

## **BAB II**

### **DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

Pada Bab ini peneliti akan menjabarkan hal-hal yang berkaitan dengan objek penelitian, sejarah perkembangan pers di Indonesia dari zaman orde lama hingga reformasi. Selain itu akan dijelaskan juga mengenai gambaran umum objek penelitian yaitu spesialisasi dan konglomerasi pada Surat Kabar Harian Kompas, Jawa Pos dan Republika yang pada akhirnya berimbas terhadap pemberitaan media yang cenderung memihak kepada salah satu Calon Presiden dan Wakil Presiden. Peneliti juga akan memberikan gambaran umum terkait pencalonan Presiden dan Wakil Presiden 2019-2024.

#### **A. Perkembangan Pers di Indonesia**

Sejarah perkembangan pers di Indonesia dimulai dengan terbitnya surat kabar pertama yang diterbitkan oleh pemerintah kolonial Belanda antara lain *Bataviasche Nouvelles* (Agustus 1744-1746), lalu disusul *Bataviasche Courant* (1817) dan *Bataviasche Advertentieblad* (1827). Pola dan corak pemberitaan yang berorientasi pada upaya untuk mempertahankan kekuasaan serta mensosialisasikan program pemerintahan yang dinilai baik dan mendukung kebijakan pemerintah kolonial Belanda. Puluhan tahun berselang tepatnya pada tahun 1855 surat kabar pertama berbahasa jawa terbit di Surakarta dengan nama *Bromartani* lalu disusul oleh surat kabar berbahasa melayu seperti surat kabar *Selompret Melajoe* (Semarang, 1860), *Bintang Timoer* (Surabaya, 1862), *Djoeroe Martani* (Surakarta, 1864), dan *Biang Lala* (Jakarta, 1867). Perkembangan pers tersebut ternyata memberikan dampak yang signifikan terhadap pemanfaatan media cetak sebagai sarana untuk membangkitkan kesadaran berbangsa (Hutagalung, 2013 : 55).

Beberapa lembaga pers perjuangan yang muncul pada pra kemerdekaan antara lain; *Boedi Utomo* (1908), *Indische Partij* (1911), *Sarekat Islam* (1912), *Perhimpunan Indonesia* (1922), *Partai Komunis Indonesia* (1926), dan *Partai Nasional Indonesia*

(Hamad, 2004 : 61). Pers berperan besar dalam mengobarkan semangat juang melawan penjajah dan pada saat Indonesia mendeklarasikan kemerdekaannya pers berperan besar dalam menyebarkan informasi perjuangan kemerdekaan dan Proklamasi Kemerdekaan Indonesia ke seluruh penjuru Nusantara (Kaligis, 2011 : 86).

### **1. Pers Orde Lama**

Seiring perkembangannya, di masa orde lama muncul tradisi hubungan pers dan organisasi politik yang mulai erat terjalin. Sebagai contoh, surat kabar Fikiran Ra'jat dengan Partai Indonesia (Partindo), yang di mana Presiden Soekarno kerap kali menyumbangkan tulisan-tulisannya mewakili Partindo lalu dimuat di surat kabar Fikiran Ra'jat. Organisasi politik lainnya yang berafiliasi dengan pers antara lain Partai Indonesia Raya (Parindra) dengan sebelas penerbitan, Muhammadiyah empat penerbitan, dan Gerakan Rakyat Indonesia (Gerindo) dua penerbitan. Pada tahun 1959 – 1965 memasuki fase demokrasi terpimpin, pemerintah mengeluarkan kebijakan yang mengharuskan pers untuk mendukung politik pemerintah (Hamad, 2004 : 71).

Pemerintah saat itu menekan pers untuk menitik fokuskan fungsinya sebagai alat ideologisasi dan medium manifesto politik pemerintah yang merujuk pasal 2 UU Nomor 11. Tahun 1966 tentang ketentuan pokok pers yang menyebutkan media sebagai bagian kekuatan progresif, revolusioner dalam menentang imperialisme, kolonialisme, neo-kolonialisme, feodalisme, liberalisme, komunisme dan fasisme (Mukhijab, 2015 : 106).

Setelah melewati masa awal kemerdekaan (1945 - 1950), gelombang pers partisan kembali membahana sejalan dengan pasang surutnya sistem perpolitikan di Indonesia. Praktik pers liberal menjadi corong partai yang tak terhindarkan pasca berlakunya UUD 1950. Di antaranya ada surat kabar Suluh Marhaen yang berafiliasi dengan Partai Nasional Indonesia (PNI), surat kabar Abadi berafiliasi dengan Masyumi, surat kabar Duta Masyarakat berafiliasi dengan Partai Nahdhatul Ulama (NU), surat kabar

Bintang Timur dan Harian Rakyat berafiliasi dengan Partai Komunis Indonesia (PKI), surat kabar Pedoman dan Indonesia Raya berafiliasi dengan Partai Sosialis (Junaedi, 2014 : 7). Di era kejayaan Soekarno, pers diatur sedemikian rupa menjadi alat “propaganda” revolusi Soekarno. NASAKOM adalah program besar pemerintah pada saat itu, program yang dikonsepsi oleh Soekarno dengan menggabungkan orientasi politik nasionalis, agama dan komunis. Surat kabar yang tak mendukung kebijakan pemerintah pun dibredel sehingga kritik terhadap pemerintahan Soekarno kian melunak (Kurnia, 2017 : 315).

Pada tahun 1959 sampai 1965 pers PKI dan pers Non PKI memberi warna tersendiri bagi perjalanan pers di Indonesia. Pers PKI bergelora, kekuasaan tunggal berada di bawah kekuasaan Soekarno. Beberapa surat kabar milik pendukung PKI seperti Harian Rakjat, Bintang Timur, Warta Bhakti, Gelora Indonesia, Kebudayaan Baru (Jakarta), Terompet Masyarakat (Surabaya), Harian Harapan dan Gotong Rojong (Medan) menjadi terompet partai dalam berbagai persoalan politik. perlawanan dari pihak pers anti PKI pun tak kalah sengitnya, beberapa yang tergabung antara lain Duta Masyarakat, Sinar Harapan, Merdeka, Berita Indonesia. Namun ketika sengitnya peperangan pers pro-PKI dan anti-PKI memuncak, beberapa pers anti-PKI tersebut bergabung ke dalam BPS (Barisan Pendukung Soekarnoisme) (Hamad, 2004 : 73). Hal ini membuktikan bahwa perkembangan pers di Indonesia tidak terlepas dari pengaruh kekuatan politik pemerintah yang dinamis.

## **2. Pers Orde Baru**

Pasca penggulingan rezim orde lama, banyak pers pro-PKI dibredel setelah meletusnya peristiwa Gerakan 30 September Partai Komunis Indonesia (G30S/PKI). Semenjak itu paham komunisme dilarang dan kekuasaan beralih kepada pemerintahan orde baru. Pada era rezim Soeharto, pers secara tidak langsung digiring untuk memihak terhadap pemerintah yang berkuasa, yang artinya pers tidak diperbolehkan memberitakan

sesuatu yang bertentangan dengan program pemerintah orde baru. Tanggung jawab pers bukan pada masyarakat melainkan pada rezim penguasa (Hutagalung, 2013 : 56).

Untuk mengontrol pemberitaan pers yang menyimpang dari kehendak penguasa, pemerintah mengeluarkan undang-undang pers pertama yaitu UU No. 11 Tahun 1966. Lalu pengembangan pers nasional lebih lanjut diwujudkan dengan munculnya UU No. 21 Tahun 1982 sebagai penyempurna UU No. 11 Tahun 1966. Penciptaan lembaga Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) yang mencerminkan usaha nyata ke arah pelaksanaan kebebasan pers yang sepenuhnya dikendalikan oleh pemerintah, suatu bentuk pengadopsian terhadap teori pers ototriner. Pemerintah Orde Baru menganggap bahwa pers yang bebas akan dapat mengganggu stabilitas negara, keamanan dan kepentingan umum. Atas dasar itulah SIUPP diberlakukan dan dikontrol dengan ketat (Hamad, 2004 : 63).

Intervensi berlebihan pemerintah terhadap pers kala itu berimplikasi buruk terhadap independensi media. Saat itu, tidak ada satupun pers yang mempunyai sikap independen dan kritis terhadap roda pemerintahan, karena pemerintah berupaya dengan berbagai cara untuk mengontrol pers secara represif. Tidak segan-segan pemerintah pada saat itu mempraktikkan ‘budaya telepon’ untuk menteror kebebasan, bahkan pemerintah memberhentikan pasokan kertas koran, melakukan pembredelan penerbitan hingga menghilangkan nyawa-nyawa wartawan. Hal tersebut merupakan konsekuensi yang diterima ketika pemberitaan pers mengkritik atau menyimpang dari kehendak penguasa orde baru. Berikut beberapa media cetak surat kabar dan majalah yang dibredel dan dicabut SIUPP nya karena dianggap merusak kewibawaan dan kepercayaan terhadap pemerintah (Harahap, 2000 : 137) antara lain:

**Tabel 1**

**Pencabutan SIUPP Surat Kabar dan Majalah**

No	Nama Surat Kabar	Kota
1.	Harian Sinar Harapan	Jakarta
2.	Harian Prioritas	Jakarta
3.	Majalah Editor	Jakarta
4.	Majalah Tempo	Jakarta
5.	Tabloid Detik	Jakarta
6.	Tabloid Monitor	Jakarta

Sumber: Harahap, 2000 : 139

Tidak adanya kebebasan berpendapat dan kebebasan pers pada masa Orde Baru membuat media massa di Indonesia tidak bisa memposisikan dirinya sebagai *watch dog* (anjing pelacak) terhadap keadaan di ruang publik, serta tidak dapat menjalankan fungsinya sebagai pilar keempat demokrasi yang seharusnya media memposisikan diri sebagai lembaga yang netral dan tidak memihak terhadap kelompok atau elite tertentu (Armando, 2011 : 28).

### **3. Pers Reformasi**

Pasca runtuhnya pemerintahan orde baru tanggal 21 Mei 1998, posisi Soeharto sebagai Presiden digantikan oleh Wakil Presiden BJ. Habibie. Momentum ini membawa Indonesia ke babak baru yakni “era reformasi” yang artinya Indonesia telah memasuki perubahan sistem pemerintahan dari otoriter menuju sistem demokrasi yang berarti seluruh warga negaranya memiliki hak yang sama dalam pengambilan keputusan, memiliki kebebasan berpendapat dan sebagainya. Upaya reformasi tersebut juga memberi dampak yang signifikan terhadap perkembangan media massa yang lebih fleksibel, adil bebas dan bertanggung jawab (Syam, 2006 : 71).

Selain berhasil melengserkan Soeharto dari tahta kepemimpinannya, gerakan reformasi 1998 yang dimotori oleh mahasiswa dan kalangan sivitas akademik juga berhasil melahirkan peraturan perundang-undangan baru sebagai pengganti undang-undang yang menyimpang dari nilai-nilai Pancasila, yaitu Undang-undang No. 40 Tahun 1999 tentang pers. Berbeda dengan UU No. 11 Tahun 1966 dan UU No. 21 Tahun 1982 yang memberi kewajiban penuh kepada pemerintah untuk mengontrol sistem pers, UU No. 40 Tahun 1999 ini lebih memberi kewenangan kontrol kepada masyarakat antara lain terletak pada pasal 15 ayat (1) yang menyatakan bahwa “dalam upaya mengembangkan kemerdekaan pers dan meningkatkan kehidupan pers nasional, dibentuk dewan pers yang independen”. Adapun pasal 17 menyatakan bahwa masyarakat dapat melakukan kegiatan untuk mengembangkan kemerdekaan pers dan menjamin hak memperoleh informasi yang diperlukan, kegiatan tersebut berupa memantau dan melaporkan analisis mengenai pelanggaran hukum, etika dan kekeliruan teknis pemberitaan yang dilakukan oleh pers; dan menyampaikan usulan dan saran kepada Dewan Pers dalam rangka menjaga dan meningkatkan kualitas pers nasional (Saptohadhi, 2011 : 129).

Di era globalisasi ini, pers Indonesia tidak lagi membahas mengenai pers perjuangan yang menghadirkan tokoh-tokoh nasional pejuang kemerdekaan ataupun pers pembangunan yang banyak menjadi liputan pers orde baru yang berlandaskan Pancasila. Kisah-kisah tokoh pers tersebut menjelma menjadi komoditas, globalisasi menyambungkan ekspansi kultur campur ekonomi ke banyak wilayah. Batas-batas geografis politik, kebangsaan, kenegaraan dan lainnya luntur (Septiawan, 2017 : 318).

Pada era keterbukaan ini, rakyat Indonesia termasuk jurnalis juga mulai menikmati kebebasan berbicara, berpendapat, mengkritik dan berorganisasi. Situasi ini diharapkan mampu menjadi solusi terhadap permasalahan yang terjadi di masa orde lama dan orde baru, namun ternyata tidak demikian. Bahkan imbas dari kebebasan tersebut

muncul beberapa masalah baru, di antaranya (1) Pers kebablasan; Kebablasan pers bermuara pada kehidupan pers yang sebebaskan-bebasnya. Bebas dari kritik siapa pun, bebas untuk melakukan tindakan apapun, bahkan bebas untuk tidak memakai aturan apapun. (2) Maraknya monopoli kepemilikan media massa; Dalam hal ini, siapa yang memiliki modal besar maka ia bisa menguasai pers. Perubahan yang signifikan terjadi dalam perkembangan pers Indonesia, salah satunya ditandai dengan banyaknya perusahaan pers seperti surat kabar yang bermunculan, majalah, dan televisi swasta yang di dalam kepemilikannya dimonopoli oleh segelintir konglomerat saja. Sebut saja seperti Kompas Gramedia, Jawa Pos Grup, Media Indonesia Grup, Viva News dan MNC. (3) Masuknya pers asing yang tak terbendung. (4) Menghadapi Masyarakat; Permasalahan pers dewasa ini tidak lagi berhadapan dengan pembredelan pemerintah, melainkan mendapatkan tekanan dan intimidasi dari masyarakat. Masyarakat tidak mau lagi menggunakan hak jawab tetapi akan langsung melakukan demonstrasi, mendatangi kantor pers dan mengadakan ke pengadilan (Nuruddin dalam Hidayatullah, 2016 : 72).

## **B. Konglomerasi Pers di Indonesia**

### **1. Kompas dan Konglomerasi Media**

Jenderal Achmad Yani adalah orang di balik ide penerbitan harian Kompas, yang mengutarakan keinginan kepada Frans Seda untuk menerbitkan surat kabar yang berimbang, kredibel dan independen. Di awal kemunculannya, harian ini diterbitkan dengan nama Bentara Rakyat, kemudian atas usul Presiden Soekarno nama harian Bentara Rakyat berubah menjadi Harian Kompas yang berarti sebagai penunjuk arah dan jalan mengarungi lautan atau hutan rimba. (Hidayatullah, 2016 : 120).

Tepatnya pada tanggal 28 Juni 1965, PK Ojong (Petrus Kanisius Ojong atau Onong Peng Koen) bersama Jakob Oetama mendirikan Surat Kabar Kompas. Surat kabar ini terbit mingguan dengan memuat empat halaman, yang menampilkan sebelas berita

Internasional dan tujuh berita Nasional. Ketika itu Kompas belum menuliskan tajuk rencana dan penggunaan iklan masih berkisar enam buah dan diletakkan kurang dari setengah halaman koran (Mallarangeng, 2010 : 51).

Sebelum mendirikan Kompas, PK Ojong dan Jakob Oetama telah mendirikan majalah bulanan Intisari yang terbit pada tahun 1963. Majalah ini memuat 128 halaman berukuran 14 x 17,5 cm tanpa sampul. Pasca meninggalnya Petrus Kanisius Ojong (PK Ojong) pada 31 Mei 1980, Jakob Oetama adalah tulang punggung utama yang membesarkan dan mengembangkan Kompas menjadi salah satu media cetak terbesar skala nasional di Indonesia , dengan oplah mencapai 600.000 per-hari (Zulfiningrum, 2014 : 144).

Kesuksesan yang diraup Kompas selama ini juga tidak lepas dari pengaruh kebijakan redaksionalnya yang berpegang teguh pada prinsip jurnalisme “teguh dalam persoalan, lentur dalam cara”. Yang berarti bahwa pemberitaan yang disuguhkan Kompas cenderung menghindari konfrontasi dan selalu mengutamakan tenggang rasa sebagai cerminan budaya Indonesia yang menjunjung nilai kolektif (Hutagalung, 2016 : 4). Sikap pemberitaan Kompas yang sangat hati-hati ini menyebabkan Kompas mendapatkan julukan “Jurnalisme Kepiting” oleh tokoh pers Rosihan Anwar yang menggambarkan keperibadian Kompas bergerak ala kepiting yang bisa melangkah ke depan, ke samping maupun ke belakang sesuai dengan kondisi politik terkini.

Perkembangan bisnis dan konglomerasi Kelompok Kompas Gramedia (KKG) di bidang media dan non media menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan. Kompas berada di urutan ketiga dari 12 bisnis media terbesar di Indonesia dengan 10 stasiun TV, 12 jaringan radio, 88 media cetak dan 2 media online. Tak hanya merajai di bidang bisnis media, konglomerasi non media Kompas juga berkembang di berbagai bidang lain seperti

percetakan, penerbitan buku, perhotelan, industri dan pendidikan (Nugroho dalam Madu, 2016 : 190).

Berikut penjabaran konglomerasi media dan non media Kelompok Kompas Gramedia (KKG) yang terus berkembang pesat hingga saat ini.

**Tabel 2**

**Konglomerasi Bisnis Media Kelompok Kompas Gramedia**

<b>Media</b>	<b>Nama Media</b>	<b>Lokasi</b>
Surat Kabar	Harian Kompas	Jakarta
	Harian Tribun	Aceh, Kupang, Yogya, Bangka, Banjarmasin, Palembang, Kalimantan Timur, Jawa Barat, Lampung, Sulawesi Selatan, Medan dan Sumatera Selatan
	Kontan dan Warta Kota	Jakarta
	Harian Surya	Jawa Timur
Majalah	National Geographic Indonesia, National Geographic Kids, Potret Negeriku, Intisari, Princess, Barbie, Cars, Bobo, Bobo Junior, Hai, Kawanku, Girls Cantik dan Cerdas, Nova, CHIP, Info Komputer, Angkasa, What Hi-Fi?, PC Plus, Hot Game, Saji, Sedap, Bola, Soccer, Motor Plus, Digital Camera Indonesia, Citra, Otomotif, Idea, Gaya Hidup Sehat, Info Komputer, Forsel dan Oto Plus	Jakarta
Televisi	Kompas TV	Jakarta
	KTV	Jakarta
	STV	Bandung
	TV Borobudur	Semarang

	BCTV	Surabaya
	MOSTV	Palembang
	Khatulistiwa TV	Pontianak
	ATV	Malang
	Bali TV	Bali
	RBTV	Yogyakarta
	Makasar TV	Makasar
Radio	Radio Sonora	Surabaya, Yogyakarta, Palembang, Pangkal Pinang, Pontianak, Palangkaraya, Semarang, Solo, Bandung, Purwokerto, Cirebon, Banjarmasin, Serambi Aceh, Malang, Bali, Bandar Lampung, Medan dan Manado
	Motion Radio	
	Smart FM	Jakarta, Surabaya, Semarang, Palembang, Manado, Makasar, Banjarmasin, Medan dan Balikpapan
	RAL FM	Manado
	Montini FM	Manado
Daring	Kompas ePaper	
	BolaSport.com	
	Kompas.com	
	Tribunnews.com	

Sumber: (Simamora, 2016 : 103-108)

**Tabel 3**

**Konglomerasi Bisnis Non Media Kelompok Kompas Gramedia**

Perusahaan	Nama Usaha	Lokasi
Percetakan	PT. Gramedia Printing	Jakarta
	PT. Gramedia Cikarang Plant	Cikarang Bekasi

	PT. Gramedia Bandung Plant	Sumedang Jawa Barat
	PT. Antar Surya Jaya	Surabaya
	PT. Bawen Mediatama	Semarang
	PT. Medan Media Grafikatama	Sumatera Utara
	PT. Gramedia Bali Plant	Bali
Penerbit Buku	Gramedia Pustakan Utama, Elex Media Komputindo, Penerbit Buku Kompas, Kepustakaan Populer Gramedia (KPG), Bhuana Ilmu Populer (BIP), Gramedia Widiasarana Indonesia (Grasindo), M&c dan Level Comics	Jakarta
Even Organizer	PT. Dyandra Promosindo, PT. Dyamall Graha Utama/E-Mall, PT. Dyandra Communication/Diacomm (Advertising Agency), Venue Magazine, PT. Visi Lintas Film (Caldecott) dan PT. Kerabat Dyan Utama (Radyatama)	Jakarta
	PT. Samudra Dyan Praga (Exhibition Contractor)	Jakarta, Surabaya, Bali, Medan, dan Makassar
	Debindo Mitra Dyantama dan Gramedia Expo	Surabaya
	Bali Nusa Dua Convention Center	Bali
Perhotelan	Hotel Santika Premiere	Jakarta, Bandung, Bali, Malang, Manado, Semarang dan Medan
	Hotel Santika	Balikpapan, Bandung, Bogor, BSD City, Cirebon, Bali, Makasar, Pontianak, Semarang, Bangka, Surabaya, Lombok, Bengkulu dan Tasikmalaya

	Hotel Amaris	Ambon, Banjarmasin, Bandung, Bogor, Cirebon, Yogyakarta, Palangkaraya, Makasar, Bekasi, Semarang, Jakarta, Pekanbaru, Palembang, Samarinda, Gorontalo, Malang, Bali dan Singapura
	Hotel The Kayana & The Samay	Bali
	Hotel Royal Ambarukmo	Yogyakarta
Industri	PT. Graha Kerindo Utama	Jakarta
Pendidikan	Universitas Multimedia Nusantara	Tangerang
	English Language Training International (ELTI) Gramedia	Jakarta, Bogor, Bandung, Yogyakarta, Solo, Purwokerto dan lampung
Publisher Games	Digital Eight	Jakarta

Sumber: (Simamora, 2016 : 103-108)

## 2. Jawa Pos dan Konglomerasi Media

Jawa Pos adalah salah satu surat kabar bersekala nasional dengan oplah terbesar yang berpusat di Surabaya, berbeda dengan surat kabar lainnya yang kebanyakan berada di Jakarta. Jawa Pos pertama kali didirikan oleh The Chung Shen pada tanggal 1 Juli 1949 dengan nama *Djava Post*, ketika mendirikan surat kabar ini The Chung Shen masih bekerja sebagai pegawai bagian iklan bioskop di Surabaya yang setiap harinya bertugas menempelkan iklan film-film di bioskop tempat ia bekerja, dari pekerjaan inilah ia mendapat ide untuk membuat surat kabar sekaligus sebagai media promosi bioskop tersebut (Wicaksono dkk, 2015 : 17).

Dalam perkembangannya, surat kabar Jawa Pos sempat mengalami kemerosotan tajam yang mengakibatkan omzet Jawa Pos menurun drastis, tepatnya pada tahun 1982 ketika usianya menginjak 33 tahun oplah jawa pos hanya berada di angka 6.800 eksemplar

perhari, situasi ini disebabkan oleh persaingan dengan media cetak lain yang cukup ketat seperti Surabaya Post yang kala itu menguasai pasar di wilayah Surabaya. Pada tahun 1982 The Chung Shen memutuskan untuk menjual Jawa Pos kepada Eric F.H. Samola yang pada saat itu merupakan Direktur Utama PT Grafiti Pers (Penerbit Majalah Tempo) mengambil alih Jawa Pos. Dengan formasi baru dibawah kendali Eric F.H. Samola, Dahlan Iskan ditunjuk dan dipercaya sebagai pemimpin Jawa Pos (Christiani, 2015 : 205).

Di bawah kepemimpinan Dahlan Iskan Jawa Pos tumbuh menjadi raksasa di bidang bisnis media, hanya dalam kurun waktu satu dekade, perusahaan yang tak banyak dikenal ini namanya melambung tinggi menjadi salah satu dari 200 perusahaan terbaik di Indonesia menempati urutan 188 dalam daftar perusahaan pembayar pajak tahun 1990. Pada tahun 1992, Jawa Pos berhasil menjadi surat kabar ketiga terbesar di Indonesia, dengan sirkulasi oplah mencapai angka 350.000 eksemplar (Junaedi dkk, 2018 : 25). Tak hanya bergerak di media cetak saja, konglomerasi Jawa Pos di bidang bisnis media juga menyebar luas ke berbagai jenis media lainnya seperti televisi dan media online. Tak heran jika Jawa Pos Group menjadi salah satu dari 12 bisnis media terbesar di Indonesia dengan menduduki peringkat kedua terbesar setelah MNC Group yang menduduki peringkat pertama (Nugroho dalam Madu, 2016 : 190).

Berikut penjabaran konglomerasi media dan non media Jawa Pos yang terus berkembang pesat.

**Tabel 4**

**Konglomerasi Bisnis Media Jawa Pos Group**

Media	Lokasi	Nama Media
-------	--------	------------

Surat kabar	Nangroe Aceh Darussalam	Metro Aceh, Rakyat Aceh
	Bali dan Nusa Tenggara	Radar Bali, Lombok Post, Timur Ekspres
	Sumatera Utara	Sumut Pos, Pos Metro Medan, Metro Siantar, Metro Asahan, Metro Tapanuli
	Kalimantan Barat	Pontianak Pos, Harian Equator, Metro Pontianak, Kun Dian Ri Bao, Kapuas Pos, Metro Singkawang, Metro Ketapang
	Riau dan Kepulauan Riau	Riau Pos, Pekanbaru Pos, Pekanbaru MX, Dumai Pos, Batam Pos, Pos Metro Batam, Tanjung Pinang Pos
	Kalimantan Tengah	Kalteng Pos, Radar Sampit
	Sumatera Barat	Padang Ekspres, Pos Metro Padang
	Kalimantan Timur	Kaltim Pos, Metro Balikpapan, Samarinda Pos, Radar Tarakan
	Jambi	Jambi Independent, Jambi Ekspres, Pos Metro Jambi, Radar Bute, Bungo Pos, Radar Tanjab, Jambi Star, Radar Sarko, Sarolangun Ekspres, Kerinci Pos, Radar Kerinci
	Kalimantan Selatan	Radar Banjarmasin
	Sumatera Selatan	Sumatera Ekspres, Palembang Pos, Radar Palembang, Linggau Pos, Prabumulih Pos, Oku Ekspres, Lahat Pos, Harian Banyuasin, Palembang Ekspres, Enim ekspres, Ogan Ekspres
	Sulawesi Utara	Manado Pos, Posko Manado, Tribun sulut, Radar Kotabunan
	Bengkulu	Rakyat Bengkulu, Bengkulu Ekspres, Radar Selatan, Radar Lat Permai
	Gorontalo	Gorontalo Pos, Tribun Gorontalo
	Bangka Belitung	Bangka Belitung Pos
	Sulawesi Tengah	Radar sulteng, Luwuk Pos
Lampung	Radar Lampung, Rakyat Lampung, Radar Metro, Radar Tuba, Radar	

		Lampung Tengah, Radar Lampung Barat, Radar Lampung Selatan, Radar Trenggamus, Radar Kotabumi
	Sulawesi Barat	Radar Sulbar
	DKI Jakarta	Indopos, Rakyat Merdeka, Lampu Hijau, Non Stop, Guo Ji Ri Bao, Indonesia Business Today,
	Sulawesi Tenggara	Kendari Pos, Kendari Ekspres
	Banten	Satelit News, Tangsel Pos, Tangerang Ekspres, Radar Banten, Banten Raya Pos
	Sulawei Selatan	Fajar, Berita Kota Makasar, Pare Pos, Palopo Pos, Ujung Pandang Pos, Radar Baubau, Radar Balukumba, Radar Bone
	Jawa Barat	Radar Bandung, Radar Cirebon, Radar Tasikmalaya, Radar Bogor, Pasundan Ekspres, Karawang Ekspres, Radar Sukabumi, Radar Indramayu, Radar Kuningan, Radar Majalengka
	Maluku	Ambon Ekspres, Radar Ambon
	Maluku Utara	Malut Pos
	Yogyakarta	Radar Yogya
	Jawa Tengah	Radar Semarang, Radar Solo, Harian Meteor, Radar Tegal, Radar Banyumas, Radar Kudus, Radar Pekalongan
	Jawa Timur	Jawa Pos, Radar surabaya, Radar Mojokerto, Radar Malang, Malang Pos, Radar Bromo, Radar Banyuwangi, Radar Tulungagung, Radar Bojonegoro, Radar Jember, Radar Kediri, Radar Madiun, Radar Madura, Harian Bangsa, Rek Ayo Rek, Memorandum
	Papua	Cendrawasih Pos, Radar Timika
Majalah	Jawa Timur	Mentari, Liberty
Tabloid	Jawa Timur	Posmo, Nyata, Koki, Ototrend, Agrobisnis, Komputek, Nurani,

		Zigma, Gloria, Selera, Cantik, Ultima, Otomodify, Burung, Omega
Radio	Sulawesi Selatan	Fajar FM Makasar
Televisi	Berbagai Kota	JTV, JakTV, SBO TV, Riau TV, Banten TV, Bogor TV, Padang TV, Batam TV, Pal TV, Pont TV, Fajar TV, Simpanglima TV, Malioboro TV, Padjajaran TV, CB Channel, Radar TV, Jambi TV, Balikpapan TV, Samarinda TV, Radar Cirebon TV, Triarga TV, Mahkamah Konstitusi TV
Daring		Jawapos.co.id, jppn mobile, jppn online, versi digital atau berbayar

Sumber: Christiani dalam (Junaedi dkk, 2018 : 27-29).

**Tabel 5**

**Konglomerasi Bisnis Non Media Jawa Pos Group**

<b>Perusahaan</b>	<b>Jenis Usaha</b>	<b>Lokasi</b>
PT. Adhiprima Suraprinta	Pabrik Kertas	Gresik
PT. Temprina Media Grafika	<i>Web rotary offset, Printing, and finishing</i> (percetakan)	Surabaya (Karah Agung, Graha Pena dan Sumengko), Bekasi, Cengkareng, Surakarta, Semarang, Nganjuk, Jember dan Denpasar
Fangbian Dahlan Corporindo	Telekomunikasi dan internet	Surabaya dengan jangkauan Jawa Timur
PT. Prima Elektrik Power	<i>Independent power plant</i>	Surabaya
PT. JePe Press Media Utama (JP Books)	Penerbitan, toko buku <i>online</i>	Surabaya
Deteksi Basketball League	Event organizer kejuaraan basket tingkat pelajar sekolah menengah, menangani kompetisi profesional tahun 2010-2015	Surabaya dengan jangkauan kegiatan nasional
PT. Jawa Pos Sportindo	Mengelola	Surabaya

	kepemilikan klub sepak bola persebaya sejak 2017. Pengelolaan persebaya juga mencakup pengelolaan persebaya store	
--	---	--

Sumber: Christiani dalam (Junaedi dkk, 2018 : 27-29).

### 3. Republika dan Konglomerasi Media

Sejarah kemunculan Republika tidak dapat dipisahkan dari peran Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan upaya panjang para wartawan profesional muda yang dipimpin oleh Zaim Uchrowi. Pada tanggal 4 Januari 1993 melalui prakarsa ICMI, surat kabar harian Republika di bawah naungan PT. Abdi Bangsa terlahir dan ikut serta menyemarakkan media di tanah air. ICMI bukan hanya sekedar ikatan muslim biasa, namun lebih dari itu ICMI juga amat efektif sebagai mekanisme menetralkan politik islam serta menyalurkan ide-ide yang telah disaring ke dalam kebijakan pemerintahan. Pada tahun 70-an sampai 80-an, representasi kekuatan politik Islam melekat erat pada ICMI, yang dalam sejarahnya termarginalkan dari kekuasaan orde baru, sehingga bisa dikatakan bahwa Republika muncul sebagai media penanding terhadap media cetak non-Islam yang sudah eksis sebelumnya (Hill, 2011 : 155).

Ideologi yang dianut oleh Republika adalah ideologi Kebangsaan, Kerakyatan dan Keislaman dengan tujuan mempercepat terbentuknya '*civil society*' serta masyarakat yang beradab dan memiliki prinsip moral yang luhur demi terciptanya kestabilan dalam bermasyarakat. Orientasi tersebut yang sehari-hari dituangkan Republika dalam bentuk sajian dan informasi yang islami dalam wajah yang moderat (Hamad, 2004 : 122).

Dengan dukungan penuh ICMI, Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) pun mudah didapat karena BJ Habibie selaku ketua ICMI mendapat dukungan dari Presiden Soeharto untuk mengembangkan SKH Republika. Selain itu, beberapa tokoh pendiri PT. Abdi Bangsa adalah sejumlah orang yang memiliki posisi kuat dan memiliki kedekatan

dengan penguasa Orde Baru yang terdiri dari beberapa menteri dan pengusaha. Republika menerjemahkan semua ini menjadi sekumpulan modal. Sepanjang tahun 1993, Surat kabar ini secara teratur menurunkan daftar panjang berisi sejumlah nama pembeli saham Republika. Tepatnya pada bulan Agustus 1993 penjualan surat kabar harian Republika mencapai angka 125.000 eksemplar. Menanggapi pencapaian ini, Parni Hadi selaku redaktur Republika mengklaim bahwa 1,3 juta saham telah terjual. Ini bukti bahwa Republika mendapat respon positif di kalangan pembaca dan menandakan bahwa ada pasar yang tersedia untuk surat kabar harian berkualitas yang menyebarkan nilai-nilai Islam progresif yang diproduksi secara profesional dengan pola pikir liberal (Hill, 2011 : 157).

Cikal bakal Group Mahaka Media bermula dari transformasi PT Abdi Bangsa menjadi PT Mahaka Media yang mayoritas sahamnya dikuasai oleh Erick Tohir. Perjalanan bisnis PT Mahaka Media tergolong cukup ekspansif, seiring perkembangannya, Mahaka Group tidak hanya bergerak di bidang bisnis media cetak, televisi dan radio saja, akan tetapi sudah mengembangkan bisnisnya di bidang non media seperti mendirikan event organizer, manajemen artis, rumah produksi dan lain-lain (Nainggolan, 2017 : 171).

Berikut penjabaran konglomerasi dan ekspansi bisnis PT Mahaka Media di bidang media maupun non media yang berkembang hingga saat ini.

**Tabel 6**

**Konglomerasi Bisnis Media Mahaka Media**

<b>Media</b>	<b>Nama Media</b>	<b>Lokasi</b>
Surat kabar	Republika dan Harian Indonesia	Jakarta
Majalah	Majalah A+, Golf Digest Indonesia, Parents Indonesia dan Majalah Area	Jakarta
Televisi	Jak TV dan Alif TV	Jakarta

Radio	Gen FM	Jakarta dan Surabaya
	Jak FM	Jakarta
	Female FM	Jakarta dan Semarang
	Delta FM	Bandung dan Jakarta
	Prambors FM	Solo, Semarang Yogyakarta, Bandung, Jakarta, Surabaya, Makassar dan Medan
Daring	Republika.co.id	
	Rileks.com	
	Rajakarcis.com	

Sumber: (Lim, 2012 : 13)

**Tabel 7**

**Konglomerasi Bisnis Non Media Mahaka Media**

Peusahaan	Nama Perusahaan	Lokasi
Penerbit	Republika Penerbit	Jakarta
Production House	Mahaka Picture	Jakarta
	Mahaka Attraction	
Even Organizer	ELIVE	Jakarta
Periklanan	Mahaka Advertising	Jakarta
Management Artis	Portrait Management	Jakarta

Sumber: (Nainggolan, 2017 : 171)

**C. Pencalonan Presiden dan Wakil Presiden 2019-2024**

Pemilihan umum presiden dan wakil presiden adalah ritual rutin 5 tahun sekali yang wajib dilaksanakan oleh seluruh masyarakat Indonesia guna memilih kepala negara yang akan menahkodai Negara Indonesia 5 tahun ke depan. Tentu hal tersebut tidak luput dari pemberitaan media massa konvensional maupun media online, karena melalui pemberitaan yang dimuat media adalah masyarakat Indonesia dari sabang sampai meraoke dapat mengakses berita /informasi mengenai segala hal yang terjadi salah satunya informasi mengenai pemilihan presiden dan wakil presiden.

Menurut Undang-Undang Dasar 1945, Presiden dan Wakil Presiden memegang jabatan selama lima tahun, dan sesudahnya dapat dipilih kembali dalam jabatan yang sama, hanya untuk satu kali masa jabatan”. Pada Pemberitaan Kompas edisi 10 Agustus 2018 mengungkapkan bahwa Pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden masa jabatan 2019-2024 akan dilaksanakan pada tanggal 17 April 2019 bersamaan dengan pemilihan umum legislatif. Adapun calon Presiden dan calon Wakil Presiden yang sudah mendeklarasikan diri adalah Ir. H. Joko Widodo berpasangan dengan Prof. Dr. K. H. Ma’ruf Amin dan dari pihak oposisi yaitu Letnan Jenderal H. Prabowo Subianto yang berpasangan dengan H. Sandiaga Salahudin Uno, B.B.A., M.B.A. (Kompas Edisi 10 Agustus 2018 : 1).

Pilpres yang akan berlangsung pada April mendatang terbilang cukup sengit dan alot, masyarakat diharuskan memilih salah satu dari dua kandidat Presiden yang pernah bertarung pada pemilu 2014 lalu dan kini kembali bertarung di pilpres 2019. Meskipun Calon presiden di tahun 2014 dan 2019 masih tetap wajah yang sama, pandangan yang berbeda terlihat pada calon Wakil Presiden dan beberapa partai pengusung dari masing-masing calon. Capres-cawapres Joko Widodo dan Ma’ruf Amin diusung oleh sembilan partai politik yang terdiri dari enam partai (PDI-P, Partai Nasdem, Partai Golkar, PKB, PPP dan Partai Hanura ) dan tiga partai non parlemen (PKPI, Perindo, PSI), sedangkan dari kubu oposisi Prabowo dan Sandiaga Uno diusung oleh empat partai (Partai Gerindra, PAN,PKS dan Partai Demokrat) dan satu partai non parlemen (Partai Berkarya) (Harian Kompas, 2018 : 1).