

INTISARI

Otonomi ruang redaksi merupakan kemampuan redaksi untuk dapat mengatur dan memenuhi kebutuhannya sendiri. Otonomi surat kabar dipengaruhi oleh dua hal, yaitu kepemilikan media serta intervensi bidang dain dalam perusahaan, yaitu bidang bisnis. Pada era industrialisasi pers, media massa mengalami persaingan yang ketat hingga mendorong media massa, termasuk surat kabar, untuk mengembangkan strategi bisnis demi bertahan hidup, tak terkecuali *Surabaya Post*. Namun strategi bisnis ini semakin lama semakin menggerogoti otonomi ruang redaksi *Surabaya Post*. Karena itu, penelitian ini bermaksud menggambarkan otonomi ruang redaksi *Surabaya Post* di era industrialisasi pers, yaitu di bawah kepemimpinan Toety Azis (tahun 1984-1999). Metode yang dipakai adalah studi kasus dengan pendekatan sejarah.

Penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan. *Pertama*, dalam hal kepemimpinan Toety Azis menjunjung tinggi otonomi ruang redaksi. Toety Azis tidak pernah menggunakan kekuasaannya sebagai pemilik dan pemimpin umum *Surabaya Post* untuk kepentingan politik maupun kepentingan bisnisnya. Redaksi memiliki kebebasan menentukan agenda pemberitaan tanpa danya berita “pesanan” dari Toety Azis. Meski begitu, jenjang hierarki yang tinggi pada ruang redaksi *Surabaya Post* menyebabkan wartawan tidak bebas memberikan usulan mengenai agenda pemberitaan pada atasan. *Kedua*, meski ruang redaksi *Surabaya Post* tidak mendapatkan intervensi dari pemilik media, namun terdapat intervensi dari bidang bisnis. Intervensi ini terlihat dalam beberapa bentuk, antara lain: masuknya orang bisnis dalam struktur keredaksian, yaitu sebagai Dewan Redaksi, penetapan kebijakan-kebijakan redaksional yang berorientasi bisnis pada ruang redaksi, wartawan yang ditugaskan mencari iklan serta munculnya suplemen Teras Bisnis yang berisi iklan dalam bentuk berita dan artikel layanan masyarakat.

Kata kunci: otonomi ruang redaksi, *Surabaya Post*, surat kabar

ABSTRACT

Newsroom autonomy is the ability of editor to be able to manage and fulfill their own needs. Newsroom autonomy in newspaper is influenced by two things, which is the ownership of media and the intervention of business and advertising to the newsroom. In the era of press industrialization, mass media experienced intense competition that encourage mass media, including newspaper, to develop business strategies for survival. This is including *Surabaya Post*. But the business strategy developed in *Surabaya Post* increasingly undermined the newsroom autonomy of *Surabaya Post*. Therefore, this study aims to describe the newsroom autonomy of *Surabaya Post* in the press industrialization era, which is when *Surabaya Post* is under the leadership of Toety Azis (1984-1999). The method used is case study with historical approach.

This study yields several conclusions. *First*, in terms of leadership, Toety Azis uphold the newsroom autonomy. Toety Azis never used her power as the owner and general manager of *Surabaya Post* for her political and business interest. The editors have freedom to determine the news agenda without her intervention. Even so, the high hierarchy level in *Surabaya Post* newsroom limited journalists freedom in order to give suggestion about the news agenda to the editors or editor in chief. *Second*, although *Surabaya Post* newsroom doesn't get intervention from media owner (Toety Azis), there is an intervention from the business and advertising staff. This intervention can be seen in several patterns, including: how the business staff can be included in the structure of newsroom, as the Editorial Board; how the newsroom policies get more business-oriented rather than following the journalism principle; the emergence of newspaper supplement called Teras Bisnis which include and advertorial and advertising written as community service article, and how the journalists also assigned to search for advertisement for this supplement.

Keywords: newsroom autonomy, *Surabaya Post*, newspaper