

Potret (Buram) Jurnalisme Kemiskinan

Olch
Emeraldy Chatra

Abstract

Poverty journalism is unusual practice of journalism and only practiced by specific media such as street papers or street magazines. Although it can be paralleled with underground journalism which was popular in 1960th due to it fighting substance, it is relatively free from the influence of left ideology. Poverty journalism has critical perspectives on standard journalism and opposes certain principles of standard journalism in terms of objectivity and splitting fact to opinion: it tend to neglect objectivity and sometime mixing fact with opinion.

Poverty journalism practiced in many developed countries, but, ironically it is not popular among poor country like Indonesia. Learning from what have been practiced in the US, UK and other rich countries, it is not impossible to also practices poverty journalism in Indonesia with a few modifications.

Tahun 1984 dan 1985 ditandai dengan kisah-kisah tragis dan gambaran yang sangat buram tentang masyarakat Ethiopia. Kelaparan menghantam antara lima hingga tujuh juta warganya. Ratusan bahkan mungkin ribuan foto anak-anak bertubuh sangat kurus, bermuka cekung, berperut buncit, dan sebagian sudah jadi mayat yang dikerubuti lalat muncul di berbagai media dunia. Liputan televisi memperjelas dahsyatnya dampak kemarau panjang dan perang yang muncul bersamaan. Diperkirakan sejuta orang Ethiopia meninggal

dalam peristiwa itu.

Liputan media menyebabkan warga dunia tersentak dan mengarahkan perhatian ke negara di kawasan Afrika Utara itu. Badan-badan dunia dan pemerintah berbagai negara segera mempersiapkan bantuan makanan serta obat-obatan. Bulan Juli 1985, Bob Geldof, penyanyi kondang dari Inggris, dan Midge Ure menggelar konser Life-Aid secara serentak di Stadium Wembley, London, dan JFK Stadium, Philadelphia (AS) untuk mengumpulkan dana santunan. Konser di Wembley berhasil menghadirkan

72.000 penonton dan menghadirkan penyanyi-penyanyi papan atas seperti Spandau Ballet, Sade, Sting, Elton John, Kiki Dee, dan Wham!. Sedang di JFK Stadium penyanyi kondang Madonna, Eric Clapton, Kenny Loggins, Mick Jagger, Tina Turner, serta kelompok Power Station, Duran Duran, dan sederetan nama kondang lainnya menghibur 90.000 penonton. Pertunjukan yang dijuluki *global jukebox* ini disiarkan ke seluruh dunia melalui layar televisi, sehingga tak kurang 1,5 milyar orang yang tersebar di 100 negara menonton secara langsung. Dalam waktu singkat jutaan dollar dan ribuan ton bahan makanan serta obat-obatan mengalir dari segala penjuru dunia ke Ethiopia, untuk menyelamatkan jutaan jiwa yang sangat mengharapakan uluran tangan.

Tahun 2003 peristiwa yang sama kembali terjadi di Ethiopia. Malah, kondisinya lebih buruk. Kekeringan panjang, terutama di kawasan timur yang berbatasan dengan Somalia menghancurkan potensi pertanian negeri itu. Ketiadaan bahan makanan menyebabkan warga mendatangi barak-barak pengungsian. Salah satu barak pengungsi, Hartisheik, disesaki 6.000 orang pengungsi. Hingga awal Mei 2003 lebih kurang 40 orang anak menemui ajalnya di barak tersebut lantaran kurang gizi. Menurut Komisi

Kewaspadaan dan Penanggulangan Bencana setempat terdapat 12,6 juta warga yang memerlukan bantuan makanan, sementara bantuan PBB tidak cukup untuk menyelamatkan sekitar 136.000 anak-anak dari bahaya kelaparan. Perhatian dunia pun tidak lagi mereka dapatkan seperti sebelumnya. Mengapa demikian?

Pada waktu yang sama perhatian dunia tertuju kepada penyerbuan pasukan Sekutu pimpinan Amerika Serikat ke Irak, sehingga terjadi konflik tak berkesudahan hingga saat ini. Siaran televisi atau ruang surat kabar seakan tidak lagi tersisa untuk menginformasikan apa yang terjadi di Ethiopia. Media massa berlomba mendapatkan berita teraktual tentang nasib rezim Saddam Hussein serta kota Baghdad yang membara diterjang peluru berbagai jenis senjata berat. Di Irak sendiri terdapat jutaan orang sipil yang jadi korban perang dan bernasib sangat mengenaskan. Di balik kaca mata pers, apa yang terjadi di Irak lebih mengesankan dan lebih penting disimak dibandingkan nasib orang-orang Ethiopia.

Berita-berita tentang petaka kelaparan, perang, dan pengungsi sipil berebutan tempat di ruang media apabila ketiga peristiwanya muncul serentak. Salah satu harus tersingkir, sementara yang lain jadi prioritas karena

dinilai paling aktual, penting, sekaligus sensasional. Nilai berita, yang besarnya seringkali ditetapkan secara sepihak oleh pihak media menjadi dasar bagi para pemimpin redaksi untuk melakukan penghakiman dan memberikan kemenangan pada berita-berita tertentu. Secara teoritik ketiga peristiwa di atas sebenarnya sama saja pentingnya, karena menyangkut *human interest* dan politik.

Namun kepentingan pers yang sangat terkait dengan kepentingan bisnis memaksa para pemimpin redaksi untuk tidak memperlakukannya secara sama. Perang, terutama yang melibatkan persenjataan canggih biasanya menempati urutan yang lebih tinggi karena lebih sensasional, lebih spektakuler. Bagi pers dari negara-negara maju yang terlibat peperangan memberitakan peristiwa itu sekaligus dapat mempromosikan kecanggihan teknologi persenjataan negara mereka kepada dunia, meskipun promosi seringkali dilakukan secara terselubung dan dibalut dengan pemberitaan yang membuat kesan kurang simpatik terhadap tindakan pemerintahannya sendiri.

Tersingkirnya tragedi kelaparan di Ethiopia tahun 2003 dari pemberitaan, meski keadaannya lebih buruk

dibandingkan yang terjadi satu dekade sebelumnya, membuktikan bahwa peristiwa yang menyangkut kehidupan rakyat miskin hanya menempati prioritas pemberitaan kalau tidak ada peristiwa lain yang dianggap lebih penting. Peristiwa kelaparan yang dialami rakyat miskin selain di Ethiopia, karena skalanya kecil (hanya melibatkan beberapa ratus atau ribu orang saja) dan berlangsung lama juga cenderung tidak akan jadi berita, atau setidaknya tidak akan muncul sebagai *headline*.

Hasil penelitian Berger (2003) tentang isu-isu kemiskinan dalam surat kabar Afrika Selatan menunjukkan gejala yang sama. Meskipun bagian dari masalah kemiskinan muncul di media, seperti masalah HIV/AIDS, tanah, pertanian, migrasi, anak-anak, ceritanya tidak mempunyai perspektif yang dapat menghubungkan masalah kemiskinan dengan kekuasaan. Masalahnya pun diketengahkan dengan cara-cara yang reaktif.

Rakyat miskin, kendati sekarat akibat kekurangan makan, sangat mungkin diabaikan oleh pers. Apalagi kalau kemiskinan itu terkait erat dengan praktik kekuasaan yang sering dapat pembelaan dari pers dan pers menempatkan diri sebagai instrumen

kekuasaan. Kemungkinan lain, pers hidup di bawah tekanan kekuasaan yang benci segala bentuk publikasi tentang kegagalannya memberikan kesejahteraan kepada rakyat. Sehingga pemberitaan atau ulasan-ulasan berita tentang kemiskinan akan membuahkan resiko yang besar bagi pers tersebut.

Di negara maju yang medianya relatif bebas dari tekanan pemerintah pun ternyata kemiskinan tidak mendapat tempat yang pantas. Menurut Bullock dan kawan-kawan (2001) di Amerika Serikat orang-orang miskin cenderung tak terlihat dalam pemberitaan televisi. Hal ini terjadi, demikian Bullock, karena pers AS memiliki persepsi bahwa kebanyakan konsumen media di negara itu berada pada strata menengah (*middle-class*), oleh sebab itu mereka lebih menyukai isu kesejahteraan, struktur ekonomi, dan masalah antar-klas seperti keamanan dan kriminalitas. Walaupun orang miskin muncul, pers cenderung menggunakan stereotip klasik: orang miskin digambarkan sebagai orang malas atau insan yang gagal dan orang yang harus bertanggung jawab kepada kemiskinannya sendiri.

Jurnalisme Kemiskinan di Indonesia

Ketika Presiden Suharto masih berkuasa di Indonesia, kehidupan

rakyat miskin tidak dapat menjadi obyek pemberitaan yang menyenangkan penguasa, karena orientasi politik kekuasaan terhadap kemakmuran ekonomi demikian kuatnya (walaupun kenyataannya kemakmuran hanya dinikmati sebagian kecil masyarakat). Rezim Suharto merupakan rezim yang tidak dapat menerima realitas kemiskinan secara wajar, memandangnya sebagai momok pembangunan, dan realitas itu akan dianggap jadi pelecehan terhadap kegiatan pembangunan apabila diberitakan besar-besaran. Istilah *kelaparan*, kendati realitasnya demikian, haram digunakan, karena dipandang sebagai istilah provokatif. Oleh sebab itu istilahnya harus diganti dengan *rawan pangan* atau *rawan gizi* yang lebih bersahabat dengan kebijakan-kebijakan pemerintah, kendati berakibat terjadinya pengaburan esensi.

Setelah Suharto terguling tahun 1998 sikap pemerintah Indonesia terhadap pers sangat melunak. Pers memperoleh iklim kebebasan yang sejak lama didambakan. UU Pers No. 40 tahun 1999 yang dibuat pada masa pemerintahan Presiden BJ Habibie tidak lagi mewajibkan perusahaan pers mengantongi izin penguasa, dan Departemen Penerangan yang sebelumnya menjadi 'polisi pers'

berwajah korup dan bengis dibubarkan. Instrumen lain yang turut digunakan rezim Orde Baru mengontrol wartawan, yaitu PWI (Persatuan Wartawan Indonesia) kena imbasnya pula. Status PWI sebagai satu-satunya organisasi wartawan dengan sendirinya tereliminasi melalui UU No. 40/1999. Tidak adanya kewajiban wartawan bergabung dalam PWI menyebabkan banyak wartawan memilih bergabung dengan organisasi-organisasi wartawan yang baru dibentuk setelah 1998, yang jumlahnya hingga 2005 tak kurang dari 40 buah.

Iklim kebebasan pers yang terbentuk sejak kejatuhan Suharto memicu pertumbuhan pesat industri pers di Indonesia. Berbagai surat kabar, tabloid mingguan dan majalah baru bermunculan dan menyerbu pasar. Sebagian bertahan cukup lama dengan menjadikan sensasi politik dan seks sebagai mata dagangan. Tapi tak sedikit yang terpaksa gulung tikar dalam waktu pendek karena lemahnya respon pasar.

Meskipun telah memperoleh kebebasan berbicara yang demikian besar, komitmen pers terhadap masalah kemiskinan tidak berubah secara signifikan. Kebanyakan industri pers yang baru muncul mengarahkan

perhatian kepada kebutuhan kelas menengah yang mempunyai daya beli relatif kuat. Isyu-isyu gaya hidup mewah, hedonistik, glamor serta isyu-isyu politik tingkat atas – seperti sidang kabinet, perdebatan di DPR, pengangkatan pejabat teras -- lebih mewarnai wajah pers daripada menyuarakan jeritan kaum miskin. Berita tentang selebritis, mobil-mobil mewah produksi terkini, piranti telepon seluler tercanggih, fluktuasi harga saham dan nilai tukar rupiah, ekspansi bisnis, perpindahan bintang sepak bola mahal ke klub lain, perjalanan ke manca negara dengan biaya jutaan dollar, dan isyu-isyu lain yang hanya ada dalam mimpi kaum miskin mendominasi halaman surat kabar, majalah, dan televisi. Berita kebakaran di pemukiman padat yang membuat ratusan penduduk miskin kehilangan tempat tinggal atau pengusuran lapak-lapak pedagang kaki lima yang dilakukan secara brutal biasanya selalu kalah dalam merebut perhatian pers dibandingkan kecelakaan pesawat terbang atau meninggalnya seorang *public figure*. Bahkan, berita pernikahan atau perceraian seorang artis cantik bisa mengalahkan berita kecelakaan mobil omprengan yang merenggut nyawa beberapa orang ibu pedagang sayur.

Kalaupun pers menoleh pada realitas kemiskinan, mereka tetap memandang masalah kemiskinan dari derajat sensasinya, seperti pada masa Suharto berkuasa. Apabila tidak muncul kejadian yang sangat sensasional dan ekstrim dari realitas kemiskinan, seperti kasus-kasus busung lapar, ketidakmampuan warga miskin membiayai pengobatan, atau kesulitan yang dialami warga desa tertentu mendapatkan air bersih, pers mudah sekali melengah ke isu lain yang dianggap lebih punya nilai jual. Perbedaannya, kini pers bebas menggunakan kata atau istilah-istilah yang menurut mereka lebih pantas, lugas, dan tidak mengaburkan realitas. Dengan menyetir formula Lord Northcliffe, berita tentang penderitaan orang miskin yang berkepanjangan cenderung masuk kategori "anjing menggigit orang" saja, bukan "orang menggigit anjing". Isyu-isyu yang cukup banyak dapat perhatian pers seperti korupsi, aksi protes, kenaikan harga minyak dan kebutuhan pokok, pencurian dan pemerasan, pelacuran, *illegal lodging*, pekerja anak, penyakit menular, hingga buruknya pelayan publik secara tidak langsung memang berhubungan dengan kehidupan kaum miskin. Namun, hampir mirip dengan temuan Berger (2003) di Afrika Selatan, kebanyakan pers Indonesia

tidak menempatkannya sebagai bagian dari isyu kemiskinan, melainkan sebagai isyu politik yang melingkupi kehidupan seluruh warga, sehingga realitas kemiskinan tetap tersembunyi di balik isyu-isyu tersebut.

Jurnalisme Kemiskinan, Sebuah Pemihakan

Jurnalisme kemiskinan bukan istilah yang lazim digunakan dalam khsanah jurnalistik atau kegiatan pemberitaan media massa, karena itu tidak dikenal dan diapresiasi secara luas. Tingkat popularitasnya hampir sama dengan jurnalisme keadilan (*justice journalism*), jurnalisme advokasi (*advocacy journalism*), jurnalisme jelata (*grass root journalism*), jurnalisme independen/ jurnalisme indie (*independent journalism*) yang sama-sama muncul sekitar tahun 1980an.

Salah seorang penganjur jurnalisme kemiskinan yang penting diketahui adalah Profesor Guy Gough Berger, dari Rhodes University, Afrika Selatan. Selain menjadi dosen, pria yang memperoleh gelar PhD dari Rhodes ini juga aktif mengembangkan jaringan untuk kebebasan pers di Afrika bagian selatan. Lembaga yang didirikannya, *Sol Plaatje Media Leadership Institute*, setiap tahun menyelenggarakan konferensi *Highway Africa*, sebuah ajang pertemuan

wartawan se-Afrika terbesar di dunia. Aktivitas politik yang berseberangan dengan penguasa mengantarkannya ke penjara tahun 1980 hingga 1983, kemudian diusir dari negaranya tahun 1985 hingga 1990. Tahun 2000 ia memperoleh beasiswa bergengsi Fulbright untuk belajar di Amerika Serikat dan melakukan riset dengan judul "*African Journalism Training in an Age of Globalisation and the Internet*". Bulan Juni 2003 ia dinominasikan untuk memperoleh *World Technology Award* kategori Jurnalisme dan Media.

Jurnalisme kemiskinan bukanlah jurnalisme konvensional atau jurnalisme standar yang peduli terhadap masalah kemiskinan, melainkan sebuah *genre* nonkonvensional (boleh juga disebut nonstandar) yang mempunyai pandangan khas terhadap fungsi dan tanggungjawab jurnalisme. Bagi jurnalisme kemiskinan realitas kemiskinan itu sendiri tidak diperlakukan sebagai obyek pemberitaan semata, yang akhirnya bisa menjadi komoditi bisnis pemilik industri pers yang umumnya bukan dari golongan miskin. Melainkan sesuatu yang dipandang dan diperlakukan sebagai produk ketidakadilan sosial, politik dan ekonomi yang penghapusannya harus

diperjuangkan sepenuh hati, bila perlu dengan menerabas prinsip-prinsip etis yang dipegang jurnalisme konvensional. Prinsip obyektivitas dan perimbangan (*cover both side*) dalam pemberitaan, misalnya, tidak dianggap penting dalam jurnalisme kemiskinan. Chance Martin, editor dari satu surat kabar "orang miskin" tertua di Amerika Serikat, *Street Sheet*, mengatakan bahwa obyektivitas hanyalah "upaya yang disengaja untuk mempertahankan *status quo*" (Messman, 2001). Martin menekankan bahwa obyektivitas itu benar-benar mengandung bias dan sepihak. Maksudnya, dengan prinsip obyektivitas itu pers tidak perlu berpihak kepada golongan miskin atau kaya, namun pada prakteknya lebih mengutamakan kepentingan golongan berada dan kaya ketimbang golongan miskin.

Pandangan miring Martin terhadap obyektivitas pers menciptakan garis merah antara pandangan jurnalis yang menyuarakan kemiskinan – atau yang mempraktekan jurnalisme kemiskinan – dengan pandangan jurnalis yang bekerja untuk pers bawah tanah (*underground press*) tahun 1960-an di Amerika Serikat dan Inggris. Pers bawah tanah adalah koran gelap

berhaluan keras yang memperjuangkan ideologi tertentu, seperti *Berkeley Barb*, *The Rat*, *The East Village Other*, *San Francisco Oracle*, *Chicago Seed* (AS) dan *Worker's Press* (Inggris). Di akhir tahun 60-an koran-koran sejenis banyak sekali diterbitkan di AS, jumlahnya lebih kurang 400-an. Koran ini menawarkan perspektif baru dengan memuat tulisan-tulisan yang tidak dapat tempat dalam koran biasa, dan menyajikan berita-berita yang bersifat subyektif. Theodor Dreyer yang bekerja di *Liberation News Service* (kantor berita yang memasok bahan untuk pers bawah tanah) mengatakan, "Obyektivitas adalah belenggu bagi kami" (Rivers, et al: 2003:10-12).

Sebagai *genre* jurnalisme yang tegas-tegas memihak kepada golongan miskin, tidak mementingkan obyektivitas dan perimbangan dalam pemberitaan, jurnalisme kemiskinan tidak mungkin masuk dalam bentuknya yang utuh dan ekstrim ke lingkungan pers yang mengaplikasikan jurnalisme konvensional. Bagi jurnalisme konvensional prinsip netralitas, obyektivitas, ketepatan (*accuracy*), dan pemisahan antara opini dengan fakta dalam menyajikan berita sangat penting, bahkan jadi nilai yang disakralkan (meskipun pada prakteknya cukup sering ditemukan bias).

Sementara dalam pandangan jurnalisme kemiskinan opini dan fakta dapat saja dicampurbaurkan – sehingga berita menjadi subyektif – demi mempertegas pemihakan kepada golongan miskin. Pada titik ekstrim, fakta pun tidak dianggap penting. Perbedaan yang mendasar inilah penyebab mengapa jurnalisme kemiskinan yang bersifat nonkonvensional hanya mungkin diterapkan sepenuhnya dalam pers nonkonvensional pula.

Pers kemiskinan yang nonkonvensional itu tidak hanya "aneh" dalam cara pandang, pemihakan, dan caranya memperlakukan fakta. Ia juga berbeda dalam pemilihan topik, gaya penulisan, rekabentuk atau disain perwajahan, sampai organisasi pengelolaannya. Namun tidak berarti pers kemiskinan adalah pers yang hanya bicara tentang kemiskinan. Seperti dilakukan *The Big Issue* yang terbit di Inggris, pers ini juga menyajikan berita-berita tentang para selebritis dan tokoh-tokoh politik yang penting diketahui kalangan miskin. Mereka juga tidak alergi dengan iklan-iklan berbau kemewahan. Sebuah kajian analisis isi (*content analysis*) yang dilakukan oleh *Street Paper Focus Group* dari Washington University Juni 2002 hingga Maret 2003 tentang *The Big Issue* edisi

Afrika Selatan menunjukkan 40% isi koran ini adalah iklan (Anderson, 2003). Iklan-iklan produk perusahaan besar yang hampir tidak mungkin dibeli kaum miskin, sama sekali tidak diharamkan. Hal ini mudah dimengerti karena perusahaan besar mempunyai dana yang dapat disalurkan kepada orang-orang miskin, sebaliknya orang miskin tidak mungkin mensubsidi orang miskin lainnya.

Hingga buku ini ditulis, di Indonesia belum tersedia satupun pers nonkonvensional yang mempraktekkan jurnalisme kemiskinan. Tapi yang mempraktekkan *genre* jurnalisme seksualitas (jurnalisme yang menjadikan seksualitas sebagai isu pokok) atau yang mencoba-coba jurnalisme gonzo (*gonzo journalism*) justru bermunculan. Hal ini membuktikan bahwa para jurnalis di Indonesia masih menempatkan kemiskinan sebagai masalah sosial yang tidak terlalu penting, tidak menarik, atau tidak memiliki daya jual. Hanya beberapa surat kabar dan stasiun televisi yang boleh dikatakan konsisten melakukan *fundraising* dan penyantunan untuk kalangan miskin, namun mereka adalah media konvensional yang tidak mengaplikasikan jurnalisme kemiskinan.

Ironisnya, pers nonkonvensional

untuk masalah kemiskinan justru hadir di negara-negara maju dan dikenal makmur seperti Amerika Serikat, Inggris, Jerman, Belanda, Kanada, Jepang, dan Australia. Pers kemiskinan yang disebut koran jalanan (*street paper*) tersebut pada umumnya menyuarakan kepentingan kelompok miskin di negara setempat, bukan kemiskinan yang terjadi di negara lain yang dilanda konflik, bekas jajahan, atau memang miskin sumber daya.

Koran Jalanan

Sebagai pengguna jurnalisme kemiskinan, koran jalanan bersikap sangat kritis dan cenderung keras terhadap kebijakan pemerintah yang bersentuhan dengan kepentingan kelompok miskin. Kebanyakan jurnalis yang berkecimpung di dunia koran jalanan adalah para aktivis LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) atau gereja yang tidak hanya mengurus berita, tapi juga melakukan kegiatan nyata seperti pengumpulan dana (*fundraising*), pelayanan sosial, dan advokasi. Kegiatan yang disebut terakhir menyebabkan jurnalisme kemiskinan kadang-kadang disamakan dengan *jurnalisme advokasi*, sebab jurnalisme kemiskinan juga digunakan untuk kegiatan-kegiatan advokasi dan kampanye melawan kebijakan pemerintah yang merugikan kaum

miskin. Sebenarnya keduanya tidak identik dalam banyak hal. Jurnalisme advokasi sangat peduli kepada akurasi data dan fakta, seperti halnya jurnalisme presisi (*precision journalism*) yang berusaha jadi jurnalisme paling obyektif. Sebaliknya, jurnalisme kemiskinan lebih mementingkan makna dan ekspresi golongan miskin dibandingkan data atau fakta dan menolak obyektivitas karena dianggap bias.

Kini tak kurang dari 65 koran jalanan terbit seluruh dunia (lihat Lampiran). Sekitar 60% diantaranya terbit di Amerika Serikat dan Kanada. Selebihnya di Jerman (9 penerbitan), Inggris (6, semuanya diterbitkan oleh kelompok *The Big Issue*), Austria (5), Belanda (4), Swedia (3), Russia (3), Afrika Selatan (2) serta Portugal, Namibia, Spanyol, Gambia, Jepang, dan Australia yang masing-masing punya satu koran jalanan.

Di Amerika Serikat kebanyakan koran-koran orang miskin terbit di kota-kota besar seperti New York (*Street News* dan *BIG News*), Washington (*Street Sense*), Boston (*Spare Change*), San Francisco (*Street Sheet*), Chicago (*StreetWise*), Cleveland (*Grapevine*), Atlanta (*Street Heat*), Milwaukee (*Repairers of the Breach*), Seattle (*Real Change*), Cincinnati (*Street Vibes*), dan Los

Angeles (*The Big Issue*). Mereka dipayungi oleh asosiasi-asosiasi seperti *North American Street Newspaper Association* (NASNA) yang didirikan Agustus 1996 di Chicago dan *International Network of Street Newspaper* (INSP).

INSP dibentuk tahun 1994 dengan biaya *European Commission*, kini mempunyai anggota di 28 negara, memayungi lebih kurang 50 koran jalanan. Tiap tahun koran-koran yang bernaung dibawah INSP menjual tidak kurang 30 juta eksemplar atau sekitar 350.000 eksemplar per minggu. Diluar yang terbit di Chicago, rata-rata oplah koran jalanan ini lumayan besar: 9.000 eksemplar per penerbitan. Menurut hasil survey yang dilakukan *National Coalition for the Homeless* tahun 1994 koran terkecil hanya beroplah sekitar 400 eksemplar. Tapi yang terbesar dapat mencapai 120.000, diraih oleh *StreetWise* yang terbit di Chicago.

Besarnya oplah koran jalanan ternyata menimbulkan masalah, terutama bagi para pengusaha koran konvensional yang sejak lama melayani kalangan menengah. Mereka tidak lagi meremehkan kekuatan koran jalanan dan menganggapnya sebagai saingan dalam membentuk opini publik maupun bisnis. Kecemasan mendorong para pengusaha tersebut menghasut pemerintah untuk

mengambil tindakan yang berpihak kepada kepentingan mereka.

Kekuatan lobby para boss koran itu kepada pejabat pemerintah dan penegak hukum menyebabkan pemerintah mengeluarkan peraturan yang membatasi gerak para penjaja. Di New York City para penjaja dilarang berjualan di kawasan kereta bawah tanah. Di San Francisco polisi memperkuat tekanan pada orang-orang tak berumah. Sedang di Cleveland para penjaja diwajibkan mendapat izin dari pemerintah sebelum berjualan, dan izin tersebut tentu saja tidak mudah didapat karena tujuan sebenarnya adalah untuk menekan populasi para penjaja. Beberapa penjaja koran *Homeless Grapevine* di kota ini ditangkap dan mendapat hukuman karena tidak mengantongi izin. *Grapevine* menuduh pemerintah kota membatasi kebebasan bicara yang dilindungi hukum dan memperkerakannya di pengadilan. Namun hakim memutuskan setuju dan mendukung tindakan pemerintah. Kasus kekalahan *Grapevine* melawan pemerintah kota Cleveland lalu menjadi preseden bagi pemerintah kota-kota lain untuk menerapkan aturan serupa. Aturan-aturan yang membatasi dan menekan para penjaja menyebabkan oplah koran jalanan jadi

menurun.

Street Sheet



Street Sheet, diterbitkan oleh para relawan yang bergabung dalam *Coalition on Homelessness* (Koalisi Orang Tak Berumah) di San Francisco, Amerika Serikat, sejak 1989. Koran yang terbit bulanan ini mengklaim dirinya sebagai koran jalanan tertua di Amerika Serikat, meskipun sebenarnya pada tahun yang sama pemusik rock Hutchinson Persons menerbitkan pula *Street News* di New York, yang masih terbit hingga sekarang. Keduanya kemudian saling mengklaim diri sebagai koran jalanan tertua.

Kehadiran *Street Sheet* di tengah publik San Francisco tidak dapat dilepaskan dari nama penyanyi kondang Phil Collins. Awal tahun 1990-an Collin menjadikan lagunya tentang tunawisma --*Another Day in Paradise* -- sebagai *masterpiece* dalam pertunjukannya. Sepanjang pertunjukan ia selalu membawa dan

pula *Street News* di New York, yang masih terbit hingga sekarang. Keduanya kemudian saling mengklaim diri sebagai koran jalanan tertua.

Kehadiran *Street Sheet* di tengah publik San Francisco tidak dapat dilepaskan dari nama penyanyi kondang Phil Collins. Awal tahun 1990-an Collin menjadikan lagunya tentang tunawisma --*Another Day in Paradise* -- sebagai *masterpiece* dalam pertunjukannya. Sepanjang pertunjukan ia selalu membawa dan mempromosikan *Street Sheet*. Dalam waktu singkat nama *Street Sheet* ikut populer.

Street Sheet tergolong koran jalanan besar di AS dengan oplah sekitar 36.000 eksemplar per bulan. Editornya digaji secara profesional. Penjualan dilakukan oleh sekitar 400 penjaja (*vendor*) yang "berkeliraran" mengitari kawasan Fisherman's Wharf, San Francisco. Mereka adalah orang-orang yang tak mempunyai rumah dan tinggal sebagai gelandangan di jalanan kota. Dengan menjajakan *Street Sheet* mereka dapat memperoleh penghasilan lumayan. Kalau mau dan mampu bekerja keras setiap penjaja dapat mengantongi \$30 hingga \$40 per hari secara legal dan bermartabat.

The Big Issue



The Big Issue diterbitkan pertama kali tahun 1991 di London, Inggris. Penerbitnya, Gordon Roddick terinspirasi oleh *Street News* yang satu eksemplarnya ia beli ketika berkunjung ke New York. Setelah berada kembali di London Roddick memutuskan untuk membuat penerbitan serupa dengan menunjuk John Bird sebagai pemimpin redaksinya.

John Bird mempunyai riwayat menarik. Tahun 60an ia jadi buronan polisi karena menjual koran kiri *Worker's Paper* dan terpaksa menjadi gelandangan di Edinburgh, Skotlandia. Tahun 1991 ia bekerja di sebuah perusahaan penerbitan dan percetakan di London. Ketika itulah Roddick memintanya menjadi editor untuk *The Big Issue*.

Kesungguhan John Bird tidak sia-sia. Kini *The Big Issue* menjadi koran jalanan yang paling sukses di dunia. Ia juga diterbitkan secara independen di Los Angeles (AS), Cape Town (Afrika Selatan), Osaka (Jepang), dan Melbourne (Australia). Di Inggris saja koran ini pembacanya lebih satu juta orang, dengan oplah sekitar 270.000 eksemplar. Kesuksesan mengantarkan John Bird menjadi penerima penghargaan dari *The British Society of Magazine Editors* (tahun 1993). *The Big Issue* juga menerima penghargaan bergengsi dari *Commission for Racial Equality's Race* (1998) dan *International Federation of Journalists Award* (2000).

Seluruh keuntungan yang diperoleh mengalir ke kantong *The Big Issue Foundation* yang berkewajiban menyalurkan dana untuk menolong orang-orang yang tidak berdaya. Tahun 1999 lembaga ini mendapat pasokan dana lebih dari £ 850.000 (US\$ 2,23 juta). Dari jumlah itu sebesar £ 600.000 (US\$ 1,4 juta) didermakan untuk membantu lebih kurang 140 orang kembali mendapat rumah, mendapatkan pekerjaan tetap (70 orang), menolong orang yang membutuhkan bantuan dana darurat (sekitar 800 orang), dan untuk menolong lebih 350 orang yang se-

dang dalam perawatan karena kecanduan alkohol, obat atau masalah kejiwaan. Bantuan ini menyebabkan John Bird menjadi *godfather* bagi orang-orang tak berumah di Eropa.

Referensi

- Anderson, E (2003) *Big Issue, South Africa* dalam <http://depts.washington.edu/stnews/bigissuesa.html>
- Berger, GG (2003) *The Journalism of Poverty and the Poverty of Journalism*, Paper disampaikan pada International Communications Forum, Cape Town, 5-9 April.
- Berger, GG (2003). *A Half-Told Story: Developing a Research Agenda into Representation of Poverty in the South African News Media*, Paper disampaikan pada Konferensi Tahunan SACOMM, Durban 25-27 Juni.
- Bullock, HE, Wyche, KF, and Williams, WR. (2001). *Media Images of the Poor*, *Journal of Social Issues*, Vol. 57, No. 2.
- Clough, S (2004) *Taking It to the Street*. *Freeflow Journalism*, UK, 2 November.
- Holhut, RT. *A Brief History of American Alternative Journalism in the Twentieth*