**BAB II**

**PROFIL HARIAN KOMPAS DAN REPUBLIKA**

*Framing* bukan hanya berkaitan dengan skema individu wartawan melainkan juga berhubungan dengan proses produksi berita, kerangka kerja dan organisasi media. Wartawan hidup dalam institusi media dengan seperangkat aturan dan pola kerja tertentu. Seperangkat aturan dan pola kerja yang dimiliki oleh media akan mengontrol cara wartawan melihat peristiwa. Pada akhirnya fakta yang dipilih oleh wartawan di lapangan sangat dipengaruhi dengan kehendak medianya. Di sisi lain, seorang wartawan sebagai bagian dari komunitas media juga menyerap nilai-nilai yang yang ada dalam komunitasnya.

Logikanya hampir sama seperti kerja seorang dokter dalam mendiagnosis penyakit seorang pasien. Proses mendiagnosis penyakit diawali dengan melihat gejala-gejala tertentu yang nampak pada diri pasien. Dari gejala-gejala yang nampak tersebut seorang dokter akan menentukan jenis penyakit yang diderita pasiennya. Kesimpulan tentang jenis penyakit yang diderita pasien bukan murni dari dokter, melainkan melibatkan nilai-nilai profesional, etika, dan profesi kedokteran yang terserap dalam diri individu dokter. Demikan halnya dengan kerja wartawan. Wartawan hidup dan bekerja dalam suatu institusi yang mempunyai sejarah, pola kerja, kebiasaan, aturan, norma, etika dan rutinitas tersendiri. Semua elemen tersebut akan mempengaruhi bagaimana peristiwa dipahami. Karena itu sangatlah penting untuk memahami profil suatu media. Diharapkan dengan memahami profil media akan membantu untuk memahami teks atau isi yang mereka tampilkan.

Penelitian ini bermaksud untuk melihat *frame* yang dikembangkan oleh *Kompas* dan *Republika* seputar Konstruksi Pemberitaan Media Tentang Negara Islam Indonesia (NII). Dengan memahami profil kedua media tersebut diharapkan akan membantu memahami mengapa keduanya mengembangkan kerangka *frame* yang berbeda pada suatu peristiwa yang sama. *Kompas* selamaini dikenal sebagai koran yang objektif dan sangat berhati-hati dalam pemberitaannya. Sebagian pihak juga menganggap *Kompas* sebagai media yang cenderung mewakili aspirasi kaum Kristen Katolik. Di sisi lain *Republika* seringkali diidentikkan sebagai koran yang mewakili suara umat Islam.

Untuk melihat secara lebih jelas watak atau karakteristik yang diidentikkan terhadap kedua media tersebut berikut diuraikan profil harian *Kompas* dan *Republika* yang menjadi objek penelitian.

1. **Kompas**

**1. *Kompas*: Koran Partai Menuju Koran Modern**

*Kompas* terbit pertama kali pada hari Senin, 28 Juni 1965 atas prakarsa P.K. Ojong seorang tokoh pers masa itu yang juga Pemimpin Redaksi mingguan Star Weekly. P.K. Ojong dibantu oleh sejumlah wartawan seperti Jakob Oetama, August Parengkuan, Indra Gunawan, Theodorus Purba, Tinon Prabawa, Hartanto, Eduard Liem dan Rustam Efendi. Membicarakan sejarah *Kompas* sebagai bagian dari "*Kelompok Kompas Gramedia*" atau biasa disingkat KKG, tak lengkap tanpa menyinggung tabloid *Intisari.* *Intisari* didirikan oleh Auwjong Peng Koen, yang lantas lebih dikenal dengan nama Petrus Kanisius Ojong, pemimpin redaksi mingguan *Star Weekly*, serta Jakob Oetama, wartawan mingguan *Penabur* milik gereja Katolik.

*Intisari* lahir pada tanggal 7 Agustus 1963, ketika Republik Indonesia tengah memasuki usianya yang ke-18. Edisi perdana dicetak setebal 128 halaman, terdiri atas 22 artikel. Edisi ini memuat karya terjemahan tentang bintang layar perak Marilyn Monroe, pengalaman perjalanan ke London Nugroho Notosusanto, seorang ahli sejarah dari Universitas Indonesia, dan kisah Usmar Ismail, sutradara film kenamaan, ketika pertama kali membuat film.

Setahun kemudian, Presiden Soekarno mendesak Partai Katolik mendirikan koran, maka dari dapur *Intisari* inilah sebagian wartawan Katolik direkrut. Menindaklanjuti keinginan Soekarno, beberapa tokoh Katolik terkemuka seperti P.K. Ojong, Jakob Oetama, R.G. Doeriat, Frans Xaverius Seda, Policarpus Swantoro, R. Soekarsono, mengadakan pertemuan bersama beberapa wakil elemen hierarkis dari Majelis Agung Wali Gereja Indonesia (MAWI): Partai Katolik, Perhimpunan Mahasiswa Katolik Republik Indonesia (PMKRI), Pemuda Katolik dan Wanita Katolik. Mereka sepakat mendirikan Yayasan Bentara Rakyat. Dari yayasan inilah harian *Kompas* dilahirkan.

Menurut **Frans Seda**, sebagaimana dikutip oleh **Coen Husain Pontoh**, suatu hari, ia ditelepon koleganya dalam kabinet Soekarno, Menteri Panglima Angkatan Darat Jenderal Ahmad Yani, yang meminta Seda melakukan sesuatu untuk menandingi komunisme. "Jenderal Yani bilang, 'Kalau orang Katolik memulai sesuatu pasti baik.' Kebetulan waktu itu belum ada harian Katolik, yang ada adalah harian *Sinar Harapan*, harian Kristen," ujar Frans Seda (*Http://www.Pantau.or.id /txt/12/08a.html/5-6-05/10.30).*

Ide dan saran dari Jenderal Yani tersebut, walaupun dipandang penting, sesungguhnya ditanggapi pesimis. Bagi sebagian besar pemimpin Partai Katolik, penerbitan koran dianggap sebagai sesuatu yang terlampau berat. Dalam buku *Sejarah Ringkas Kompas*, usul Jendral Yani dibicarakan Seda dengan beberapa pemuka agama Katolik macam Monsignor Albertus Soegijapranata, Ignatius Joseph Kasimo, serta pengelola bulanan *Intisari* P.K. Ojong dan Jakob Oetama.

"Kami berdua sebenarnya enggan menerima permintaan menerbitkan Surat Kabar *Kompas*. Lingkungan politik, ekonomi, dan infrastruktur pada masa itu tidak menunjang," kata Jakob Oetama dalam artikel berjudul "Mengantar Kepergian P.K. Ojong" yang dimuat *Kompas*, 2 Juni 1980.

Tapi tekad Partai Katolik menerbitkan koran sudah final. Ojong dan Oetama ditugaskan membangun perusahaan. Mulailah mereka bekerja mempersiapkan penerbitan koran baru, corong Partai Katolik. Tapi, suhu politik yang memanas saat itu, membuat pekerjaan ini tak mudah. Rencananya, koran ini diberi nama *Bentara Rakyat*.

"PKI tahu rencana kami, lantas dihadang, namun karena Bung Karno setuju kita jalan terus hingga izinnya keluar," ujar Seda.

**Seda** mengacu pada Partai Komunis Indonesia -salah satu partai besar di Indonesia pada 1950-an dan 1960-an. PKI memenangkan tempat keempat dalam pemilihan umum 1955. Izin sudah di tangan, tapi *Bentara Rakyat* tak kunjung terbit. Rupanya rintangan belum semuanya berlalu. Masih ada satu halangan yang harus dilewati, yakni izin dari Panglima Militer Jakarta, waktu itu dijabat oleh Letnan Kolonel Dachja. Dari markas militer Jakarta, diperoleh jawaban izin operasi keluar jika syarat 5.000 tanda tangan pelanggan terpenuhi.

Nama *Kompas* merupakan gagasan Presiden Soekarno dengan maksud agar lebih jelas dan diterima sebagai penunjuk arah. Kelahiran *Kompas* kala itu membangkitkan reaksi dan penentangan dari media yang beraliran komunis. Massa komunias memberikan ejekan kepada *Kompas* dengan mengartikannya sebagai "*komando pastur".* Ejekan tersebut kemudian dibantah oleh pengelola Kompas sebagai sesuatu yang tidak berdasar dan sekedar dilandasi perasaan iri. Namun nama *Kompas* yang diplesetkan sebagai *Komando Pastur* atau *Komando Pak Seda* tentu ada dasarnya.

Menurut **Frans Seda** dalam tulisannya "*Selamat Ulang Tahun Ke 70 Jakob*" yang dimuat di buku **Humanisme dan Kebebasan Pers,** situasi politik yang tidak menentu ketika itu dimana semboyan politik sebagai panglima merupakan semboyan yang digariskan pemerintah untuk menjadi pegangan setiap aktifis publik (*Kompas*:2001:58). Setiap surat kabar yang terbit diharuskan mengikuti semboyan tersebut dengan cara harus berafiliasi pada salah satu partai politik sebagai satu-satunya organisasi sosial yang boleh menyalurkan aspirasi masyarakat.

Pertumbuhan *Kompas* meningkat. Saat pertama kali dicetak, oplah *Kompas* sekitar 4.800 eksemplar. Ketika pindah ke percetakan yang lebih bagus, Percetakan Masa Merdeka, tirasnya meningkat jadi 8.003 eksemplar, hingga menjelang pembredelan yang dilakukan Orde Baru. Saat terbit kembali pada 6 Oktober 1965, tiras *Kompas* menembus angka 23.268 eksemplar.

Zaman berganti, Soekarno diganti Jenderal Soeharto. Pada 1999, setahun sesudah Soeharto dipaksa mundur, tiras *Kompas* mencapai angka lebih dari 600 ribu eksemplar per hari. Penelitian yang dilakukan oleh lembaga riset *AC Nielsen* tahun 1999 menunjukkan pasar terbesar masih seputar Jakarta 46,77%, Bogor, Tangerang, dan Bekasi 13,02%, Jawa Barat 13.02%, Jawa Tengah, Yogyakarta 6,67%, Jawa Timur 2,04%, Sumatera 8,81%, Kalimantan 2,16%, dan Indonesia Timur 4,23%.(*Http://www.Pantau.or.id /txt/12/08a.html/5-6-05/10.30).*

Dengan idealisme dan semangat untuk memberikan informasi yang objektif kepada masyarakat, *Kelompok Kompas Gramedia* (KKG) mengkhususkan diri untuk bergerak di bidang media komunikasi, baik melalui media cetak maupun audiovisual. Baru pada sekitar tahun 80-an, KKG mulai melakukan diversifikasi usaha, di luar bidang utamanya. Selain untuk mendukung usaha inti di bidang komunikasi, pengembangan usaha ini juga dimaksudkan untuk memperluas lapangan kerja sejalan dengan usaha pemerintah untuk mengatasi masalah ketenagakerjaan di Indonesia.

Seiring dengan pesatnya pertumbuhan dan perkembangan bisnis perusahaan, secara struktur organisasi KKG terbagi atas berbagai kelompok usaha (SBU) berdasarkan jenis usaha/ jasa layanan yang dilakukan, seperti: Kelompok Percetakan, *Kompas*, Majalah, Gramedia Pustaka Utama (GPU), Penerbitan & Multi Media (MMSP), Perdagangan & Industri, Hotel Santika, Media Olahraga (Medior), Pers Daerah, Radio Sonora, PT. Kompas Cyber Media. Pada saat ini tercatat kurang lebih 12.000 orang karyawan tergabung dalam Kelompok Kompas Gramedia, yang tersebar hampir di seluruh wilayah Indonesia.

Toko Buku Gramedia, didirikan tahun 1970, di tahun 2003 ini telah memiliki lebih dari 50 buah TB Gramedia hadir di wilayah Jawa, Bali, Sumatera, Kalimantan, dan Sulawesi. Beberapa TB Gramedia telah meraih sertifikat ISO. TB Gramedia merupakan salah satu bisnis dari Kelompok Usaha Perdagangan dan Industri. Bisnis lainnya bergerak di bidang produksi tissue, mebel rotan, jasa periklanan, importer dan distributor sarana pendidikan.

Tahun 1973 PT. Gramedia Pustaka Utama menjadi penerbit buku umum. Sampai saat ini PT. Gramedia Pustaka PT. Gramedia Pustaka telah menerbitkan berbagai buku, baik buku anak-anak, novel, buku pelajaran sekolah, universitas, buku ilmiah, kamus, dan buku-buku resep masakan. Buku-buku komputer, elektronik, seri manajemen, majalah hobi, Fotomedia dan masih banyak buku-buku seri terbitan lain, juga diterbitkan oleh penerbit yang tergabung dalam Kelompok Multi Media dan Sarana Pendidikan (MMSP).

Majalah *Bobo*, yang awalnya terbit pada tahun 1973, sekarang telah berkembang menjadi sebuah kelompok usaha tersendiri dibawah Kelompok Gramedia Majalah, yang antara lain terdiri dari majalah *Hai, Kawanku*, berbagai tabloid: *Nova, Citra, Star Nova, Otomotif* dan lain-lain. Tabloid olahraga *Bola* dan *Senior,* merupakan produk lain dari kelompok usaha yang tergabung dalam Kelompok Medior (Media Olahraga).

Sistem Cetak Jarak Jauh, sebuah terobosan baru dari teknologi percetakan Gramedia dan sekaligus sebagai salah satu upaya untuk peningkatan kualitas dari jasa layanan percetakan yang telah meraih sertifikat ISO, pada saat ini telah dipakai di beberapa anak perusahaan dari Kelompok Gramedia Percetakan yang berdiri pada tahun 1977, yaitu: PT Rambang - Palembang, PT Bawen Mediatama, PT Serambi Prima Grafika (Aceh), Banjarmasin Press, PT Antar Surya Jaya (Surabaya) dan PT Medan Media Grafikatama. Kelompok Hotel Santika (Santika Group), yang tersebar hampir di setiap kota-kota besar di Indonesia, beberapa diantaranya telah meraih sertifikat ISO dan pada saat ini terus bergiat untuk meningkatkan kualitas layanan di bidang jasa perhotelan. Kelompok Usaha Pers Daerah (Persda), menerbitkan surat kabar daerah seperti: Serambi Indonesia, Sriwijaya Post, Surya dan lain-lain.

Masih banyak bidang usaha lainnya yang saat ini sudah dirambah oleh KKG, antara lain: Radio Sonora group, PT. *Kompas Cyber Media* -yang bergerak di bidang jasa internet dan multi media, TV 7.

**2. Model Pemberitaan Harian *Kompas***

**Rosihan Anwar,** seorang tokoh pers senior memandang model pemberitaan *Kompas* sebagai "*Jurnalisme Kepiting*" (Oetama:2001:216). Maksudnya kepribadian *Kompas* bergerak ala kepiting, mencoba melangkah setapak demi setapak untuk mengetes seberapa jauh kekuasaan memberikan toleransi kebebasan pers yang ada. Jika aman, kaki kepiting bisa maju beberapa langkah, jika kondisi tak memungkinkan kaki kepitingpun bisa mundur beberapa langkah. Awalnya Jakob Oetama, Pemimpin umum *Kompas* tidak senang dengan istilah itu, tapi lama kelamaan itulah kenyataan yang ada. Karena, ke kepitingannya itulah *Kompas* dapat bertahan malah makin bertambah besar ketika belenggu kebebasan pers telah berlalu.

*Kompas* sangat kompromistis terhadap rezim Presiden Soeharto. Tekanan pemerintahan Soeharto berlangsung sangat efektif dalam diri *Kompas*, sehingga menghasilkan gaya penulisan yang penuh kehati-hatian. Pembaca *Kompas* diajak berputar-putar dulu ketika membaca berita atau opini *Kompas.* Itulah strategi *Kompas* untuk menyiasati kekuasaan hegemonik Orde Baru, agar bisa bertahan hidup, dan menyelamatkan ribuan karyawan yang jadi tanggungannya. Strategi tersebut sering diartikan sebagai tanda tunduknya *Kompas* terhadap kekuasaan Soeharto.

Hal itu memang kritik tajam terhadap *Kompas*, namun Jakob Oetama memiliki pembelaan. Ninok Leksono wartawan senior *Kompas* sekaligus editor untuk kumpulan tajuk rencana *Kompas*, mengatakan bahwa tajuk yang ditulis Jakob memiliki cara, gaya, serta rasa perasaan yang khs yaitu menyampaikan ide, pemikiran, atau kritik tidaklah begitu saja. Jakob menganggap bahwa kritik harus disampaikan dengn kiat tertentu, mungkin tidak linier, tidak mengena langsung apalagi sampai mempermalukan tetapi pesan tetap smpai.

Salah satu contoh yang ditunjuk oleh Ninok adalah bagaimana Jakob hendak mengatakan bahwa kekuasaan Orde Baru main otoriter. Dalam sebuah editorial di tahun 1995 Jakob menulis "pemerintah cenderung makin terpusat dan terpribadi". Ninok mengatakan pembaca tajuk Kompas pada masa itu harus pandai membaca mengejawantahkan maksudnya. Sesuatu yang tertulis dalam tajuk belum tentu sesuatu yang telah terjadi tetapi bisa saja sebuah harapan. Contoh kalimat yang ada dalam tajuk itu "pimpinan nasional punya sikap penuh kenegarawanan" atau "TNI telah manunggal dengan rakyat". Apakah Soeharto punya sikap negarawan?apakah TNI sudah menyatu dengan rakyatnya?

Motto "*amanat hati nurani rakyat*" yang tertera dibawah logo *Kompas* menggambarkan visi dan misi bagi disuarakannya hati nurani rakyat. *Kompas* ingin berkembang menjadi institusi pers yang mengedepankan keterbukaan, meninggalkan dikotomi suku, agama, ras dan golongan. Ingin berkembang menjadi "indonesia mini" karena *Kompas* sendiri ingin menjadi lembaga yang terbuka, dan kolektif. Ingin ikut serta dalam upaya mencerdaskan kehidupan bangsa. *Kompas* ingin menempatkan kemanusiaan sebagai nilai tertinggi, mengarahkan fokus perhatian dan tujuan pada nilai-nilai yang transenden atau mengatasi kepentingan kelompok. Rumusan bakunya adalah Humanisme transendental.

Dalam *Kompas,* dialog secara sadar diberi tempat terutama dalam halaman empat yang biasanya berisi Tajuk Rencana, artikel surat pembaca, Om Pasikom dan Mang Usil. Kelimanya merupakan opini, oleh karena itu halaman empat juga disebut halaman opini (Oetama:2001:158-161).

*'Kata hati mata hati*" pepatah yang kemudian ditemukan menegaskan semangat empati dan *compassion* *Kompas*. **Jakob** **Oetama** selaku Pemimpin Umum menyatakan visi resmi Kompas yang menjadi dasar dari segala perilaku informasi *Kompas* terangkum dalam slogan "*ikut mengembangkan saling pengertian dalam masyarakat yang majemuk*" dan "*menghibur yang papa dan mengingatkan yang mapan*" (Oetama:2001:144-151).. Mengenai interdepedensi dari suatu media, Jakob menegaskan perlunya media mengambil sikap tidak partisan, sehingga orientasinya lebih untuk kepentingan orang banyak daripada kepentingan kelompok. Tidak ada indepedensi yang absolut, justru itulah sikap mandiri pers. Diusahakan sikap mandiri serta tidak partisan akan bisa memperkokoh kredibilitas dan otoitas.

**B. Republika**

**1. *Republika*: Anak Kandung ICMI**

*Republika* adalah koran nasional yang dilahirkan oleh kalangan komunitas Muslim bagi publik di Indonesia. Penerbitan tersebut merupakan puncak dari upaya panjang kalangan umat, khususnya para wartawan profesional muda yang telah menempuh berbagai langkah. Kehadiran Ikatan Cendekiawan Muslim se - Indonesia (ICMI) yang dapat menembus pembatasan ketat pemerintah untuk izin penerbitan saat itu memungkinkan upaya-upaya tersebut berbuah.

Di tanah air, ICMI mungkin satu-satunya organisasi yang memiliki kekuatan besar akibat komposisi unik yang membentuknya. Berbagai aktor pemerintah dan aktivis masyarakat menyatu di ICMI, yang secara terang direfleksikan oleh duet ketua dan sekretaris umumnya. Habibie, sang ketua umum ketika itu, adalah aktor pemerintah, salah satu anggota kabinet yang paling lama di pemerintahan dan mengepalai berbagai industri strategis. Bersama Habibie, duduk pula berbagai aktor kuat pemerintahan sebagai pembina ataupun penasehat.

Dengan warna Islam yang diembannya memudahkan ICMI untuk mengakar. Umumnya masyarakat Indonesia masih secara kuat digores oleh sentimen keagamaan. Dengan komposisi penduduk Indonesia yang mayoritas muslim akan mudah tersentuh dan menjadikan ICMI sebagai bagian dari identitas dan kepentingan mereka sendiri. Lebih dari organisasi Islam umumnya, ICMI juga adalah pantulan terkuat dari apa yang sering disebut dengan gelombang "santri baru." Istilah itu merujuk kepada sekelompok santri dan muslim kota yang dididik dalam pendidikan barat, mencapai gelar tertinggi akademis dari berbagai  
universitas, termasuk di Eropa atau Amerika Serikat.

Kombinasi ini membuat ICMI kuat di bawah (masyarakat) dan dipucuk  
(pemerintah), berakar pada tradisi (Islam) namun juga menyentuh budaya  
modern (ilmu, teknologi). Dengan berbagai kekuatan di atas, wajar saja jika  
tumbuh harapan yang besar atas ICMI.

Menurut **Adi Sasono** salah satu tokoh ICMI, sebagaimana dikutip oleh **Deny J.A** dalam artikelnya berjudul "*Berharap Kepada ICMI?"* agenda utama ICMI adalah menjembatani kesenjangan ekonomi. Jelas ini agenda penting dalam bidang ekonomi, namun bagaimana dengan agenda politik? Karena tanggung jawab sosialnya, tidakkah ICMI juga tertarik untuk menjadi katalisator yang mendorong negeri ini bertransisi menuju demokrasi, seperti yang telah dilakukan oleh 35 negara dunia ketiga lainnya sejak tahun 1974?(*Kompas*/15/12/1995).

ICMI dibentuk pada 5 Desember 1990 dengan program kerja mencerdaskan kehidupan bangsa melalui 5 K yaitu kualitas iman, kualitas hidup, kualitas kerja, kualitas karya, dan kualitas pikir. Pada tanggal 17 Agustus 1992 ICMI membentuk Yayasan Abdi Bangsa guna mengimplementasikan program kerja tersebut. Yayasan ini didirikan oleh Ginanjar Kartasasmita, Harmoko, Ibnu Sutowo, Tien Soeharto, Muhammad Hasan, Aburizal Bakrie dan lainnya. Bertindak sebagai Pelindung Yayasan adalah Soeharto yang ketika itu menjabat sebagai presiden dan B.J Habibie bertindak selaku Ketua Badan Pembina.

Tiga program utama Yayasan Abdi Bangsa adalah:

1. Pengembangan Islamic Centre
2. Pengembangan CIDES (*Centre for Information and Development Studies*)
3. Penerbitan Koran *Republika*

Sebagai tindak lanjut dari program ketiga Yayasan Abdi Bangsa tersebut maka pada tanggal 4 Januari 1993 lahirlah koran *Republika* berdasar SIUPP No.283/SK/Menpen/SIUPP/A.7/1992. SIUPP tersebut dikeluarkan oleh Kantor Menteri Penerangan pada tanggal 19 Desember 1992. Untuk menerbitkan *Republika* Yayasan Abdi Bangsa mengeluarkan 10 juta lembar saham dengan harga Rp.1.000,00 per lembar. Artinya *Republika* dibekali dana 10 miliar untuk memulai usahanya. Komposisi kepemilikan saham adalah 51% ICMI, 20% karyawan dan 29% publik.

Penerbitan *Republika* diharapkan menjadi berkah bagi umat. Sebelum masa itu, aspirasi umat tidak mendapat tempat dalam wacana nasional. Kehadiran media ini bukan hanya memberi saluran bagi aspirasi tersebut, namun juga menumbuhkan pluralisme informasi di masyarakat. Karena itu kalangan umat antusias memberi dukungan, antara lain dengan membeli saham sebanyak satu lembar saham per orang. PT Abdi Bangsa Tbk sebagai penerbit *Republika* pun menjadi perusahaan media pertama yang menjadi perusahaan publik

Mengelola usaha penerbitan koran bukan perkara sederhana. Selain sarat dengan modal dan sarat SDM, bisnis inipun sarat teknologi. Keberhasilan *Republika* menapaki usia 10 tahun merupakan buah upaya keras manajemen dan seluruh awak pekerja di PT Abdi Bangsa Tbk yang dilakukan oleh perusahaan yang menerbitkan koran ini sejak 1993 untuk mengelola segala kerumitan itu. Selain dituntut piawai berhitung, pengelola koran juga harus jeli, cerdik, dan kreatif bersiasat untuk tetap bertahan dan memenangkan persaingan.

Untuk bisa tetap bertahan di kancah pers nasional, *Republika* selalu berusaha menghadirkan "sesuatu yang baru". Tatkala lahir, *Republika* menggebrak dengan tampilan "Desain Blok" yang tak lazim. *Republika* pun mampu menyabet gelar juara pertama Lomba Perwajahan Media Cetak 1993. Tahun 1995, *Republika* membuka situs web di internet. *Republika* menjadi yang pertama mengoperasikan Sistem Cetak Jarak Jauh ( SCJJ ) pada tahun 1997.

Pendekatan juga dilakukan kepada komunitas pembaca lokal. *Republika* menjadi salah satu koran pertama yang menerbitkan halaman khusus daerah. Selalu dekat dengan publik pembaca adalah komitmen *Republika* untuk maju. Segala kreativitas dicurahkan untuk sedapat mungkin membuat *Republika* selalu dekat dan meladeni keinginan publik.

Slogan "*All You Can Read*" bukan sekedar slogan, tetapi menjadi tantangan bagi *Republika* untuk terus menjadi yang terdepan dalam persaingan memuaskan pembaca. Untuk memuaskan pembaca, hadirlah tabloid Dialog Jumat dan Rekor sebagai bonus untuk pembaca *Republika*. Dengan format tabloid 8 halaman, kedua tabloid itu mengupas tuntas isu-isu seputar keislaman dan olah raga.

Selain itu juga hadir Dialog Jum'at, yang berisi ulasan keislaman yang menjadi karakter *Republika* sebagai koran bagi komunitas Islam. Dari kajian Tasawuf, khasanah, tokoh-tokoh besar Islam Indonesia dan mancanegara, tanya jawab dengan Prof.Quraish Shihab, sampai info halal, diulas lengkap dalam Dialog Jumat. Penjualan di hari Jumat pun terdongkrak dengan hadirnya tabloid ini. Berdasar data hasil penjualan, menunjukkan pembeli eceran terbanyak adalah pada hari Jumat ( 97 % ). Suplemen REKOR hadir setiap hari Sabtu, berisi ulasan cabang olahraga yang populer di tanah air,yaitu sepakbola, basket, balap mobil Formula I, bulu tangkis, dan tenis. Menyajikan liputan liga-liga sepak bola ternama dunia ( liga Italia, Liga Jerman, Liga Spanyol, Liga Jepang ) dan liga Indonesia.

**2. Pemberitaan *Republika:* mengembangkan wacana moderat**

Ketika lahir, *Republika* diharapkan menjadi perusahaan media terpadu berskala nasional yang dikelola secara profesional Islami, sehingga berpengaruh dalam mencerdaskan bangsa, mengembangkan kebudayaan serta meningkatkan keimanan dan ketaqwaan dalam kehidupan masyarakat Indonesia baru. Visi ini dikembangkan sebagai upaya *Republika* menjadi media yang tidak hanya profesional tetapi juga moderat.,berada antara media liberal dan media Islam radikal atau konvensional.

*Republika* menjadi tempat pelarian banyak sekali kelompok Islam yang bosan dengan wacana keislaman yang usang, dan melihat *Republika* sebagai alternatif. Kehadiran *Republika* menjadi pilihan terhadap maraknya media Islam fundamental yang seringkali tidak mewacanakan kemoderatan dalam menyikapi permasalahan sosial. Selain itu, kehadiran *Republika* juga diharapkan dapat menjadi sarana pendidikan melek media di Indonesia yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam. Masyarakat kita umumnya tidak paham betul media seperti apa yang baik kualitasnya dan harus mereka beli. Mereka juga tidak tahu bagaimana harus bersikap terhadap sebuah media. Kehadiran *Republika* diharapkan menggugah kepedulian umat dalam upaya meneguhkan keyakinan keislaman dan bukan sekedar menjadikan Islam sebagai identitas belaka.

Dengan penyajian berita yang profesional diharapkan bisa lebih diterima masyarakat dibanding media Islam radikal yang terkadang tidak bermutu dari aspek jurnalistik. Sebagai contoh, judul yang dipilih oleh media Islam radikal cenderung provokatif, tidak etis, dan tak jarang langsung menghakimi. Isinya juga sering kali tidak *cover both side*. Selain itu, media seperti ini sangat sering tidak memperhatikan fakta masyarakat kita yang plural dan mudah terprovokasi konflik. Mestinya, setiap media sensitif akan fakta itu dan punya tanggung jawab sosial dan moral untuk menghindarkan terjadinya konflik. Media-media Islam radikal sangat sulit diintervensi secara pemahaman, karenanya dengan adanya *Republika* sekat-sekat itu sangat mungkin bisa terkuak.

Berkenaan dengan ideologi Republika, **Eep Syaifulloh Fatah** menilai bahwa ideologinya tidak tergantung pada kebijakan sesaat yang dimiliki ICMI. Secara profesional *Republika* tidak anti non pribumi dan tidak anti minoritas (Malik,1999:87). Artinya meskipun dilahirkan oleh ICMI tidak berarti setiap kebijakan *Republika* harus bergantung pada organisasi tersebut. Selain itu meski lahir dari komunitas umat Islam *Republika* tidak menjadi media yang anti kelompok minoritas dari agama lain, apalagi terjebak dalam dikotomi pribumi non pribumi.

Sebagai koran dengan latar belakang keagamaan yang kental, *Republika* berusaha menjadi alternatif jawaban persoalan-persoalan manusia modern yang ditandai kecenderungan global kapitalisme yang pada sisi gelapnya ternyata membawa kecemasan dan mimpi buruk abad mendatang. Hal itu mendorong orang berpaling kepada spiritualisme untuk mendapatkan ketenangan. Dengan sendirinya simbol-simbol keagamaan akan menguntungkan dari sisi pasar yang reseptif dengan muatan-muatan keagamaan. Dari sisi ini *Republika* berusaha memberikan alternatif atas kehausan masyarakat kapitalis yang mulai terkikis keyakinan budayanya sendiri.

Kelahiran media dengan basis kaum santri pada dasarnya tidak bisa dilepaskan dari kejenuhan dan monopoli informasi. Kelahiran *Republika* dimaksudkan untuk memberi warna lain terhadap dominasi informasi yang dilakukan oleh media Kristen dan media barat. Akses dan kontribusi media Islam dalam pembentukan opini publik sangat kecil dibanding media barat bahkan di negara-negara dengan mayoritas penduduk muslim seperti Indonesia.

Mewacanakan kemoderatan dalam pemberitaannya tidaklah mudah bagi *Republika*. Lazimnya media yang lain, *Republika* jugamenjadi arena pertarungan kepentingan dari berbagai kekuatan ideologi. Menurut **Eep Syaifulloh Fatah**, dalam *Republika* bisa dibedakan para pelaku atau pengelolanya kedalam beberapa kelompok yang berbeda (Nugroho dkk,1999:220). Kelompok-kelompok tersebut adalah:

1. Kelompok jurnalis profesional

Jurnalis profesional adalah mereka yang bekerja di *Republika* bukan karena arahan politik atau ideologi tertentu. Mereka bekerja di *Republika* karena melihat media ini bisa dijadikan tempat untuk mengaktualisasikan diri sebagai jurnalis profesional.

1. Kelompok jurnalis politik

Kelompok jurnalis politik bekerja di *Republika* karena kesadaran penuh atas arahan politik atau ideologi yang mereka bawa. Kehadaran para jurnalis politik di *Republika* merupakan usaha untuk menjadikan media ini sebagai sarana menyebarkan pemahaman politik dan ideologi yang mereka anut.

1. Kelompok jurnalis da'i, dakwah atau misionaris

Kelompok jurnalis ini melihat *Republika* sebagai koran orang Islam yang bisa digunakan untuk pendewasaan politik dari kalangan Islam melalui pendekatan agamis.

1. Para peneliti pers

Mereka adalah komunitas baru dalam perkembangan pers yang memiliki latar belakang kampus dan lebih berkarakter akademisi daripada jurnalis lainnya. Kehadiran mereka menghadirkan titik singgung diantara kelompok-kelompok jurnalis lain yang ada di *Republika*.

Dengan konfigurasi pengelolanya yang heterogen, *Republika* mencoba untuk tetap pada garis pemberitaannya yang mewacanakan kemoderatan dalam memandang persoalan-persoalan sosial di tengah masyarakat. Keberhasilan *Republika* bertahan lebih dari 10 tahun di kancah pers nasional menunjukkan diterimanya model pemberitaan yang dikembangkan.