BAB II

DESKRIPSI OBYEK DAN SUBYEK PENELITIAN

A. DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

1. Sejarah Hari Ibu

Dua bulan setelah Sumpah Pemuda dideklarasikan, persisnya pada tanggal 22 Desember 1928, berkumpulah sekitar 30 organisasi perempuan dari 12 kota di Jawa dan Sumatra untuk menyelenggarakan kongres pertama dengan mengambil lokasi di Yogyakarta. Salah satu agenda pokok adalah menggabungkan organisasi-organisasi perempuan Indonesia dalam sebuah federasi tanpa sama sekali membedakan latar belakang politik, suku, status sosial dan bahkan agama (Atmanta, 2005:53).

Hadirnya organisasi seperti *Aisyiah, Wanita Katolik, Putri Indonesia, Jong Java bagian Perempuan, Jong Islamieten Bond* bagian perempuan, dan *Organisasi Wanita Utomo* adalah bukti sejarah bahwa semangat pluralisme (keberbedaan) merupakan modal utama untuk membangun persatuan. Modal ini sesungguhnya telah tumbuh subur di kalangan tokoh wanita sejak dua pertiga abad yang lalu (Atmanta, 2005:53).

Kongres perempuan Indonesia yang pertama itu berhasil dirumuskan beberapa rekomendasi penting dalam rangka memperjuangkan hak-haknya. Tuntutan kaum perempuan kepada pemerintah tentang pemberian beasiswa untuk anak perempuan dan sekolah-sekolah perempuan, penolakan tradisi perkawinan anak perempuan di bawah umur termasuk kawin paksa, hingga tuntutan

pemberlakuan syarat-syarat pelaksanaan perceraian yang tidak merugikan hidup kaum perempuan (Soedijat dalam Ridjal dkk (ed), 1993:114).

Namun hal terpenting dari diadakannya kongres itu adalah kesepakatan untuk mendirikan badan musyawarah bernama Perikatan Perkumpulan Perempuan Indonesia (PPPI) dengan misi pokoknya untuk menjalin hubungan di antara semua perhimpunan perempuan, termasuk di dalamnya kesepakatan penyelenggaraan kongres perempuan tahunan dalam rangka mengisi dan memelihara kelangsungan perjuangannya. Adanya kongres perempuan pertama itu pulalah berhasil dirumuskan beberapa rekomendasi yang berisi tuntutan penerbitan surat kabar sebagai media untuk meyuarakan hak-hak kaum perempuan sampai kepada tuntutan pemberian bantuan khusus bagi perempuan janda dan anak yatim (Atmanta, 2005:53).

Kongres Perempuan Indonesia II diadakan tahun 1935 bertempat di Jakarta. Kongres ini dipimpin oleh Sri Mangoensarkoro dari Wanita Tamansiswa dan berhasil memformulasikan ‘Ibu Bangsa’. Formulasi tersebut menetapkan kewajiban perempuan Indonesia terutama ialah menjadi ibu bangsa. Artinya setiap perempuan wajib berusaha akan tumbuhnya bangsa yang baru, yang mana lebih sadar akan kebangsaannya (Soedijat dalam Ridjal dkk (ed), 1993:115).

Pada kongres ketiga yakni tahun 1938, para peserta kongres memutuskan adanya “Hari Ibu.” Pencetus gagasan adanya “Hari Ibu” adalah Said Soearjadinata dari organisasi *Isteri Indonesia.* Dia beranggapan bahwa perspektif perempuan kelas dua yang diberikan penjajah adalah salah. Oleh sebab itu, kegiatan-kegiatan yang mengarah ke peningkatan kualitas perempuan harus dilaksanakan pada hari

tertentu dan diberi nama “Hari Ibu”. Kegunaan kegiatan-kegitan tersebut adalah mengubah pandangan masyarakat bahwa sebenarnya perempuan pada hakikatnya sama derajat dan martabatnya dengan kaum laki-laki (Soedijat dalam Ridjal dkk (ed), 1993:116).

Usul tentang adanya “Hari Ibu” diterima dengan baik. Peserta kongres pun menentukan hari yang bersejarah, yang bermakna, dan dapat diterima oleh semua aliran ataupun golongan peserta. Pilihanpun jatuh pada hari pertama diselenggarakannya Kongres Perempuan Indonesia I yakni tanggal 22 Desember. Sejak tanggal 22 Desember 1938 itulah peringatan “Hari Ibu” dilakukan. Peringatan “Hari Ibu” disahkan dengan Kepres No.316 tahun 1959. Pemerintah telah mensahkan “Hari Ibu” sebagai hari besar nasional sama nilainya dengan “Hari Sumpah Pemuda” dan “Hari Pahlawan”. Masyarakat wajib berperan serta memperingatinya.

2. Pers Orde Baru

Dengan terjadinya transisi pemerintahan setelah pemberontakan tanggal 1 Oktober 1965 dan perpindahan kekuasaan ke Mayor Jenderal Soeharto pada tanggal 11 Maret 1966, pemerintah Orde Baru memangkas retorika “revolusioner” demi seruan yang lebih moderat agar industri pers menjaga keamanan nasional dari ancaman-anacaman dari dalam negeri ataupun luar negeri. Pers diharapkan untuk bertindak dengan kesadaran sebagai “pengawal Pancasila” – lima prinsip-prinsip ideologis bangsa (Hill, 2011:6). Demi mendorong upaya menjunjung tinggi ideologi umum Pancasila, pemerintahan Soeharto berusaha untuk menghilangkan organ-organ partai atau koran-koran yang kritis, menjinakkan pers

membuat kegaduhan, dan memastikan bahwa pekerja pers wajib bertanggung jawab secara mutlak kepada pemerintah.

Sesuai teori pers otoritarian, pemerintahan Orde Baru berusaha menempatkan pers sebagai bagian dari *ideological state apparatus* dengan cara menerapkan berbagai kontrol terhadap pers. Kontrol tersebut meliputi beberapa hal antara lain:

a) Kontrol preventif dan korektif terhadap kepemilikan institusi media melalui pemberian SIUPP.
b) Kontrol terhadap individu dan kelompok pelaku profesional (wartawan) melalui mekanisme seleksi dan regulasi, seperti keharusan menjadi anggota PWI (Persatuan Wartawan Indonesia) sebagai wadah tunggal dan kewajiban pemimpin redaksi untuk mengikuti penataran P4.
c) Kontrol terhadap produk teks pemberitaan.
d) Kontrol terhadap sumber daya, antara lain berupa monopoli kertas oleh penguasa.
e) Kontrol terhadap akses ke pers (dalam Rika, 2003:68).

Adapun kelima kontrol yang dilakukan oleh pemerintah Orde Baru itu dilakukan untuk mengamankan kekuasaan. Politik yang dimainkan selalu bertujuan untuk mengamankan kekuasaan. Oleh karena itu, setiap elite penguasa selalu terus menerus melakukan konsolidasi kekuasaan dalam segala bidang, termasuk melakukan rekayasa bahasa untuk kepentingan konsolidasi kekuasaan itu. Rekayasa bahasa inilah yang tampak dalam pemberitaan teks media baik itu berita maupun tajuk rencana.

Pemerintah Orde Baru menggunakan Bahasa Indonesia untuk melakukan konsolidasi kekuasaan. Hal itu dilakukan dengan empat cara. *Pertama,* penghalusan konsep-konsep dan pengertian yang berhubungan dengan kekuasaan. Penghalusan tersebut dilakukan untuk menciptakan citra baik Orde Baru. Misalnya konsep *masa bakti, persatuan dan kesatuan bangsa, ketahanan nasional, pemerataan, pengentasan kemiskinan,* dan *negara hukum.*

Kedua, memperkasar. Pengasaran ini umumnya untuk menangkal dan menyudutkan kekuatan lain yang bisa mengancam kekuasaan. Pemproduksian konsep *SARA, ekstrim kiri, OT (organisasi terlarang), aktor intelektual, mengganggu stabilitas nasional,* serta *subversif.* Konsep-konsep itu telah didoktrinasikan dalam bahasa penataran P4 (Suroso, 2001:11).

Ketiga, produksi konsep-konsep yang bisa menurunkan emosi masyarakat saat berhadapan dengan realitas tertentu yang tidak sesuai dengan prinsip pemerintah. Biasanya konsep diambil dari pepatah bahasa daerah seperti *mendhem jero mikul dhuwur, jer basuki mawa bea, lengser keprabon, ing ngarso sung tuladha,* dan *tut wuri handayani.* Juga penggunaan kata-kata *demi kepentingan umum* dan *demi rakyat* sering diucapkan pemerintah Orde Baru (Suroso, 2001:13).

Keempat, cara penyeragaman bahasa dan istilah yang dipakai oleh pejabat. Elit penguasa sangat menekankan kesatuan bahasa pejabat dan aparat. Penyeragaman ini bertujuan untuk menghindari perbedaan konsep yang mengganggu kemapanan, misalnya *siapapun boleh mendirikan partai baru* dan

darah pengacau halal hukumnya. Kalimat-kalimat seperti itu terbukti mampu mengamankan masyarakat dari gangguan (Suroso, 2001:11).

Analis pers Daniel Dhakidae (yang kebetulan bekerja sebagai Kepala Riset dan Pengembangan SKH *Kompas* saat itu) berpendapat bahwa para jurnalis akhirnya terseret tanpa bisa melawan ketergantungan mereka terhadap jajaran birokrat pemerintah. Merekalah satu-satunya sumber 'resmi' guna memperoleh keterangan yang bisa dikutip (dalam Hill, 2011:51). Profesi jurnalispun ikut mengadopsi langgam kaum birokrat dan menyerap keempat cara di atas, akronim, eufimisme, serta *slang* dari kalangan pejabat.

Eufemisme bahasa digunakan pula oleh pemerintah Orde Baru guna memantapkan citra. Fowler (dalam Suroso, 2001:17) mendefenisikan eufemisme sebagai suatu ungkapan yang lembut, samar, atau berputar-putar untuk menggantikan suatu presisi yang kasar ataupun kebenaran yang kurang tepat didengar penguasa. Penggunaan eufimisme sesuai definisi tersebut dalam wacana pers Indonesia merupakan bahasa yang digunakan oleh penguasa dan juga oleh media untuk memberitakan penguasa. Misalnya istilah "Bantuan Luar Negeri" membuat pembaca terlena karena kata "bantuan" mengesankan pemberian cuma-cuma (Rika, 2003:75).

Budaya patriarki telah mengakar dalam segala sendi kehidupan di Indonesia. Budaya ini nampak pada perilaku perbedaan gender yang sangat kuat diterapkan terhadap perempuan dan laki-laki. Terlebih dengan pelegitimasian hukum dan politik oleh pemerintah Orde Baru, perbedaan gender justru diperlebar termasuk dalam pemberitaan media.

May Lan (dalam Rika, 2003:77) menyebut dasar dari penerapan budaya patriarki yang menimbulkan ketimpangan gender di media sebagai seksisme bahasa. Seksisme bahasa merupakan praktek pemaknaan bahasa yang muncul dalam tiga bentuk: makna peyoratif, aturan semantik, dan penamaan.

Peyorasi terjadi pada kata-kata yang mengalami perendahan makna. Misalnya penggunaan kata ‘ janda’ yang diikuti kata ‘kembang’ akan memunculkan asosiasi buruk bagi perempuan.

Aturan semantik membedakan maskulinitas dan feminitas yang merujuk pada peran domestik dan publik. Misalnya kata ‘dokter’ dan ‘polisi’ yang seringkali harus diikuti dengan kata ‘wanita’, sehingga jadilah kata ‘dokter wanita’ dan ‘polisi wanita’. Artinya jabatan-jabatan itu dilazimkan untuk kaum laki-laki. Sedangkan kata-kata pada jabatan yang selalu menunjuk perempuan, seperti ‘perawat’ dan ‘sekretaris’.

Praktik seksisme bahasa melalui penamaan tampak pada kebiasaan bagi perempuan yang telah bersuami untuk dipanggil ‘nyonya’ atau ‘ibu’ diikuti dengan nama suami. Praktik ini menandakan perempuan bukanlah identitas mandiri dan keberadaannya selalu dikaitkan dengan laki-laki.

Selain dengan menggunakan seksisme bahasa, May Lan (dalam Rika, 2003:78) menambahkan realitas semu perempuan dalam pemberitaan surat kabar direpresentasikan dalam empat wajah. *Pertama,* perempuan sebagai obyek eksploitasi yang relevan sebagai komoditas. *Kedua,* surat kabar seringkali menampilkan sisi absurditas wacana emansipasi, yaitu dengan tidak adanya keserasian antara ide dan praksis. *Ketiga,* perempuan berdiri diantara kegamangan

wacana pemberdayaan dan penindasan. *Keempat,* lakon komedi tragis yang terjalin dalam berita mampu membuat orang tertawa dalam kepedihan.

3. Pers Reformasi

Reformasi Mei 1998 yang menandai jatuhnya rezim Orde Baru membawa perubahan signifikan dalam industri pers tanah air. Perubahan tersebut diawali dengan deregulasi industri pers, yang antara lain dilakukan oleh Menteri Penerangan Yusuf Josfiah dalam Kabinet Habibie melalui pencabutan Permenpen No.01/Per/Menpen/1984 tentang ketentuan Surat Izin Usaha Penerbitan (SIUPP) yang telah dijadikan dasar legalitas pembredelan sejumlah media. Kebijakan yang tak kalah penting tercantum dalam UU Pokok Pers No.40 tahun 1999 yang mendukung ke arah kebebasan pers. Seperti terlihat pada Bab IV pasal 9 ayat 1 – "*Setiap warga negara Indonesia berhak mendirikan perusahaan pers*" dan Pasal 12 "*Perusahaan pers wajib mengumumkan nama, alamat, dan penanggungjawab secara terbuka melalui media yang bersangkutan; khusus untuk penerbitan pers ditambah nama dan alamat percetakan*" (Wahyuni, 2004:163).

Dengan terbitnya undang-undang pers ini, pers Indonesia mengalami transformasi sebagai medium informasi sejalan dengan pertumbuhan ekonomi dan dinamika masyarakat. Misalnya, media cetak Indonesia mengalami peningkatan dalam segmentasi dan spesialisasi seperti adanya majalah-majalah penerbitan khusus. Bersamaan dengan transformasi pers itu, akses masyarakat terhadap pers yang diukur dari tingkat pembacaan meningkat. Isu-isu yang diliput pers semakin beragam (Tickel dalam Ibrahim, 2011:73).

Perubahan wajah pers pasca Orde Baru dapat dilihat dari tiga tren. *Pertama,* deregulasi media yang dilakukan rezim pasca Orde Baru seperti ditandai dengan dipermudahnya memperoleh izin terbit dan bahkan dicabutnya sistem SIUPP telah menyebabkan maraknya penerbitan pers. Tetapi fenomena ini belum diikuti dengan peningkatan kualitas jurnalisme. Diantara media-media massa yang terbit, wacana pemberitaaan seringkali diisi gosip, desas-desus, penyuduttan kepada suatu tokoh atau golongan tertentu. Beberapa media partisan terus melakukan "sensaionalisme bahasa" seperti tampak pada pemilihan judul, *headline,* desain cover yang norak, dan peningkatan informasi seks.

Kedua, munculnya *new media* di kalangan masyarakat. Akses internet yang semakin mudah dan murah, membuat siapa saja bisa mengakses informasi. Kalangan pelaku industri media massa menggunakan menggunakan teknologi internet tersebut untuk mempercepat penyebaran informasi. Namun, kecenderungan yang terjadi adalah homogenitas isi rubrik dan program.

Ketiga, menguatnya fenomena "imperialisme media". Fenomena ini disebabkan globalisasi media transnasional dan invasi produk hiburan impor yang menguasai pasar media dalam negeri. Media yang dikuasai oleh perusahaan multinasional juga semakin banyak (Ibrahim, 2011:80). Imperialisme media ini berpengaruh terhadap proses produksi berita bertema perempuan.

Menurut Lies Marcoes (dalam Hartiningsih, 2008:35), imperialisme menemukan bentuk baru sekarang, yakni penjajahan atas tubuh dan seksualitas perempuan. Tubuh dan seksualitas perempuan itu begitu beragam dan kaya pengalaman hidup maupun spiritualitasnya direduksi menjadi obyek seks dan

dibebani oleh segudang prasangka (agama yang dilegitimasi politik), sehingga harus dikontrol. Media massa berperan besar dalam mereproduksi hal itu. Hasil penelitian AJI Indonesia pada periode Maret-Mei 2012 terdapat 731 berita, namun mayoritas masih bias gender (Wawancara via email dengan Rach Alida Bahaweres selaku Ketua Divisi Perempuan AJI Indonesia tanggal 2 Mei 2013).

Selain itu terdapat perubahan cara wartawan dalam mengumpulkan berita. Sekarang, jumpa pers seusai rapat kabinet tidak lagi menjadi sumber utama berita. Wartawan tidak lagi menjadi seperti panelis dalam setiap diskusi panel kenegaraan. Ada istilah *doorstop,* yakni konfirmasi menteri, pejabat negara, dan instasi negara lainnya ketika ada isu aktual. Akibatnya, pertanyaan yang diajukan wartawan menjadi beragam dan pejabat pun harus bisa memberikan keterangan. Pers begitu leluasa baik dalam hal meminta keterangan pejabat maupun mengkritik pemerintah. Presiden sendiri beberapa kali meminta pejabat untuk aktif memberi keterangan kepada media (Trinugroho, 2012).

Namun, bahaya dan tekanan masih mengancam pekerja pers, selain dari unsur aparat pemerintah juga dari massa demonstran (yang biasanya berafiliasi dengan politik dan pejabat pemerintah). Dengan kata lain, kebebasan pers Indonesia berada dalam kendali (samar) pemerintah (Ali, 2004).

B. DESKRIPSI SUBYEK PENELITIAN

1. Sejarah Dan Perkembangan SKH *Kompas*

Harian *Kompas* mulai terbit di Jakarta pada 28 Juni 1965. Harian ini diterbitkan oleh sejumlah wartawan yang waktu itu telah sukses menerbitkan majalah bulanan *Intisari*; antara lain P.K Ojong dan Jakob Oetama- masing-

masing menjadi Pemimpin Umum dan Pemimpin Redaksi Kompas (Satrio, 2011:34). Pada mulanya kantor redaksi Kompas masih menumpang di rumah Jakob Oetama kemudian berpindah menumpang ke kantor redaksi Intisari di percetakan PT Tinta.

SKH *Kompas* dilahirkan dalam situasi sejarah ketika "politik menjadi panglima". Partai Politik diakui sebagai satu-satunya organisasi sosial yang boleh menyalurkan aspirasi politik masyarakat. Karena itu setiap surat kabar yang terbit pada waktu itu diharuskan untuk mengaitkan dirinya (berafiliasi) dengan salah satu partai politik yang ada. Dalam hal ini Kompas memilih berafiliasi dengan Partai Katolik yang waktu itu dipimpin oleh IJ Kasimo. Setelah keharusan berafiliasi ini ditiadakan Kompas melepaskan diri dari Partai Katolik dan menjadi independen (Satrio, 2011:35).

Awalnya urusan sirkulasi dan administrasi harian *Kompas* ditangani oleh PT Kinta yang sudah puluhan tahun berpengalaman menangani administrasi koran *Keng Po, Star Weekly, Mingguan Djaja, Koran Pos Indonesia*, dan *Sinar Harapan*. Hal itu dilakukan karena Ojong duduk sebagai salah satu pimpinan PT Kinta. Awal persebaran *SKH Kompas* dilakukan dengan penawaran dari mulut ke mulut.

Pada hari pertama terbit yaitu tanggal 28 Juni 1965, Harian *Kompas* perdana terbit empat halaman dengan jumlah kolom masing-masing halaman sembilan. Sebanyak 20 Berita ditampilkan pada halaman 1, dengan rincian 11 berita luar negri dan tujuh berita dalam negeri. Berita utama di halaman satu berjudul "KAA Ditunda Empat Bulan." Pokok *Kompas* di kanan bawah mulai

memperkenalkan diri, “Mari ikat hati, mulai hari ini, dengan… Mang Usil.” Waktu itu iklan masih kurang dari separuh halaman. Iklan paling besar bergambar obat batuk dan cacingan. Selain itu iklan dari redaksi tentang permintaan menjadi pelanggan *Kompas* (Utami, 2007:64).

Kehadiran harian *Kompas* segera mendapatkan reaksi pertentangan dari media massa komunis. Mereka bahkan memberi julukan *SKH Kompas* sebagai kependekan dari “Komandan Pastor”. Tetapi, PK Ojong dan Jakob Oetama tetap bekerja keras dan mengelola koran ini hingga PK Ojong meninggal dunia tahun 1980 (Utami, 2007:64).

Seiring dengan adanya pemberontakan G30S/PKI tanggal 30 September 1965, *Kompas* dan hampir semua koran di Jakarta tidak boleh terbit. Hanya dua surat kabar dan dua kantor berita yang diizinkan terbit yaitu Suratkabar Angkatan Bersenjata, Berita Yudha, LKBN Antara, dan Pemberitaan Angkatan Bersenjata. Pada tanggal 6 Oktober 1965, *Kompas* boleh terbit kembali (Nugroho, 2013:169).

Setelah itu halaman Kompas terus bertambah. Sejak tanggal 2 November 1986, setiap seminggu sekali jumlah halaman berubah dari 12 halaman menjadi 16 halaman. Tanggal 14 Maret 1990, kembali bertambah dalam seminggu menjadi tiga hari penerbitan dengan jumlah halaman 16.

Begitupun, 1 April 1991 kembali meningkat, 16 halaman setiap harinya. Dua tahun kemudian, 22 September 1983, setiap tiga hari dalam satu minggu Kompas terbit 20 halaman, dan menjadi setiap hari 20 halaman semenjak terbitan 1 Februari 1994. Satu tahun kemudian, 20 Maret 1995, Kompas membagi dua seksi dalam setiap terbitannya, yaitu 12 halaman bagian pertama dan 8 halaman

bagian kedua. Perluasan halaman kembali terjadi, 8 April 1996 terbit menjadi 24 halaman setiap hari (Nainggolan dalam Sularto (ed), 2007:158).

Pertambahan halaman juga diiringi dengan peningkatan oplah. Setelah tahun 1980-an oplahnya mengalami perkembangan pesat. Pada tahun 1986 misalnya 600.000 per tahun. Sekarang rata-rata oplah SKH *Kompas* 500.000 eksemplar (Senin-Jumat), dan sekitar 600.000 eksemplar di hari Sabtu-Minggu. Salah satu oplah terbesar dicapai pada peringatan 100 tahun Bung Karno yakni 750.000 dalam edisi khusus (Utami, 2007:65).

Selama pemerintahan Orde Baru, tepatnya pada tahun 1972, *Kompas* dan lima koran lainnya melanggar peraturan pemerintah dan sempat terkena larangan terbit selama dua minggu (Hill, 2011:38). Pada masa pemerintahan itu pula SKH *Kompas* dan perusahaan media lainnya diwajibkan berbadan hukum yakni dengan adanya UU Pokok Pers Tahun 1982 dan pemberlakuan Surat Izin Usaha Penerbitan Pers / SIUPP (Wahyuni, 2004:163).

Peraturan Menteri Penerangan menetapkan yayasan tidak lagi profesional sebagai penerbit koran. Yayasan Bentara Rakyat diganti PT Kompas Media Nusantara sebagai penerbit Kompas sejak 1985. Yayasan Bentara Rakyat ditetapkan sebagai "payung" kegiatan usaha KKG. Sejak tahun 1969, *Kompas* menjalankan bisnisnya sendiri meninggalkan PT Kinta (Nainggolan dalam Sularto (ed), 2007:149).

Oktober 1965 redaksi SKH *Kompas* pindah ke Pintu Besar Selatan 86-88 pada Oktober 1965. Kantor redaksi SKH *Kompas* bergabung dengan Intisari. Pada saat yang sama dipersiapkan kantor untuk bidang bisnis (iklan, sirkulasi, toko

buku Gramedia, Radio Sonora) di Jalan Gajah Mada 104. Tahun 1972, redaksi Kompas pindah ke Jalan Palmerah Selatan (Nainggolan dalam Sularto (ed), 2007:153).

Dalam upaya mengikuti revolusi besar dalam bidang teknologi telekomunikasi serta untuk meningkatkan layanan terhadap pembacanya, *SKH Kompas* membuka *homepage* pada jaringan internet dengan sebutan "Kompas Cyber Media dengan alamat www.kompas.com. Dengan adanya teknologi ini, siapa saja dan di mana saja bisa mengakses informasi dari *Kompas* (Utami, 2007:66).

2. Visi, Misi, dan Nilai-nilai Dasar SKH *Kompas*

Motto *Kompas* adalah "Amanat Hati Nurani Rakyat" dapat dibaca di bawah logo "KOMPAS". Motto ini menggambarkan visi dan misi bagi disuarakannya hati nurani rakyat. Koran ini ingin berkembang sebagai institusi pers yang mengedepankan keterbukaan, meninggalkan pengotakan latar belakang suku, agama, ras, dan golongan. Selain itu, *Kompas* ingin menempatkan kemanusiaan sebagai nilai tertinggi, mengarahkan fokus perhatian, dan tujuan pada nilai-nilai tertinggi, mengarahkan fokus perhatian dan tujuan pada nilai-nilai yang transenden dan mengatasi kepentingan kelompok (Utami, 2007:66).

a. Visi *Kompas*

"Menjadi institusi yang memberikan pencerahan bagi perkembangan masyarakat Indonesia yang demokratis dan bermartabat, serta menjunjung tinggi asas dan nilai kemanusiaan (Satrio, 2011:36).

Dalam kiprahnya dalam industri pers "Visi KOMPAS" berpartisipasi membangun masyarakat Indonesia baru berdasarkan Pancasila melalui prinsip humanisme transedental (persatuan dalam perbedaan) dengan menghormati individu dan masyarakat adil dan makmur. Secara lebih spesifik bisa diuraikan sebagai berikut:

1) KOMPAS adalah lembaga pers yang bersifat umum dan terbuka.
2) KOMPAS tidak melibatkan diri dalam kelompok-kelompok tertentu baik politik, agama, sosial, atau golongan, ekonomi.
3) KOMPAS secara aktif membuka dialog dan berinteraksi positif dengan segala kelompok.
4) KOMPAS adalah koran nasional yang berusaha mewujudkan aspirasi dan cita-cita bangsa.
5) KOMPAS bersifat luas dan bebas dalam pandangan yang dikembangkan tetapi selalu memperhatikan konteks struktur kemasyarakatan dan pemerintahan yang menjadi lingkungan (dalam Marota, 2011:115).

b. Misi *SKH Kompas*

"Mengantisipasi dan merespon dinamika masyarakat secara profesional, sekaligus memberi arah perubahan (*trendsetter*) dengan menyediakan dan menyebarluaskan informasi yang terpercaya (Satrio, 2011:37).

Kompas berperan serta ikut mencerdaskan bangsa, menjadi nomor satu dalam semua usaha diantara usaha-usaha lain yang sejenis dalam kelas yang sama. Hal tersebut dicapai melalui etika usaha bersih dengan melakukan kerja sama

dengan perusahaan-perusahaan lain. Hal ini dijabarkan dalam lima sasaran operasional:

1) KOMPAS memberikan informasi yang berkualitas dengan ciri cepat, cermat, utuh, dan selalu mengandung makna.
2) KOMPAS memiliki bobot jurnalistik yang tinggi dan terus dikembangkan untuk mewujudkan aspirasi dan selera terhormat yang dicerminkan dalam gaya kompak, komunikatif, serta kaya nuasa kehidupan dan kemanusiaan.
3) Kualitas informasi dan bobot jurnalistik dicapai melalui upaya intelektual yang penuh empati dengan pendekatan rasional, memahami jalan pikiran dan argumentasi pihak lain, selalu berusaha mendudukkan persoalan dengan penuh pertimbangan tetapi tetap kritis dan teguh pada prinsip.
4) Berusaha menyebarkan informasi seluas-luasnya dengan meningkatkan tiras.
5) Untuk dapat merealisasikan visi dan misi KOMPAS harus memperoleh keuntungan dari usaha. Namun keuntungan yang dicari bukan sekadar demi keuntungan itu sendiri tetapi menunjang kehidupan layak bagi karyawan dan pengembangan usaha sehingga mampu melaksanakan tanggung jawab sosialnya sebagai perusahaan (*KOMPAS Company Profile* dalam Utami, 2007:68).

c. Nilai-nilai Dasar *SKH Kompas*

Seluruh kegiatan dan keputusan *Kompas* berdasarkan pada nilai-nilai berikut:

1) Menghargai manusia dan nilai-nilai kemanusiaan sesuai dengan harkat dan martabatnya

2) Mengutamakan watak baik

3) Profesionalisme

4) Semangat kerja tim (dalam Marota, 2011:116)

3. Struktur Organisasi Harian Kompas *(Sumber: Koran Kompas)*

Struktur organisasi pengurus harian *Kompas* adalah sebagai berikut:

Pendiri	: PK Ojong (1920-1980), Jakob Oetama
Pemimpin Umum	: Jakob Oetama
Wakil Pemimpin Umum	: Agung Adiprasetyo, St.Sularto
Pemimpin Redaksi/ Penanggung Jawab	: Rikard Bagun
Wakil Pemimpin Redaksi	: Trias Kuncahyono, Budiman Tanuredjo, Ninuk Mardiana Pambudy
Redaktur Pelaksana	: James Luhulima
Wakil Redaktur Pelaksana	: Mohammad Bakir, Bambang Sigap Sumantri
Sekretaris Redaksi	: Retno Bintarti, M.Nasir
GM Diklat	: F. Harianto Santoso
Manajer Diklat	: Sri Fitrisia Martisasi
Direktur Bisnis	: Hardanto Subagyo

4. Kebijakan Redaksional

Kebijakan redaksional (*editorial policy*) suatu media merupakan penjabaran dari tujuan media yang mendasari langkah media dalam menyajikan informasi. Selain tujuan media, kondisi objektif pembaca juga menjadi pertimbangan dalam menentukan kebijakan redaksional ini. Kebijakan

redaksional ini menjadi standar kelayakan suatu informasi yang akan ditampilkan dalam media.

Harian *Kompas* menerapkan kebijakan redaksional yang mengacu pada visi dan misi. Kebijakan redaksional terdiri atas mekanisme kerja redaksi, rubrikasi, dan proses produksi berita atau alur berita harian.

1. Mekanisme Kerja Redaksi

    a. Perencanaan

Dilaksanakan rapat pagi dalam merencanakan berita yang akan dimuat berdasarkan adanya undangan berita acara yang diterima, peliputan berita sesuai desk, dan penetapan event tertentu di mana dalam upaya pencarian berita disesuaikan dengan aktualitas peristiwa yang terjadi (dalam Marota, 2011:122).

    b. Pengorganisasian

Redaktur mengkoordinasikan wartawan-wartawan untuk mencari dan menulis berita sesuai dengan yang direncanakan dalam rapat pagi dan menunjuk wartawannya untuk mengerjakan tugas-tugas pencarian berita tersebut (dalam Marota, 2011:123).

    c. Pelaksanaan

Dilaksanakan rapat sore untuk menetapkan berita yang akan dimuat dalam surat kabar (dalam bentuk yang belum jadi) dan membuat *headline* berita. Apabila data belum akurat maka akan ditambah atau dicari lagi. Setelah data berita akurat, berita disunting oleh desk sunting. Setelah disetujui, kemudian disunting dalam bentuk *lay out* koran untuk dicetak. *Deadline* ditetapkan pukul 23.00 WIB.

Percetakan dimulai pukul 01.00 WIB. Pencetakan sesuai dengan jumlah oplah (dalam Marota, 2011:123).

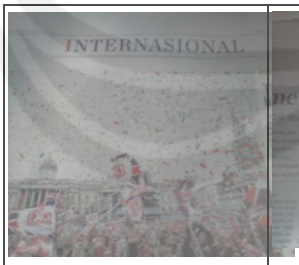
d. Pengevaluasian

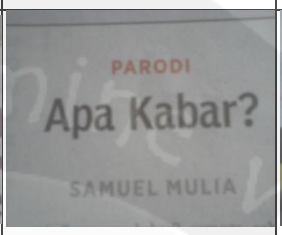
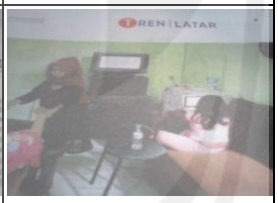
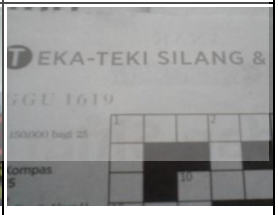
Dilakukan evaluasi di masing-masing desk/bidang redaktur, selain mengevaluasi berdasarkan masukan dari pembaca yang menelepon atau mengirimkan fax/email. Evaluasi akan dibahas pula dalam rapat Rabu (rapat mingguan) sebagai dasar perencanaan yang juga akan dibahas dalam rapat pagi. Hal-hal yang bisa dievaluasi antara lain pencetakan susunan huruf dan kata-kata, susunan berita pada setiap halaman, dan isi beritanya (dalam Marota, 2011:123).

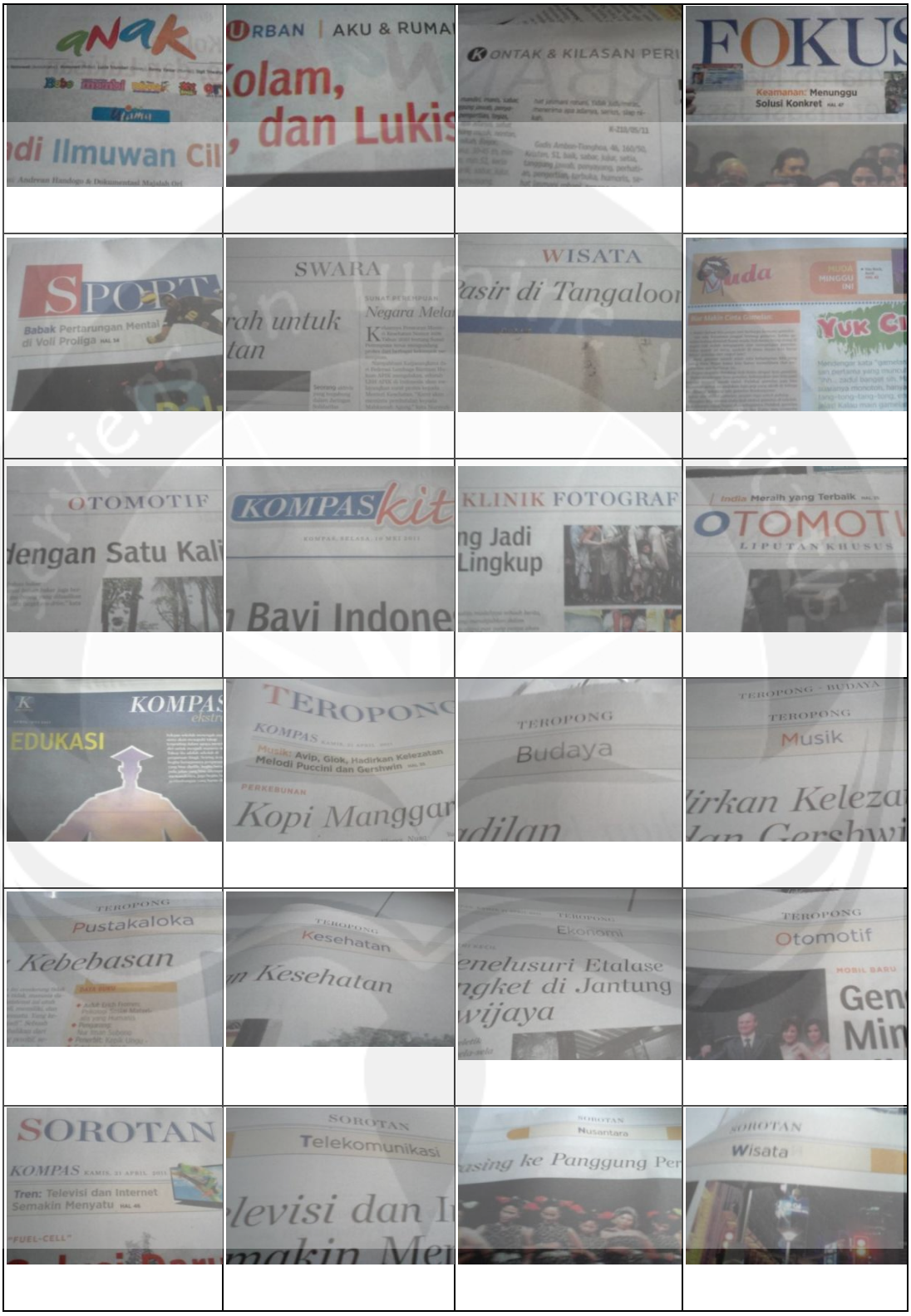
5. Rubrikasi

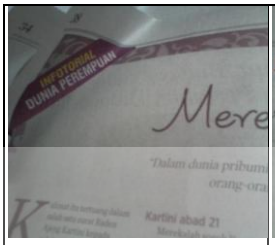
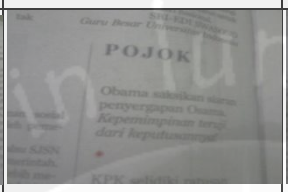
Rubrik-rubrik yang ada di setiap halaman *Kompas* berusaha untuk mengikuti perkembangan dan selera pasar. Berikut adalah tabel rubrik-rubrik di *Kompas.*

TABEL 2.1
Daftar Rubrik-rubrik SKH *Kompas*

METROPOLITAN Butuh Ker Aksi Hipnotis Siswa Berkali-	NUSANTARA aran Tergangg Ekonomis karena Buruknya Infrastruk	FOTO PEKAN IN	UMUM Proy Gang Tumpang Tin
TREN Seni: Selamatan Digital	AKSEN IRBRU antik dan Ce	 PARODI Apa Kabar? SAMUEL MULIA	PERSONA VERGI
SENI	BUKU Mencari Sosok Pem OLEH ABDUL MUID BADRUN	INFO BUKU BARU Keturunan Imigran Jawa di Surina	SENI CERPEN Ikan Kaleng OLEH EKO TRIONO
TREN	KONSULTASI Apakah K Prokrasti	KESEHATAN Kesinambungan Obat	INVESTASI Bermain Saham den OLEH ADLER HAYMANS MANURUNG	 TREN	LATAR
TREN	SANTAP Si Lokal Global	DAPUR KITA Hidangan dari I OLEH TUTI SOENARDI	TREN	HIBURAN Ati" Menya	kronik Keroncong, tapi Mesra
FILM Terorisme Bav	TREN	PERJALANAN im Semi ijing	URBAN	 EKA-TEKI SILANG &


aNak
URBAN | AKU & RUMA
KONTAK & KILASAN PERI
FOKUS
Keamanan: Menunggu Solusi Konkret
SPORT
Babak Pertarungan Mental di Voli Proliga
SWARA
WISATA
Muda
OTOMOTIF
KOMPAS kit
KLINIK FOTOGRAF
OTOMOTI
LIPUTAN KHUSUS
KOMPAS
EDUKASI
TEROPONG
Musik: Avip, Glok, Hadirkan Kelezatan Melodi Puccini dan Gershwin
PERKEBUNAN
Kopi Manggar
Budaya
TEROPONG - BUDAYA
Musik
TEROPONG
Pustakaloka
Kebebasan
Kesehatan
Ekonomi
Otomotif
SOROTAN
KOMPAS
Tren: Televisi dan Internet Semakin Menyatu
Telekomunikasi
Nusantara
Wisata

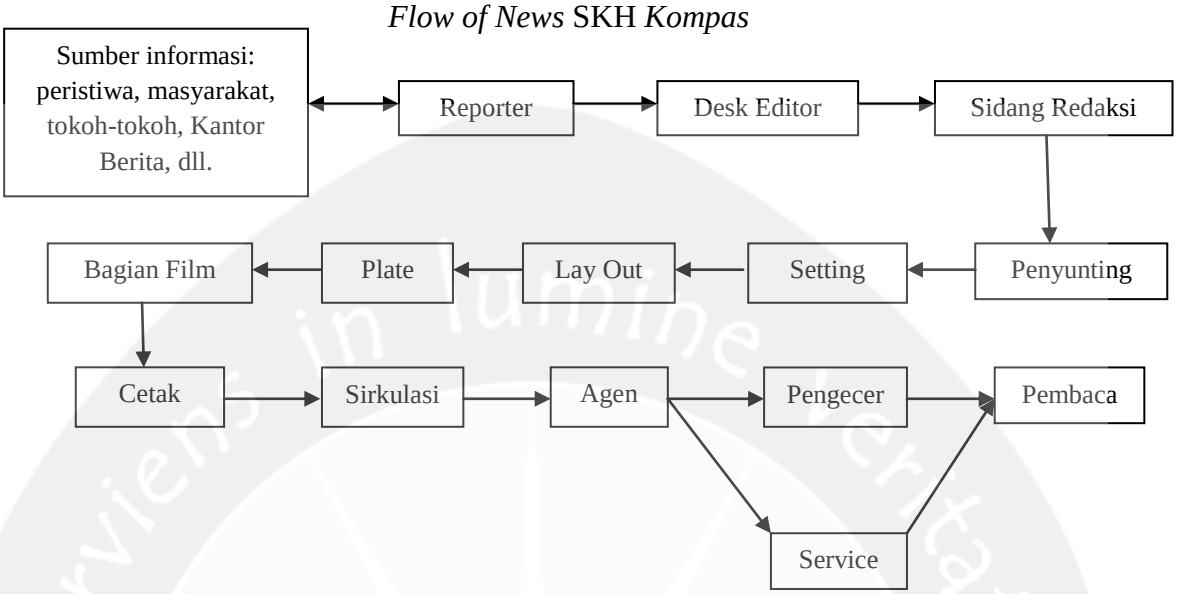
			
			Tajuk Rencana

Bisa dikatakan pada awal kemunculannya, rubrik yang ada pada *Kompas* masih mengikuti standar baku rubrik yang ada sebuah koran. Seperti tajuk rencana, opini, redaksi yth, karikatur, dan pastinya berita-berita nasional dan internasional. Namun seiring dengan penambahan oplah *Kompas* pada tahun 1983 mencapai 300.000 lebih eksemplar yang berarti menunjukkan kepercayaan pembaca bertambah, maka *Kompas* dengan naluri bisnisnya mulai merambah ke rubrik baru, yang dimulai dengan "Bola" (Nainggolan dalam Sularto (ed), 2007:156). Tahun-tahun selanjutnya, sesuai dengan penambahan jumlah halaman, *Kompas* pun menambah rubrik baru.

6. Alur Berita Harian

Pada harian *Kompas* terdapat alur proses produksi berita. Proses tersebut terdiri empat pokok kegiatan yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengevaluasian. Bagan berikut adalah alur berita harian yang digunakan untuk memudahkan proses produksi berita di *Kompas.*

BAGAN 2.1
Flow of News SKH *Kompas*



Sumber: Makalah Orientasi Karyawan Baru tahun 2006 dalam Utami, 2007:74

Dalam pemberitaannya, peran reporter dalam mencari berita yaitu dengan wawancara, reportase, atau mengambil dari kantor berita (untuk berita luar negeri). Setelah reporter mendapatkan bahan berita lalu diolah menjadi naskah berita yang akan diserahkan reporter ke desk masing-masing untuk kemudian dilakukan proses pengeditan. Setelah melakukan pengeditan, naskah berita itu dibawa editor ke sidang redaksi untuk penentuan halaman. Baru kemudian dibawa ke bagian sunting untuk dilakukan proses penyuntingan, yang mana menekankan pada masalah teknik penulisan.

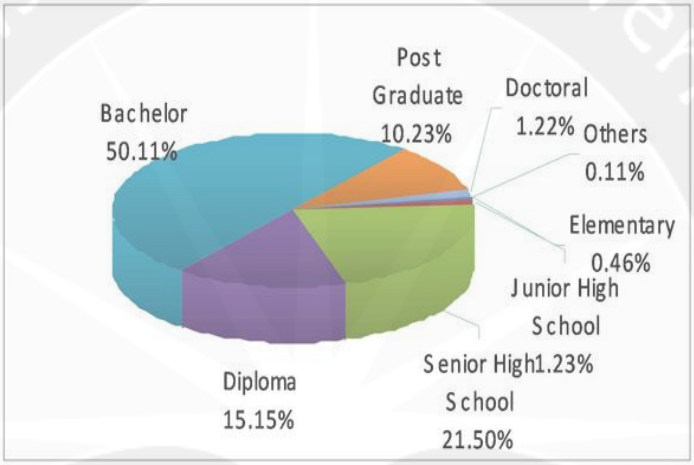
Setelah proses penyuntingan adalah tahapan mengatur tata letak di mana naskah berita disesuaikan dengan *dummy* (contoh cetakan). Setelah keluar dari *lay out* dalam bentuk *dummy,* bahan berita tersebut diserahkan ke bagian film untuk selanjutnya proses pencetakan menjadi koran. Koran-koran yang telas selesai dicetak kemudian diserahkan ke bagian sirkulasi untuk selanjutnya didistribusikan ke agen-agen dan pengecer hingga sampai ke pembaca.

7. Profil Pembaca

a) Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Dilihat dari sisi tingkat pendidikan, sebanyak 50,11 persen pembaca harian *Kompas* berasal dari latar belakang strata satu, 15,15 persen dari kalangan diploma, dan sebanyak 10,23 persen berasal dari kalangan pendidikan strata dua.

GRAFIK 2.1
Profil Pembaca *Kompas* Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2008

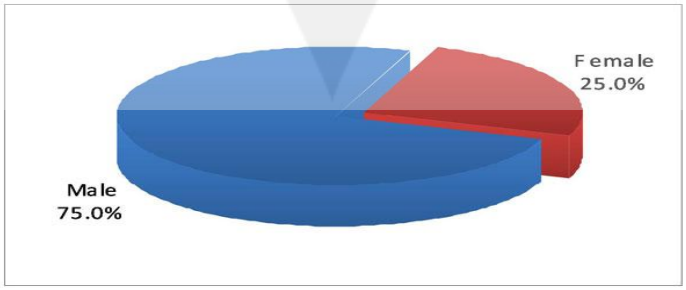


Sumber: Media Kit *Kompas* 2011

b) Berdasarkan Jenis Kelamin

Jika ditinjau dari jenis kelamin, harian *Kompas* ditunjukkan untuk para pembaca laki-laki yakni sebesar 75 persen, sementara pembaca perempuan hanya sejumlah 25 persen.

GRAFIK 2.2
Profil Pembaca *SKH Kompas* Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2008

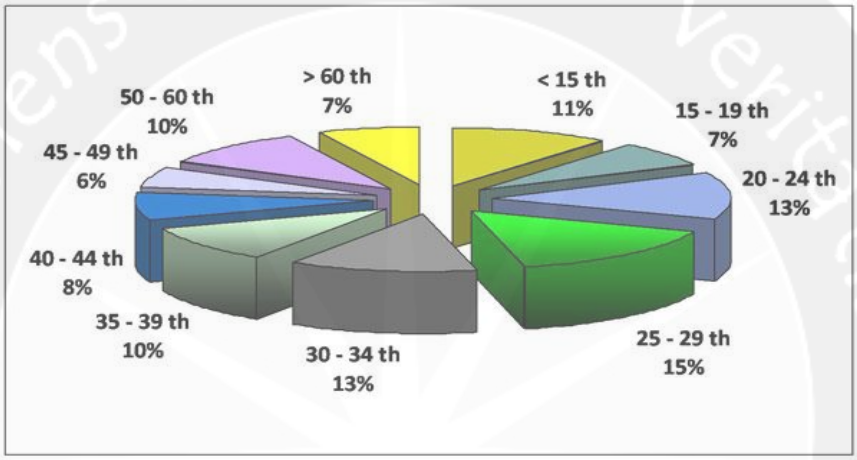


Sumber: Media Kit *Kompas* 2011

c) Berdasarkan Usia

Bila dilihat dari segi usia, pembaca *Kompas* paling banyak berada pada rentang usia 25-29 tahun sebanyak 15 persen, sementara pada usia 45-49 hanya terdapat 6 persen yang membaca.

GRAFIK 2.3
Profil Pembaca *Kompas* Berdasarkan Usia Tahun 2008



Sumber: Media Kit *Kompas* 2011