui penelitian kualitatif pada redaksi dari keempat harian pagi nasional ini akan diidentifikasi bentuk pengaruh dan paksaan seperti apa yang dihadapi oleh wartawan Indonesia dalam perusahaan media mereka. Harian yang dipilih adalah empat harian pagi nasional karena fungsi mereka sebagai media utama yang paling berpengaruh dalam hal pembentukan opini publik, yakni *Kompas*, *Koran Tempo*, *Media Indonesia* dan *Republika*.

Tantangan dari Dalam

Dalam penelitian ini teori-teori tentang ekonomi media dijadikan basis untuk pengidentifikasian faktor-faktor yang mempengaruhi otonomi redaksi. Setelah itu akan digambarkan situasi dan kondisi di mana media massa di Indonesia beroperasi. Pengamatan lapangan dan wawancara kualitatif dilakukan antara Oktober dan Desember tahun 2004 di Jakarta ¹ menjadi dasar untuk memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi situasi kerja sehari-hari para wartawan. Tulisan ini dimaksudkan untuk membantu menutupi kekosongan penelitian yang biasanya hanya berfokus ke satu arah (ke “luar” atau ke “dalam) dalam menilai kebebasan pers, di mana yang satu sering mengabaikan perspektif yang lainnya.

¹ Penelitian lapangan yang dilakukan penulis terlaksana atas kerja sama dengan kantor perwakilan *Friedrich-Ebert-Stiftung* di Jakarta.

Dua

Latar Belakang Teori

2 Latar Belakang Teori

2.1 Pasar versus Kewajiban Umum

Kebebasan berpendapat merupakan hak asasi yang mengakar dalam sistem perundang-undangan yang demokratis. Media massa memiliki fungsi sebagai pembentuk opini, karena itu media massa lah yang menurut undang-undang paling dilindungi dari sensor pemerintah. Otonomi media tidak „dipertahankan sebagai nilai itu sendiri, melainkan karena ia memiliki fungsi, yaitu sebagai dasar pembentukan wacana di masyarakat” (Studer 2004:107).

Tantangan dari Dalam

Fungsi dari media ini seharusnya dipenuhi dengan produksi benda yang bersifat meritoris.² Produk media hanya terbatas menembus pasar, karena mereka memiliki komponen meritoris. Paradigma dari pasar dan penolakan pasar hanya dapat digunakan untuk barang-barang yang dapat dianalisis dengan menggunakan analisis biaya-manfaat (Heinrich 2001:79 pp). Tetapi hal itu tidak berlaku dalam komponen-komponen meritoris produk-produk media sebagai benda budaya dengan fungsi sosial masyarakat dan politik yang spesifik (Sjurts 2004: 159). Untuk membiayai penciptaan komponen-komponen produk meritoris tersebut, pers harus menjalankan „kehidupan ganda” sebagai pembawa informasi dan pembawa iklan. Orientasi terhadap pasar pembaca/pemirsa dan pasar iklan dapat menyebabkan konflik sistem tujuan. Di satu sisi ada tujuan normatif, bahwa dalam produksi media isinya harus memiliki kualitas jurnalistik tinggi. Di sisi lain adalah tujuan formal, yaitu maksimalisasi keuntungan dan omset (Sjurts 2004:171).

Kebebasan berpendapat yang dijamin oleh undang-undang menurut pengertian hak asasi adalah sebuah benda umum yang tidak dapat dibagi. Kebebasan tersebut mencakup kebebasan untuk mengemukakan pendapat dan juga kebebasan untuk menyebarkan pendapat (Fricke 1997:17). Meskipun kebebasan media tidak dapat

² „Benda meritoris secara umum adalah benda-benda yang dikonsumsi konsumen secara terukur. Ukuran itu bukanlah ukuran yang diinginkan pemangku penentu politik atau instansi lainnya. Untuk koreksi diperlukan intervensi dalam preferensi konsumen.” (Heinrich 2001:74)

disamakan dengan kebebasan produsen (Heinrich 2001:89 p.), hal itu didasarkan pada sejarah munculnya hak asasi sebagai senjata perlawanan terhadap pembatasan kebebasan oleh negara, bahwa utamanya pengusaha swasta berfungsi sebagai pelaksana kebebasan bermedia (Studer 2004: 108 p.).

Upaya-upaya untuk memperoleh keuntungan perusahaan seperti dalam bentuk persaingan, biaya cetak, dan komersialisasi sering dipandang sebagai sebab atas menurunnya kualitas jurnalistik di bidang media. Tekanan-tekanan seperti itu, yang lebih dapat diterima di ruang redaksi, dapat dikatakan sebagai tekanan yang relevan. Hal ini terlihat dari penggunaan teks secara berulang, berkurangnya kualitas produk-produk jurnalistik karena semakin minimnya waktu dan biaya untuk pencarian berita, dan pengurangan keragaman isi (Karmasin 1998b: 331).

Selain daripada itu semua pemilik media yang juga mempunyai bisnis dalam bidang lain dapat membawa kepentingan ekonomis tertentu atau juga aspirasi politis mereka ke dalam ruang-ruang redaksi dengan memberikan tekanan yang tidak relevan dengan nilai-nilai jurnalistik. Dari sana muncullah masalah, yang lebih dari sekedar masalah perbedaan sistem tujuan yang berpotensi menimbulkan konflik, dalam arti upaya untuk meraih keuntungan versus manfaat lain dari kerja jurnalistik yang tidak dapat dinyatakan dalam angka. Dalam sebuah sistem media yang pluralistik, dimana pembaca/pemirsa dan

Tantangan dari Dalam

wartawan memiliki banyak alternatif, hal ini tidaklah dipandang sebagai sebuah situasi yang mengkhawatirkan, karena media dapat terus menjalankan tugas mereka untuk menghasilkan produk-produk yang meritoris.

Akan tetapi, persaingan sendiri dilihat sebagai benda meritoris oleh para ahli ekonomi, karena menciptakan desakan tindakan dan meningkatkan risiko pelaku bisnis. Karena itu dari sisi perusahaan upaya-upaya tersebut dilakukan dengan satu tujuan, dari posisi koordinasi ex-post melalui persaingan menuju bentuk koordinasi ex-ante (Kiefer 2001:108). Upaya-upaya yang dilakukan dalam hal ini adalah kolusi, sistem kartel, penggabungan dalam bentuk merger dan fusi, demikian juga dengan strategi diskriminasi, pemerasan dan pemaksaan oleh mitra pasar (ibid: 108 p.). Dengan begitu para pelaku bisnis memperbesar ruang permainan mereka dan mempersempit ruang permainan saingan mereka.

Sehubungan dengan bertambahnya konsentrasi pasar media dan tumbuhnya oligarki, pemanfaatan media untuk kepentingan pribadi dari setiap perusahaan dapat menjadi „hasil untuk masyarakat yang di bawah optimal” (Karmasin 1998a:85). Sehubungan dengan fenomena tersebut, salah satu penerbit harian *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, Paul Sethe, pernah mengungkapkan: „Kebebasan pers tidak lebih dari kebebasan 200 orang kaya untuk mengungkapkan pendapat mereka dan menyebarkanluaskannya” (Reinowski 1968:9).

2.2 Tekanan Relevan versus Tekanan tidak Relevan terhadap Redaksi

Dalam produksi pesan jurnalistik dibedakan antara tekanan relevan dan tekanan tidak relevan. Nilai berita, biaya percetakan, orientasi terhadap media saingan adalah hal-hal yang relevan, yang dapat diterima oleh pihak redaksi. Sedangkan hal-hal yang tidak relevan adalah “tekanan-tekanan untuk mempengaruhi pemilihan dan pengelolaan tema, meskipun memiliki nilai jurnalistik yang cukup tinggi untuk dipublikasikan, dan tingginya biaya produksi bukan merupakan penghambat, serta eksistensi perusahaan tampaknya tidak terancam” (Studer 2004: 107 pp.). Tekanan yang tidak relevan ini dapat dicegah melalui undang-undang atau melalui regulasi sendiri yang dibentuk oleh media.

Mereka yang setuju dengan adanya regulasi pemerintah terhadap pers mengatakan, bahwa struktur swasta dari pers memang menurut undang-undang dilindungi negara, namun hal itu menunjukkan bahwa negara bertugas mengurus keberadaan pers. Sebuah konsep independensi untuk media massa, yang misalnya setara dengan sistem yudikatif karena berbagai alasan ditolak (Branahl 2004: 89). Meskipun media massa sering dianggap sebagai “the Fourth Estate” dalam sebuah negara (setelah kekuasaan legislatif, eksekutif dan yudikatif), media tidak memperoleh hak-hak yang sama dengan institusi negara yang lainnya (seperti pembiayaan dari pajak atau hak untuk melakukan pemaksaan terhadap narasumber untuk memperoleh

informasi). Situasi campuran dari kepentingan pemberi modal, pembaca/pemirsa dan pemasang iklan menciptakan berbagai ketergantungan yang tidak bisa dihindarkan namun dapat diseimbangkan. Untuk tujuan inilah dapat digunakan apa yang dinamakan dengan konsep Kebebasan Internal Pers atau otonomi redaksi.³

2.3 Kebebasan Internal Pers – (Bukan) Sebuah Tanda Tanya dalam Budaya Jurnalistik?

Setiap karya ilmiah yang menjadikan kebudayaan asing sebagai subjek pembahasannya memiliki kecenderungan untuk dikritik, karena dianggap memiliki pandangan yang terlalu sempit. Penulis awalnya mengambil perspektif Jerman untuk membatasi pengertian istilah kebebasan internal pers/otonomi redaksi. Tetapi hal ini dilakukan dengan memperhatikan beberapa hal relevan yang tidak dapat diabaikan, yang pada saat itu di Jerman mengkatalisasi gerakan untuk kebebasan internal pers atau berkontribusi pada keberhasilan gerakan-gerakan tersebut (Gerakan Mahasiswa tahun 1968, rencana pemerintah untuk Undang-undang Hukum Pers, serikat kerja yang kuat). Selama puluhan tahun, budaya merupakan faktor yang tidak dianggap penting, juga di dalam studi komparasi ilmu komunikasi (Stevenson 1998). Tapi penelitian-

³ Sejak tahun 1970-an di dunia internasional ditetapkan, bahwa sebenarnya istilah „Kebebasan Internal Pers” tidak ada di negara-negara lain. Istilah tersebut bahkan bagi media-media di Eropa dan di Amerika dianggap tidak dapat diterjemahkan (Fischer/Molenveld/Petzke/Wolter 1975: 322). Istilah yang pada umumnya digunakan dalam Bahasa Inggris adalah editorial autonomy = otonomi redaksi.

penelitian di Eropa yang banyak menggunakan pendekatan sistem dan di Amerika yang lebih berfokus pada faktor pelaku telah menunjukkan, bahwa budaya itu penting (*culture matters*).

Sebelum Samuel Huntington (1998) menulis tentang “Pertarungan Peradaban (Clash of Civilization)” sudah muncul pengertian, bahwa budaya memainkan peranan yang penting sebagai salah satu variabel dalam penelitian mengenai proses komunikasi. Untuk memahami hal ini, ada baiknya para ilmuwan Barat mendengarkan apa yang diucapkan salah satu pendiri AMIC, Richard Dill, mengenai pertemuannya dengan peneliti-peneliti dari Asia sebagai berikut: “Mereka mengatakan bahwa seluruh bualan ilmu komunikasi tentang ‘Siapa berkata apa kepada siapa?’ hanyalah merupakan sebuah skema berpikir yang berbau busuk, yang tidak terdapat dalam ajaran Buddha, karena seorang Buddha telah belajar untuk tidak memisahkan orang yang berkata, apa yang dikatakan dan pendengar dari kata-kata tersebut” (1997: 354).

2.3.1 Diskusi Mengenai Otonomi Redaksi di Eropa

Perusahaan-perusahaan transnasional yang bergerak di bidang media mengalami pertumbuhan yang pesat di Eropa pada tahun 1990-an. Hal itu dipercepat oleh semakin terbukanya negara-negara Eropa Timur terhadap ekspansi perusahaan media dari Eropa Barat. Keterlibatan mereka dapat memberikan sumbangsih pada stabilitas dan pembiayaan demi mewujudkan jurnalisme yang profesional

Tantangan dari Dalam

dan investigatif – tetapi hanya jika pada saat yang bersamaan otonomi redaksi dijalankan (Duve 2003: 10, Möller/Popescu 2004:62). Pada kenyataannya, kegunaan praktis otonomi redaksi harus selalu mengalah pada kepentingan pemilik perusahaan media, seperti yang berulang kali dikritik oleh Persatuan Jurnalis Eropa (EFJ). Dalam bentuk Deklarasi Milan (EFJ 1995) akhirnya diformulasikan akan pentingnya perlindungan terhadap otonomi redaksi. Untuk menjamin hal itu, EFJ menyarankan agar perusahaan media menetapkan standar minimal untuk melindungi otonomi redaksi. Hal itu berisi pembentukan dewan redaksi yang pendapatnya harus dijadikan bahan pertimbangan dalam penetapan visi surat kabar dan keputusan menyangkut isi yang mendasar, dalam keluhan tentang arah politik surat kabar, dan juga menyangkut pengangkatan dan pemecatan pimpinan redaksi. Selain itu, menurut EFJ, dibutuhkan juga perlindungan hati nurani untuk para wartawan dan hak dari redaksi untuk mencegah pengaruh terhadap isi yang datang baik dari pihak manajemen ataupun pihak ketiga.

Sehubungan dengan keterlibatan yang terlalu jauh dari perusahaan media asing terhadap isi media, belakangan ini banyak kritik yang disampaikan pada penerbit-penerbit Jerman dan Swiss yang beroperasi di Eropa Timur (EFJ 2003). Namun kekhawatiran dalam hal pluralisme pendapat, monopoli yang tidak sehat dan intervensi terhadap isi media menurut keinginan pemilik tidak selalu diakibatkan investasi asing. Sebagai contoh pengusaha lokal yang memiliki ambisi politik yang menggunakan medianya

ke arah yang diinginkan adalah Perdana Menteri Italia Silvio Berlusconi. Juga di Prancis, pengambilalihan grup Socpres⁴ oleh produsen senjata Serge Dassault dan kepemilikan grup Hachette oleh industriawan peralatan perang Arnaud Lagardère menimbulkan kekhawatiran pula (Ramonet 2005: 19, Hunter/Jaouani 2005: 16 pp; Leidinger 2005). Di tataran internasional dalam beberapa tahun terakhir ini terdapat serangkaian *resolutions, declarations, recommendations, joint statements dan guidelines*⁵ untuk menjamin pluralisme media dan otonomi redaksi. Di situs web hampir semua persatuan wartawan internasional, serikat pekerja atau organisasi-organisasi yang bergerak untuk kebebasan berpendapat dan kebebasan informasi terdapat informasi mengenai tema kepemilikan dan konsentrasi media.

Baru-baru ini Prof. Herdis Thorgeirsdotir, guru besar ilmu hukum dari Islandia, memberi dimensi yuridis pada masalah swa-sensor terkait dengan persoalan kepemilikan. Ia mengkritik himbuan pemerintah agar media melakukan regulasi sendiri sebagai „privatisasi sensor” tanpa

⁴Antara lain menerbitkan *Le Figaro, L'Express* dan *L'Expansion*.

⁵ Misalnya sidang parlemen dari Dewan Eropa (COE 1993) tentang kode etik Jurnalisme; Deklarasi Milan (EFJ 1995); Komite Menteri-menteri Negara Anggota Uni Eropa (COE 1999) yang mengambil tindakan untuk mendukung kebebasan berpendapat; Pernyataan Bersama untuk Dukungan atas kebebasan berpendapat dalam abad baru oleh pewarta PPB demi kebebasan berbicara dan berpendapat, penanggung jawab media OSZE dan pewarta berita khusus untuk kebebasan berpendapat organisasi negara-negara bagian Amerika Serikat (OSZE 2002: 251 pp); OSZE (2003a).

pemerintah mengambil alih tanggung jawab itu sendiri (Thorgeirsdottir 2004: 391). Ia berargumentasi dengan mengacu kepada pasal 10 (1)⁶ dan pasal 11(2)⁷ Konvensi Hak Asasi Manusia Uni Eropa dan yurisprudensi mengenai media di Pengadilan Eropa untuk Hak Asasi Manusia, bahwa swa-sensor oleh para wartawan (baik ditekan oleh pemerintah maupun oleh perusahaannya) melanggar yurisprudensi yang berlaku di Eropa.

2.3.2. Permasalahan Aktual di Asia Tenggara dan Indonesia

Banyak karya ilmiah dalam beberapa tahun terakhir ini yang membahas tentang media dan kebebasan pers di Asia Tenggara menyinggung tentang masalah kontrol pemerintah dan/atau pengaruh politik (Gunaratne 2000, Williams/Rich 2000, McCargo 2003). Karena banyak negara Asia Tenggara baru memulai transformasi menuju demokrasi sejak beberapa tahun terakhir (misalnya Philippina dan Indonesia), sementara negara-negara tetangga lainnya ada yang diperintah oleh diktatur (Myanmar) atau otoriter (Malaysia, Singapura), maka fokus permasalahan terhadap restriksi negara sangatlah dapat dipahami.

Memang wartawan-wartawan ASEAN berbeda dengan rekan-rekan mereka dari negara-negara barat dalam

³ Pasal 10 mengacu kepada kebebasan berpendapat, <http://conventions.coe.int/Treaty/Html/005.htm>

⁴ Pasal 11 mengacu kepada kebebasan berkumpul dan berorganisasi, loc.cit.

memandang konsep tentang jurnalistik. Para jurnalis di kawasan ASEAN lebih memandang diri mereka sebagai penyampai informasi yang bertanggung jawab dan sensitif, sementara jurnalis barat lebih kritis dan bertindak sebagai *watch dog*. (Menon 199:101, Masterton 1996, Hanitzsch 2003: 411 pp.). Tetapi dualisme antara kebebasan berpendapat dalam ruang publik yang dilindungi undang-undang dan situasi media yang dibentuk oleh perusahaan swasta bukanlah kekhususan negara-negara Barat. Persoalan otonomi redaksi pada umumnya terdapat dalam semua sistem media di mana konsentrasi kepemilikan semakin tinggi meskipun mereka memiliki budaya jurnalistik yang berbeda. Di negara-negara pasca diktatur di Asia Tenggara muncul perkembangan yang mirip. Dalam fase pertama liberalisasi sistem media yang sebelumnya sangat ketat dikontrol negara, akan timbul euphoria, yang ditandai dengan banyaknya media baru yang muncul. Tetapi hanya mereka yang memiliki sebuah kerajaan bisnis dapat bertahan lama di pasar. Di Philippina misalnya banyak media dimiliki oleh perusahaan-perusahaan besar yang juga bersaing di luar bisnis media dan mengontrol sektor kunci perekonomian Philippina (Coronel 1998: 25). Seperti juga di Thailand, hubungan yang erat antara pemilik media dan politik dikritik (McCargo 2000, Hirano 1999).

Basis data untuk penggambaran pasar nasional yang berkembang sangat pesat di ASEAN sangat diperlukan. Di Eropa institusi-institusi internasional menyibukkan diri dengan evaluasi pasar media karena pemilik modal semakin

Tantangan dari Dalam

sering menginvestasikan uangnya dalam perusahaan di negara-negara tetangga. Tetapi perilaku bisnis semacam itu dalam lingkup ASEAN sangatlah terbatas karena investasi dalam bidang media pada dasarnya adalah urusan nasional. Karena alasan bahasa dan juga alasan infrastruktur ilmiah, hanya sedikit karya ilmiah di Indonesia yang dapat diakses secara internasional. Selama masa pemerintahan Suharto literatur-literatur ilmu sosial harus menyesuaikan diri dengan dogma-dogma rezim yang berkuasa. Karier ilmiah tidak ditentukan oleh jumlah dan mutu publikasi yang dihasilkan, melainkan karena kedekatan kepada rezim (Hadiz/Dhakidae 2005: 1 pp.). Selain itu perguruan tinggi menderita karena kurangnya dukungan dana. Para cendekiawan ilmu sosial di Indonesia dikritik karena tidak dapat menghasilkan teori yang diakui dunia internasional dan jarang dapat menghasilkan penelitian empiris yang signifikan Sudibyo (2000: 115); Hanitzsch (2003: 273). Situasi perguruan tinggi yang birokratis di masa awal pasca Suharto tampaknya resisten terhadap perubahan. Di perguruan tinggi yang diswastanisasi upaya-upaya penelitian yang dilakukan adalah yang laku dijual. Pragmatisme baru ini dan warisan otoriter dapat mengukuhkan instrumentalisasi ilmu-ilmu sosial dan dapat pula menghambat pemikiran-pemikiran yang kritis-refleksif di masa depan (Hadiz/Dhakidae 2005: 1 pp).

Di Indonesia tidak kurang desakan pihak wartawan dan/ atau ilmuwan untuk membahas dengan lebih serius permasalahan tentang kepemilikan dan konsekuensinya

bagi fungsi publik media. Tetapi biasanya pembahasan tema-tema tersebut terjadi pada level deskriptif dan normatif. Menayang (2003) mendesak lebih jauh agar persoalan kepemilikan dan penggunaan media bagi kepentingan pemilik dan juga masalah tujuan dari para pengusaha dan/atau politikus, yang membeli atau mendirikan sebuah perusahaan media untuk mempengaruhi pembentukan opini publik, haruslah segera diatasi. Selain itu Amiruddin (2004) menghendaki bahwa monopoli harus dihindari dan masalah kepemilikan silang harus menjadi fokus perhatian. Namun contoh-contoh konkret dan aktual dari Indonesia tidak muncul dalam artikel-artikel tersebut. Penelitian jurnalisme empiris sekarang terutama dilakukan oleh lembaga-lembaga di luar perguruan tinggi, seperti ISAI (Institut Studi Arus Informasi) atau LSPP (Lembaga Studi Pers dan Pembangunan). Pada saat Pemilu 2004 mereka melaksanakan analisis isi terhadap independensi jurnalisme dalam kampanye Pemilu, interdependensi dari politik dan media dan peranan kepemilikan.

Siapa yang mencari jalan keluar bagi konflik kepentingan struktural dan untuk menjamin kualitas sering mendapat seruan normatif etis yang kabur. Harsono (2004) misalnya memberikan gambaran tentang praktek jurnalisme di Amerika untuk memberikan contoh kepada rekan-rekan wartawan Indonesia tentang sebuah netralitas. Nguyen berargumentasi hampir sama, ia menyerukan „profesionalisme media yang bertanggung jawab”, yang seharusnya menjamin bahwa masyarakat memperoleh

Tantangan dari Dalam

informasi yang akurat dan objektif pada saat yang tepat (Nguyen 2004). Sebuah diskusi menyeluruh yang membedakan antara kode etik perusahaan media, kode etik wartawan dan tanggung jawab yang etis dari pengguna media untuk apa yang mereka konsumsi, jarang terlaksana. Demikian pula sedikit sekali pembahasan yang mendalam tentang kepemilikan media dan faktor-faktor yang mempengaruhinya dalam otonomi wartawan. Seruan kabur tersebut juga mengabaikan aspek-aspek budaya setempat, seperti prinsip menghindari konflik dan prinsip hormat (lihat 3.2.3), yang mempersulit emansipasi wartawan terhadap pimpinan dan sumber.

Situasi dan Kondisi Persuratkabaran Indonesia

3 Situasi dan Kondisi Persuratkabaran Indonesia

3.1 Praktik Jurnalistik selama Rezim Diktatur

Sejak pertengahan tahun 1970-an di Indonesia dipropagandakan model “jurnalisme pembangunan” (development journalism) yang berdasarkan Pancasila, sehingga dikenal dengan istilah “Jurnalisme Pancasila”. Menjaga stabilitas, kesatuan bangsa dan dukungan aktif dalam proses pembangunan tidak hanya berlaku sebagai tugas warga negara, melainkan juga kewajiban wartawan (Sudibyo 2004). Dalam pengertian ini, tugas-tugas tersebut dapat dikatakan memiliki sifat misionaris, yang tuntutannya diemban oleh para aktor politik dan pelaksanaannya yang terus-menerus oleh sebagian besar pelaku media (Said 1990: 39). Menyangkut pengaruh

Tantangan dari Dalam

pemerintah dan militer terhadap isi media, tuntutan terhadap jurnalisme pembangunan atau seruan pers yang “bebas dan bertanggung jawab” sebenarnya hanyalah sebuah eufemisme untuk sensor pemerintah. Contoh yang paling terkenal untuk masalah ini adalah dengan diberikannya keputusan larangan terbit bagi harian *Indonesia Raya* (1974) dan peristiwa pembredelan majalah *Tempo*, *DeTik* dan *Editor* (1994).

Selain melalui metode yang represif ini, sehubungan dengan situasi krisis politik terdapat pula „budaya telepon” yang merupakan hambatan dalam sebuah arus informasi yang bebas. “Kami selalu bergantian menjaga telpon. Bila telpon tidak berdering sebelum kami naik cetak, kami dapat tidur nyenyak. Namun biasanya pada menit-menit terakhir ada telpon dari instansi tertentu, yang berkata kepada kami, ini dan itu tidak boleh kalian beritakan. Ada seorang perwira tinggi di Dinas Penerangan Militer, yang selalu mencoba untuk menyensor kami [...] Dinas intelijen tahu, siapa yang telah memberikan pernyataan di mana, di mana terjadi pertemuan tidak resmi atau berlangsung sebuah workshop kecil. Dalam workshop tersebut mungkin disampaikan hal-hal yang kritis dan bila di sana ada sejumlah wartawan, maka akan diteruskan kepada pemimpin redaksi, bahwa hal tersebut tidak boleh diberitakan. Untuk kami hal itu sudah biasa.”⁸

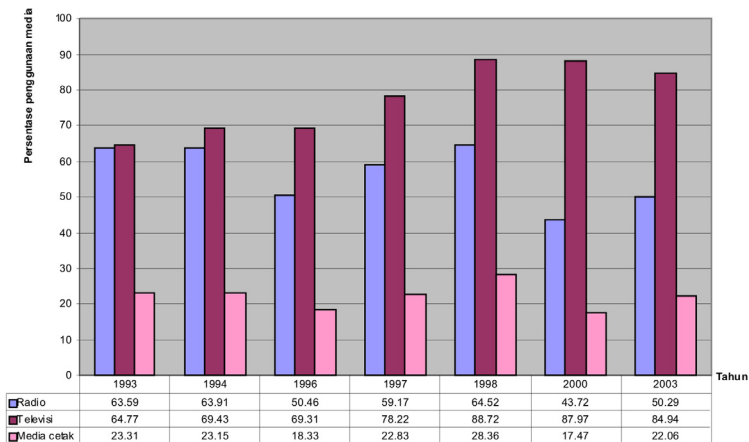
⁸ Wawancara dengan pemimpin redaksi harian *Media Indonesia*, 27 Oktober 2004.

Pembredelan sebuah media berarti ditariknya Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) yang diberikan oleh Departemen Penerangan. Secara organisatoris para wartawan juga diatur secara ketat. Sejak tahun 1969 mereka diwajibkan untuk menjadi anggota PWI (Persatuan Wartawan Indonesia), yang pengurusnya diwakili tidak hanya oleh para wartawan yang setia pada pemerintah tetapi juga oleh para petinggi militer (Hill 1995: 67 pp.) Hanya PWI yang berhak mengeluarkan kartu pers. Pemecatan sebagai anggota PWI berarti juga secara *de facto* larangan untuk bekerja sebagai wartawan. Kenyataan bahwa Serikat Penerbit Surat kabar (SPS) didirikan dengan dukungan PWI dan bahwa sebagian besar orang-orang yang sama duduk dalam kepengurusannya, menunjukkan karakter elit PWI dan menjadikan penyatuan keduanya sebagai “kembar siam” (Hill 1995: 74). Sementara itu para jurnalis tidak diizinkan untuk mendirikan serikat pekerja (Pontoh 2001).

Dewan Pers yang ada pada saat itu memiliki tugas resmi sebagai jembatan antara pemerintah dan kalangan media. Mereka harus memberi masukan politik dalam proses pemberian SIUPP. Pendiannya pada tahun 1967 oleh sebuah peraturan presiden telah menunjukkan bahwa lembaga itu lebih ditujukan sebagai alat pemerintah dan bukanlah lembaga yang memungkinkan terjadinya *self-control*: Dewan Pers diketuai sendiri oleh Menteri Penerangan, anggotanya antara lain adalah pejabat dinas intelijen dan pejabat departemen (Hill 1995: 65).

Tantangan dari Dalam

Pengaruh langsung dari pemerintah melalui pembredelan media, kekerasan fisik terhadap pembela hak asasi manusia atau wartawan dan juga pengepungan atas kalangan media melalui organisasi mereka menyebabkan tingginya tingkat swa-sensor. Media yang ingin bertahan hidup harus menyesuaikan diri dalam pemilihan kata dan penulisan gaya bahasa sesuai dengan keinginan rezim. Misalnya, kepala berita yang mencerminkan semangat pembangunan, digunakannya kalimat pasif dan hal-hal yang kritis diletakkan di paragraf terakhir.



Grafik 1: Persentase penggunaan media tahun 1993-2003 (populasi umur 10 tahun ke atas)⁹

⁹ Badan Pusat Statistik [<http://www.bps.go.id/sector/socwel/table3.shtml>]. Diunduh pada tanggal 13 Maret 2005.

Sejak tahun 1980an anggota keluarga presiden dan kroni mereka mulai menanamkan modal dalam perusahaan-perusahaan media dan mewakili kepentingan kaum elit politik melalui kepemilikan media. Stasiun TV swasta pertama, RCTI, didirikan pada tahun 1987 oleh salah seorang putra Suharto, Bambang Trihatmojo. Tahun 1989 SCTV, stasiun TV swasta kedua, mulai beroperasi dan salah satu pemilik saham terbesarnya adalah sepupu Suharto, Sudwikatmono. Pada tahun 1990, TV swasta ketiga (TPI), yang sebagian besar sahamnya dimiliki oleh putri sulung Suharto, Siti Hardiyanti Rukmana ("Tutut"). Selain anggota keluarga dan kroni Suharto (TV swasta Indosiar misalnya didirikan dan dikuasai oleh grup Salim), para politikus juga terjun ke bisnis media. Pimpinan Golkar Agung Laksono pada tahun 1993 menjadi Komisaris Utama di stasiun TV swasta Anteve. Mantan menteri penerangan Harmoko dengan grup Pos Kota-nya menerbitkan beberapa surat kabar (Hidayat 2000).

3.2 Praktik Jurnalistik sejak 1998

Krisis ekonomi di Asia pada tahun 1997 bertindak sebagai katalisator bagi berakhirnya kekuasaan politik Suharto. Selama berbulan-bulan presiden harus menghadapi protes yang makin banyak, yang terutama berakar di kota-kota dan kalangan mahasiswa, yang puncaknya di Jakarta terjadi peristiwa berdarah terhadap kaum minoritas keturunan Cina yang selama ini dianggap mendapat keistimewaan. Selain lengsernya Suharto dan dibersihkannya kroni-kroni Suharto, para demonstran menuntut langkah-langkah

Tantangan dari Dalam

demokrasi, seperti kebebasan pers dan kebebasan serikat pekerja.

Pers terlambat ikut dalam arus reformasi. Sebagian besar media yang mapan mulanya tetap bertahan pada aturan permainan yang ada (Arismunandar 2000:211). Artikel-artikel harian-harian besar pada awal Mei 1998 masih terlihat seakan-akan mereka adalah penerbitan kantor humas pemerintah atau kementerian. Sumber yang paling sering dikutip adalah pemerintah dan militer (Triputra 2000: 407 pp.). Beberapa pengamat telah menyetujui bahwa revolusi yang terjadi didukung oleh internet (McDaniel 2002:116 pp, Harsono 2000: 83 pp.). Memang jumlah mereka yang mempunyai akses ke internet hanyalah satu persen dari seluruh masyarakat Indonesia (Lim 2003:121). Tetapi kebebasan internet hanyalah merupakan cermin dari ketidakbebasan pers dan siaran radio. Karakter internet yang memungkinkan penyebaran informasi lintas batas, kecepatan penyebarannya dan sulitnya pengawasan media ini menjadikan internet sebagai sebuah alat yang digunakan oleh kelompok oposisi secara efisien.

Setelah kerusuhan Mei 1998 makin berubah menjadi kekerasan, akhirnya Suharto mundur dari jabatannya. Sampai dengan Pemilu tahun 1999 Indonesia diperintah oleh Bacharuddin Jusuf Habibie, yang sebelumnya menjabat wakil presiden. Lalu pemberian SIUPP menjadi lebih mudah. Pada tahun 1999 dikeluarkan Undang-undang Pers no. 40/1999 yang mengakhiri kewajiban memiliki SIUPP

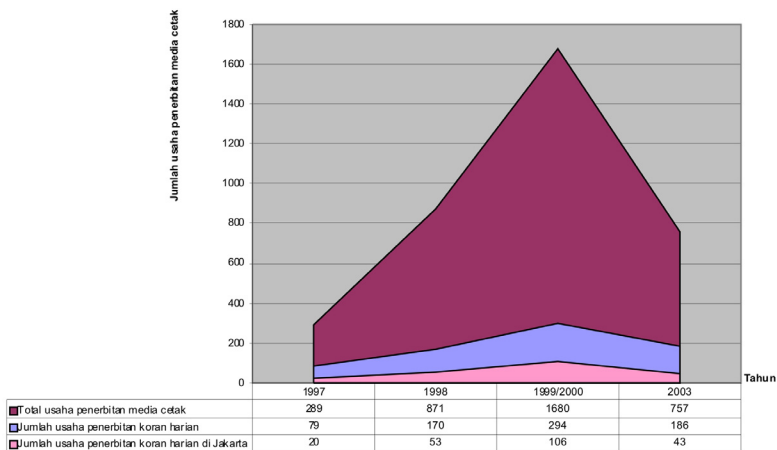
secara final. Setahun setelahnya Departemen Penerangan dibubarkan.

3.2.1 Situasi dan Kondisi Hukum

Sejak Reformasi 1998 telah terjadi empat kali amandemen Undang-Undang Dasar 1945, dimana ditambahkan beberapa pasal mengenai Hak Asasi Manusia (HAM), yang di dalamnya juga terkandung kebebasan mengungkapkan pendapat. Inti hukum dari kebebasan pers di era pasca Suharto ini adalah 21 pasal Undang-Undang Pers no.40/1999. Hukum pers menekankan pada makna media yang bebas sebagai manifestasi dari kedaulatan rakyat dan peran pers sebagai penyampai informasi dan pembentuk opini dalam masyarakat yang demokratis (pasal 2-6). Mengenai pers sebagai perusahaan bisnis, hukum pers menyatakan, bahwa setiap warga negara Indonesia boleh mendirikan sebuah perusahaan media dalam bentuk badan hukum yang legal (pasal 9). Modal asing hanya boleh diinvestasikan melalui pasar modal Indonesia (pasal 11 ayat 2). Peraturan lain yang relevan sehubungan dengan kecenderungan pemusatan pada pasar media adalah Undang-Undang No. 5/1999 yang melarang monopoli dan persaingan tidak sehat. Untuk mengawasi itu semua pemerintah membentuk sebuah komisi. Undang-Undang Penyiaran No. 32/2002 pertama kali memaparkan secara eksplisit perihal upaya-upaya pemusatan dalam bidang media dan peraturan perundang-undangannya. Di dalamnya terdapat penjelasan-penjelasan yang di antaranya mengacu pada Undang-Undang anti monopoli. Pasal 5 antara lain

Tantangan dari Dalam

difokuskan untuk “mencegah monopoli kepemilikan dan mendukung persaingan yang sehat di bidang penyiaran”. Pasal 18 ayat 2 menyatakan bahwa “[...] kepemilikan silang antara Lembaga Penyiaran Swasta yang menyelenggarakan jasa penyiaran radio dan Lembaga Penyiaran Swasta yang menyelenggarakan jasa penyiaran televisi, antara Lembaga Penyiaran Swasta dan perusahaan media cetak, serta antara Lembaga Penyiaran Swasta dan lembaga penyiaran swasta jasa penyiaran lainnya, baik langsung maupun tidak langsung, dibatasi.” Dengan demikian beberapa penerbit besar surat kabar terkena imbas dari undang-undang tersebut karena kepemilikan televisinya.



Grafik 2: Perkembangan usaha penerbitan media cetak tahun 1997-2003

Salah satu tantangan terbesar dalam proses demokratisasi dalam negara hukum, meskipun sudah ada amandemen undang-undang dasar dan reformasi undang-undang, adalah ketidakpastian hukum dan korupsi di dalam aparaturnya penegak pengadilan. Sejak kemerdekaan Indonesia tahun 1945 selain perundang-undangan nasional masih ada hukum adat dan undang-undang jaman kolonial Belanda yang masih berlaku. Masalah ketidakpastian hukum juga diakibatkan karena pada masa pemerintahan Suharto pengadilan hanya mempunyai tugas untuk melegitimasi keputusan-keputusan yang telah dipastikan dan seringkali berbau nepotisme atau paksaan. Pengadilan pada saat itu dan sampai sekarang sering tidak dilihat sebagai instansi yang dapat dipercaya, melainkan sebagai wadah berkumpulnya mereka yang kelihatannya berprofesi utama sebagai ahli-ahli hukum, namun penghasilan mereka sebenarnya dari bisnis sampingan dan atau uang pelicin (Redway 2003:156).

Dampak dari kurangnya ahli-ahli hukum yang terdidik baik dan tidak dapat disuap terlihat pula dalam bidang media. Dalam tahun-tahun terakhir banyak sekali wartawan yang dihadapkan ke pengadilan karena pencemaran nama baik atau fitnah dan dikenai hukuman denda serta hukuman penjara (Keller 2004). Meskipun UU Pers no. 40/1999 juga menetapkan hukuman denda atas pelanggaran pers terhadap norma-norma agama, nilai-nilai adat istiadat atau prinsip praduga tak bersalah bagi terdakwa, tetapi para hakim tetap menggunakan hukum pidana dengan

Tantangan dari Dalam

hukuman yang jelas-jelas lebih keras atas tuduhan pencemaran nama baik.

Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) terdapat paling tidak 37 paragraf, yang dapat mengusut penulis berita (Batubara 2004). Ancaman hukuman tersebut seperti misalnya dalam kasus penerbitan hasil penelusuran investigatif, menciptakan iklim ketakutan dan swa-sensor dalam perusahaan media (Sudibyo 2004). Dengan mengacu kepada praktik hukum dalam kasus-kasus media di negara-negara lain, muncul desakan dari aktivis HAM dan kalangan media agar delik pencemaran nama baik hanya dilihat sebagai pelanggaran hukum perdata (Article 19 2003, Astraatmadja 2004, Nolan 2004).

3.2.2 Situasi dan Kondisi Politik

Optimisme tentang kemampuan demokratisasi di Indonesia ternyata tidak bertahan lama seperti di bulan-bulan pertama setelah lengsernya Suharto. Kaum elit bisnis dan politik mampu mengkonsolidasikan kekuasaan mereka, karena melalui transaksi-transaksi keuangan ke luar negeri dan penolakan mereka untuk membayar hutang-hutang, mereka tidak perlu merasa takut mengalami kepailitan. Teori yang diyakini Bank Dunia dan International Monetary Fund (IMF), bahwa kejutan struktural yang menghapuskan koalisi kekuasaan lama menyebabkan dan membentuk koalisi kekuasaan baru yang reformis serta dapat mengambil alih kekuasaan, ternyata di Indonesia tidak berfungsi (Robison/Hadiz 2004: 264). Akibat dari berpuluh-

puluh tahun politik blok partai di era Suharto, tidak ada tradisi kepartaian yang menunjang sebuah program politik dan merekrut kader mereka melalui sebuah basis yang mewajibkan para kader tersebut untuk terikat kepada program tersebut. Hal yang jelas terlihat pada saat Pemilu 2004, dimana figur-figur yang berada di garis depan tidak membahas aspek-aspek programatis. Sebagai kendaraan untuk pencalonan kandidat presiden Susilo Bambang Yudhoyono, yang akhirnya berhasil menjadi presiden, dibentuklah Partai Demokrat.

Partai Demokrasi Indonesia-Perjuangan (PDI-P), partai mantan Presiden Megawati, yang dianggap sebagai kekuatan reformasi dilihat tidak begitu berbeda jauh dengan partai Golkar. Menurut Robison/Hadiz hal ini terlihat dari anggota partai tersebut yang merupakan pengusaha dan kaum nasionalis lama demikian juga dengan politik praktis yang mereka jalankan (Robison/Hadiz 2004: 239). Sifat-sifat otoriter ditunjukkan pula oleh mantan presiden Megawati dalam komunikasinya dengan media. Megawati meminta agar wartawan memelihara iklim politik yang stabil dan harus mempertimbangkan masak-masak, informasi apa saja yang dapat dibagi kepada masyarakat dan informasi mana yang tidak perlu diberitakan. Hal tersebut mengingatkan kepada doktrin “bebas tapi bertanggung jawab” dari mantan penguasa Suharto (Romano 2003: 52). Kenyataan bahwa Megawati menghidupkan kembali Departemen Penerangan yang sebelumnya sudah dihapuskan, dilihat sebagai indikasi untuk sebuah langkah kembali ke masa lalu (AJI 2004).

Tantangan dari Dalam

Presiden Susilo Bambang Yudhoyono yang terpilih pada bulan September 2004 diakui menjalin hubungan yang lebih liberal dengan media. Namun demikian, tradisi “kultur telepon” yang terjadi sejak era sebelumnya masih saja dipraktikkan untuk mengambil pengaruh dalam pemberitaan demi kepentingan politis, meskipun potensi ancaman dari sisi politik dan militer tidak dapat lagi dibandingkan dengan masa-masa diktatur. Kemungkinan pengaruh tetap ada, karena para reporter politik sering ditempatkan di pos-pos yang tetap. Mereka memberitakan dari Istana Presiden, dari kantor kementerian atau dari markas besar angkatan bersenjata. Para reporter tersebut menghabiskan sebagian besar jam kerja mereka di dalam ruang-ruang pers dari institusi-institusi pemerintahan tersebut, „di tempat yang sebenarnya tidak mungkin diperoleh informasi yang relevan terhadap nilai-nilai jurnalistik” (Hanitzsch 2003: 337). Praktik tersebut dilakukan dengan alasan bahwa kedekatan ruang berarti memungkinkan akses yang lebih baik kepada narasumber dan informasi-informasi yang melatarbelakanginya. Pada saat yang sama praktik tersebut dikritik karena berarti kurangnya jurnalisme investigatif. Banyak reporter hanya menunggu pernyataan resmi dan menyalin berita dari rekannya (Hanitzsch 2003: 337)..

Tidak hanya selama masa pemerintahan Suharto kepemilikan media merupakan sebuah alat strategis untuk mempengaruhi opini publik. Pada saat Pemilu 2004 terlihat jelas pencampuradukkan politik dan media. Yang sering dikritik adalah Surya Paloh, pemilik stasiun TV khusus

berita (Metro TV) dan harian *Media Indonesia*, harian yang juga dibahas dalam penelitian ini. Surya Paloh telah sejak lama menjadi salah satu anggota dewan pimpinan Partai Golkar. Selama kampanye untuk pencalonan dirinya sebagai calon presiden, media-media yang dimiliki Surya Paloh memberitakan secara berulang-ulang mengenai kegiatan kampanyenya (Pradityo 2004, AJI 2004: 26, Harsono 2004, LSPP 2004). Setelah kegagalan pencalonannya tersebut ia melakukan tekanan terhadap staf redaksinya untuk mendukung Susilo Bambang Yudhoyono, yang kemudian terpilih menjadi presiden (lihat 5.3).

Perekrutan wartawan sebagai strategi PR untuk politik dilakukan oleh segenap kubu politik. Penulis biografi Surya Paloh dan Yudhoyono, Usamah Hisyam (mantan wartawan di *Media Indonesia*), mulai menerbitkan *MO*, sebuah tabloid yang berisi berita-berita politik dan gaya hidup pada bulan Januari 2004. Tidak lama setelahnya ia lalu melibatkan diri sebagai penanggung jawab PR (public relations) dalam tim kampanye Yudhoyono (AJI 2004: 27). August Parengkuan, yang pernah menjadi redaktur senior harian *Kompas* dikaryakan selama Pemilu 2004 sebagai manajer PR dalam tim mantan Presiden Megawati dan PDI-P, lalu kemudian kembali lagi menempati posnya di stasiun televisi TV7 yang pada saat itu dimiliki grup *Kompas*. Keterlibatan politik semacam itu tidak semuanya berlangsung terang-terangan seperti kasus-kasus di atas. Banyak rekan wartawan yang bekerja pada bagian humas

partai-partai dan terus-menerus menulis berita dengan nama samaran (Harsono 2004).

3.2.3 Situasi dan Kondisi Sosial Budaya

Meskipun pada setiap perayaan tahunan hari kemerdekaan tanggal 17 Agustus atau dalam kesempatan-kesempatan resmi lainnya selalu ditekankan mengenai kebhinekaan Indonesia lewat tarian-tarian dan adat istiadat dari seluruh Indonesia, suku Jawa tetap mendominasi politik dan ekonomi Indonesia. Pulau yang sangat padat ini ditempati oleh lebih dari setengah penduduk Indonesia yang berjumlah kira-kira 220 juta jiwa. Pulau Jawa adalah pusat politik dan ekonomi Indonesia dan menjadi tempat berdirinya sebagian besar fasilitas pendidikan. Secara budaya, Indonesia juga sangat dipengaruhi oleh norma-norma dan nilai-nilai suku Jawa. Di dalamnya termasuk kesabaran, sikap pasrah atau *nrimo*, sikap pasif terhadap kesulitan dan prinsip harmoni kekeluargaan yang juga diterapkan dalam konteks di luar keluarga (Aly 1984: 74). Franz Magnis-Suseno dalam bukunya „Etika Jawa” membedakan dua prinsip dasar yang membangun kehidupan bersama: (a) prinsip untuk menghindari konflik (prinsip kerukunan) dan (b) prinsip hormat kepada orang yang lebih tua dan/atau lebih tinggi dalam hirarki.

Prinsip untuk menghindari konflik menjamin situasi ideal yang harmonis (*rukun*), yang harus dijaga sebagai keadaan yang diberikan alam. Potensi perselisihan harus ditekan. Karena konflik timbul akibat kepentingan-kepentingan

yang berbeda, maka setiap orang harus mengalahkannya kepentingan pribadinya demi kepentingan bersama. Penghindaran konflik terbuka lebih penting daripada penghindaran konflik moral. Pertimbangan-pertimbangan moral tidak membenarkan untuk mengabaikan prinsip harmoni (Magnis-Suseno 1981: 64). Yang penting untuk diperhatikan dalam hal ini adalah cara mengkomunikasikan keinginan pada pihak lain. Adalah tidak sopan untuk mengungkapkan sebuah keinginan ataupun menolaknya secara langsung. Dalam bentuk komunikasi yang berbelit-belit seperti ini, akan membutuhkan waktu yang lama untuk sampai ke inti pembicaraan. Hal yang sama berlaku jika ada kritik yang harus disampaikan. Rasa tidak suka dapat saja diperlihatkan, misalnya secara demonstratif untuk sementara waktu mereka tidak saling berbicara (Aly 1984: 77). Dalam hal ini orang tidak membedakan antara konflik di dalam pekerjaan dan konflik pribadi (Magnis-Suseno 1998: 22).

Kesejahteraan bersama tidak hanya didukung secara pasif oleh prinsip penghindaran konflik, melainkan juga disokong secara aktif melalui tradisi *Slametan*. *Slametan* adalah istilah untuk sebuah keadaan tetap dari perasaan nyaman, keamanan yang tidak terganggu. Agar situasi aman ini tidak terganggu, maka seremoni *Slametan* dilakukan untuk semua peristiwa. Ada sebuah komponen dari *Slametan* yang memperjelas prinsip penghindaran konflik. Hadiah-hadiah tidak pernah dibuka di hadapan si pemberi hadiah, karena bila hadiah tersebut tidak disukai dikhawatirkan akan timbul suasana yang tidak enak. Selain itu juga benar-benar dijaga, bahwa hadiah dan balasan hadiah memiliki nilai

Tantangan dari Dalam

yang seimbang (Magnis-Suseno 1981: 52). Tradisi-tradisi Jawa yang telah dipaparkan di atas tadi masih dapat ditemukan terutama di dalam masyarakat pedesaan tradisional, namun juga di dalam masyarakat modern dan urban.

Prinsip dasar yang kedua adalah prinsip hormat. Hal itu mengacu kepada keyakinan, bahwa hanya masyarakat yang dibentuk menurut hierarkis yang baku dapat membawa pada keharmonisan. Selama setiap orang tahu menempatkan dirinya dalam tatanan sosial tersebut, semuanya berada dalam keseimbangan. Simbol-simbol status untuk menunjukkan aturan yang sudah diberikan alam menjadi sangat penting. Tatanan tersebut juga terwujud dalam bahasa Jawa. Dalam bahasa Jawa terdapat kosa kata yang berbeda-beda, tergantung kepada siapa mereka berbicara, yakni kosa kata untuk orang yang lebih dihormati, kosa kata untuk yang sejajar, dan kosa kata untuk yang lebih rendah. Dengan banyaknya tingkatan tersebut, bahasa Jawa memiliki sebelas tingkatan bahasa (Magnis-Suseno 1981: 57). Senioritas dan kedudukan tinggi menempati posisi tertinggi dalam tangga sosial. Secara tradisional merupakan satu kehormatan, untuk melayani para pemimpin, figur-figur yang dihormati dan orang-orang tua. Prinsip hormat dalam budaya Jawa disebut juga dengan istilah “Bapakisme”, karena selalu mengacu kepada Bapak, yaitu kepala keluarga yang sangat dihormati. Sampai hari ini mantan penguasa Suharto, yang dulu disebut-sebut sebagai “Bapak Pembangunan” tetap disapa dengan “Pak Harto”. Penelitian-penelitian mengenai

budaya dan manajemen di Indonesia memperjelas bagaimana prinsip Bapakisme sekarang juga masih ditunjukkan dalam budaya perusahaan. Perusahaan dianggap sebagai keluarga besar dan pemimpin perusahaan memiliki kedudukan seperti seorang Bapak (Weidmann 1997: 152). Sementara dalam manajemen Barat yang berkuasa adalah pemimpin institusional, sedangkan di Indonesia pemimpin personal-lah yang berkuasa. Tindakan-tindakan yang ditujukan demi pemeliharaan hubungan sosial lebih diutamakan daripada pelaksanaan tugas resmi (ibid: 157). Hubungan dengan pimpinan dipelihara dengan sangat hati-hati. Bawahan merasa terhormat, bila atasannya berkenan menerima hadiah pribadi darinya (ibid: 59). Lewat praktik ini diharapkan mereka mendapat imbalan berupa perlindungan dan kepemimpinan, yakni sebuah hubungan patron dan klien. Koentjaraningrat (1969: 44) telah melihat pada tahun 1960-an bahwa dalam struktur-struktur semacam ini ketiadaan komunikasi yang tepat sasaran adalah penyebab utama dari korupsi yang merajalela di Indonesia.

Korupsi di dalam kehidupan masyarakat Indonesia dan juga dalam kehidupan sehari-hari di media adalah hal yang biasa dan tidak hanya ditengarai sebagai masalah ekonomi dan politik, melainkan juga sebagai masalah budaya (Hutabarat 2002). Saat ini Indonesia menempati posisi ke-130 dari 163 negara dalam daftar negara-negara yang indeks tingkat korupsinya diteliti oleh Transparency International (TI 2006). Dalam dunia jurnalisme, praktik-praktik korupsi yang paling jelas dilakukan dikenal dengan

Tantangan dari Dalam

istilah „budaya amplop”. Hal tersebut dapat dilihat misalnya dalam konferensi pers, di mana tidak hanya disampaikan informasi, namun juga para wartawan diberikan sebuah amplop berisi uang tunai. Jumlahnya antara Rp 50.000 – 1.500.000 (• 5 – • 140) (The Jakarta Post 2005a). Menolak „hadiah” ini, yang sering dikatakan sebagai imbalan jasa atau uang transport, dianggap tidak sopan.

Dalam perusahaan-perusahaan dan instansi-instansi pemerintah terdapat anggaran untuk propaganda, informasi dan dokumentasi, uang untuk amplop-amplop tersebut diambil dari anggaran yang disediakan itu (Manan 2004, Haryanto 2005). Yang menikmati keuntungan dari anggaran ini adalah pemberi dan penerima, sebagian besar darinya dikantongi oleh tenaga-tenaga kantor Humas (The Jakarta Post 2005c).

Seringkali diterimanya amplop tersebut oleh para wartawan diberi alasan karena pendapatan mereka yang rendah (Sasdi 2003, Hariyanto 2005, The Jakarta Post 2005a). Namun sebuah angket yang dilakukan terhadap para wartawan di Jakarta memperlihatkan, bahwa desakan ekonomi bukanlah motivasi terkuat untuk menerima amplop tersebut (Eriyanto 2002). Sebaliknya masalah profesionalisme menunjukkan, bahwa prosentase terbesar (46,5%) dari peserta angket mengatakan seorang wartawan tetap dapat menulis berita dengan seimbang meskipun mereka telah menerima imbalan uang. Walaupun begitu Eriyanto menekankan, bahwa adat istiadat Indonesia (Jawa) yang saling memperlihatkan rasa terima kasih kepada seseorang

yang telah berbuat baik, tidak akan membiarkan orang yang telah menerima amplop untuk menulis kritis tentang si pemberi amplop (ibid).

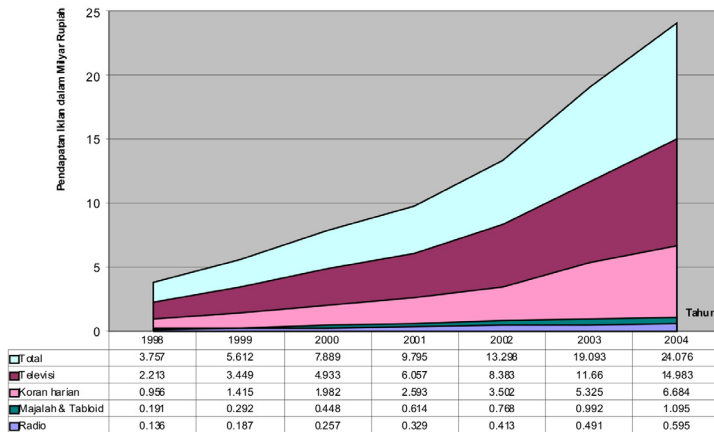
3.2.4 Situasi dan Kondisi Perekonomian

Perekonomian Indonesia mengalami peningkatan di tahun-tahun terakhir ini berkat permintaan pasar dalam negeri. Bisnis media pun memetik keuntungan dari situasi tersebut. Sejak tahun 1999 terdapat peningkatan dalam penerimaan iklan dengan prosentase sebanyak dua digit setiap tahunnya.¹⁰ Karena dominasi media audio visual di Indonesia, pertumbuhan ini terutama dinikmati oleh stasiun televisi yang menyerap sekitar 70% penerimaan iklan (Dyah S 2005). Kepemilikan stasiun televisi nasional tetap dikuasai oleh sedikit nama yang sebagian besar adalah kerabat keluarga Suharto (Koesoemawiria 2002, Piliang 2002).

Liberalisasi hukum pers diikuti oleh booming munculnya penerbit-penerbit baru. Setelah dilonggarkannya SIUPP, selama tahun 1998 sampai April 1999 saja telah dikeluarkan 825 izin penerbitan baru. Penerbit-penerbit yang sudah mapan yang selama tahun 1990an meraih keuntungan ketika pasar media masih dikontrol sangat ketat lalu dihadapkan pada tekanan persaingan yang bertambah. Kemudian terjadi konsolidasi pasar media, di mana grup-

¹⁰ Untuk bulan Januari-September 2006 Departemen Komunikasi dan Informasi menyatakan bahwa terjadi kenaikan 17% dibandingkan tahun sebelumnya untuk semua media, sedangkan untuk media cetak kenaikan mencapai 23% (Depkominfo 2006)

Tantangan dari Dalam

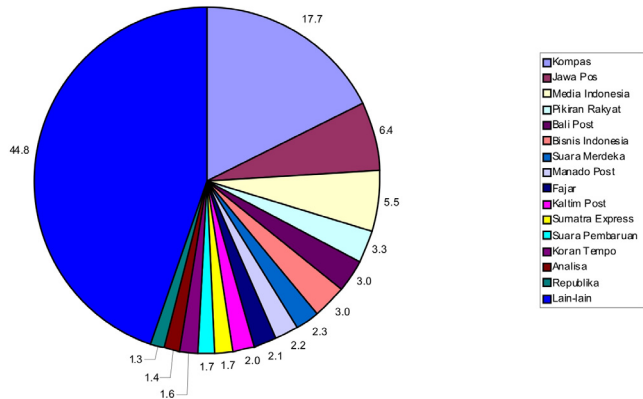


Grafik 3: Pendapatan Iklan 1998-2004 dalam Milyar Rupiah ¹¹

grup media yang besar paling banyak meraih keuntungan. Grup Jawa Pos misalnya, yang merupakan kelompok surat kabar terbesar di Indonesia, pada tahun 1995 hanya memiliki 20 harian dan delapan surat kabar mingguan dan pada tahun 2004 telah memiliki 81 harian, 23 surat kabar mingguan dan sebuah stasiun televisi. Grup terbesar kedua, Kompas Gramedia, pada tahun 1995 masih memiliki delapan harian, 17 majalah, sebuah stasiun radio dan empat penerbit buku, tapi pada tahun 2004 mereka telah memiliki 14 harian, 32 majalah, sebuah stasiun televisi dan sebuah stasiun radio dan enam penerbit buku (AJI 2004).

¹¹ Grafik dibuat sendiri dengan sumber dari PPPI, 2004

Hampir 50% dari pengeluaran iklan dalam surat kabar harian masuk ke dalam kas-kas sepuluh penerima iklan terbesar (PPPI 2004). Lima dari mereka termasuk dalam grup Jawa Pos. Dari grup Kompas Gramedia, hanya harian *Kompas*, harian dengan tiras tertinggi di Indonesia, yang termasuk dalam kelompok sepuluh penerima iklan tadi. Tetapi dari keseluruhan penerimaan iklan surat kabar, *Kompas* sendiri memperoleh bagian 17,7% pada tahun 2003.



Grafik 4: Persentase penerimaan iklan 2003 ¹²

Sehubungan dengan konsentrasi kepemilikan dalam sektor media, maka bertambahnya orientasi komersial akan mengabaikan pendidikan dan investigasi jurnalistik. Media-media yang telah mapan dan media-media yang baru terbit

¹² Grafik dibuat sendiri dengan sumber dari PPPI, 2004

Tantangan dari Dalam

dikritik pemberitaannya, karena mereka cenderung mewakili kepentingan sekelompok pemilik dan bukannya memenuhi fungsi demokratis mereka (Sudibyo 2001a). Hal ini terutama merupakan hal yang lazim di surat kabar-surat kabar daerah, di mana politikus daerah (di antaranya juga karena tekanan dari penerbit) membeli seluruh halaman surat kabar dan dengan demikian menjamin pemberitaan yang positif tentang dirinya (AJI 2004).

Empat

Media-media yang Diteliti

4. Media-media yang Diteliti

Yang menjadi subjek penelitian ini adalah struktur internal perusahaan-perusahaan pers Indonesia, yang pada dasarnya dibedakan menurut bentuk perusahaan, budaya perusahaan dan peranan penerbit. Pada umumnya koran-koran Indonesia berfungsi sesuai prinsip reporter-editor¹³, prinsip yang berasal dari Anglo-Saxon. Komentar-komentar dan tulisan-tulisan opini yang berfungsi untuk

¹³ Prinsip reporter-editor berarti prinsip pemisahan kerja dalam redaksi. Menurut prinsip ini, redaksi dibagi ke dalam reporter (yang mencari berita) dan editor (yang membuat rencana, menulis, mengeluarkan perintah dan mengomentari).

Setiap tahapan proses penerbitan artikel dikerjakan oleh seorang anggota redaksi yang lain. Sementara itu sistem pembagian kerja semacam ini di surat kabar Jerman tidak pernah secara penuh dijalankan. Di sana tugas-tugas jurnalistik lebih terintegrasi ke dalam satu kesatuan.

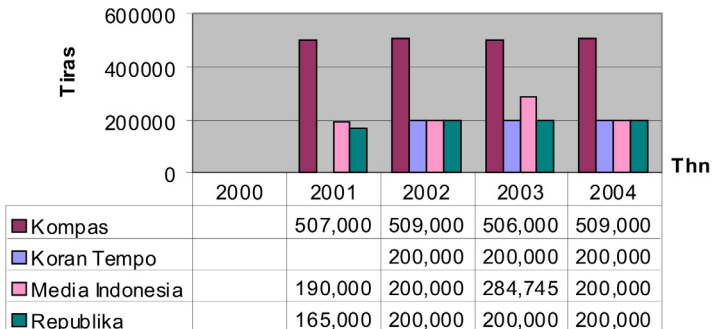
Tantangan dari Dalam

menyampaikan haluan surat kabar kebanyakan ditulis oleh dewan redaksi yang hanya terdiri dari beberapa orang yang terpilih. Sehubungan dengan hal itu penulis mempertanyakan pula masalah pentingnya “pembentuk opini” dalam redaksi. Lebih jauh, penulis ingin mencari tahu bentuk-bentuk hak partisipasi redaksi, termasuk tentang pengaturan konflik. Lalu diteliti juga tanda-tanda dan sebab-sebab dari tindakan sensor dan swa-sensor. Praktik swa-sensor di Indonesia sering dikaitkan dengan praktik-praktik korupsi, karena itulah aspek ini ditonjolkan pula oleh penulis.

Pemilihan surat kabar berlandas pada salah satu penelitian tentang jurnalisme di Indonesia oleh Hanitzsch (2003: 341), yang membahas media massa papan atas, yang sering dijadikan referensi oleh para jurnalis. Ia menyebut harian nasional *Kompas*, *Republika* dan *Media Indonesia* sebagai koran harian yang paling banyak dibaca wartawan. Selain ketiga harian di atas, penulis menyertakan pula *Koran Tempo* (terbit mulai tahun 2001) sebagai subjek penelitian. Keempat harian tersebut termasuk dalam media cetak nasional yang bertiras paling banyak dan mencerminkan keseluruhan harian nasional Indonesia secara umum¹⁴. Pemilihan keempat surat kabar ini didasari oleh pertimbangan, bahwa media-media tersebut menjadi acuan bagi yang lainnya dalam segi gaji dan hukum kerja serta dalam kaitannya dengan standar profesional.

¹⁴ Harian-harian nasional lainnya kalau tidak berbahasa inggris (The Jakarta Post), mereka terbit sore hari (Sinar Harapan, Suara Pembaruan) atau merupakan koran bisnis/bertema ekonomi (Bisnis Indonesia).

Penelitian lapangan dilaksanakan dengan metode pengamatan terbuka dan partisipatif. Sesuai dengan desain kualitatif penelitian ini, maka pelaksanaan sebuah wawancara yang terbuka dan semi-terstruktur dinilai sangat perlu. Berdasarkan hipotesis bahwa pengaruh pada otonomi redaksi diterima secara berbeda menurut posisi dalam perusahaan media, maka dari setiap harian diwawancarai masing-masing seorang wakil dari setiap tingkatan hierarkis redaksi. Mereka adalah pemilik perusahaan, pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, kepala desk untuk rubrik politik dan seorang reporter.¹⁵ Selain itu diwawancarai pula seorang wakil dari serikat pekerja. Mereka ditanyai tentang peranan dan penerimaan serikat pekerja di masing-masing surat kabar.



Grafik 5: Jumlah Tiras Surat Kabar yang Diteliti¹⁶

¹⁵ Pada setiap harian selain wawancara resmi juga dilakukan percakapan-percakapan informal. Karena beberapa reporter khawatir akan akibat negatif dari pernyataan-pernyataan mereka, maka khusus untuk reporter penulis tidak membedakan antara pengutipan wawancara resmi dan percakapan informal. Maka penggolongan pribadi dapat dihindari.

¹⁶ Tabel buatan sendiri. Sumber WAN 2002-2005

Lima

Hasil Penelitian

3 Hasil Penelitian

5.1 *Kompas*

Kompas sejak puluhan tahun adalah harian nasional dengan tiras tertinggi di Indonesia. *Kompas* diterbitkan oleh Kelompok Kompas Gramedia (KKG), yang selain Grup *Jawa Pos* merupakan perusahaan media terbesar di Indonesia. *Kompas* didirikan pada tahun 1965. Harian ini selama masa kekuasaan diktatur patuh pada pemerintah dan dianggap sebagai “New Order newspaper par excellence” (Hill 1995: 84).

Kompas dibaca terutama oleh kalangan elite Indonesia¹⁷ dan memelihara (seperti dulu) gaya bahasa yang seimbang dan

¹⁷ Lebih dari 60% pembaca adalah lulusan perguruan tinggi dan sekitar 30% pembaca pengeluaran bulannya mencapai paling sedikit Rp 2.250.000,- (Angket Pembaca Kompas 2004).

hati-hati. Gaya seperti ini pernah dikatakan Benedict Anderson sebagai “kebosanan yang terawat” (Hill 1995:84). Pemilik *Kompas* Jakob Oetama menggambarkan kehati-hatian khas *Kompas* sebagai berikut: “Mau tidak mau kita melaksanakan semacam sensor, semacam rem, ya apa boleh buat. Sehingga kita diejek: ‘Jurnalisme Kepiting’. Saya memang bilang sama teman-teman (wartawan) ‘kita tulis, tulis, tulis, makin naik dan naik, dan makin berani, ada sinyal kuning (bahaya), kita mundur. Kita diejek seperti seekor kepiting, maju dan mundur. Cuma bagi saya, mundur itu untuk maju lagi. Itu soal pilihan. Saya kalau dikritik juga tidak apa-apa. Memang itu kenyataannya.”¹⁸

Jakob Oetama sebagai pendiri harian *Kompas* sampai sekarang adalah pemilik saham terbesar¹⁹ dan memegang jabatan sebagai direktur KKG. Ia memiliki kedudukan dalam Serikat Penerbit Surat Kabar (SPS). Kemampuan jurnalistik dan bisnisnya membawanya menduduki jabatan sebagai pemimpin redaksi sekaligus direktur perusahaan sampai tahun 2000. Haluan konservatif dari harian ini menjadi makin kental karenanya. Jakob Oetama mempunyai latar belakang jurnalistik dan konsep diri seperti itu. Ia menginginkan penyampaian pendidikan dan nilai-nilai melalui tulisan-tulisan di hariannya. Walaupun begitu, sekarang ia memberi pengaruh yang lebih sedikit kepada redaksi dalam penentuan berita dibandingkan dulu.

¹⁸ Pemilik *Kompas*, Jakob Oetama, wawancara dilangsungkan tanggal 8 dan 9 Oktober 2004

¹⁹ Angka pasti tentang kepemilikan saham tidak diperoleh dari pimpinan perusahaan, meski sudah ditanya berkali-kali. Menurut Jakob, ia dan keluarga P.K. Ojong yang memiliki saham terbesar.

Sebagai pemilik, ia ikut menentukan pemimpin redaksi dan kepala rubrik tajuk rencana dan juga penempatan kepala desk yang lain.

Kompas berada dalam tradisi sebuah perusahaan keluarga.²⁰ Di *Kompas* Jakob Oetama berperan dan memandang dirinya sendiri sebagai ayah sebuah keluarga besar. Begitu pulalah bagaimana ia dipandang oleh para stafnya. Mungkin tidak semua orang satu pemahaman dengan nilai-nilai yang dianut Jakob, namun ia-lah yang mengurus pengeluaran uang dan tanpa pengaturan yang ketat darinya, keluarga itu tidak bisa mempertahankan kekompakannya. Beberapa wartawan yang ditanyai mengkonfirmasi hal ini. Seorang wartawan membandingkan Jakob Oetama – memang masih dalam konotasi positif – dengan penguasa sebelumnya, Suharto. Seorang wartawan lain bahkan membandingkannya dengan Tuhan.²¹ Kekhawatiran akan masa depan perusahaan jika ia wafat dikemukakan pula oleh beberapa wartawan.

Peranannya sebagai figur ayah yang mengurus keluarganya membuatnya menentukan apa yang menurutnya benar untuk perusahaannya. Karena itu sampai sekarang Jakob

²⁰ Ruang-ruang redaksi dihiasi dengan foto-foto dari sejarah *Kompas* selama 40 tahun yang menunjukkan tidak hanya kegiatan redaksional melainkan juga kegiatan rekreasi bersama. Perusahaan ini memiliki sebuah kelompok paduan suara, sebuah kelompok tari, sebuah kelompok pemancing dan sebuah tim bulu tangkis.

²¹ Redaktur Pelaksana *Kompas*, wawancara dilangsungkan tanggal 5 Oktober 2004; kepala rubrik Dalam Negeri *Kompas*, wawancara dilangsungkan tanggal 6 Oktober 2004.

Tantangan dari Dalam

Oetama masih menolak kegiatan-kegiatan serikat pekerja di dalam perusahaannya sendiri. Serikat pekerja di *Kompas* didirikan pada tahun 1998, tetapi secara internal tidak disebutkan serikat melainkan Perkumpulan Karyawan Kompas (PKK). Menurut salah satu wakilnya, hal ini karena „ada kultur perusahaan yang tidak cocok dengan nama serikat”²². PKK paling sering bersuara hanya untuk masalah-masalah perbaikan sosial dan material dari karyawan *Kompas*. Keputusan-keputusan personalia dan pekerjaan, yang menyangkut redaksi, diambil oleh pemilik atau oleh pimpinan redaksi yang ditunjuk. Hak ikut serta dalam pengambilan keputusan tidak dirumuskan secara formal di *Kompas*. Tidak ada dewan redaksi yang mewakili kepentingan redaksi dan tidak ada aturan atau anggaran dasar, yang misalnya mengatur hak ikut memutuskan dalam masalah-masalah personalia, kebebasan mengikuti keyakinan sendiri bagi para wartawan atau masalah tentang haluan surat kabar jika terjadi pergantian pemilik. Sebuah dewan tetap yang bertanggung jawab untuk menyelesaikan konflik juga tidak ada. Strategi komunikasi dan strategi penyelesaian konflik di *Kompas* berorientasi pada konsensus.

Hak ikut serta dalam pengambilan keputusan sebenarnya secara teoritis dapat terinstitusi melalui kepemilikan saham

²² Wakil dari Serikat Pekerja *Kompas*, wawancara dilangsungkan tanggal 21 Oktober 2004

pegawai yang ada di *Kompas*.²³ Di *Kompas*, melalui pembagian dividen memang ada perbaikan secara materi, namun tidak tercapai hak ikut memutuskan misalnya dalam penempatan pemimpin redaksi. Wartawan *Kompas* tidak diberi jaminan secara tertulis untuk secara bebas mengikuti hati nuraninya, melainkan diselesaikan menurut kasus per kasus: “Dimungkinkan, tapi itu sifatnya lebih pribadi, lebih ke pendekatan antar orang saja. Misalnya kalau seorang wartawan bilang, ‘Maaf saya tidak bisa tulis itu’, maka redaktornya bilang, ‘Ok, tidak masalah. Kamu bisa tulis yang lain. Ini saya kasih ke orang lain’. Tapi, pada dasarnya (wartawan) tidak bisa menolak. Apa yang ditugaskan, harus dilakukan. Tapi, karena kami juga di sini kulturnya Jawa, kulturnya lebih pada pendekatan pribadi, maka seringkali hal-hal seperti itu sangat bisa dinegosiasikan.”²⁴

Kompas selama masa tiga puluh tahun rezim Suharto membuktikan diri sebagai media yang mampu

²³ Sejak tahun 1987 ada peraturan menteri yang mengharuskan setiap perusahaan media membagi 20 persen sahamnya kepada karyawannya. Walaupun sejak saat itu ada pembagian dividen tahunan bagi karyawan *Kompas*, tapi pengelolaannya masih belum transparan atau demokratis. PKK yang didirikan tahun 1998 hadir menjawab tantangan ini, dan terus berjuang untuk mendapatkan hak 20 persen saham karyawan. Kesepakatan penyelesaian masalah saham tercapai pada tahun 2006. Namun, segera setelah itu sekretaris PKK yang merupakan wartawan senior *Kompas*, Bambang Wisudo, dimutasi dan akhirnya dipecat oleh manajemen karena aktifitasnya di serikat pekerja yang dianggap mengganggu kondusifitas kerja perusahaan. Kasus ini mendapat perhatian publik yang luas karena justru terjadi di *Kompas*, harian yang sangat berpengaruh di Indonesia.

²⁴ Wakil dari Serikat Pekerja *Kompas*, wawancara dilangsungkan tanggal 21 Oktober 2004.

Tantangan dari Dalam

menyesuaikan diri dan secara ekonomi telah memetik keuntungan yang besar dari kemampuan menyesuaikan diri tersebut. Selain itu *Kompas* sampai sekarang masih memiliki hubungan yang baik dengan para politisi. Menjaga hubungan yang baik ini sudah dimulai dengan fakta-fakta, yang relevansinya tidak terlihat nyata dalam bisnis jurnalistik sehari-hari. Misalnya, dalam jangka waktu penelitian ini, terdapat sebuah konflik seorang wartawan dengan seorang politikus yang dipecat dari partainya dan mengadukan keputusan tersebut ke pengadilan. *Kompas* telah memberi judul sebuah artikel yang membahas tentang jadwal persidangan kasus yang dimaksud, bahwa sang politikus ingin kembali ke DPR. Judul tersebut menyebabkan politikus itu menelpon redaksi berkali-kali dan memprotes, bahwa judul artikel tersebut memberi kesan seakan-akan yang penting baginya hanyalah kursinya di DPR. Pada hari berikutnya muncul sebuah artikel, yang judulnya memberi informasi kepada pembaca, bahwa politikus tersebut tidak mengejar-ngejar kursinya di DPR.

Beberapa anggota redaksi yang diwawancarai mengkonfirmasi, bahwa kasus di atas bukanlah satu-satunya. Seringkali artikel-artikel direvisi mengacu pada „aturan yang tidak tertulis” demi menghindari *feedback* yang dianggap memalukan dari para politisi dan mengganggu hubungan baik yang telah terbina dengan mereka. Untuk hal-hal yang masih belum jelas, hubungan dengan narasumber selalu didahulukan daripada kebebasan moril reporter dalam mengungkapkan pendapat. Seorang reporter menceritakan tentang kemarahan seorang mantan presiden,

meskipun ia telah mengutip perkataannya dengan benar. Meskipun ucapan sang mantan presiden bisa dibuktikan dengan sebuah rekaman, *Kompas* melakukan usaha berdamai. Reporter tersebut mendatangi sang mantan presiden dan memohon maaf. „Jadi gaya penyelesaian *Kompas* seperti itulah, jadi biasanya, rapat redaksi, otoritas *Kompas*, justru mendesak, menuntut teman-teman wartawan di lapangan mengalah [...] Jadi poinnya lebih memilih jalan damai daripada mencari kebenaran. Ya kadang-kadang untuk teman-teman (wartawan) yang muda kan (cara seperti itu) menyakitkan, tapi menurut saya itu sudah jadi pilihan *Kompas*.”²⁵

Bentuk kehati-hatian di atas terutama telah ditanamkan oleh pemilik perusahaan: „Kita [...] cenderung (kalau) menyangkut nama baik orang, kita konservatif [...] Memang lalu memberi kesan (bahwa *Kompas*) kurang berani, tapi ya ini barangkali sudah terlanjur (bagaimana *Kompas*) mencoba menggunakan kebebasan. Tapi mungkin kalau nanti saya sudah ‚lewat‘ (tidak lagi menjabat sebagai Pemimpin Umum/Pemilik *Kompas*) barangkali (sikap *Kompas* yang seperti itu) akan berubah (karena pemikiran para wartawan) [...] muda. Saya ’kan tidak bisa berubah. Begini ini ya saya.”²⁶

“Seni” yang telah dipraktikkan puluhan tahun tersebut, yakni kritikan yang disampaikan di antara baris-baris

²⁵ Reporter *Kompas*

²⁶ Pemimpin Umum/pemilik *Kompas*, wawancara dilangsungkan tanggal 8 dan 9 Oktober 2004.

Tantangan dari Dalam

artikel, sebuah pengertian hierarki yang konservatif, kekhawatiran akan posisi pasar harian ini dan sebuah wilayah hukum yang tidak tentu, mengakibatkan para wartawan *Kompas* melakukan swa-sensor. Dalam kaitan ini pula tampaknya harian *Kompas* merupakan cerminan dari budaya konsensus ala Jawa.

Berdasarkan “aturan yang tidak tertulis” yang dilandasi budaya perusahaan yang berorientasi pada konsensus, tampaknya potensi konflik di *Kompas* yang disebabkan oleh pemilik perusahaan hanya sedikit. Gabungan kepentingan pemilik, dalam hal ini bahwa ia akan menggunakan hariannya untuk kepentingannya sendiri, tidak terlihat dengan jelas. Hal ini bisa jadi karena Jakob Oetama sendiri adalah seorang wartawan dan ia memimpin hariannya dengan sebuah perspektif jurnalistik. Ia tidak memiliki ambisi-ambisi politik dalam arti dengan tujuan untuk menempati sebuah jabatan politik.

Di lain pihak karyawan *Kompas* merasa puas secara materiil, karena itu mereka sangat loyal kepada pemilik perusahaan. Memang selalu saja terdengar keluhan dari para wartawan yang karirnya berakhir atau sengaja ditunda, karena usaha mereka melakukan perlawanan terhadap kepentingan-kepentingan pemilik. Namun hampir tidak ada wartawan bersangkutan yang akan mengungkapkan kritik tersebut atau menyebutkan dengan jelas tentang perbuatan tersebut. Kasus yang menimpa

wartawan senior *Kompas* Bambang Wisudo pada tahun 2006 adalah salah satu contohnya.

Di *Kompas* dibedakan secara ketat antara berita dan opini. Pendapat diutarakan dalam bentuk tajuk rencana dan dalam kolom-kolom opini. Kedua artikel tajuk rencana yang muncul setiap hari ditulis tanpa nama dan biasanya ditulis oleh pemimpin redaksi, wakil pemimpin redaksi atau kadang-kadang oleh pemilik perusahaan (yang juga menjabat sebagai pemimpin umum harian) itu sendiri.²⁷ Sedangkan tiga sampai empat halaman yang berisikan opini dan merupakan ajang perdebatan tidak pernah berasal dari redaktur atau reporter, melainkan selalu ditulis oleh pakar-pakar di luar *Kompas* sesuai dengan bidangnya masing-masing. Kepala rubrik opini memberi alasan, bahwa halaman-halaman opini merupakan sebuah layanan kepada masyarakat.²⁸ Di antara kalangan intelektual Indonesia, adalah sebuah reputasi yang tinggi bila mereka telah menulis sebuah artikel opini di *Kompas*. Setiap hari hampir 90 kiriman artikel yang disortir empat orang redaksi opini, yang menentukan opini mana yang akan diterbitkan. Namun begitu, pimpinan redaksi memiliki hak veto.

²⁷ Dalam jangka waktu penelitian ini artikel tajuk rencana pertama yang bertemakan politik dalam negeri ditulis oleh pemimpin redaksi, sedangkan artikel tajuk rencana kedua yang bertemakan politik luar negeri ditulis oleh wakil pemimpin redaksi.

²⁸ Percakapan informal tanggal 6 Oktober 2004. Situasi untuk kepentingan bersama ini dipahami pula, bahwa komentar-komentar tersebut digunakan sebagai alat untuk memelihara hubungan, misalnya dengan pihak militer, di mana kadang-kadang seorang jendral mengutarakan pendapatnya. Juga para pakar yang telah menguntungkan Kompas, boleh sering memberikan komentar. (ibid)

Tantangan dari Dalam

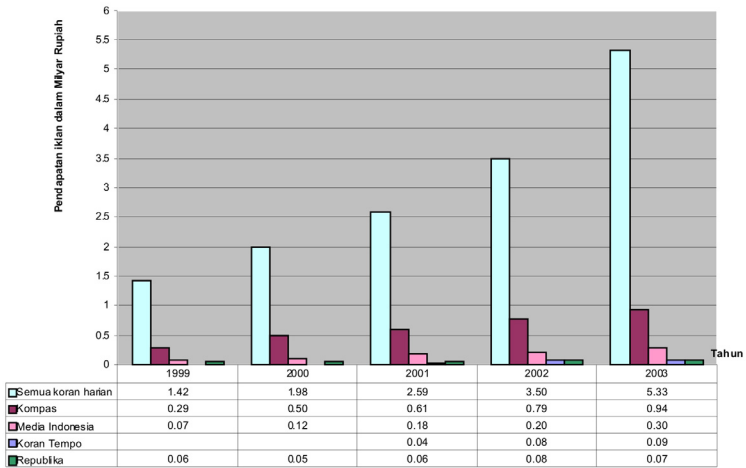
Menurut pemilik *Kompas*, divisi iklan tidak pernah ikut campur dalam penentuan isi redaksional.²⁹ Kebijakan ini ditegaskan pula oleh pemimpin redaksi: „Sejak awal kita buat kebijakan yang tegas antara konten dan iklan. Jadi, orang iklan tidak bisa intervensi kami (dan sebaliknya) orang redaksi tidak pernah bisa intervensi iklan dan kami (wartawan di redaksi) tidak pernah tahu, besok ada iklan apa [...] Jadi kita membuat setting agenda untuk liputan, murni berdasarkan rapat di setiap desk [...] *Kompas* menjaga betul (prinsip itu). Karena itu (dapat) saya katakan, kekuatan *Kompas* itu (terletak pada) kredibilitas dan orang tahu itu.”³⁰

Di *Kompas*, divisi iklan dan redaksi ditempatkan di bangunan yang berbeda. „Terpisah, tidak pernah ketemu,” demikian jelas pemimpin redaksi. Selain itu seorang reporter menegaskan pula, bahwa para wartawan *Kompas* dilarang keras untuk melibatkan diri dalam pembuatan iklan-iklan. Hal itulah yang membedakan *Kompas* dengan media-media lain, di mana para wartawan memiliki dua fungsi, selain menulis berita juga mencari iklan. “Justru karena kita reporter di lapangan tidak boleh berurusan dan terlibat dengan persoalan iklan sehingga kita bisa merasa independen [...] Saya misalnya dekat dengan pemilik (pabrik) jamu [...] Dia memanggil saya dan minta dia diwawancara, saya hanya janjikan, kalau wawancara itu

²⁹ Pemilik *Kompas*, wawancara dilangsungkan tanggal 8 dan 9 Oktober 2004.

³⁰ Pemimpin Redaksi *Kompas*, wawancara dilangsungkan tanggal 7 Oktober 2004.

layak muat, akan saya tawarkan pada redaksi, tapi kalau tidak layak muat, tidak (akan saya tawarkan). Lalu dia mengatakan, ‘aku kan udah seminggu, secara berturut-turut pasang iklan’ [...] Saya katakan, iklan itu urusan bagian iklan, saya wartawan dan saya memang tidak boleh terlibat dalam soal iklan.”³¹



Grafik 6: Pendapatan Iklan 1999-2003 dalam Milyar Rupiah ³²

Meskipun sudah ada kebijakan yang jelas, namun tetap ada kritik dan kecaman yang dilontarkan terhadap *Kompas* terkait iklan dan promosi silang. Majalah pengawas media

³¹ Reporter *Kompas*.

³² Grafik dibuat sendiri, dengan sumber dari PPPI, 2004

Tantangan dari Dalam

*Pantau*³³ Reporter *Kompas*. mengkritik, bahwa *Kompas* dalam sebagian isinya membuat iklan terselubung bagi media-media lain yang tergabung dalam KKG (Pantau 2002). Selain itu rubrik Seremonia, yang berisikan peristiwa penghargaan dan perayaan, telah menodai pula prinsip pemisahan yang jelas antara iklan dan isi redaksional. Menurut *Pantau*, seremonia adalah rubrik yang mengutip bayaran, namun tidak dikatakan sebagai iklan (ibid).

5.2. *Koran Tempo*

Sejarah dari harian nasional termuda Indonesia *Koran Tempo* harus dilihat dalam kaitannya dengan majalah yang bernama sama. Majalah mingguan *Tempo* diterbitkan pada tahun 1971 dengan mencontoh *Time-Magazine* dan berkembang sangat cepat menjadi majalah kesayangan kelas menengah yang sedang tumbuh. Majalah ini masih mendukung politik Suharto di awal masa kepemimpinannya, tetapi semakin lama artikel-artikel yang diterbitkan *Tempo* memuat tulisan-tulisan yang semakin kritis. Akhirnya pada tahun 1994 *Tempo* bersama dengan dua majalah lainnya, *Detik* dan *Editor*, dilarang terbit karena pemberitaannya tentang pembelian kapal perang eks Jerman Timur oleh Indonesia. Pembredelan tersebut mengakibatkan gelombang protes yang tidak terduga dan pendirian Aliansi

³³ *Pantau* pada awalnya adalah sebuah majalah yang kritis dan diisi dengan tulisan-tulisan mengenai media. Penerbitnya adalah Institut Studi Arus Informasi (ISAI). Setelah ada kesulitan pembiayaan, *Pantau* berubah dari majalah khusus pemantauan media menjadi majalah umum yang tidak lagi memiliki fokus tentang media.

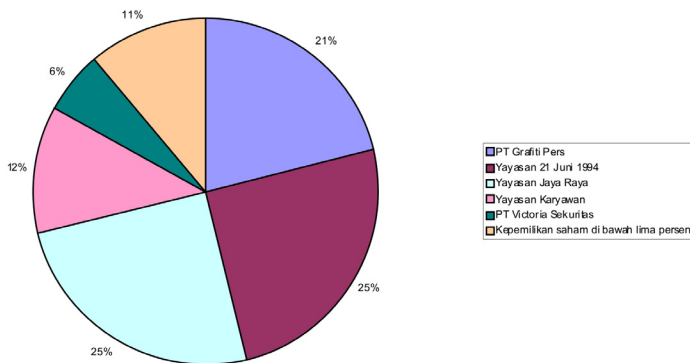
Jurnal Independen (AJI), yang dianggap sebagai gerakan melawan PWI yang sangat dekat dengan pemerintah. Anggota AJI dan wartawan *Tempo* sebagian bergerak di bawah tanah. Maka pada tahun 1996 dihasilkan majalah online *Tempo Interaktif*. Sementara itu beberapa wartawan pindah ke media lain. Alumni *Tempo* membentuk sebuah jaringan yang efektif, yang memiliki hubungan erat dengan para intelektual dan aktivis.

Sejak tahun 1998 majalah *Tempo* diterbitkan lagi oleh PT Tempo Inti Media Tbk. Perusahaan tersebut tidak hanya memiliki majalah *Tempo* namun juga percetakan PT Temprint. Pada tahun 2000 Tempo Inti Media adalah perusahaan media pertama Indonesia yang masuk bursa saham. Dari penghasilannya tersebut dibiayailah harian *Koran Tempo* yang terbit sejak tahun 2001.

Koran Tempo terkenal berkat jurnalisme investigasinya. Selain itu *Koran Tempo* menggunakan elemen-elemen layout yang tidak konvensional dan memuat banyak grafik informasi dan karena itu dibaca terutama oleh pembaca muda dari kalangan menengah ke atas. Sebanyak 80% pembacanya berumur antara 20-44 tahun. *Koran Tempo*, seperti juga majalahnya menganggap dirinya sendiri sebagai „bagian dari ujung tombak modernisasi masyarakat Indonesia”, sebagai „clearing house” dan juga terkenal di luar negeri sebagai media yang progresif dan demokratis. Banyak wartawan *Tempo* yang mendapat berbagai penghargaan internasional berkat komitmen mereka pada jurnalisme.

Tantangan dari Dalam

Berbeda dengan tiga media lain yang diteliti, *Tempo* tidak memiliki pemilik saham terbesar. Lebih dari 50% kepemilikan perusahaan dipunyai oleh yayasan-yayasan. Dengan demikian di *Koran Tempo* tidak ada pemilik media dalam arti yang biasanya. Pada saat penelitian ini dilangsungkan, saham-saham perusahaan Tempo dimiliki oleh perusahaan PT Grafiti Pers, Yayasan Jaya Raya, Yayasan 21 Juni 1994 dan Yayasan Karyawan Tempo. Sebanyak 17% saham dipasarkan di bursa. Komisaris utamanya adalah pendiri *Tempo* Goenawan Mohamad. Pemimpin redaksi, yang saat dilangsungkannya penelitian ini dijabat oleh Bambang Harymurti, adalah bagian dari dewan direksi.



Grafik 7: Pembagian kepemilikan saham *Tempo* ³⁴

³⁴ Diagram dibuat sendiri, Sumber : Profile Emittenten Profil Tempo Inti Media Tbk, Borse Jakarta, <http://www.jsx.co.id/issuers.asp?cmd=detail&id=TMPO>, per 28 Februari 2005

Wartawan-wartawan *Tempo* yang diwawancarai, terutama mereka yang telah berpengalaman di media-media saingan, menjelaskan tentang „budaya perusahaan yang lain daripada yang lain” dan besarnya otonomi redaksi. „Saya melihat, *Tempo* mungkin berbeda dengan media massa lain di Indonesia. Di sini ada semacam nilai-nilai yang barangkali mendekati nilai idealisme dari sebuah pers yang mungkin paling bebas di Indonesia. Kenapa demikian, karena dia dimiliki oleh publik yang tidak terpusat pada satu tangan, seperti ada beberapa media lain di Indonesia [...] Kita di *Tempo* bisa dengan mudah menulis apa yang dianggap bersama di sini sebagai sebuah kebenaran [...]”³⁵

Di *Koran Tempo* juga tidak terdapat anggaran dasar redaksi atau sebuah badan perwakilan yang mewakili kepentingan redaksi. Visi dan misi dari serikat pekerja bertujuan untuk kepentingan sosial, seperti juga di media-media lainnya. Namun staf *Tempo* dapat terlibat dalam politik perusahaan melalui yayasan karyawan sebagai pemegang saham *Tempo*. Sebagai contoh, rencana pengambilalihan saham oleh grup *Jawa Pos* telah ditolak dengan alasan bahwa hal itu dapat mempengaruhi penulisan berita. Konflik-konflik sehubungan dengan jaminan sosial para karyawan diupayakan untuk diselesaikan pihak manajemen dan serikat pekerja secara transparan dan melalui diskusi yang terbuka. Namun dalam masalah-masalah personal seperti penempatan reporter atau penentuan pimpinan redaksi,

³⁵ Kepala desk nasional, yang sebelumnya bekerja di *Republika*. Wawancara dilangsungkan tanggal 17 Oktober 2004.

Tantangan dari Dalam

staf *Tempo* tidak memiliki hak untuk ikut menentukan keputusan, demikian keterangan dari serikat pekerja.

Kebebasan wartawan untuk mengikuti hati nuraninya, yang dijamin *Tempo*, sesuai dengan prinsipnya sebagai „watchdog”. Otonomi redaksi memang tidak dituangkan dalam bentuk peraturan seperti misalnya sebuah anggaran dasar, namun dinilai sangat tinggi oleh para wartawan yang diwawancarai. Pemimpin redaksi menuntut dan mendukung tanggung jawab pribadi dari para wartawannya. „Jadi betul-betul (pihak) redaksi bisa (mengatur dirinya sendiri atau) self regulation. Dan saya sendiri amat jarang menggunakan (hak) prerogatif saya sebagai pemimpin redaksi. Saya lebih suka, kalau perlu kita berjam-jam berdebat sampai akhirnya kalau perlu kita bikin pungutan suara. Karena bagi saya melakukan veto itu tidak mendidik [...] (Saya lebih suka berdebat) untuk meyakinkan mereka (lawan debat) bahwa pilihan ini (subjek debat) lebih baik. Tetapi tentu, dalam berdebat itu hanya bisa jalan kalau [...] semuanya masih open mind, masih terbuka, bahwa mungkin saja mereka salah. Jadi [...] bagi saya yang lebih penting daripada hasilnya adalah mutu perdebatannya, bahwa argumennya itu masuk akal dan meyakinkan.”³⁶

Salah satu kasus yang melibatkan pengusaha dan pemilik saham *Tempo*, Ciputra, dapat menggambarkan bagaimana otonomi redaksi di *Tempo* dijalankan. Redaktur pelaksana

³⁶ Pemimpin redaksi *Koran Tempo*, wawancara dilangsungkan tanggal 14 dan 15 Oktober 2004.

Koran Tempo pernah memberikan sebuah contoh kasus, di mana Ciputra meminta pihak redaksi untuk menghentikan sebuah laporan investigatif mengenai proyek reklamasi pantai di Jakarta Utara yang menyalahi aturan Perda dan mencemari lingkungan. Tetapi pihak redaksi menolak intervensi tersebut dan melanjutkan pemberitaannya, walaupun kasus tersebut berhubungan dengan kepentingan bisnis Ciputra.³⁷

Pengusaha Tomy Winata yang memiliki grup Artha Graha dan termasuk salah satu orang yang terkaya di Indonesia, pada tahun 2003 menuntut *Tempo* dengan alasan pencemaran nama baik menyusul pemberitaan di majalan *Tempo* yang menyudutkan dirinya. Saat itu Ciputra, yang juga komisar *Tempo*, secara terbuka mendukung perdamaian antara *Tempo* dan Tommy Winata. Ciputra menekankan kedudukannya sebagai pimpinan Yayasan Jaya Raya. Yayasan tersebut memang tidak bisa ikut campur dalam urusan redaksional, namun ia meminta pihak direksi dan redaksi untuk menyelesaikan masalah tersebut dengan „damai, adil dan tidak memalukan” dan mencari kata sepakat dengan Tommy Winata. Kesepakatan hanya mungkin dicapai jika artikel tersebut dicabut, namun pihak redaksi menolak hal tersebut.

Untuk sebuah media dengan tuntutan investigatif yang tinggi, maka memelihara narasumber eksklusif sangatlah

³⁷ Redaktur pelaksana *Koran Tempo*, wawancara dilangsungkan tanggal 14 Oktober 2004.

penting. Namun, hal tersebut dapat membawa bahaya berupa keberpihakan dari para wartawan. Karena itu di *Tempo* tidak dituntut netralitas dari setiap wartawan, melainkan menekankan pada keseimbangan sebagai hasil keseluruhan dalam surat kabar. Salah satu hal yang memungkinkan keberpihakan tersebut adalah penempatan pos tertentu bagi para reporter. Swa-sensor yang dapat terjadi akibat hubungan erat tadi dicegah dengan bantuan profesionalisme reporter, proses redaksional yang bertahap dan dengan pergantian pos. “Salah satu kebijakan untuk rotasi, memutar satu reporter dari pos lama ke pos lain, adalah (untuk) menghindari bias sumber, kedekatan. Sehingga, antara sumber dan reporter tidak bisa berkolusi [...] Wartawan yang di polisi misalnya, kita putar terus. [...] (Selain itu) kita brainstorming terus supaya tidak terpengaruh oleh hal-hal seperti itu (bias pemberitaan). Mungkin juga karena citra *Tempo* yang sudah orang banyak tahu, mungkin sumber juga agak enggan untuk mempengaruhi.”³⁸

Swa-sensor demi kepentingan pemilik ditolak di *Tempo*. „Di *Koran Tempo* jelas tidak ada [...] Di *Media Indonesia*, tempat saya pernah bekerja dulu [...] pemiliknya adalah seorang politikus sekaligus seorang pengusaha. Tidak bisa tidak, kepentingan dia sebagai politikus dan pengusaha itu selalu tercermin dari pemberitaannya. Sebagai contoh, dia bisa melakukan sensor kepada lawannya: ‘Berita ini jangan dimuat’. (Atau bahwa) berita itu dimuat dengan semakin

³⁸ Redaktur pelaksana *Koran Tempo*, wawancara dilangsungkan tanggal 14 Oktober 2004.

intensif. Saya pernah mengalaminya waktu saya bekerja (di sana).”³⁹

Walaupun begitu, *Tempo* tidak terlepas dari pengaruh eksternal. Hanya saja, sumber tekanan yang datang telah bergeser, yang sebelumnya berasal dari pemerintah dan militer, sekarang dari aktor-aktor masyarakat. Selain itu majalah *Tempo* dan harian *Koran Tempo* paling sering mengalami pengaduan di tahun-tahun belakangan ini (lihat 3.2.1). “Para wartawan makin berani mengungkapkan korupsi. Makin berani mengungkapkan pejabat yang menyeleweng. Cuma masyarakat belum (memiliki) cukup informasi bagaimana sebetulnya mengontrol pers (misalnya) dengan mengirimkan surat pembaca atau mengadukan ke dewan pers [...] Sehingga ketika ada complain [...], mereka (para jurnalis) bisa diancam dengan hukuman pidana, padahal seharusnya perdata [...] Yang sangat mencolok sekarang sebetulnya pengaruh, tekanan publik secara langsung kepada media massa di Indonesia [...] (Masyarakat) datang ke kantor persnya (langsung) kalau mereka tidak setuju (dengan tulisan yang dimuat) [...] (Mereka bilang:) ,Cabut berita kamu, kalau tidak saya rusak (kantor kamu)’. Zaman Suharto tidak pernah itu, hampir tidak pernah. Zaman Suharto yang melakukan ya Suharto, tentara dan para pejabatnya, bukan masyarakat [...] Dari sisi pemerintah, politikus, upaya-upaya (untuk mempengaruhi pemberitaan) selalu ada, (mereka) menelepon Bambang Harymurti (Pemred). Tapi kami sampai sejauh ini tidak terlalu khawatir, tidak terlalu terpengaruh, tidak terlalu peduli juga. Karena kami juga

³⁹ *ibid.*

siap kalau misalnya sampai terjadi penuntutan, ok kita harus lewat (jalur) hukum, lebih baik begitu.”⁴⁰ Demikian penjelasan dari redaktur pelaksana *Koran Tempo*.

Artikel-artikel opini merupakan subjek dalam rapat mingguan. Rapat tersebut biasanya dihadiri oleh perwakilan divisi usaha, pimpinan redaksi, redaktur pelaksana, kepala biro dan redaktur senior dari *Tempo* dan *Koran Tempo*. “Membuat opini” di *Koran Tempo* merupakan pekerjaan bersama. Dalam rapat tersebut mula-mula dibahas tentang editorial-editorial dari edisi minggu sebelumnya, lalu dibuat rencana tema-tema editorial beserta penulis-penulisnya untuk edisi minggu berikutnya. Penulis editorial harian adalah pemimpin redaksi dan redaktur-redaktur senior, kadang-kadang juga orang luar yang dianggap sebagai bagian dari “Komunitas *Tempo*”. Bahwa di antara mereka ada juga politisi, hal tersebut tidak dianggap bermasalah karena adanya mekanisme pengambilan keputusan bersama untuk artikel-artikel opini. Apa yang mereka tulis tidak dilihat sebagai pendapat pribadi, melainkan mewakili “haluan *Tempo*” dalam editorial.

Selain editorial, biasanya ditampilkan pula dua komentar atau analisis di halaman opini yang ditulis oleh para pakar dari luar *Tempo*. Menurut perhitungan kepala rubrik opini, secara keseluruhan ada tujuh hingga delapan penulis tetap yang menuliskan sepuluh persen artikel opini. Mereka adalah para pakar atau politisi, yang bergantian menulis sesuai tema. Untuk sumbangan tulisan ini tidak ada hak

⁴⁰ *ibid.*

prerogatif dari pimpinan redaksi: “Mereka kadang-kadang memang meneruskan tulisan dari kenalannya dan mengatakan, coba baca dulu ini, tapi mereka tidak ikut campur.”⁴¹

Menurut keterangan pemimpin redaksinya, *Tempo* memiliki mekanisme yang cukup untuk melindungi diri dari intervensi iklan terhadap isi. Sudah pernah terjadi, bahwa ada perusahaan yang memasang – atau menarik – iklannya di *Tempo* dengan tujuan untuk menghindari sebuah penyelidikan investigatif yang tengah dilakukan oleh wartawan *Tempo*. “Bank Mandiri dan BPPN mem-*blackout* kita (menarik iklan dari *Tempo*), saya tidak peduli [...] Sampai sekarang tidak ada keharusan dari redaksi untuk mengalah pada iklan. Kecuali iklan itu bikin halaman-halaman suplemen, yang memang dijelaskan (sebagai) iklan. Kita sering ‘berkelahi’ karena bagian iklan suka – menurut pendapat kita – curang, bentuk iklan itu teralu mirip dengan berita. Sehingga saya memutuskan, selalu saya (pihak redaksi) tulis ‘iklan’ (di bagian yang bukan berita). Kenapa? Karena sebelumnya kita tidak menulis ‘iklan’. Tahu-tahu ini sebenarnya iklan. Ini bahaya sekali.”⁴²

Iklan dan redaksi dipisahkan di *Tempo* dan menurut seorang reporter, ia hanya mengurus masalah redaksional. Untuk divisi iklan hal itu kadang-kadang sulit untuk diterima.

⁴¹ Kepala rubrik opini *Koran Tempo*, pembicaraan informal tanggal 13 Oktober 2004.

⁴² Pemimpin redaksi *Koran Tempo*, wawancara dilangsungkan tanggal 14 dan 15 Oktober 2004.

Tantangan dari Dalam

Dalam hal ini redaktur pelaksana mengungkapkan pendapatnya: “Teman-teman iklan sering mengeluh: ‘Itu klien saya, tapi kamu (malah) tulis terus beritanya setiap hari.’ Tapi ya sudahlah. Itu kita terima resiko sebagai koran yang idealis. Seperti kami misalnya pernah menulis (tentang) Telkom di Bandung. Mereka melakukan *billing* yang tidak benar [...] Telkom sebagai pemasang iklan menelepon bagian iklan: ‘Mengapa harus ditulis (berita) itu. Tolong, apakah redaksinya bisa dipengaruhi?’ Dan bagian iklan terpaksa (mengatakan): ‘Tidak bisa’. Tapi para pemasang iklan biasanya tahu (reputasi) *Tempo* [...] Karena citra *Tempo* sudah jelas, kami ingin independen.”⁴³

5.3. *Media Indonesia*

Dipicu oleh tindakan deregulasi ekonomi di Indonesia pada tahun 1980an, banyak perusahaan media cetak yang didirikan dan dikelola oleh mereka yang tidak memiliki latar belakang jurnalistik. Sejarah dari *Media Indonesia*⁴⁴ berawal dari investasi yang ditanam oleh seorang pengusaha, yang sebelumnya telah berhasil membangun perusahaan-perusahaan di bidang lainnya: Surya Paloh. Ia memiliki 100% saham dan memimpin bisnis dari grup *Media Indonesia*, yang selain memiliki *Media Indonesia* juga mempunyai dua koran lokal dan sebuah stasiun TV khusus

⁴³ Redaktur pelaksana *Koran Tempo*, wawancara dilangsungkan tanggal 14 Oktober 2004.

⁴⁴ Harian itu sudah berdiri pada tahun 1969, namun baru mulai tahun 1989 setelah diambil alih oleh Surya Paloh menjadi sukses secara finansial. Paloh sebelumnya memiliki surat kabar *Prioritas*, namun izin terbitnya dicabut oleh pemerintah.

berita *Metro TV*. Selain itu Surya Paloh juga memiliki usaha dalam bidang perhotelan, aktif dalam bisnis marmer dan dengan *Indocater* membangun sebuah bisnis catering yang sangat berhasil dan termasuk paling besar di Indonesia.⁴⁵

Berkat layout yang inovatif dari surat kabar yang diterbitkannya, gaya bahasa yang lugas, strategi pasar yang agresif dan tumbuhnya golongan menengah pada awal tahun 1990an akibat dari booming ekonomi, penerbitan milik Paloh yakni PT Surya Persindo berekspansi dengan cepat. *Media Indonesia* terutama dijual di jalan-jalan raya dan bereksperimen lebih banyak dengan elemen-elemen grafis dibandingkan *Kompas*, misalnya. Kadang-kadang layout harian ini cenderung seperti koran kuning. Titik berat dari harian ini adalah berita-berita ekonomi. *Media Indonesia* memiliki segmen pembaca yang muda⁴⁶ dan sangat mapan.⁴⁷ Yang mencolok adalah tingginya jumlah pembaca pria, yakni sebesar 87%.⁴⁸ Juga di redaksi *Media Indonesia* hanya bekerja sekitar 15% perempuan.⁴⁹

⁴⁵ Sebuah biografi tentang pengusaha tersebut menyebutkan bahwa ia adalah pemilik Hotel Bali Intercontinental dan Sheraton-Media di Jakarta, selain itu ia adalah pemilik dan/atau direktur dari lebih 12 perusahaan lainnya (Hisyam: 2001).

⁴⁶ Hanya 14% pembacanya berusia lebih dari 45 tahun (Sumber: Profil pembaca *Media Indonesia*, <http://www.mediaindo.co.id>)

⁴⁷ Sebanyak 44% pembaca membelanjakan uangnya lebih dari Rp 2,5 juta per bulannya.

⁴⁸ *Kompas* dibaca oleh 76,4% pembaca pria, *Koran Tempo* dibaca oleh 66% pria, untuk *Republika* tidak ada data.

⁴⁹ Di *Kompas* dan *Koran Tempo* bekerja sekitar 30% perempuan, di *Republika* sekitar 20% (Sumber: bagian personalia). Hanitzsch (2003:275) telah menetapkan untuk harian nasional kuota karyawan perempuan adalah 33,3%. Berdasarkan angka-angka yang didapatkan dari penelitian ini harus diperkirakan bahwa kuota sebenarnya lebih rendah.

Tantangan dari Dalam

Pemilik *Media Indonesia*, Surya Paloh, bertindak sebagai direktur perusahaan dan menetapkan haluan jurnalistik surat kabarnya. Surya Paloh sendiri tidak memiliki latar belakang jurnalistik. Penanggung jawab berita sehari-hari di *Media Indonesia* adalah pemimpin redaksi yang ditunjuk oleh Surya Paloh sendiri. Pemred tersebut menggambarkan atasannya sebagai seorang yang idealis. “Kita beruntung bekerja pada orang yang punya idealisme tinggi untuk urusan pers. Surya Paloh, pertama, tidak pernah digaji di sini. Kedua, setiap dividen atau keuntungan yang seharusnya masuk kepada pemilik modal dia tanam kembali ke *Media Indonesia* dan *Metro TV*. Jadi dia tidak pernah ambil uang (untung) dari sini, karena ini merupakan idealisme dia. Dia punya bisnis lain yang dia hidup dari sana. Jadi kalau bicara itu, setiap kali ada pertentangan antara usaha dan redaksi, yang selalu dimenangkan adalah redaksi. Dia bilang: ‘Engga ada uangnya engga apa-apa.’ (Dan kalau kami takut) kehilangan klien, dia bilang: ‘Tidak apa-apa.’”⁵⁰

Pemilik perusahaan yang menetapkan penulis-penulis untuk tajuk rencana.⁵¹ Ia memiliki hak prerogatif untuk menentukan isi dan haluan dari artikel-artikel utama. Ia juga mempunyai hak untuk menyetop dan mengubahnya. Kebalikan dari gambaran seorang idealis, yang dikatakan oleh pemimpin redaksi tentang pemimpin umumnya, para kritikus menuduh Surya Paloh telah menggunakan media-

⁵⁰ Pemimpin Redaksi *Media Indonesia*, wawancara dilangsungkan tanggal 27 Oktober 2004.

⁵¹ Tim tetap terdiri dari penulis-penulis, pergantian dilakukan tiap hari.

media miliknya sendiri secara terang-terangan untuk kepentingan-kepentingan politiknya. Pengusaha yang masih memegang jabatan di Partai Golkar ini⁵² pada tahun 2004 gagal dalam bursa pencalonan Presiden. Lembaga Studi Pers dan Pembangunan (LSPP), yang melakukan analisis isi dari pemberitaan selama Pemilu, menegaskan penggunaan *Media Indonesia* sebagai “alat kampanye Pemilu untuk mendukung pemiliknya” (LSPP 2004). Analisis isi dari pemberitaan Pemilu di televisi oleh lembaga yang sama menunjukkan pula sebuah penekanan yang jelas-jelas menguntungkan Golkar dalam program-program siaran di *Metro TV* milik Surya Paloh (Muhammad 2004). Surya Paloh sendiri secara ofensif menanggapi caranya dalam campur tangan jurnalistik tersebut sebagai berikut: “Secara jujur harus saya akui bahwa saya menggunakan *Metro TV* dan *Media Indonesia*. Kalau tidak, apa lagi yang bisa saya gunakan? Kalau ada wartawan yang tak senang, ya, salah sendiri mengapa dia menjadi wartawan di *Metro TV* atau *Media Indonesia*. Saya tak ingin jadi hipokrit.”⁵³

⁵² Surya Paloh di usia 20 tahun pada tahun 1971 pertama kalinya mencalonkan diri untuk Golkar sebagai anggota DPRD Sumatera Utara dan dari tahun 1977-1987 menjadi anggota MPR dari fraksi Golkar. Pada tahun 2004 ia adalah salah seorang dari lima orang kandidat dari partai Golkar untuk pemilihan Presiden, namun tidak dinominasikan. Kemudian ia mencalonkan diri sebagai ketua umum partai Golkar, namun kemudian menarik pencalonan dirinya untuk memberi jalan kepada Wapres Jusuf Kalla.

⁵³ Dikutip dari Harsono (2004). Meskipun sudah berkali-kali mencoba, penulis tidak berhasil diterima untuk mewawancarai Surya Paloh secara langsung.

Tantangan dari Dalam

Seorang reporter Media Indonesia menyampaikan tentang konflik visi dan misi, yang terutama terjadi di masa-masa Pemilu sebagai akibat dari keterlibatan politik pemilik perusahaan dan kepentingan jurnalistik redaksi: “Yang jelas itu adalah, ketika pemberitaan waktu beliau (Surya Paloh – SP) mencalonkan diri sebagai presiden, itu terasa sekali. Bukan hanya berita, tapi juga foto. Jadi ada instruksi bahwa foto yang harus dipasang adalah yang ini (foto tertentu) [...] Dia sendiri tidak menafikan, (bahwa) memang dia menggunakannya (Media Indonesia) untuk kampanye dirinya sebagai capres [...] Kalau kita harus mengorbankan berita yang secara nasional memang layak (terbit untuk) berita yang harus memuat ‘saya’ (SP), itu tidak bijaksana. Sebetulnya yang kasihan reporter di lapangan. Ketika mereka dengan bersemangat meliput calon-calon lain yang menarik (untuk ditampilkan di halaman depan), lalu (tiba-tiba SP mengatakan): ‘Pokoknya itu hapus semua di halaman satu’, itu secara psikologis tidak bagus buat wartawannya sendiri. Kurang etis menurut saya.”⁵⁴

Di pihak wartawan, hal itu mengakibatkan terjadinya konflik moral. Kode etik mewajibkan mereka untuk mendahulukan kepentingan umum. Juga di dalam garis haluan perusahaan, penyebab-penyebab konflik kepentingan diatur dengan jelas. Tetapi pada saat yang sama peraturan perusahaan mewajibkan loyalitas terhadap pemilik (Media Indonesia 2003). Dalam menilai campur tangan pemilik perusahaan terhadap keputusan-keputusan

⁵⁴Reporter *Media Indonesia*

redaksional terdapat perbedaan pendapat dan bantahan dari anggota-anggota redaksi:

“Saya menerima kritik seperti itu. Artinya, (kritik tentang) kekhawatiran menggunakan seluruh media massa yang dimiliki untuk kepentingan politik. Tapi di satu sisi itu hal yang wajar, (karena media ini) dia (SP) yang punya. Kalau bagi saya sendiri, sepanjang penggunaan itu tidak dalam kerangka pemaksaan, ya sah-sah saja [...] Misalnya ketika Pemilu, (berita) apa yang harus diturunkan atau *anglenya* apa, kadang-kadang dikonsultasikan. Terutama ketika Pemilu tinggal dua calon, kami memberi tempat yang lebih (luas) untuk SBY dan itu menimbulkan protes juga di dalam [...] Dari sudut idealisme, tentu kita menginginkan dalam lima tahun ke depan, *Media Indonesia* tetap independen. Walaupun sebelumnya dia dekat dengan SBY misalnya, untuk ke depan kembali pada posisi semula [...] Artinya, walaupun ketika Pemilu itu ada kesamaan (pandangan) politik dengan SBY, tapi ke depan itu kita tetap berharap bahwa koran ini (MI) tetap mengambil sikap kritis.”⁵⁵

Bertentangan dengan komentarnya di atas tentang sikap idealis Surya Paloh, pemimpin redaksi *Media Indonesia* pun melihat potensi konflik terkait dengan kedua peran atasannya sebagai politisi dan pemilik media, dan karena itu mengkritiknya. Walaupun begitu, ia mengungkapkan pengertiannya dalam menilai motivasi-motivasi politik Surya Paloh:

⁵⁵ Kepala desk polkam *Media Indonesia*, wawancara dilangsungkan tanggal 28 Oktober 2004.

Tantangan dari Dalam

“Coba kita lihat dari sudut pandang Surya Paloh. Ketika dia memutuskan untuk ikut konvensi, itu karena dia melihat, fungsi dan peran media sebagai alat kontrol tidak mampu mengubah sesuatu [...] Kita sudah mengkritik semua orang, (misalnya) DPR tidak tahu malu, pemerintahan korup [...] Sejak awal saya bilang, ‘Pak Surya, ada konsekuensi yang harus kita pertimbangkan, yaitu, di belakang anda ada *Media Indonesia*, *Metro TV* dan *Lampung Post*. Ketika anda terjun, kita menjadi bias.’ [...] Saya orang yang berkali-kali berhadapan sama Surya Paloh dan tim suksesnya untuk mengatakan (bahwa pemberitaan itu) terlalu banyak. Bahkan saya sampai bilang, ‘Pak Surya, orang sudah muak melihat anda di *Metro TV*.’ Tapi tim sukses dan dia menjelaskan, untuk mencapai kemenangan, sepanjang kita tidak melarang orang lain untuk juga menggunakan *Media Indonesia*, ya harusnya dioptimalisasikan (penggunaan media itu). Jadi dia bilang, ‘Andi Noya, saya tidak jahat (misalnya) bilang, hantam lawan-lawan politik saya. Larang mereka untuk muncul di *Metro TV* dan *Media Indonesia*. Saya kan tidak ngomong begitu. Saya cuma ingin, ini ‘kan punya saya, masa saya tidak boleh dapat porsi (pemberitaan) lebih? Dan saya ingin menang, semua orang ingin menang.’”⁵⁶

Dengan demikian, para wartawan - atas perintah pemilik perusahaan - melanggar aturan-aturan yang secara tertulis

⁵⁶ Pemimpin redaksi *Media Indonesia*, wawancara dilangsungkan tanggal 27 Oktober 2004.

telah ditetapkan oleh pihak perusahaan sendiri.⁵⁷ Pemimpin redaksi memahami, bahwa Surya Paloh menggunakan surat kabarnya sebagai sarana kampanyenya dalam Pemilu. Namun begitu ia pun merasa profesionalisme jurnalistiknya terganggu dan mengungkapkan tentang seringnya konflik yang terjadi dengan tim kampanye Pemilu Surya Paloh.

Di “masa-masa normal” tampaknya campur tangan pemilik dalam penentuan berita lebih sedikit. Tetapi, selain karena ambisi-ambisi politik, banyak perdebatan terjadi juga karena kepentingan-kepentingan bisnis pemilik dan usahanya untuk menyesuaikan hal tersebut dengan keputusan-keputusan redaksional: “Kita muat berita tentang pencemaran (lingkungan oleh sebuah perusahaan). Dia (SP) berteman dekat dan ada kepentingan bisnis dengan perusahaan itu di luar (bisnis) media. Waktu itu kita ingin kirim wartawan untuk turun ke lapangan dan meliput peristiwa itu. Lalu dia tanya, ‘Siapa yang dikirim ke sana?’ Saya bilang, ‘Si A’. SP bilang, ‘Tidak, mereka (perusahaan itu) minta si B’. Saya bilang, ‘Kenapa harus si B? Ini keputusan rapat, bahwa si A yang harus berangkat’. Dia bilang, ‘Si B yang berangkat!’ [...] Berantem kita keras. Di situ akhirnya saya bilang, ‘Pokoknya saya akan tetap kirim si A. Kalau gara-gara ini anda mau pecat saya, (silahkan) anda pecat saya [...] Jadi tidak gampang. Artinya, dia punya hak prerogatif, tapi dia tidak bisa gunakan sewenang-

⁵⁷ Dalam buku pegangan intern untuk wartawan terdapat tema tentang keseimbangan berita: „Jika satu pihak diberikan sebuah ruang, maka pihak lawannya juga harus mendapatkan ruang yang sama” (Media Indonesia 2000:13)

Tantangan dari Dalam

wenang, karena ada perlawanan dari kita. Tapi kalau itu (argumen SP) benar, kita ikut, kalau engga benar, kita lawan. Dan sampai detik ini, Surya Paloh yang saya kenal adalah Surya Paloh yang demokratis, Surya Paloh yang mau berantem begini, tidak otoriter.”⁵⁸

Di *Media Indonesia* tidak terdapat saham karyawan dan juga tidak ada serikat pekerja. Dalam sebuah pertemuan karyawan beberapa tahun silam, sebagian besar menentang berdirinya sebuah serikat pekerja. Kepala desk politik dalam negeri memberikan salah satu alasannya, bahwa mungkin para karyawan di *Media Indonesia* tidak ingin ditempatkan setara dengan karyawan perusahaan lainnya.⁵⁹ Pemilik dan pemimpin redaksi pun tidak menyetujui adanya serikat pekerja.

“Dulu pernah kita ingin membentuk serikat pekerja. Kemudian ditanya sama Surya Paloh, ‘Tujuan dari serikat itu apa?’ Untuk menjembatani komunikasi antara karyawan yang bermasalah dengan manajemen. Dia bilang. ‘Itu kalau bosnya susah ditemui, kalau bosnya tidak pernah bergaul. Kalian (para karyawan) punya problem itu, engga?’ Engga. ‘Kalian kalau ada persoalan, cari saya susah engga?’ Engga. ‘Lalu untuk apa lagi kalian bentuk itu.’ Jadi untuk sementara kita anggap tidak relevan, karena semua persoalan-persoalan antara karyawan dengan perusahaan

⁵⁸ Pemimpin redaksi *Media Indonesia*, wawancara dilangsungkan tanggal 27 Oktober 2004.

⁵⁹ Kepala desk polkam *Media Indonesia*, wawancara dilangsungkan tanggal 28 Oktober 2004.

itu bisa disampaikan langsung, tidak ada birokrasi, tidak ada tembok pemisah, yang demikian kokoh yang harus ditembus dengan yang namanya serikat pekerja. Dan dianggap serikat pekerja ini nanti pada akhirnya lebih banyak dipolitisasi. Bukannya membuat orang jadi produktif bekerja, tapi sebaliknya sibuk untuk memperjuangkan hak-hak dan lain-lain yang akhirnya orang lupa untuk bekerja, lebih banyak orang teriak-teriak dan berpolitik. Dan itu rata-rata mengganggu (kinerja) [...]”⁶⁰

Di mata para wartawan yang diwawancarai, ide untuk membuat sebuah organ perwakilan karyawan memiliki prioritas yang tinggi, “sehingga perusahaan tidak semena-mena terhadap karyawannya”.⁶¹ Untuk sebuah upaya mendirikan sebuah dewan pekerja mungkin dibutuhkan rekan-rekan kerja, “yang mau menjadi korban-korban pertama”. Lalu setelah sebuah upaya yang dilakukan gagal, para pencetus ide serikat pekerja “perlahan-lahan akan disingkirkan” dari perusahaan.⁶²

Di *Media Indonesia* memang terdapat dewan redaksi, namun mereka ini tidak dipilih oleh redaksi dan tidak mewakili kepentingan semua anggota redaksi. “Dewan redaksi ini anggotanya terdiri dari para pimpinan-pimpinan

⁶⁰ Pemimpin redaksi *Media Indonesia*, wawancara dilangsungkan tanggal 27 Oktober 2004.

⁶¹ Kepala desk polkam, wawancara dilangsungkan tanggal 28 Oktober 2004.

⁶² Reporter *Media Indonesia*

Tantangan dari Dalam

elit baik di *Metro TV*, *Media Indonesia* maupun di *Lampung Post* [...] Jadi tidak dipilih, tapi otomatis, kalau pimpinan (di ketiga media tersebut), ya ke situ (masuk dewan redaksi). Tugasnya diantaranya adalah, dia akan menyelesaikan persoalan-persoalan institusi ini, mengenai persoalan yang melanggar ketentuan atau etika. Jadi, contohnya di redaksi ini pelanggaran-pelanggarannya bisa dibagi menjadi dua secara garis besar: permasalahan profesional atau redaksi dalam penulisan, yang satunya adalah pelanggaran etika.”⁶³

Hak bicara bagi pihak redaksi dalam pengangkatan pimpinan redaksi tidak ada di *Media Indonesia*. Selain itu juga tidak terdapat anggaran dasar redaksi, yang di dalamnya mengatur hak-hak dan kewajiban-kewajiban, khususnya untuk pihak redaksi dan pembatasan kewenangan pihak penerbit. Karena tidak adanya perwakilan kepentingan berbentuk serikat pekerja maupun kemungkinan campur tangan melalui saham karyawan, konflik-konflik harus diselesaikan secara individual. “Karena tidak ada serikat, kita (karyawan) berinisiatif sendiri ke SDM, meminta penjelasan (tentang hak-hak karyawan). Ketika tahun pertama saya abru masuk itu ada yang namanya rapat reporter dengan pemimpin redaksi, yang menampung aspirasi para reporter, kesulitan-kesulitan mereka. Misalnya, mobilitas kita di lapangan tidak sesuai dengan apa yang diberikan kepada kita, misalnya pulsa (telepon), kita perlu lebih dari yang sudah diberikan. Keluhan-keluhan itu disampaikan dalam rapat itu, dicatat

⁶³ Redaktur pelaksana *Media Indonesia*, wawancara dilangsungkan tanggal 29 Oktober 2004.

oleh redaksi, dan biasanya itu diteruskan ke bagian SDM oleh pimpinan (redaksi). Tapi kelihatannya setahun terakhir ini tidak aktif, tidak membuahkan hasil seperti yang kita harapkan.”⁶⁴

Reporter yang diwawancarai mengungkapkan juga tentang kenaikan gaji yang telah dijanjikan, namun setelah diskusi panjang lebar dengan bagian personalia, mereka tetap tidak memperolehnya. Karena kekurangan hak suara, maka hal itu berdampak negatif terhadap rasa tanggung jawab kepada perusahaan: “Saya akan sangat selektif ketika kantor memberikan beban kerja yang menurut saya berlebih kepada saya, karena kita tidak bisa memperjuangkan konsekuensi (resiko)nya. Masa kita harus berkorban untuk pemilik modal? Itu kan namanya tidak fair. Tapi di sisi lain kita tidak bisa menyuarkan itu, karena tidak ada tempat (forum)nya. Kalaupun kita langsung ke SDM, ya istilahnya mungkin akan masuk kotak saja”⁶⁵

Reporter yang sama juga mengungkapkan, bahwa ia memiliki semacam strategi-strategi penghindaran, bila hal itu menyangkut rekrutmen wartawan untuk agenda politik pemilik perusahaan. Karena sebuah forum untuk para wartawan tentang kelayakan etis dari tuntutan pemilik tidak mungkin adanya, dan tidak ada dewan yang mewakili kepentingan mereka, problem semacam itu akan diatasi dengan cara berikut: “Saya memang bekerja dan digaji oleh

⁶⁴ Reporter *Media Indonesia*.

⁶⁵ Reporter *Media Indonesia*

Tantangan dari Dalam

pemilik modal. Tapi kan pemilik modal juga harus menyadari bahwa karyawannya itu adalah aset. Jadi saya pikir saya berhak secara pribadi, kalau saya punya pemikiran yang saya tidak sependapat, saya juga berhak untuk memperjuangkannya [...] Kita berhak memperjuangkan apa-apa yang memang kita patut perjuangkan [...] Tapi tim khusus itu (tim yang dibentuk selama kampanye Pemilu untuk memberitakan sepak terjang pemilik) memang ada, dan saya selalu menghindar (untuk terlibat di dalamnya) [...] (Alasan saya,) saya sedang dalam peliputan, tidak bisa ditinggal. Atau kalau kelihatannya akan ada pembagian tugas seperti itu, saya cepat-cepat selesaikan pekerjaan saya kemudian segera menghilang. Kalau sepertinya akan ditelepon mau ada peliputan seperti itu, ya sudah tidak usah diangkat. Jadi itu triknya. Habis, kita mau melakukan perlawanan apa? Kita kan ada ketergantungan emosional juga (dengan pemilik modal). Kita tidak mungkin menulis yang jelek-jelek (tentang dirinya) ketika meliput itu.”⁶⁶

Swa-sensor di *Media Indonesia* dipaksakan secara masif oleh pemilik, bila hal itu menyangkut kepentingan politiknya atau kepentingan bisnisnya secara langsung. Hal itu terutama sangat jelas – seperti sudah digambarkan di atas – selama Pemilu 2004. Karena tidak ada perjanjian tertulis untuk perlindungan pendapat, redaksi tidak dapat melepaskan diri dari tekanan ini secara kolektif. Sebagaimana diutarakan oleh pemimpin redaksi atau

⁶⁶ Reporter *Media Indonesia*.

reporter, tampaknya penyelesaian-penyelesaian pribadi untuk menjaga kepentingan redaksi dimungkinkan melalui diskusi atau dengan cara-cara penghindaran dari tugas.

Di *Media Indonesia*, pemilik perusahaan menentukan siapa yang menulis editorial. Di sana terdapat sebuah tim yang terdiri atas penulis dari perwakilan pimpinan redaksi *Media Indonesia*, surat kabar *Lampung Post* dan stasiun TV *Metro TV*. Salah satu tanggung jawab mereka sebagai redaktur opini adalah memilih komentar-komentar dan analisis-analisis yang dikirim oleh “pihak luar” serta menentukan beberapa surat pembaca yang akan diterbitkan. Setiap hari ada sekitar 30 komentar yang masuk, yang kemudian dipilih berdasarkan aktualitas, relevansi dan tingkat kepercayaan kepada penulisnya.⁶⁷ *Media Indonesia* juga memiliki sebuah kelompok tetap pakar, yang secara berkala menulis analisis-analisis dan komentar-komentar. Sebuah evaluasi atas komentar-komentar yang telah diterbitkan, menurut keterangan kepala rubrik opini, berlangsung dua minggu sekali oleh sebuah tim dari berbagai rubrik.

Bentuk berita yang mengandung opini selain di halaman opini juga terdapat di halaman rubrik-rubrik yang lain. Di sini pilihan ditentukan oleh masing-masing rubrik. Kepala rubrik opini juga yang memilih surat-surat pembaca. *Media Indonesia* menerbitkan dalam rubrik ini lebih sedikit surat-

⁶⁷ “Pemilihan artikel opini sangat dipertanggungjawabkan, karena dengan itu kami membentuk opini pembaca. Saya harus dapat mempercayai penulisnya”, kepala rubrik opini *Media Indonesia*, pembicaraan tanggal 26 Oktober 2004.

Tantangan dari Dalam

surat tentang pemberitaan atau tema-tema aktual, melainkan terutama memuat surat-surat yang berisi keluhan. “Dengan demikian kami menolong untuk memecahkan masalah-masalah mereka,” demikian alasan dari kepala rubrik opini.

Hal itu tampaknya hanya berlaku selama kepentingan divisi iklan tidak disentuh-sentuh. Divisi tersebut harus ditanyakan, ketika dalam surat-surat pembaca dibahas tentang kurangnya layanan sebuah dari 12 perusahaan, yang disampaikan dalam sebuah memo intern.⁶⁸ Karena selama masa penelitian hal itu sedang dibahas, belum diketahui bagaimana masalah tersebut diselesaikan secara konkret. Redaksi yang bersangkutan telah memperkirakan konflik kepentingan seperti ini: “Kalau saya ingin membuatnya mudah, saya tinggal membuang surat-surat pembaca semacam itu ke tong sampah. Namun pembaca kami pun berhak untuk mengemukakan pendapatnya.”⁶⁹

Campur tangan divisi iklan di dalam proses redaksional di *Media Indonesia* terlihat pula, karena salah seorang karyawan divisi iklan hadir dalam rapat redaksi. Derajat campur tangan mereka terhadap redaksi tergantung seberapa penting berita yang akan diterbitkan bagi kepentingan umum. Permintaan dari pemasang iklan masih bisa dinegosiasikan, selama harian tersebut tidak sedang

⁶⁸ Memo tanggal 21 Nopember 2004. Memo itu tentang klien-klien iklan besar terutama dari sektor otomotif.

⁶⁹ Kepala rubrik opini *Media Indonesia*, percakapan informal 26 Oktober 2004.

dalam bahaya karena menutup-nutupi sebuah skandal. “*Media Indonesia* lebih kompromistis (dari media-media yang lebih kecil) ketika berita itu tidak merugikan masyarakat, misalnya dia hanya persengketaan antara PT. A dan PT. B. Atau biasanya yang kita akomodasi adalah misalnya kalau ada yang bilang, ‘Boleh tidak bos saya punya hak jawab untuk menjelaskan itu tapi interview khusus.’ Sepanjang itu bukan persoalan yang menyangkut kepentingan publik yang luas, itu kita akomodasi. Misalnya sebagai contoh, ada pertentangan antara karyawan dan perusahaan. Dimana jumlah karyawannya lima sampai tujuh ribu. Itu kan besar sekali. Kemudian kita beritakan. Mereka bilang, ‘Boleh tidak, berita itu tidak dimuat? Kita janji akan pasang iklan’. Tapi itu tidak bisa, itu harga mati, mereka tidak pasang iklan pun tidak apa-apa. Karena ini berita terlalu besar dan menyangkut sekian ribu karyawan.”⁷⁰

Sehubungan dengan derajat campur tangan dari divisi iklan, ada perbedaan pernyataan dari pemimpin redaksi dan kepala desk politik dalam negeri. Keduanya menyebut besarnya kontrak iklan sebagai kriteria untuk pengambilan keputusan pemberitaan. “Anak-anak iklan ini pintar sekali. Karena mereka mempunyai hubungan dan relasi yang baik dengan klien sebagai pemasang iklan yang potensial, mereka mohon agar klien tersebut diliput [...] Kalau ada yang memang saya pikir (suatu peristiwa) itu penting sekali,

⁷⁰ Pemimpin redaksi *Media Indonesia*, wawancara dilangsungkan tanggal 27 Oktober 2004.

Tantangan dari Dalam

punya nilai berita, walaupun itu relasi (klien iklan), saya mungkin kasih sedikit tekanan (instruksi): ‘sebaiknya diliput’. Tapi kecenderungan itu (intervensi dari iklan) semakin sering digunakan, sampai suatu hari saya panggil mereka (divisi iklan), ‘Duduk, kamu jangan ganggu-ganggu (redaksi), kita bikin kriteria, kalian hanya boleh mengajukan kepada redaksi untuk diliput, atau untuk diwawancara misalnya, kalau itu betul-betul klien yang luar biasa. Kalau mereka hanya pasang iklan satu-dua kali, terus kalian minta mereka diliput, itu semua mengganggu. Lama-lama koran kita ini tidak bernilai, semua nilai komersial aja.’⁷¹ “Di dalam rapat budget itu kan orang iklan juga hadir. Kalau misalnya ada berita yang terkait langsung dengan klien, biasanya disampaikan keberatan oleh divisi iklan. Bisa juga melalui mekanisme memo internal. Biasanya sampai saat ini redaksi, pada umumnya, yang kalah. Kecuali kalau iklannya itu oleh redaksi dinilai kecil, baru tidak mengalah.”⁷²

Promosi silang juga terjadi di *Media Indonesia* dan *Metro TV*. Setiap pagi misalnya di *Metro TV* dibacakan editorial dari *Media Indonesia*, tapi hal itu tidak disebut sebagai iklan.

5.4 *Republika*

Republika adalah satu-satunya surat kabar yang bernafaskan Islam, yang bertahan hidup di antara sederetan

⁷¹ Ibid.

⁷² Kepala desk polkam negeri *Media Indonesia*, wawancara dilangsungkan tanggal 28 Oktober 2004.

koran Islam yang terbit tahun 1990-an, sejalan dengan kebangkitan golongan Islam menengah saat itu. Harian ini diterbitkan pada tahun 1993 oleh ICMI (Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia), yang saat itu memiliki 51% sahamnya. Berdirinya *Republika* sebagai corong kepentingan kaum Islam mencerminkan perkembangan politik masa itu. Presiden Suharto mencoba untuk mengkonsolidasikan kekuasaannya yang melemah dengan mendekati golongan elit Islam. Yang paling jelas adalah tampilnya sosok B.J. Habibie, yang menandai bangkitnya politisi Islam yang sampai tahun 1980-an disingkirkan oleh Suharto. Insinyur ahli pesawat lulusan Jerman ini mula-mula menjadi Menteri Riset dan Teknologi dan lalu menjadi Wakil Presiden, sebelum ia pada Mei 1998 menggantikan Suharto sebagai Presiden.

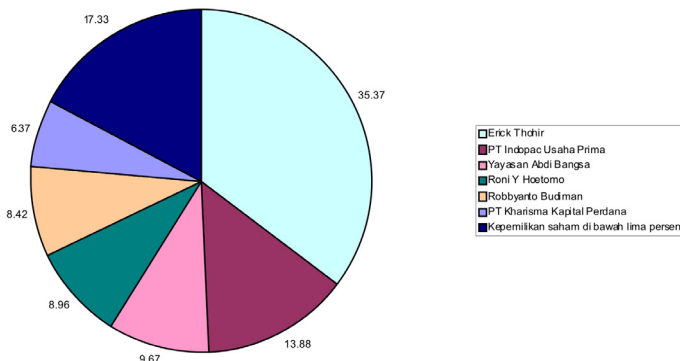
Republika sampai dengan tahun 2000 merupakan harian yang mendukung urusan agama Islam dan penganutnya, serta disponsori oleh pebisnis-pebisnis Islam yang berpengaruh. Habibie mengangkat pemimpin redaksi dan direktur perusahaan (yang kala itu dijabat sekaligus oleh satu orang). *Republika* memiliki tiras yang meningkat dengan cepat. Pada tahun 1995 *Republika* menjadi harian pertama Indonesia yang muncul di internet dan pada tahun 1997 mereka juga merupakan harian pertama yang melaksanakan sistem cetak jarak jauh.⁷³ Karakter yang berpihak pada kepentingan umat Islam sepertinya lebih berperan penting daripada keadaan ekonomi harian

⁷³ Tiras pada tahun 1993: 100.000, 1994: 165.000 (Sofyan: 2002).

Tantangan dari Dalam

Republika. Harian ini sejak berdirinya tidak pernah meraih laba. Paling tidak sampai hari ini *Republika* tetap bertahan, berbeda dengan sebagian besar media cetak Islam lainnya, yang karena buruknya manajemen mengalami kematian yang “perlahan-lahan dan menyakitkan” (Soekanto 2004).

Dengan berakhirnya jabatan Habibie sebagai presiden dan berkurangnya pengaruh ICMI di panggung politik *Republika* mulai mencari alternatif-alternatif. Tahun 2000 Erick Thohir dengan grup *Mahaka* membeli saham mayoritas. *Republika* berpaling kepada halaman-halaman berisi tema-tema tertentu seperti perekonomian syariah atau dengan tabloid 16 halaman “Dialog Jumat” yang ditujukan untuk golongan Islam menengah ke atas. Hanya ada satu orang non-muslim di antara 117 anggota redaksinya. Penyebarluasan harian ini dikonsentrasikan di pulau Jawa, sama seperti harian-harian lainnya yang diteliti.



Grafik 8: Pembagian kepemilikan saham *Republika*⁷⁴

⁷⁴ Diagram dibuat sendiri, Sumber : Profile Emiten : Abdi Bangsa, Tbk, Borse Jakarta, <http://www.jsx.co.id/issuers.asp?cmd=detail&id=ABBA&from=underfined>, per 28 Februari 2005

Seperti juga di *Media Indonesia*, Erick Thohir yang dengan kepemilikan saham mayoritasnya bertindak sebagai pemilik *Republika*, bukanlah seorang wartawan. Pria yang pada saat penelitian ini dilangsungkan berusia 36 tahun berasal dari keluarga pengusaha yang berpengaruh. Pada usia 24 tahun, ia mendirikan perusahaannya sendiri: *Mahaka*. *Mahaka* memiliki beberapa anak perusahaan yang aktif dalam pertambangan batu bara dan kapur atau yang berfungsi sebagai perusahaan dagang dan perusahaan yang bergerak di bidang properti. Sementara itu *Republika* merupakan bagian dari perusahaan holding *Abdi Bangsa* yang sudah masuk bursa saham. Di perusahaan ini, Erick Thohir juga menjabat sebagai direktur utama. Ia lalu menerapkan manajemen yang berorientasi laba pada harian yang tadinya disubsidi ini. Sejak tahun 2000 terjadi beberapa kali gelombang rasionalisasi dan empat kali pergantian pimpinan redaksi.⁷⁵

Erick Thohir mengungkapkan, motivasinya untuk berinvestasi dalam bidang media adalah murni bisnis. Ia beranggapan, bahwa di masa depan aspek hiburan akan mendominasi isi media dan memegang peranan yang penting dalam bisnis media. “Tamasya” ke dunia politik ditolaknya dengan alasan kemungkinan munculnya konflik kepentingan di perusahaan yang dipimpinya.⁷⁶

⁷⁵ Menurut keterangan pemiliknya, terdapat 40 karyawan redaksi yang di PHK. (Erick Thohir, Dirut PT Abdi Bangsa Tbk., wawancara dilangsungkan tanggal 9 Desember 2004).

⁷⁶ Erick Thohir, Dirut PT Abdi Bangsa Tbk., wawancara dilangsungkan tanggal 9 Desember 2004

Tantangan dari Dalam

Terkait isi media, Erick ingin memajukan penampilan yang moderat⁷⁷ dan penguatan tulisan-tulisan yang menghibur di hariannya.⁷⁸ Sebuah perubahan drastis dari haluan harian ini menuju surat kabar sekuler menurut pemilik dan pemimpin redaksi secara teoritis mungkin saja, namun mereka tetap menolak dengan merujuk pasar yang ada: “Para pemilik mengontrol media-medianya. Tetapi apakah masyarakat menerima arah mereka, itu lain persoalan. Rakyat ‘kan tidak bodoh, mereka hanya membeli media-media yang menarik bagi mereka. Tentu saja pemilik bisa berkata, mulai tahun depan kita bukan lagi surat kabar muslim, saya dapat memecat semua karyawan dan menempatkan yang baru. Tapi apakah pasar dapat menerimanya?”⁷⁹

Selain keterlibatan bisnis di dalam perusahaan-perusahaan miliknya, Erick memegang pula posisi di perusahaan-perusahaan milik keluarganya, misalnya sebagai wakil direktur utama perusahaan tambang batu bara PT *Allied Indo Coal*.⁸⁰ Selain itu, kegiatannya di dunia olah raga sebagai ketua Persatuan Bola Basket Seluruh Indonesia

⁷⁷ Pemilik menyebut *Republika* sebagai harian yang disegmentasikan untuk kaum muslim moderat.

⁷⁸ Dilihat secara kultural kedua pembaruan itu tampak berlawanan, seperti yang dilakukan pemilik dengan membuat rubrik Walt Disney dan berita tentang perekonomian syariah. Dilihat secara ekonomi keduanya merupakan tema yang laku dijual di Indonesia.

⁷⁹ Erick Thohir, Dirut PT Abdi Bangsa Tbk., wawancara dilangsungkan tanggal 9 Desember 2004.

⁸⁰ Situs Asosiasi Pengusaha Tambang Batu Bara Indonesia, <http://www.apbiicma.com>

(Perbasi) dan pemilik klub bola basket *Satria Muda Britama* bisa membawanya pada konflik kepentingan. Untuk kegiatan-kegiatannya tersebut tentunya ia membutuhkan publisitas. Dalam redaksi seharusnya pilihan pada pemberitaan tentang kegiatan-kegiatan semacam itu diukur tingkat relevansinya. Juga dalam pemberitaan-pemberitaan tentang perusahaan-perusahaan miliknya atau milik keluarganya bisa saja muncul konflik kepentingan. Pembaca misalnya tidak selalu mengetahui, bila di dalam harian itu muncul nama Erick Thohir, bahwa ia sebenarnya adalah pemilik harian tersebut. Kepala Desk PolKam memberikan alasannya demikian:

“Kita tidak perlu menjelaskan itu karena tidak ada kaitannya. Sama halnya ketika misalnya kita menurunkan berita tentang Perbasi. Ketua Perbasi adalah Erick Thohir. Tapi dalam berita kita tidak perlu menurunkan bahwa Erick Thohir adalah pemilik *Republika*, tidak perlu seperti itu, karena tidak ada kaitan [...] Mungkin pembaca bisa mengatakan ‘Oh, jangan jangan, itu titipan’.”⁸¹

Kepentingan-kepentingan ekonomi dari pemilik saham dijadikan bahan pertimbangan dalam membuat keputusan-keputusan redaksional. Pengertian tentang hal ini dilukiskan oleh para wartawan yang diwawancarai. Salah satunya adalah sebagai berikut: “Sekarang bagaimana kita memahami mereka (pemilik modal), jangan sampai kita menjadi begitu didikte oleh mereka. Hal yang perlu

⁸¹ Kepala desk polkam *Republika*, wawancara dilangsungkan tanggal 2 November 2004.

Tantangan dari Dalam

dilakukan adalah, adanya diskusi dengan pemilik modal. Dalam hal-hal tertentu bisa dicapai kesepakatan. Kalau di *Republika*, saya mengakui ada beberapa (kasus) yang saya terlibat langsung, di mana pemilik modal mencoba masuk (mengintervensi redaksi) dan menginginkan pemberitaan atau usulan tertentu. Dalam kasus tertentu, kalau ternyata usulan itu bagus, dan usulan itu berguna bagi kami (redaksi), tidak ada masalah. Itu usulan dari siapapun tidak ada masalah, dari pemilik modal, dari direksi, dari orang luar. Tapi kalau mereka menginginkan (mengintervensi) pemberitaan tanpa kompromi, itu harus ada debat. Dan selama yang saya alami, debat itu ada.”⁸²

Sebagai contoh ia menyebutkan sebuah diskusi untuk edisi hari Minggu. Pemilik menuntut, bahwa sebuah wawancara dengan seorang rekan bisnis sebaiknya diekspos. Redaksi menjelaskan kepadanya kriteria-kriteria yang dibenarkan untuk sebuah wawancara yang menempati satu halaman penuh. Pemilik mengungkapkan pengertiannya dan tidak memaksakan kehendaknya. Atas pertanyaan, apakah kepentingan pemilik surat kabar di rubrik-rubrik tertentu dapat diperhitungkan, jawabannya adalah: “Itu bisa di semua halaman. Kami mencoba untuk mengakomodasi itu, tapi diupayakan untuk tidak sampai menjatuhkan standar jurnalistik *Republika* atau menjatuhkan *Republika* di mata publik. Saya tidak tahu apakah kemudian, dalam perjalanannya, kita benar-benar terjatuh, sehingga publik protes (tentang praktek jurnalistik *Republika*). Mungkin

⁸² Ibid

secara tidak disadari, bisa saja itu muncul. Makanya kemudian, ada kompromi-kompromi tertentu, misalnya di bagian sirkulasi, yang mempunyai *link* pemasaran dengan perusahaan-perusahaan tertentu, kemudian mereka meminta bantuan agar perusahaan atau kelompok masyarakat itu dilayani dalam hal pemberitaan. Di *Republika* ada kebijakan dalam hal pemberitaan yang dicetuskan tahun 2003, yaitu berita-berita yang tujuannya lebih untuk melayani, service sumber berita Jadi berita-berita yang berisi tentang kegiatan-kegiatan mereka [...] *Republika* sudah menyiapkan konsep untuk berita-berita semacam itu, berita tentang komunitas, yaitu ditampung di satu halaman. Termasuk juga ketika misalnya direksi atau pemilik modal meminta untuk memberitakan tentang seseorang. Kalau diukur dalam standar jurnalistik, hal-hal seperti itu kan tidak termasuk kategori berita yang 'wah', tapi berita yang sepele. Tapi itu banyak pembacanya juga."⁸³

Menurut kepala desk politik nasional, meskipun ada usulan-usulan mengenai isi namun independensi redaksi tetap ada. Dari wawancara dengan reporter dan redaktur terungkap, bahwa campur tangan pemilik dalam putusan redaksional tampaknya tidak hanya ditentukan oleh posisi, di mana semakin tinggi posisi seseorang, maka peluang penerimaan pengaruhnya terhadap isi semakin besar. Lamanya seseorang menjadi bagian dari perusahaan juga memiliki peran. Menurut seorang reporter yang sudah sembilan tahun bekerja di *Republika*, campur tangan pemilik

⁸³ Ibid

Tantangan dari Dalam

media masih dinilai dalam batas kewajaran.⁸⁴ Sedangkan seorang reporter junior mengungkapkan kritiknya tentang halaman-halaman yang disebut “bernilai guna”.⁸⁵ Erick Thohir pribadi menanggapi campur tangan pemilik media dengan nada yang ironis sambil ia membandingkannya dengan ‘budaya telepon’ selama masa kekuasaan Suharto: “Now it’s the owners yang call their own company [...] It happen everywhere in the world [...] They are the owners. But better for me not to do that. The public will judge [...] The one who control the media are the people [...] Siapa yang salah, ya media sendiri kalau berbuat salah. People judgement banyak dari love atau dari tidak mau baca atau tidak mau tonton [...] The higher education, I think, akan lebih banyak kritik, kan.”⁸⁶

Republika mempunyai sebuah serikat pekerja⁸⁷ dan sebuah “kesepakatan kerja sama” yang dirancang dan ditandatangani bersama oleh pihak manajemen dan dewan perwakilan karyawan.⁸⁸ Kesepakatan semacam ini tidak terdapat di ketiga media cetak sebelumnya. Di dalamnya juga dipegang teguh hak eksistensi dewan perwakilan

⁸⁴ Ia sebaliknya menyebut bahwa hal tersebut di harian saingan *Media Indonesia* terlalu mencolok, reporter *Republika*.

⁸⁵ „Bahwa *Republika* tidak menghasilkan laba, tidak apa-apa. Ia membentuk pijakan bagi masyarakat, dengan bantuannya dapat dihasilkan entah di mana keuntungan kembali,” reporter *Republika*.

⁸⁶ Erick Thohir, Dirut PT Abdi Bangsa Tbk., wawancara dilangsungkan tanggal 9 Desember 2004.

⁸⁷ Lihat juga Dewanto (2003: 50 pp).

⁸⁸ *Republika* 2001.

karyawan⁸⁹ dan pembebasan penugasan untuk sementara waktu bagi pimpinannya agar ia dapat melaksanakan tugas-tugas yang diembannya di dewan perwakilan karyawan. yang merupakan bagian dari tugas-tugas dewan perwakilan karyawan. Selain itu kesepakatan tersebut berisi, seperti dalam peraturan-peraturan perusahaan media lainnya yang diteliti, hak-hak sosial dan kewajiban-kewajiban karyawan dan juga sanksi-sanksi bila ada pelanggaran aturan. Tidak ada perlindungan khusus terhadap pemutusan hubungan kerja bagi anggota dewan perwakilan karyawan. Karena itu sebagian besar anggota lama diPHK pada saat terjadi gelombang pemutusan hubungan kerja akibat rasionalisasi pada tahun 2003.⁹⁰ Biasanya sebuah sistem penilaian membentuk landasan dari PHK atau penugasan kembali, demikian kata ketua dewan perwakilan karyawan yang baru. Anggota dewan perwakilan karyawan yang diPHK sebenarnya bukan karyawan yang buruk, justru sebaliknya, menurut ketua dewan perwakilan karyawan, mereka bahkan lebih baik daripada yang lainnya, yang tetap tinggal. Namun tindakan mereka dinilai terlalu konfrontatif.⁹¹ Dalam arti, bahwa PHK tersebut sekaligus merupakan “penjinakan” perwakilan karyawan. Seorang reporter mengutarakan hal

⁸⁹ Dewan ini mempunyai empat anggota dari redaksi dan delapan anggota dari bidang-bidang non redaksi.

⁹⁰ Di sini kesepakatan untuk kerja sama ternyata tidak lulus dalam ujian sebenarnya. Dalam pembayaran uang pesangon sebuah kompromi ditawarkan, yang melebihi jumlah minimum dari yang telah ditetapkan Departemen Tenaga Kerja, namun jumlah tersebut berada di bawah yang telah ditetapkan dalam kesepakatan untuk kerja sama tersebut.

⁹¹ Ketua Serikat Pekerja *Republika*, wawancara dilangsungkan tanggal 3 November 2004.

tersebut: “Kalau dewan karyawan ini masalahnya sangat pelik sekali. Anda mungkin tahu ceritanya, nasib teman-teman di dewan karyawan. Begitulah. Saya pikir, mungkin di setiap media atau setiap perusahaan, sampai kapanpun tidak menghendaki adanya dewan karyawan [...] Dulu dewan karyawan berperan serta, intinya untuk membela kepentingan karyawan. Misalnya masalah-masalah tunjangan, kenaikan gaji, dan lain sebagainya [...] Saya melihat dewan yang sekarang tidak terlalu seberani atau sekuat dewan yang lalu.”⁹²

Dibandingkan dengan pendahulunya, serikat pekerja yang sekarang lebih mengutamakan mufakat. Seorang perwakilan serikat pekerja menggambarkan situasi saat ini sebagai berikut: “Tujuan pokoknya lebih sebetulnya untuk kesejahteraan anggota dan keluarganya. Di sisi lain juga untuk kemajuan perusahaan. Apapun namanya, perusahaan ini adalah rumah kita. Ini kan timbal balik. Kalau perusahaan ini tidak maju, maka karyawannya juga tidak akan sejahtera dan juga sebaliknya. Masalah pendapatan perusahaan ini fluktuatif setiap tahunnya. Memang perusahaan mematok untuk ada titik impas. Itulah sebetulnya, dewan karyawan juga ikut dalam hal ini memberikan motivasi ke rekan-rekan anggota karyawan untuk tetap bekerja sesuai dengan bidang dan tanggung jawab masing-masing. Juga tetap kita perjuangkan hak-hak mereka. Dan tentunya kita mempertimbangkan kemampuan perusahaan. Kita tidak menuntut lebih dari kemampuan perusahaan.”⁹³

⁹² Reporter *Republika*.

⁹³ Ketua serikat pekerja dan perwakilan karyawan *Republika*, wawancara dilangsungkan tanggal 3 November 2004.

“Kesepakatan kerja sama” yang telah disinggung di atas bukanlah merupakan sebuah pernyataan untuk otonomi redaksi. Di *Republika* tidak ada dewan redaksi yang dapat mewakili kepentingan redaksi. Dan serikat pekerja hanya mempunyai tuntutan sosial dan material. Hak berbicara, misalnya dalam dengar pendapat sebelum pengangkatan pimpinan redaksi, tidak dimiliki oleh redaksi.

Di *Republika* terdapat sepuluh persen saham karyawan.⁹⁴ Hal itu tidak menjamin hak-hak suara, melainkan hanya sebuah hak untuk pembagian laba yang ada. Administrasi saham karyawan diemban oleh sebuah koperasi.

Kesepakatan kerja sama yang ada tidak memiliki karakter seperti sebuah anggaran dasar, misalnya dalam hal penetapan hak kebebasan wartawan untuk mengikuti hati nuraninya dalam menulis suatu berita. Memang seorang reporter pada awalnya dapat menulis apa yang ia inginkan, namun kemudian terdapat “filter” dari redaktur pelaksana, demikian penjelasan seorang perwakilan serikat pekerja. Konflik didiskusikan di tahap pimpinan, namun para wartawan dalam keadaan bimbang juga harus menulis hal yang bertentangan dengan keyakinannya sendiri, jika hal itu menyangkut penjualan surat kabar.⁹⁵ Jalan keluar dari konflik-konflik antara tugas-tugas pokok dan kepentingan perusahaan dicoba untuk dirundingkan. “Konflik kepentingan antara redaksi dengan pihak manajemen selalu

⁹⁴ Bursa Efek Jakarta, <http://www.jsx.co.id/issuers.asp?cmd=detail&id=ABBA>.

⁹⁵ Ketua serikat pekerja/perwakilan karyawan *Republika*, wawancara dilangsungkan tanggal 3 November 2004.

ada. Di *Republika*, kami menyelesaikan masalah itu dengan cara rapat. Memang ada hak-hak yang diklaim sebagai hak pimpinan untuk menentukan sesuatu. Tapi itu tidak serta merta diselesaikan dengan instruksi [...] Ada forum diskusi yang dihadiri seluruh redaktur dan pimpinan redaksi seminggu sekali. Sebulan sekali, ada rapat antara redaksi dan perusahaan yang dipimpin oleh manajemen. Forum-forum ini yang dipakai untuk mendiskusikan instruksi-instruksi seperti tadi. Di situ dibahas juga kemungkinan reaksi dari sisi pembaca. Jangan sampai kemudian, ketika kita memfasilitasi itu, ternyata itu menjatuhkan kredibilitas *Republika* di mata pembaca. Resikonya besar. Untuk membangun kepercayaan, butuh waktu lama. Makanya kita sangat berhati-hati di situ. (Selain rapat-rapat,) tidak ada lembaga khusus yang bisa menangani itu.”⁹⁶

Haluan *Republika* disesuaikan oleh pemilik yang baru, untuk memperluas basis pembaca dan klien iklan. Sebuah perubahan arah surat kabar yang drastis dinilai tidak realistis di tengah situasi pasar saat itu.⁹⁷ Juga di *Republika*, kepentingan perusahaan dalam pemberitaan dapat dinegosiasikan. Pemilik perusahaan melibatkan diri dalam sebagian pengambilan keputusan redaksi sehari-hari. “Pemilik perusahaan tidak ada hak prerogatif untuk memaksakan apa saja yang harus dimuat. Namun tetap saja, ada hal-hal yang kadang-kadang berkaitan dengan

⁹⁶ Kepala desk polkam *Republika*, wawancara dilangsungkan tanggal 9 November 2004.

⁹⁷ Pemimpin redaksi *Republika*, wawancara dilangsungkan tanggal 9 November 2004.

kepentingan mereka. Untuk itu mari kita diskusikan. Dan kalau itu ketika didiskusikan ternyata tidak melanggar visi-misi kita, tidak melanggar hukum, tidak melanggar keadilan, menurut saya, hal itu bisa kita diskusikan.”⁹⁸

Secara resmi tidak ada “larangan menulis” tentang tema-tema tertentu untuk para reporter. Namun, artikel yang dianggap tidak cocok untuk harian tersebut tidak dipilih untuk diterbitkan oleh redaktur yang memimpin. Swasensor digambarkan sebagai bagian dari hak veto pemilik untuk menghindari artikel-artikel yang dapat merugikan bisnis, namun juga dalam arti memberi prioritas kepentingan pemilik atau partner bisnisnya dalam berita. Usulan-usulan dari pemilik saham untuk pemberitaan yang positif tentang pengusaha-pengusaha yang dekat dengan mereka atau tentang kegiatan-kegiatan mereka sendiri diterima di rubrik-rubrik khusus. Konflik antara kepentingan umum dan kepentingan pengusaha didefinisikan sebagai murni masalah politik dan tidak dianggap signifikan: “Bahwasanya aktivitas dia perlu dimuat, ada memang, tapi itu tidak cukup signifikan. Pemilik kami (Erick Thohir) ‘kan aktif di basket, dia ketua umum Perbasi. Tapi ketika dia bukan pemilik pun, pemberitaan tentang basket tetap akan kita muat, karena itu adalah olah raga populer. Sehingga sebetulnya tidak ada masalah apa-apa, karena tidak terkait dengan politik. Dan pemilik memang menghindari aktifitas politik.”⁹⁹

⁹⁸ Pemimpin redaksi *Republika*, wawancara dilangsungkan tanggal 9 November 2004.

⁹⁹ Redaktur pelaksana *Republika*, wawancara dilangsungkan tanggal 4 November 2004.

Tantangan dari Dalam

Menurut pengakuannya sendiri, pemilik hanya akan melakukan intervensi dalam proses redaksional berita bila menurut penilaiannya ada kesalahan dalam berita yang ditulis, atau seorang wartawan tidak mengerti latar belakang berita tersebut. Walaupun begitu, selama pemberitaan tentang Pemilu 2004, ada permintaan-permintaan yang masuk menyangkut isi surat kabar. “Usually if there is a big issue in Indonesia or the city (Jakarta) I ask my staff to go to *Republika* and get a print a day before but you can check with my people ... sedikit sekali. So I read [...] I have my sources also, many sources are my friends. If something is not true, I talk to them [the journalists] and they listen to me because I am the owner also [...] Sama juga dengan pemilihan presiden. I had a big discussion with my people inside *Republika*. Okay, I tell them “Please, on the first election you write about everyone, don’t choose. In the second round we think about, which one is best for our country.” [...] We finally felt, SBY is best [...] But although we favoured Susilo [...] we still covered the others.”¹⁰⁰

Keputusan tersebut mungkin saja dipengaruhi karena salah seorang pemegang saham terbesar, Muhammad Luthfi¹⁰¹, termasuk dalam tim kampanye Susilo Bambang Yudhoyono. Oleh presiden yang baru terpilih Luthfi lalu dilimpahi

¹⁰⁰ Erick Thohir, Dirut PT Abdi Bangsa, wawancara dilangsungkan tanggal 9 Desember 2004.

¹⁰¹ Luthfi adalah salah seorang rekan bisnis Erick Thohir pada grup Mahaka dan mantan ketua Himpunan Pengusaha Muda Indonesia. Pada saat Pemilu 2004, ia adalah komisar di *Republika*.

jabatan sebagai kepala BKPM (Badan Koordinasi Penanaman Modal).

Pihak-pihak yang diwawancara mengungkapkan, saat ini tidak lagi dilakukan swa-sensor akibat tekanan politik dari luar. Namun, dengan masih adanya ketidakpastian hukum, pencapaian kebebasan pers saat ini masih memiliki sisi negatif: “Saat ini justru kita lebih berhati-hati. Sekarang orang lebih cenderung pakai kekerasan. Kalau tulisan kita tidak disukai orang, kita bisa diancam atau diteror. Lalu kita bisa dituntut ke pengadilan. Dulu jarang sekali perkara pers masuk ke pengadilan. Karena dulu pers menjadi bagian dari kekuasaan. Sehingga orang takut kepada pers, tapi sekarang tidak. Kita bisa diduduki oleh massa. Dan itu terjadi di banyak media lain, tapi di *Republika* belum pernah.”¹⁰²

Editorial *Republika* ditulis bergantian oleh seorang dari enam orang tim editorial. Di dalamnya termasuk wakil dari pimpinan redaksi dan redaktur senior. Pemilihan artikel-artikel opini yang berasal dari luar anggota redaksi secara struktural dilakukan oleh redaktur pelaksana, yang untuk itu telah mempercayakan seorang redaktur desk polkam. Menurut pengakuannya, ia menyeleksi kira-kira 80% artikel opini yang diterbit, sekitar 20% diterima atas usulan redaktur pelaksana atau pemimpin redaksi. Di dalam halaman opini terdapat dua artikel opini, yang dipilih dari sekitar 30-40 kiriman per hari. Kadang-kadang muncul pula

¹⁰² Redaktur pelaksana *Republika*, wawancara dilangsungkan tanggal 4 November 2004.

Tantangan dari Dalam

tulisan dari redaktur-redaktur untuk tema-tema khusus. Artikel-artikel opini tersebut “secara otomatis” mencerminkan haluan surat kabar ini, demikian kata redaktur yang bersangkutan. “Budaya perusahaan kami, pembaca kami adalah muslim. Kami ingin menyampaikan kebaikan, nilai-nilai universal, hal-hal yang manusiawi dan segi-segi demokratis dari Islam.”¹⁰³

Selain editorial dan artikel-artikel opini, rubrik *Hikmah* di halaman utama memegang fungsi yang penting, karena menyampaikan nilai-nilai Islam. Artikel-artikel *Hikmah* berasal dari luar anggota redaksi, terutama pengirimnya adalah para mahasiswa. Rubrik tersebut diasuh oleh wakil pemimpin redaksi. Artikel-artikel opini dimuat juga di halaman dua, yang sering memberitakan tentang prinsip-prinsip perekonomian Islam. Biasanya isinya juga menyangkut advertorial. Sebagai *contact person* untuk pakar-pakar ekonomi syariah yang ingin menulis di halaman ini, disebutkan: Divisi iklan *Republika*.

Pemilik *Republika* memainkan peranan yang aktif dalam pengimplementasian kemungkinan-kemungkinan pencampuradukan dari iklan dan isi redaksional. Harian ini mencoba untuk menarik pembaca dan terutama klien iklan¹⁰⁴ melalui suplemen dan rubrik-rubrik khusus. *Republika* adalah surat kabar pertama, di mana klien iklan

¹⁰³ Redaktur opini, percakapan informal tanggal 3 November 2004.

¹⁰⁴ Menurut keterangan kepala divisi iklan, rubrik khusus dari lembaran suplemen bertema khusus ini, yang muncul atas pesanan rekanan iklan, saat ini dihilangkan, percakapan informal 4 November 2004.

dapat memuat iklannya dalam bentuk sampul surat kabar. Hariannya itu lalu tampil “terbungkus” di dalam dua helai yang berisi iklan-iklan di seluruh halamannya.

Area promosi di *Republika* pun menjangkau bidang redaksional. Di sini juga berlaku aturan, bahwa kritik pada pelanggaran-pelanggaran yang serius tidak ditabukan, pemberitaan positif tentang klien iklan pun merupakan hal yang biasa. “Tapi kalau dia (klien iklan) bermasalah – itu juga kita sudah perjanjian dengan pihak direksi – maka kita tidak bisa (tidak memberitakannya). Misalnya dia mencemari lingkungan, menganiaya karyawannya, menggelapkan uang, itu jelas kita tidak bisa. Tapi kalau menyangkut promosi-promosi saja, tidak ada masalah saya pikir. Toh, (perusahaan) yang lain juga yang tidak pasang iklan, tetap kita tulis. Jadi saya berpikir praktis saja. Koran ini tiap hari banyak berita, banyak kolom. Tanpa dia pasang iklan pun, kalau dia beritanya menarik, ya kita tulis. Apalagi kalau dia pasang iklan.”¹⁰⁵

Di *Republika*, pemasangan iklan dan pemberitaan tidak dilihat murni sebagai hubungan bisnis, melainkan sebagai suatu bentuk “sumbangan” untuk *Republika*, yang untuk itu orang harus menunjukkan rasa terima kasihnya dalam bentuk penulisan berita yang “bersahabat”. Selain itu, besaran iklan tampaknya merupakan sebuah kriteria penting dalam menentukan “hak pemberitaan” klien-klien

¹⁰⁵ Redaktur pelaksana *Republika*, wawancara dilangsungkan tanggal 4 November 2004.

iklan tersebut: “Kalau itu lebih untuk mengakomodasi kepentingan pemilik modal, itu satu hal yang berkaitan dengan pemasang iklan. Ketika ada pemasang iklan, berarti dia memberikan sumbangan pemasukan kepada *Republika*. Lantas bagaimana kalau dia mempunyai kasus. Tentu pemilik modal dan direksi akan sangat wanti-wanti agar kepentingan perusahaan tersebut jangan diganggu. Tapi kan kita tidak bisa 100 persen memenuhi itu. Tetap saja, kalau di situ ada tindakan korupsi atau pelanggaran hukum, tentu kita akan memberitakan. Cuma kemudian kemasannya yang akan berbeda, tidak menyerang, tapi kita tetap akan mempublikasikan, bahwa ada kecurangan-kecurangan itu. Jadi tetap bisa dikontrol oleh media kemudian oleh masyarakat. Tapi di sini juga terjadi perdebatan. Sekarang, pemasang iklan seperti apa yang akan kita layani? Jangan-jangan semua cuma pasang iklan Rp 25 juta misalnya, kemudian dia minta, semua kepentingannya dilindungi, itu tidak bisa. Dalam praktek jurnalistik, *Republika* tidak pernah untuk mencoba melindungi kepentingan perusahaan pemasang iklan. Kalau mereka melakukan kesalahan, ya kita beritakan.”¹⁰⁶

Tindakan untuk memperhatikan kepentingan klien-klien iklan ini memiliki konsekuensi bagi pekerjaan para reporter dan redaksi. Mereka harus memperhatikan dalam pencarian berita dan penyajian jurnalistik, agar tidak melukai kepentingan-kepentingan klien-klien iklan besar. “Yang saya tahu beberapa tahun belakangan ini, konsep

¹⁰⁶ Kepala desk polkam *Republika*, wawancara dilangsungkan tanggal 2 November 2004.

kita adalah kalau bisa keduanya bersinergi dengan baik. Dan itu sudah terlihat. Artinya, kalau si A mengatakan ia akan pasang iklan yang besar, kita akan memuat sedikit beritanya. Saya tidak melihat ada pertentangan, justru saya melihat hubungannya bagus (saling menguntungkan) [...] Secara umum bagaimana kita mengupayakan sinergi, jangan sampai pemberitaan menjadi bumerang bagi pemasang iklan. Artinya, jangan sampai ada suatu berita, tiba-tiba calon pemasang iklan batal memasang iklannya.”¹⁰⁷

“Iklim yang baik” antara divisi iklan dan redaksi tidak hanya didukung secara pasif oleh para reporter, dalam arti memberitakan hal-hal yang positif saja atau melalaikan kritik, melainkan juga secara aktif membantu penerimaan iklan, begitu menurut seorang wartawan. Hal ini bertentangan dengan keterangan dari pemilik, bahwa para wartawan *Republika* dilarang menawarkan iklan. “Bahkan kebijakan dari redaksi adalah untuk membantu iklan. Kita (wartawan) diperkenankan untuk mencari iklan. Dan akan ada prosentasenya [...] Kita kan juga dekat dengan narasumber, yang mungkin dia juga seorang pengusaha. Dan kita sambil bilang saja, ‘Pasang iklan, dong’. Justru orang-orang iklan sendiri susah untuk menembus sumber iklan itu. Kenapa tidak kita manfaatkan?”¹⁰⁸

Berdasarkan keterangan-keterangan di atas menjadi jelas, bahwa ada perbedaan antara sebuah dukungan terhadap

¹⁰⁷ Reporter *Republika*.

¹⁰⁸ Reporter *Republika*.

Tantangan dari Dalam

apa yang dapat dinamakan jurnalisme “siap membantu” dan sebuah penolakan campur tangan dalam hal kritik. Mengistimewakan seseorang yang memasang iklan, tampaknya oleh wartawan *Republika* dianggap sah saja. Tapi tidak mengkritik seorang klien, kalau ada kejadian yang serius, sebaliknya tidak dilakukan, paling tidak untuk kasus-kasus, dimana kepentingan umum sangat diutamakan. “We have to become a company that people rely [...] Of course ada juga PR-ing advertisement, for example when [...] a party want to put an advertisement, sudah [...] Tetapi kalau memang dia pasang banyak iklan ternyata dia korup we find out, iklan yang dicopot pun tak apa. Tapi PR-ing itu ada [...] kita juga open, dong [...] misalnya seorang want to be a senator, he wants to have iklan tapi minta written, in an interview. Okaylah. Interview is interview, it’s like a bonus. Tapi kalau after the interview the guy is doing something, tak mungkin kita tak tulis.”¹⁰⁹

Karena tidak adanya peraturan yang jelas tentang pemisahan iklan dari isi redaksional, maka setiap keputusan dibuat secara individual. Pendapat mengenai seberapa jauh campur tangan terhadap pemberitaan juga sangat beragam. Masing-masing anggota redaksi memiliki ukurannya sendiri, seberapa jauh isi media dapat dipengaruhi oleh kepentingan iklan. Salah seorang perwakilan serikat pekerja yang diwawancara menunjukkan, mengapa sebuah serikat pekerja dengan anggota yang juga berasal dari luar redaksi hampir tidak mempunyai potensi untuk mempertahankan

¹⁰⁹ Erick Thohir, Dirut PT Abdi Bangsa Tbk., wawancara dilangsungkan tanggal 9 Desember 2004

otonomi redaksi. Seseorang dari divisi marketing memaparkan sebuah “pencarian kompromi” dalam konflik-konflik yang mungkin terjadi: “Itu yang kadang kala kita diskusikan. Seperti misalnya saya memperoleh order yang sangat signifikan, Rp 50 juta. Tapi oleh teman-teman (di redaksi dikatakan), bahwa itu tidak bisa (naik cetak). Lalu saya melangkah lebih jauh sampai ke direksi. Dan lalu direksi yang turun, berdiskusi dengan jajaran redaksi. Itu bisa terjadi.”¹¹⁰

5.5. Kesimpulan

Penelitian tentang struktur dan proses redaksional dari empat harian nasional ini menunjukkan, bahwa sistem kepemilikan dan struktur redaksional dalam perusahaan-perusahaan media tersebut berpengaruh terhadap tingkat otonomi redaksi dan isi berita. Dari keempat surat kabar tersebut, ada sebuah harian tanpa pemilik saham mayoritas (*Koran Tempo*) dan sebuah harian lain di mana pemimpin umumnya - yang memiliki latar belakang jurnalistik - adalah pemilik saham mayoritas walaupun masih ada pemilik saham lainnya (*Kompas*). Sementara itu dua harian yang lainnya dimiliki oleh mereka yang tidak mempunyai latar belakang jurnalistik, di mana yang seorang adalah pemilik tunggal (*Media Indonesia*) dan pemilik *Republika* merupakan pemegang saham mayoritas di samping pemegang-pemegang saham lainnya.

¹¹⁰ Zulkifli Lubis (Wakil Ketua serikat pekerja, divisi marketing) *Republika*, wawancara tanggal 3 November 2004.

Tantangan dari Dalam

Pada semua harian yang diteliti, tanggung jawab jurnalistik secara formal dipisahkan dari tanggung jawab perusahaan. Tidak ada satu pun harian yang pemiliknya bertindak sekaligus sebagai pemimpin redaksi.¹¹¹ Walaupun begitu, narasumber mengisyaratkan bahwa pemisahan antara tanggung jawab ekonomi dan jurnalistik dalam praktiknya tidak bisa selalu dipertahankan.

Di tiga dari empat harian yang diteliti (*Kompas*, *Media Indonesia*, *Republika*) pemilik saham mayoritas juga merangkap sebagai direktur perusahaan. Ia mempunyai hak untuk menetapkan garis haluan surat kabarnya. Tidak ada apapun yang menghalanginya untuk melakukan tekanan yang tidak relevan (seperti dijelaskan dalam pasal 2.2.) kepada pihak redaksi. Ia juga dapat menentukan atau bahkan memaksakan pemilihan dan pengerjaan tema-tema kepada pihak redaksi menurut kepentingannya dan dengan demikian mengubah mekanisme pengambilan keputusan redaksional sehingga mekanisme yang memberi prioritas kepada kepentingan umum tidak berlaku lagi.

Hal itu dapat mempengaruhi banyak hal dalam pemberitaan. Pemilik *Media Indonesia* memanfaatkan medianya secara intensif untuk kampanye dirinya selama Pemilu. Baik di *Republika* maupun di *Media Indonesia* pemiliknya memberikan arahan yang jelas, calon presiden mana yang harus didukung selama Pemilu Presiden pada tahun 2004. Di kedua harian tersebut terdapat pula konflik-

¹¹¹ Di *Kompas* hal itu terjadi sampai tahun 2000.

konflik kepentingan, bila hal itu berkaitan dengan pemberitaan tentang rekan bisnis para pemilik perusahaan di kedua harian tersebut. Di *Media Indonesia* dan *Republika*, di mana campur tangan terhadap otonomi redaksi sangat jelas terlihat, pemilik media-nya tidak memiliki latar belakang jurnalistik. Hal itu dapat merupakan indikasi, bahwa pemilik media yang sekaligus pengusaha cenderung untuk mendahulukan kepentingan golongannya daripada kepentingan umum dibandingkan dengan pemilik yang juga wartawan. Dalam wawancara dengan pemilik *Republika* tentang fungsi hiburan dari media dan mengenai pasar sebagai “hakim dari politik/haluan surat kabar” diperlihatkan, bahwa ia memandang media sebagai produk yang 100 persen dapat dipasarkan dan mengabaikan komponen-komponen meritorisnya. Sebaliknya pemilik *Kompas* memaparkan - karena ia sendiri seorang wartawan - tugas-tugas media meliputi tanggung jawab sosial dan fungsi pendidikan.

Campur tangan dari pemilik media yang merangkap pengusaha pada harian *Media Indonesia* dan *Republika* melebihi kewenangan garis besar haluan surat kabar dan menimbulkan konflik-konflik. Pemenuhan tugas kemasyarakatan dari wartawan dalam arti fungsi informasi, fungsi kritik dan fungsi pembentukan opini dari pers terganggu oleh kepentingan pribadi dari pemilik media. Dari wartawan-wartawan *Kompas* memang diberitakan pula mengenai tekanan-tekanan dari pihak pimpinan perusahaan dengan tujuan mencampuri pemberitaan. Tetapi hal tersebut lebih dikarenakan kepentingan pihak

Tantangan dari Dalam

ketiga (dalam hal ini para politisi), yang tentunya berhubungan dengan eksistensi puluhan tahun dari media yang dekat dengan pemerintah dan dengan budaya konsensus ala Jawa di *Kompas*. Sebaliknya, pemilik *Media Indonesia* yang berasal dari Aceh digambarkan sebagai majikan yang terbuka dan agresif.¹¹² Di sana konflik-konflik muncul dengan jelas dan dikemukakan secara konfrontatif, paling tidak di tingkat pimpinan.

Bentuk kepemilikan yang tidak membiarkan adanya pemilik saham mayoritas tampaknya merupakan hal yang positif bagi otonomi redaksi. Kekhawatiran akan adanya veto dari pemilik perusahaan dalam proses redaksional tidak terdapat di *Koran Tempo*. Para wartawan yang diwawancarai mengungkapkan banyak segi positif tentang kebebasan jurnalistik yang mereka nikmati di surat kabar mereka. Hal itu lagi-lagi sesuai dengan prinsip *watchdog* dan persepsi dari masyarakat tentang (*Koran*) *Tempo* sebagai media massa yang kritis dan demokratis.

Pembatasan otonomi redaksi yang ketat sebaliknya dikhawatirkan, jika seorang pemilik perusahaan media sekaligus merupakan pemilik saham tunggal dan selain mempunyai kepentingan ekonomi juga memiliki kepentingan politik, seperti contoh yang telah diuraikan mengenai pencalonan diri pemilik *Media Indonesia* sebagai calon presiden. Hal itu bisa terlihat, di mana kemungkinan tekanan terhadap redaksi untuk memuat pemberitaan yang

¹¹² Mentalitas orang Sumatra dibandingkan dengan orang Jawa sering digambarkan lebih terbuka, lebih terang-terangan dan lebih agresif.

menguntungkan pemilik semakin besar dengan adanya keterlibatan politik pemilik perusahaan media. Dasar untuk keambilan putusan redaksional adalah, sebagaimana terlihat jelas dalam pemberitaan ketika Pemilu, berkurangnya hak masyarakat atas informasi yang seimbang tentang semua kubu politik, dibandingkan dengan pemberitaan tentang tujuan-tujuan politik pemilik surat kabar.

Tampak jelas perbedaan antara harian-harian yang sebagian besar sahamnya berada dalam kepemilikan pribadi (*Kompas, Republika, Media Indonesia*) dan dalam kepemilikan yayasan dan/atau bursa saham (*Koran Tempo*), juga dalam masalah campur tangan kepentingan iklan. Sementara *Koran Tempo* menyerukan sebuah pemisahan yang jelas dan juga mengambil risiko, bahwa klien-klien iklan dikejutkan oleh berita-berita yang kritis, kebijakan dalam ketiga harian lainnya tidak begitu jelas. Hal yang dapat dikritik di *Kompas* mengenai masalah pencampuradukkan iklan dan urusan redaksi adalah dalam hal promosi silang, tapi selain masalah itu, *Kompas* menjunjung pemisahan yang jelas di antara keduanya. Dari keterangan para narasumber, di *Media Indonesia* dan *Republika* terdapat kemungkinan-kemungkinan pengaruh yang umum terhadap isi media. Di *Media Indonesia* hal itu terwujud misalnya dengan melarang pemuatan surat-surat pembaca yang mengkritik klien-klien iklan atau dengan adanya hak veto divisi iklan dalam pemutusan publikasi. Di *Republika* klien-klien iklan besar diberitakan dengan nada yang positif. Di sana para

Tantangan dari Dalam

reporter menjalankan fungsi ganda sebagai wartawan dan penjual iklan.

Di sini muncul pengandaian, bahwa pemilik perusahaan media yang juga pengusaha (*Media Indonesia, Republika*) cenderung untuk menempatkan kepentingan klien-klien iklan di atas kepentingan masyarakat, dibanding rekan-rekan mereka yang memiliki latar belakang jurnalisme (*Kompas*)¹¹³. Sementara itu, struktur kepemilikan *Koran Tempo* memungkinkan otonomi redaksi yang lebih kuat tidak hanya terhadap pengaruh dari pemilik, tapi juga terhadap upaya-upaya tekanan dari pihak klien iklan.

Tidak di satupun harian yang didatangi terdapat semacam anggaran dasar redaksi, yang mengatur kewenangan penerbit dan redaksi. Selain itu tidak ada pula dewan redaksi, yang dapat mewakili otonomi redaksi menghadapi kepentingan pemilik. Hak bicara, misalnya dalam penentuan pimpinan redaksi, tidak ada. Penempatan pimpinan redaksi ditentukan hanya oleh pihak manajemen. Wartawan-wartawan *Koran Tempo* memang juga tidak dapat ikut menentukan pemimpin redaksinya, sama seperti rekan-rekannya di ketiga harian lainnya, namun berkat adanya sebagian kepemilikan saham perusahaan oleh karyawan, mereka mempunyai hak untuk dapat memilih dewan komisaris dalam rapat pemegang saham.

¹¹³ Dalam menilai situasi seperti ini, masalah tingkat pendapatan yang berlaku di harian-harian tersebut tidak boleh diabaikan. Siapa yang merupakan pemimpin pasar - seperti Kompas - tentu saja dapat lebih mudah mengendalikan tekanan dari klien iklan.

Di harian-harian, di mana terdapat tekanan-tekanan yang tidak relevan (seperti dijelaskan dalam pasal 2.2) terhadap proses pengambilan keputusan redaksional, dapat ditemui konflik-konflik etika profesi, demikian keterangan dari para narasumber. Kemungkinan-kemungkinan penyelesaian masalah hanya terjadi di tingkat personal, yang mana semakin tinggi posisi seseorang di struktur perusahaan/redaksi, semakin besar pula kekuasaan yang dimiliki untuk menentukan keputusan penyelesaian masalah. Karena tidak ada hak bicara bagi redaksi dalam penempatan pemimpin redaksi, maka sedikit kemungkinan, bahwa pemimpin redaksi dalam keadaan bimbang akan membela kepentingan redaksi.

Bahwa sampai saat ini belum terbentuk perwakilan kepentingan dari pihak redaksi untuk memperjuangkan otonomi redaksional, mungkin dapat dijelaskan oleh kurangnya kerjasama tim dalam struktur hierarki ketat yang di dalam redaksi, yang diorganisir dalam bentuk pembagian kerja (seperti dijelaskan dalam pasal 4). Hal yang sama telah ditunjukkan oleh penelitian-penelitian untuk redaksi-redaksi surat kabar di Inggris dan Amerika (Esser 1998). Juga di Indonesia, redaksi surat kabar diorganisasikan atas pembagian kerja yang ketat. Untuk pemahaman bahwa otonomi redaksi dipandang sebagai nilai-nilai yang pantas diperjuangkan secara kolektif, maka struktur pembagian kerja seperti itu cenderung berakibat buruk. Seorang wartawan, yang mengemban tugas dan tanggung jawab mulai dari investigasi (mencari data) sampai artikel selesai ditulis, akan bersikap lebih kritis

Tantangan dari Dalam

terhadap tekanan-tekanan yang tidak relevan atas isi dari pemberitaannya, dibandingkan dengan seorang reporter, yang hanya menjadi pengumpul informasi tanpa pemahaman tentang finalisasi hasil tulisannya.

Bila orang melihat kebutuhan akan sebuah perwakilan kepentingan untuk otonomi redaksi dalam konteks Indonesia, akan timbul pertanyaan, siapa akan memperjuangkan untuk mengutamakan kepentingan jurnalistik di atas kepentingan ekonomi atau politik dari pemilik media. Dari kedua perhimpunan wartawan yang paling besar, AJI dan PWI, pada saat penelitian ini dilaksanakan, tidak begitu terlihat upaya-upaya untuk memperjuangkan otonomi redaksi. Dengan begitu, untuk saat ini pemecahan masalah otonomi redaksi secara tertulis hanya dimungkinkan terjadi pada tingkatan perusahaan. Serikat-serikat pekerja dapat ditemui di *Kompas*, *Koran Tempo* dan *Republika*. Tingkat penerimaan serikat pekerja paling tinggi terdapat di *Koran Tempo*, harian tanpa pemilik saham mayoritas. Di *Kompas* serikat pekerja ditolerir, di *Republika* mereka dipinggirkan dan di *Media Indonesia* bahkan belum ada serikat pekerja.

Kemampuan sebuah serikat pekerja sebagai organisasi dengan tugas untuk memperjuangkan otonomi redaksi memang terbatas, karena serikat pekerja juga mewakili kepentingan karyawan non-redaksi. Walaupun begitu, tingkat keberadaan dan penerimaan serikat pekerja di sebuah perusahaan media berlaku sebagai ukuran posisi tawar penerima kerja terhadap majikannya dan sebagai

ukuran keberhasilan pembentukan sebuah perwakilan kepentingan redaksi. Dari sudut pandang ini, ada pesimisme dalam menilai peluang perwakilan redaksi untuk mencapai tujuannya. Pada akhirnya keadaan serikat karyawan di harian-harian yang dimiliki pemegang saham mayoritas buruk (*Kompas, Republika*) atau bahkan sama sekali tidak terdapat serikat karyawan (*Media Indonesia*).

Meskipun Indonesia telah berhasil menjalankan proses demokratisasi, ekonominya berlandaskan kekuatan oligarki dimana pasar didominasi oleh perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam banyak bidang dan adanya kecenderungan pemusatan kepemilikan dalam pasar media. Bila kepentingan umum ditempatkan di bawah strategi pemanfaatan maksimal pribadi dari pemilik media, terdapat bahaya akan “hasil untuk masyarakat yang di bawah optimal” seperti yang telah digambarkan sebelumnya (2.1.). Upaya-upaya untuk pendidikan yang lebih baik bagi wartawan, sebagaimana didukung oleh perhimpunan-perhimpunan wartawan, mutlak diperlukan untuk memenuhi tugas-tugas kemasyarakatan media. Di sini perusahaan-perusahaan media harus lebih dituntut untuk memenuhi tugas-tugas kemasyarakatannya, yang tentu pada akhirnya nanti akan memetik keuntungan dari wartawan-wartawan yang terdidik dengan baik. Terhadap kritik akan kurangnya komitmen perusahaan untuk pendidikan wartawan yang lebih baik, perhimpunan seperti Serikat Penerbit Surat kabar (SPS) biasanya memberi alasan berupa tidak adanya dana dari perusahaan-perusahaan media. Juga di antara perusahaan-perusahaan yang sehat

Tantangan dari Dalam

secara finansial tampaknya tidak ada kesepahaman dalam bentuk sebuah *Code of Conduct* untuk memberikan investasi yang lebih banyak ke dalam jurnalisme yang profesional dan independen.

Seperti yang sudah diutarakan di bagian pengantar, kepentingan perusahaan media terutama terletak pada komponen-komponennya yang laku di pasar, yaitu eksistensinya sebagai pemasang iklan. Karena pesan-pesan iklan ingin disampaikan kepada pembeli-pembeli yang potensial, media-media memerlukan sejumlah besar pembaca yang sesuai. Para konsumen media maka dapat menuntut isi yang mengandung informasi yang mendidik, dan tidak hanya iklan dan hiburan, dengan cara membeli atau menolak untuk membeli. Mereka dapat mendesak, bahwa media massa memenuhi kebutuhan mereka akan informasi yang disiapkan secara obyektif dan profesional. Fungsi informasi dan fungsi orientasi tersebut idealnya hanya dapat dihasilkan oleh redaksi yang independen.

Dengan demikian tuntutan dari konsumen-konsumen media menjadi faktor yang menentukan untuk proses redaksi. Tetapi, tuntutan atas prinsip otonomi dan keseimbangan mensyaratkan konsumen media yang memiliki pengetahuan tentang media massa dan bersikap kritis. Sebuah wacana terbuka tentang peran dan fungsi media membutuhkan informasi bagi masyarakat luas mengenai hubungan kepemilikan dari penerbit-penerbit surat kabar, stasiun TV, stasiun radio dan portal internet demikian juga tentang situasi dan kondisi luar dan dalam,

supaya konsumen media mengerti situasi dan kondisi wartawan dan produksi isi media. Jurnalisme media dalam kaitan ini diberikan peran sebagai “kekuatan kelima” (the Fifth Estate) (Ruß-Mohl 2000: 252), karena dalam pelaksanaannya yang profesional ia memberikan efek yang “mencerahkan, membersihkan diri dan menjamin kualitas” (ibid: 253). Selain itu jurnalisme media dapat membahas “konflik internal” dalam perusahaan media, yang terjadi dalam wilayah konflik antara loyalitas kepada majikan dan tanggung jawab kepada masyarakat (Fengler 2002: 63).

Informasi-informasi semacam ini hampir tidak diperoleh pembaca Indonesia atau pemirsa televisi Indonesia, karena tidak adanya satu halaman atau segmen khusus yang secara berkala mengulas isu-isu tentang media. Tidak ada satupun dari harian yang diteliti mempunyai sebuah desk tentang topik media tersebut. Tapi bukan berarti, bahwa tidak ada satu pun berita tentang media. Pemberitaan mengenai hal itu hanya berlangsung secara sporadis dan tidak berhubungan dengan peristiwa-peristiwa internal perusahaan-perusahaan media.

Untuk sebuah kemampuan pengaturan diri dari media memang diperlukan permintaan dari pihak konsumen media yang kritis. Di depan sudah disebutkan, bahwa pers karena fungsi informasi, fungsi kritik dan fungsi kontrol mereka diberi perlindungan khusus. Perundang-undangan Indonesia dan Undang-Undang Pers menekankan fungsi publik dari media. Diperlukan sebuah pengetahuan yang memadai dari konsumen untuk mampu menilai, sejauh

Tantangan dari Dalam

mana media massa memenuhi fungsi-fungsi publik. Hal itu memerlukan pula pengetahuan tentang media dan kemampuan dalam hal penggunaannya dari golongan masyarakat yang lebih luas dan konsep-konsep pendidikan yang sesuai, untuk memastikan dalam jangka waktu lama, bahwa media memenuhi fungsinya sebagai pemangku hak asasi atas informasi. Justru di Indonesia, negara yang sedang bertransformasi dan memiliki masa lalu di bawah kekuasaan diktatur, pemenuhan hak asasi ini adalah salah satu faktor yang menentukan untuk keberhasilan proses demokratisasi.

Penutup dan Pendekatan untuk Penelitian Selanjutnya

6. Penutup dan Pendekatan untuk Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini kebebasan pers di Indonesia tidak digambarkan, seperti dalam pemaparan-pemaparan sebelumnya, hanya dalam hal ketiadaan sensor dari negara. Pendapat penulis adalah, bahwa untuk memenuhi tugas publik pers diperlukan usaha untuk memiliki sebuah redaksi independen, yang bebas dari tekanan publikasi internal yang tidak relevan. Untuk itu diajukan pertanyaan, apakah dan bagaimanakah paksaan-paksaan yang muncul terhadap wartawan di perusahaan-perusahaan media di Indonesia itu terlihat. Dengan bantuan desain penelitian yang dipilih untuk studi ini (wawancara semi-terstruktur dan pengamatan lapangan/partisipatif), dapat digambarkan konflik-konflik, yang terjadi akibat pertentangan kepentingan jurnalistik dan kepentingan

Tantangan dari Dalam

ekonomi serta kepentingan politik dari pihak pemilik media. Yang terlihat jelas juga adalah bahwa tidak ada mekanisme yang resmi untuk melindungi otonomi redaksi.

Hasil-hasil penelitian ini sesuai dengan temuan-temuan di Eropa. Terutama di sana, di mana media diambil alih oleh pengusaha yang bukan wartawan dan yang memiliki perusahaan yang bergerak dalam banyak sektor bisnis dan atau oleh politisi, terdapat sebuah ancaman besar bagi otonomi redaksi (Weber 1997, OSZE 2003b, Möller/Popescu 2004, Leidinger 2005). Swa-sensor wartawan yang dipaksakan oleh kepentingan pemilik media mencerminkan sebuah gangguan atas fungsi publik media. Untuk mengukur seberapa kuat pemilik media yang bersangkutan memakai kemungkinan campur tangan dalam isi medianya, setelah satu minggu pengamatan dan wawancara terhadap redaksi oleh peneliti sendiri, hanya didapatkan keterangan-keterangan umum. Sebuah studi lanjutan dengan metode analisis isi yang dapat melengkapi penelitian ini dapat meletakkan fokus utamanya tentang pengambilan keputusan publikasi pada hal-hal berikut ini:

- pembahasan mengenai perusahaan-perusahaan, yang termasuk dalam kelompok yang sama dengan penerbit-penerbit media yang dianalisis;
- pemberitaan mengenai keterlibatan politik dari pemilik perusahaan media atau dari pemegang sahamnya,
- artikel-artikel tentang perusahaan-perusahaan, di mana pemilik perusahaan media juga merupakan pemegang sahamnya atau tentang perusahaan-

- perusahaan milik orang-orang yang dekat dengan pemilik perusahaan media, atau penanganan klien iklan dalam pemberitaan.

Penelitian ini telah memperlihatkan dimensi-dimensi dari konflik-konflik, yang muncul karena media mempunyai tugas publik tetapi bentuknya perusahaan swasta. Hasil-hasil yang dipaparkan dapat menjadi titik acuan untuk sebuah penelitian kuantitatif mengenai pengaruh dari pemusatan kepemilikan media terhadap jurnalisme yang profesional dan keberagaman pendapat, seperti misalnya wawancara kualitatif yang dilaksanakan pada tahun 2003 dalam lingkup OSZE (OSZE 2003b). Survey yang dilakukan melampaui batas Eropa semacam itu dapat juga merupakan sebuah proyek ilmiah yang menarik, karena wilayah konflik antara kebebasan berpendapat dan bermedia yang dijamin undang-undang dan perusahaan milik swasta sebagai pemangku kebebasan ini didiskusikan pula di luar Eropa.

Melalui pembedaan faktor-faktor pengaruh dari luar dan dari dalam perusahaan terhadap tindakan wartawan maka dapat terlihat dengan jelas, bahwa sebuah penggambaran yang rinci mengenai situasi dan kondisi hukum, politik, ekonomi dan budaya mutlak diperlukan untuk penelitian tentang sistem media. Hal ini terutama berlaku untuk analisis perbandingan. Karena itu misalnya tidak mengherankan, bahwa di negara-negara yang belum lama menjalankan proses demokratisasinya, kewaspadaan pelaku media terhadap represi negara jelas lebih tinggi,

Tantangan dari Dalam

dibandingkan terhadap subyek-subyek dengan potensi represi di dalam perusahaan media sendiri.

Selain situasi dan kondisi yang telah disebutkan di atas, sebuah studi perbandingan negara dapat juga menjawab pertanyaan, seberapa jauh pemahaman terhadap konsep jurnalistik dan pembagian kerja dalam redaksi berpengaruh terhadap tuntutan otonomi redaksi. Apakah tuntutan itu lebih besar di negara-negara dengan cara kerja jurnalistik yang menyeluruh daripada di negara-negara yang membagi kerja dengan prinsip reporter-editor? Selanjutnya dengan studi banding antara beberapa negara mungkin dapat diteliti, bagaimana pergantian pemilik perusahaan media, dari generasi pendiri media yang mempunyai latar belakang jurnalistik ke mereka yang mempunyai berbagai jenis perusahaan selain memiliki usaha media, berperan terhadap tingkat otonomi redaksi.

Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut membutuhkan pula, selain pemaparan sistem media dalam konteks politik, budaya dan ekonomi, penggambaran yang detil mengenai kepemilikan media. Selain penelitian-penelitian ilmiah, jurnalisme media dapat pula memberikan gambaran tentang pesatnya perubahan pasar media lokal dan global. Jurnalisme media tidak saja dapat menolong untuk memberikan data dan menggambarkan tren-tren aktual pada pasar media, namun juga dapat menjadi obyek penelitian itu sendiri. Untuk tema otonomi redaksi pertanyaan yang menarik adalah, apakah dan bagaimanakah jurnalisme media yang terinstitusi dapat

mempengaruhi pembahasan mengenai fungsi publik media dan diskusi mengenai konsep-konsep untuk penguatan otonomi redaksi.

Sumber dan Daftar Pustaka

AJI (2004) *Authoritarianism returns?*, Laporan tahunan AJI, Jakarta 2004.

Aly, Bachtiar (1984): *Geschichte und Gegenwart der Kommunikationssysteme in Indonesien*, Europäische Hochschulschriften, Frankfurt a.M., Bern, New York, Peter Lang.

Arismunandar, Satrio (2000): *Dinamika Pers Indonesia di Era Reformasi*. Dalam: Hidayat, Dedy N./Gazali, Effendi/Suwardi, Harsono/Ishadi, S.K.: *Pers dalam "Revolusi Mei" – Runtuhnya Sebuah Hegemoni*, Jakarta, Gramedia, hal 205-219.

Astraatmadja, Atmakusumah (2004): "Kebebasan Pers Kita Merosot", *Kompas* 17 Des 2004.

Tantangan dari Dalam

Article 19 (2003): Surat terbuka kepada Presiden Megawati Sukarnoputri atas tekanan kebebasan mengeluarkan pendapat dengan bantuan pasal-pasal Hukum Pidana, 19 Juni 2003.

Batubara, Leo (2004): Pers di Depan Hakim dan Peran Dewan Pers dalam Penyelesaian Konflik Antara Pers dan Pihak Luar. Presentasi pada workshop di *Friedrich-Ebert-Stiftung*: “Menjamin Kebebasan Pers sebagai Agen Demokrasi”, Jakarta 14 Des 2004.

Branahl, Udo (2004): Der rechtliche Rahmen – Begriff, Funktion, Konzepte, Regelungen und Probleme. Dalam: Duve, Freimut/Haller, Michael (Ed.): Leitbild Unabhängigkeit – Zur Sicherung publizistischer Verantwortung, Konstanz, UVK, hal 85-105.

COE (1993): Resolusi 1003 tentang Etika dalam Jurnalisme, pertemuan parlemen Dewan Uni Eropa, <http://assembly.coe.int/Documents/AdoptedText/TA93/ERES1003.HTM>, diunduh 1 Okt 2004.

COE (1999): Recommendation No. (99) 1 on Measures to promote Media Freedom, Komite Menteri-menteri Negara-negara anggota Dewan Eropa, <http://cm.coe.int/ta/rec/1999/99r1.htm>, diunduh tanggal 20 Agt 2004.

Coronel, Sheila S. (1998): Media ownership and control in the Phillipines, *Media Development* 4/1998.

Depkominfo (2006): Belanja iklan Indonesia naik sekitar 17 persen, 30 Nov 2006, http://www.depkominfo.go.id/?action=view&pid=news_aceh&id=2576, diunduh 10 Jan 2007.

Dhakidae, Daniel (1991): The state, the rise of capital and the fall of political journalism: Political economy of the Indonesian news industry, disertasi yang belum diterbitkan.

Dill, Richard (1997): Vom guten Medium, das den Menschen dient. Dalam: Fünfgeld, Hermann/Mast, Claudia: Massenkommunikation. Ergebnisse und Perspektiven, Opladen, Westdeutscher Verlag, hal 347-356.

Duve, Freimut (2003): Kata pengantar dalam laporan OSZE "The impact of media concentration on professional journalism", Wien, OSZE.

EFJ (1995): Editorial Democracy in European Media – IFJ/EFJ Final Declaration, <http://www.ifj-europe.org/default.asp?index=1235&Language=EN>, diunduh 20 Agt 2004.

EFJ (2003): "Eastern Empires. Foreign Ownership in Central and Eastern Europe: Ownership, Policy Issues and Strategies, Juni 2003, <http://www.ifj-europe.org/docs/easternempires.doc>, diunduh 20 Agt 2004.

Tantangan dari Dalam

Eriyanto (2002): *Buruk Amplop, Fasilitas Diubah, Pantau*
III No 24.4.2002.

Esser, Frank (1998): *Die Kräfte hinter den Schlagzeilen.*
Englischer und deutscher Journalismus im Vergleich,
Freiburg, München, Verlag Karl Alber.

Fengler, Susanne (2002): *Medienjournalismus in den USA,*
Konstanz, UVK.

Fischer, Hans-Dietrich/Petzke, Ingo/Molenveld, Roswitha/
Wolter, Hans-Wolfgang (1975): *Innere Pressefreiheit*
in Europa, Baden-baden, Nomos.

Fricke, Ersnt (1997): *Recht für Journalisten,* Konstanz, UVK.

Geertz, Clifford (1973): *Religious Belief and Economic*
Behaviour in a Central Javanese Town: Some
Preliminary Considerations. Dalam: Mc Alister, Jon
T. Jr. (Ed.): *Southeast Asia-The Politics of National*
Integration.

Gunaratne, Shelton A. (Ed.) (2000): *Handbook of the Media*
in Asia, New Delhi, Thousand Oaks, London, Sage
Publications, hal. 157-187.

Hadiz, Vedi R./Dhakidae, Daniel (Ed.) (2005): *Social*
Science and Power in Indonesia, Jakarta/Singapura,

Equinox Publishing/Institute of Southeast Asian Studies.

Hanitzsch, Thomas (2003): *Journalismus in Indonesien. Journalistische Akteure, Strukturen und Orientierungshorizonte in einem sich demokratisierenden Mediensystem*, disertasi yang belum diterbitkan, Universitas Illmenau.

Harsono, Andreas (2000): *Dancing in the Dark*. Dalam: Williams. Louise/Rich, Roland: *Losing Control – Freedom of the pers in Asia*, Canberra, Asia Pacific Press, hal 74-92.

Harsono, Andreas (2004): “Wartawan atau Politikus?”, *Pikiran Rakyat*, 7 Juni 2004, <http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/0604/07/pres03.htm>, diunduh 13 Mar 2005.

Haryanto, Ignatius (2005): “Fake journalists and press integrity”, *The Jakarta Post*, 6 Apr 2005.

Heinrich, Jürgen (2001): *Medienökonomie*, cet. ke-2 yang sudah direvisi, Wiebaden, Westdeutscher Verlag.

Hidayat, Dedy N. (2000): *Pers dalam kontradiksi kapitalisme Orde Baru*. Dalam: Hidayat, Dedy N./Gazali, Effendi/Suwardi, Harsono/Ishadi, S.K.: *Pers dalam “Revolusi Mei” – Runtuhnya Sebuah Hegemoni*, Jakarta, Gramedia, hal 127-164.

Tantangan dari Dalam

- Hill, David (1995): *The Press in New Order Indonesia*, Jakarta, PT Pustaka Sinar Harapan.
- Hirano, Chalinee (1999): *Journalistic Professionalism in Thailand – A Crisis of Ethics?*. Dalam: *Media Asia*, Vol. 26 No. 4, Singapura, AMIC, hal 196-204.
- Hunter, Mark/Jaouani, Salim (2005): *Von Federn und Schwertern*. Dalam: *Message I/2005*, Konstanz, UVK, hal 16-19.
- Huntington, Samuel P. (1998): *Kampf der Kulturen*, München, Goldmann.
- Hutabarat, Saur (2002): *Self-regulation in a non-trusting society*. Dalam: Balgos, Cecile C.A. (Ed.): *Watching the watchdog – Media self regulation in Southeast Asia*, Bangkok, FES/SEAPA, hal 45-50.
- Karmasin, Matthias (1998a): *Oligopole in freien Gesellschaften – Medienfreiheit als ökonomisches und ethisches Problem*. Dalam *Wunden, Wolfgang: Freiheit und Medien – Beiträge zur Medienethik Band 4*, Frankfurt a.M., Gemeinschaftswerk der evangelischen Publizistik, hal 79-95.
- Karmasin, Matthias (1998b): *Medienökonomie als Theorie (massen-) medialer Kommunikation*, Graz, Wien, Nausner&Nausner.

- Keller, Anett (2004): Recht nach Kolonialherrenart – Schadenersatzklagen in Millionenhöhe brechen Zeitungen das Genick, Menschen machen Medien 04/2004.
- Kiefer, Marie-Luise (2001): Medienökonomik – Einführung in die eine ökonomische Theorie der Medien, München, Wien, Oldenbourg Verlag.
- Koentjaraningrat (1969): Rintangan-rintangan mental dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, Bhratara.
- Koesoemawiria, Edith (2002): Zwischen Korruption und Reform – Fernsehen in Indonesien. Dalam: Becker, Jörg/Luger, Kurt: Flimmerndes Asien – Die Fernsehentwicklung eines Kontinents im Aufbruch, Wien, Österreichischer Kunst-und Kulturverlag, hal 85-97.
- Kromrey, Helmut (1991): Empirische Sozialforschung, Opladen, Leske+Budrich.
- Leidinger, Christiane (2005): Die industrielle Verstrickung. Dalam: Message 2/2005, Konstanz, UVK, hal 62-65.
- Lim, Merlyna (2003): From real to virtual (and back again) – Civil society, public sphere and the internet in Indonesia. Dalam: Ho, K.C., Kluver, Randolph,

Tantangan dari Dalam

Yang, Kenneth C.C.: *Asia.com-Asia encounters the Internet*, London, New York, Routledge Curzon, hal 113-128.

LSPP (2004): *Laporan akhir monitoring media cetak di lima kota dalam Pemilu 2004*, Laporan akhir yang tidak diterbitkan, LSPP.

Magnis-Suseno, Franz (1981): *Javanische Weisheit und Ethik – Studien zu einer östlichen Moral*, München, Wien, R. Oldenbourg Verlag.

Magnis-Suseno, Franz (1998): *Perspektiven indonesischer Demokratie*. Dalam: Wessel, Ingrid (Ed.): *Indonesien am Ende des 20. Jahrhunderts – Analysen zu 50 Jahren unabhängiger Entwicklung*, Hamburg, Abera, hal 15-30.

Manan, Abdul (2004): *AJI Kecam Alokasi Dana Pemda DKI untuk Wartawan*, Tempo Interaktif, 22 Des 2004, <http://www.tempointeraktif.com/hg/jakarta/2004/12/22/brk,20041222-01,id.html>, diunduh tanggal 22 Des 2004.

Masterton, Murray (Ed.) (1996): *Asian Values in Journalism*, Singapura, AMIC.

McCargo, Duncan (2000): *Politics and the press in Thailand – Media Machinations*, London, Routledge.

McCargo, Duncan (2003): *Media and politics in pacific asia*, London, Routledge Curzon.

McDaniel, Drew (2002): *Electronic Tigers of Southeast Asia – The politics of media, technology and national development*, Ames (Iowa), Iowa State University Press.

Menayang, Victor (2003): *Pembelaan terhadap Kebebasan Pers Melindungi Kepentingan Publik*, Kompas, 30 Okt 2003.

Menon, Vijay (1999): *Looking back and lookin ahead – The press in Asean*. Dalam: *Media Asia Vol. 26 No. 1* 1999, Singapura, AMIC, hal 100-104.

Möller, Christian/Popescu, Alexandra (2004): *Transformation des Journalismussystems – Über die Implementierung des Prinzips Unabhängigkeit in osteuropäischen Staaten seit 1989*. Dalam: Duve, Freimut/Haller, Michael (Ed.): *Leitbild Unabhängigkeit – Zur Sicherung publizistischer Verantwortung*, Konstanz, UVK, hal 53-64.

Mohamad, Goenawan (1993): *SIUPP*. Dalam: *Am Rande bemerkt. 35 Essays über Kultur, Politik und Gesellschaft Indonesiens*, Unkel/Rhein, Bad Honnef, Horlemann, hal 89-92.

Tantangan dari Dalam

- Mohamad, Goenawan (1998): Die Nervenenden der Wörter. Dalam: Die Landkarte der Zensur, Berlin, Ch. Links Verlag, hal 169-173.
- Nolan, James (2004): "Repeal the criminal defamation legislation?", wawancara dalam The Jakarta Post, 20 Agt 2004.
- Nguyen, Thang D. (2004): Controlled media could cause mass deception, The Jakarta Post, 8 Maret 2004.
- OSZE (2002): Freedom and responsibility, Jahrbuch der Medienbeauftragten 2001/2002, http://www.osce.org/documents/rfm/2002m/01/2307_en.pdf, diunduh 1 Okt 2004.
- OSZE (2003a): Grundsätze zur Garantie redaktioneller Unabhängigkeit, http://www.osce.org/documents/rfm/2003/07/514_en.pdf, diunduh 1 Okt 2004.
- OSZE (2003b): The impact of media concentration on professional journalism.
- Pantau (2002): Kompas Berita, Kompas Iklan, Pantau No. 21, Januar 2002, <http://www.pantau.or.id/txt/21/01.html>, diunduh 24. Oktober 2004
- Piliang, Narliswandi (2002): Televisi di Kantong Segelintir Pemilik. Pantau No. 24 April 2002, hal 12-19, <http://>

[/www.pantau.or.id/txt/24/09l.html](http://www.pantau.or.id/txt/24/09l.html), diunduh 24 Okt 2004.

Pontoh, Coen Husain (2001): Amanat Hati Nurani Karyawan, Pantau 12 April 2001.

PPPI (2004): Media Scene, Buku Tahunan Perhimpunan Perusahaan Periklanan Indonesia.

Pradityo, Sapto (2004): KPI Peringatkan TV yang Melanggar Aturan Kampanye, Tempo Interaktif, 23 Maret 2004, <http://www.tempointeraktif.com/hg/nasional/2004/03/23/brk.20040323-17.id.html>, diunduh 13 Maret 2005.

Ramonet, Ignacio (2005): Auflagenkrise und Lügengeschichten – Die Selbstentwertung der Printmedien, Le Monde Diplomatique, edisi bahasa Jerman, Berlin, taz Verlags- und Vertriebs-GmbH.

Redway, Jake (2003): Prospects for a rules-based economy in Indonesia. Dalam: Nguyen, Thang D./Richter, Frank-Jürgen: Indonesia Matters-Diversity, Unity and Stability in fragile times, Singapura, Times Editions.

Reinowski, Hans J. (1968): Innere Pressefreiheit. Ein Grundsatzrecht für Verleger und Redakteure, Verlag Darmstädter Echo GmbH.

Tantangan dari Dalam

- Robison, Richard/Hadiz, Vedi R. (2004): Reorganising power in Indonesia – The politics of oligarchy in an age of markets, London, New York, Routledge Curzon.
- Romano, Angela (2003): Politics and the press in Indonesia - understanding an evolving political culture, London, Routledge Curzon.
- RSF (2002): Reporters without Borders publishes the first worldwide press freedom index, http://www.rsf.fr/article.php3?id_article=4116, diunduh 22 Jan 2005.
- RSF (2003): Second world press freedom ranking, http://www.rsf.org/article.php3?id_article=8247, diunduh 22 Jan 2005.
- RSF (2004): Third Annual Worldwide Press Freedom Index, http://www.rsf.org/article.php3?id_article=11715, diunduh tanggal 22 Jan 2005.
- RSF (2004): Indonesia – 2004 Annual Report, http://www.rsf.org/article.php3?id_article?10172, diunduh tanggal 22 Jan 2005.
- Ruß-Mohl, Stephan (2000): Medienjournalismus auf dem Weg zur “fünften Gewalt” – die USA als Beispiel. Dalam: Ruß-Mohl, Stephan/Fengler, Susanne (Ed.): Medien auf der Bühne der Medien – Zur Zukunft

von Medienjournalismus und Medien-PR, Berlin, Dahlem University Press, hal 252-259.

Said, Tribuana (1990): Indonesia. Dalam: Hamelink, Cees J./Mehra, Achal: Communication Development and Human Rights in Asia, Singapura, AMIC, hal 37-50.

Sasdi, Ardimas (2003): Financial security may raise impartial media, The Jakarta Post, 13 Des 2003.

Schnell, Rainer/Hill, Paul B./Esser, Elke (1999): Methoden der empirischen Sozialforschung, München, Wien, R. Oldenbourg.

Sjurts, Insa (2004): Der Markt wird's schon richten!/? Medieprodukte, Medienunternehmen und die Effizienz des Marktprozesses. Dalam: Altmeppen, Klaus-Dieter/Karmasin, Matthias (Ed.): Medien und Ökonomie: Band 2: Problemfelder der Medienökonomie, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, hal 159-181.

Stevenson, Robert L. (1998): The missing link in international communication. Dalam: Holtz-Bacha, Christina/Scherer, Helmut/Waldmann, Norbert (Ed.): Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben, Opladen, Westdeutscher Verlag, hal 143-153.

Tantangan dari Dalam

Studer, Peter (2004): Die Idee der “inneren Pressefreiheit” – Das Konzept der Selbstverpflichtung und Selbstregulierung. Dalam: Duve, Freimut/Haller, Michael (Ed.): Leitbild Unabhängigkeit – Zur Sicherung publizistischer Verantwortung, Konstanz, UVK, hal 107-130.

Sudibyo, Agus (2001a): Kebebasan Pers dan Ironi Demokratisasi, Kompas 7 Des 2001.

Sudibyo, Agus (2001b): Politik media dan pertarungan wacana, Yogyakarta, LkiS.

Sudibyo, Agus (2004): Hukum tidak berpihak pada pers, Kompas 21 Sep 2004.

The Jakarta Post (2005a): ‘Paid’, bogus press mar free press’ integrity, 20 Mar 2005.

The Jakarta Post (2005b): The consequences of press freedom: Thug journalism, 20 Mar 2005.

The Jakarta Post (2005c): Bogus journalists nurtured by corrupt officials, 20 Mar 2005.

The Jakarta Post (2005d): Terms used for bogus journalists, 20 Mar 2005.

TI (2006): Transparency International – Corruption Perception Index 2006, <http://>

www.transparency.org/policy_research/surveys_indices/cpi/2006, diunduh 29 Nov 2006.

Thorgeirdottir, Herdis (2004): Self-Censorship among journalists: A (moral) writing or a violation of ECHR law? E.H.R.I.R. Issue 4, Sweet & Maxwell Ltd., hal 383-399, http://www.bifrost.is/Files/Skra_0005847.pdf, diunduh tanggal 8 Sep 2004.

Triputra, Pinckey (2000): Isi Media sebagai Produk Interaksi Antaragensi: Kasus Media Cetak pada Mei 1998. dalam: Hidayat, Dedy N./Gazali, Effendi/Suwardi, Harsono/Ishadi, S.K.: Pers dalam “Revolusi Mei” – Runtuhnya Sebuah Hegemoni, Jakarta, Gramedia, hal 407-420.

WAN (2002): World Press Trends 2002, Paris, World Association of Newspapers.

WAN (2003): World Press Trends 2003, Paris, World Association of Newspapers.

WAN (2004): World Press Trends 2004, Paris, World Association of Newspapers.

WAN (2005): World Press Trends 2005, Paris, World Association of Newspapers.

Tantangan dari Dalam

- Warta Ekonomi (2003): Pengusaha Jadi Calon Presiden: Enam Bulan Menuju CEO Indonesia Inc., 17 Nov 2003.
- Weber, Andreas (1997): Defizite journalistischer Autonomie und Reputation in Italien. Dalam: Machill, Marcel (Ed.): Journalistische Kultur – Rahmenbedingungen im internationalen Vergleich, Opladen/Wiebaden, Westdeutscher Verlag, hal 175-188.
- Weidmann, Carolin (1997): Kultur und Management in Indonesien. Dalam: Dahm (Ed.): Kulturelle Traditionen, Entwicklungspolitik und modernes Management in Indonesien, Passauer Beiträge zur Südostasienskunde, Band 4, Universitas Passau, hal 141-236.
- Williams, Louise/Rich, Roland (2000): Losing Control – Freedom of the press in Asia, Canberra, Asia Pacific Press.

