

ABSTRAKSI

Judul Skripsi : Proses *Gatekeeping* Majalah *Tempo* terhadap Citra Jokowi
Nama : Ayu Nabilla
NIM : 14030111130037
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Penelitian ini diawali dari ketertarikan penulis pada pemberitaan *Tempo* yang mengkritik berbagai kebijakan Joko Widodo, atau biasa disebut Jokowi, setelah ia terpilih sebagai presiden di Pemilihan Presiden (Pilpres) 2014. Padahal, saat Pilpres 2014 berlangsung, dengan jelas *Tempo* mendukung Jokowi. Citra Jokowi yang semula positif, khususnya saat kampanye Pilpres 2014 berlangsung, berubah setelah Jokowi berstatus sebagai presiden dalam pemberitaan *Tempo*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kenapa dan bagaimana kebijakan redaksi *Tempo* dalam menghasilkan perubahan citra Jokowi di kedua periode tersebut. Penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teori *gatekeeping* khususnya level organisasi, nilai berita, dan *mediatization* untuk menjelaskan proses produksi dan kebijakan redaksi. Untuk mengetahui proses itu, penulis melakukan wawancara dengan 2 (dua) narasumber dari *Tempo*, wartawan dan redaktur yang menulis berita Jokowi, dan 2 (dua) narasumber mantan wartawan *Tempo*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan kebijakan redaksi Majalah *Tempo* yang menghasilkan perubahan citra Jokowi saat Pilpres dan saat menjadi presiden didasari rasa kewajiban untuk melindungi jalannya demokrasi di Indonesia. *Tempo* memilih pro Jokowi ketika Pilpres 2014 karena lawannya, Prabowo Subianto, diduga terlibat kasus pelanggaran HAM dan tidak sesuai dengan karakter pemimpin yang *Tempo* miliki. *Tempo* meyakini yang terbaik bagi demokrasi Indonesia adalah dengan memilih Jokowi, yang lebih masuk akal dipilih sebagai pemimpin, dibanding Prabowo. Setelah Jokowi terpilih menjadi presiden, *Tempo* berperan kembali sebagai pers yang mengoreksi pemerintah jika salah langkah, sebagai realisasi bentuk fungsi kontrol sosial.

Proses *gatekeeping* level organisasi *Tempo* cenderung dipengaruhi oleh tujuan *Tempo* yang menjunjung tinggi fungsi dan kontribusi pers di masyarakat. Proses itu tidak dipengaruhi dikte pemilik media, diasumsikan karena saham *Tempo* dimiliki oleh banyak pihak. Nilai berita merupakan faktor penting dalam kebijakan redaksi *Tempo* dalam pemberitaan Jokowi, tapi verifikasi, konfirmasi, dan klarifikasi lebih diutamakan. Kebijakan redaksi *Tempo* tersebut tidak didasari kepentingan ekonomi seperti pasar dan iklan, juga bukan karena *marketing* politik.

Kata kunci: *gatekeeping*; Jokowi; Prabowo; Majalah *Tempo*; Pilpres 2014

ABSTRACT

Title : *Gatekeeping Process of Jokowi's Image in Majalah Tempo*
Name : Ayu Nabilla
Student No. : 14030111130037
Major : Ilmu Komunikasi

This research was started by the writer's interest to *Tempo's* news which criticized Jokowi's policies after he was chosen as the president in Pemilihan Presiden (presidential election, Pilpres) 2014. Whereas, during Pilpres 2014, *Tempo* clearly took side to Jokowi. Jokowi's image that was positive before, especially during Pilpres 2014 campaign, changed after Jokowi was titled as the president in *Tempo's* news.

The objective of this research is to know why and how *Tempo's* news policy to produced the change of Jokowi's image in those two different period. The writer used descriptive qualitative method with gatekeeping theory, especially organizational level, news value, and mediatization to explain the production process and news policy. To discover that process, the writer did interviews with 2 (two) sources from *Tempo*, reporter and editor who wrote news about Jokowi, and 2 (two) sources who was *Tempo's* former reporter.

The results of this research show that Majalah *Tempo's* policy which produced the change of Jokowi's image during Pilpres and when he was the president is based on the obligation to protect democracy in Indoensia. *Tempo* chose to support Jokowi because opponent in Pilpres 2014, Prabowo Subianto, was suspected involved in human rights violations and was not match with the ideal president that *Tempo* has. *Tempo* believed what is best for Indonesia's democracy was to choose Jokowi, who was more sense to be chose than Prabowo. After Jokowi was chosen to be the president, *Tempo* played the role as press who watch and correct the government, as the realization watchdog function.

The organizational level of gatekeeping process in *Tempo* tends to be influenced by *Tempo's* objective which is to uphold press' role and contribution to the society. The process was not influenced by the owners, the writer assume that is because *Tempo's* stock was owned by many people. News values is one of the crucial factors in *Tempo's* news policy regarding the content about Jokowi, but verification, confirmation, and clarification take precedence over news value. That policy also not based on economic objectives of the company, such as market and advertisement, or political marketing.

Keywords: gatekeeping; Jokowi; Prabowo; Majalah *Tempo*; Pilpres 2014.

Latar Belakang

Joko Widodo, Presiden RI sejak Juli 2014, disebut-sebut sebagai sosok *media darling*. Julukan tersebut tidak muncul hanya saat kampanye Pemilihan Presiden (Pilpres) 2014, tapi sejak ia menjadi Walikota Solo dan membantu mempopulerkan mobil Esemka. Menurut Seno Gumira Ajidarma dalam tulisannya di kolom Kompas.com edisi 13 Januari 2014, *media darling* adalah orang yang dicintai media massa, yang selalu dihadirkan dengan penuh simpati, mulai dari ekspresi wajahnya yang kerakyatan dan lugu sampai berbagai terobosannya yang mengundang decak. Menurut pakar komunikasi politik, Effendi Ghazali (Sindonews.com edisi 10 Maret 2013 jam 18.42 WIB), sosok Jokowi disebut-sebut sebagai *media darling* karena gaya kepemimpinan Jokowi dan wakilnya yang disenangi masyarakat Indonesia, *blusukan* adalah bagian dari komunikasi politik.

Pembentukan sosok Jokowi oleh media massa membuatnya terkenal dan banyak disukai masyarakat dari berbagai kalangan. Salah satu media yang berada di barisan ‘penyayang’ Jokowi adalah Majalah *Tempo*. Pembentukan citra positif *Tempo* terhadap Jokowi terlihat saat *Tempo* memasukkan Jokowi dalam daftar 10 Tokoh di tahun 2008. Setelah itu, pada edisi 5-11 Agustus 2013, *Tempo* memberi judul “Mendadak Jokowi” dengan gambar Jokowi yang sedang bernyanyi di sampulnya. *Tempo* juga menunjukkan dukungannya pada Jokowi melalui pemberitaannya selama tahun 2014, khususnya selama kampanye Pilpres. Namun, pada edisi 24-30 November 2014, *Tempo* menampilkan gambar Jokowi dan Surya Paloh, Ketua Umum Partai Nasional Demokrat yang termasuk partai koalisi, dengan judul “Dalam Bayang-Bayang Paloh.” Selain itu, sejak kasus antara Budi Gunawan dari Polri dan KPK, *Tempo* memberitakan Jokowi dengan kritik tajam, berkebalikan dari pemberitaan ketika Jokowi mencalonkan diri sebagai presiden. Kritik tajam tersebut dimuat di empat edisi berturut-turut di rubrik opini *Tempo* pada bulan Februari, antara lain edisi 26 Januari-1 Februari, 2-8 Februari, 9 Februari-15 Februari, dan 16-22 Februari 2015.

Penelitian dan kajian mengungkapkan setiap media massa memang memiliki orientasi tertentu dalam pemberitaannya. Maka, konten berita yang dihasilkan oleh setiap perusahaan pers pun berbeda, bergantung pada orientasi tersebut. Agus Sudibyo mengatakan salah satu pendekatan studi media yang menjelaskan isi media adalah pendekatan organisasi (2006: 3). Pendekatan organisasi melihat pengelola media sebagai pihak yang aktif dalam proses pembentukan dan produksi berita. Media mengangkat tokoh politik tertentu karena tokoh politik itu memang mempunyai nilai berita yang tinggi. Sudibyo menyatakan bahwa media

dianggap otonom dalam menentukan apa yang boleh atau tidak boleh, apa yang baik atau buruk, dan apa yang layak atau tidak layak diberitakan (2006: 4).

Permasalahan

Konstruksi sosok Jokowi oleh *Tempo* menampilkan Jokowi sebagai sosok yang kontras. Pada masa kampanye Pilpres 2014, *Tempo* tak hanya sekali menampilkan Jokowi di halaman *cover* dengan citra positif, atau menampilkan lawannya Prabowo Subianto, dengan citra sebaliknya. Dalam salah satu pemberitaan edisi khusus pemilihan presiden 30 Juni-6 Juli 2014 berjudul “Bowo, Joko, Hatta & Kalla”, *Tempo* mengawali cerita tentang Prabowo Subianto dengan judul “Ambisi Lama Sang Jenderal”, sedangkan Jokowi dengan judul “Meteor Politik dari Kampung”.

Namun, pembentukan kesan positif *Tempo* pada Jokowi tak berlangsung lama. Pada beberapa edisi bulan Januari dan Februari 2015, *Tempo* berbalik badan dari Jokowi. *Tempo* mengawali kolom opini di empat edisi berturut-turut di bulan Februari dengan mengkritik Jokowi atas lambannya Jokowi menindak persoalan Budi Gunawan dan KPK. Tentu kritik *Tempo* diperlukan dalam kasus tersebut, tapi sayangnya kritik itu tak banyak muncul sebelum Jokowi dinobatkan sebagai presiden, tepatnya selama masa kampanye pilpres. Padahal, masa-masa itulah media massa harus kritis, obyektif, dan memberi informasi pada masyarakat kekurangan dan kelebihan apa yang dimiliki masing-masing calon presiden yang akan menjabat selama 5 tahun ke depan.

Kebijakan *Tempo* dalam menunjukkan citra Jokowi yang ‘baik’ dan ‘buruk’ itu dilakukan dalam ruang redaksi, oleh setiap anggota organisasi dalam perusahaan pers tersebut. Terdapat proses yang dilewati untuk menyeleksi dan menentukan informasi peristiwa dan sosok apa yang dimuat di halaman majalah *Tempo*, atau disebut proses *gatekeeping*. Proses ini diasumsikan tidak dilakukan oleh individu tunggal, tapi dilakukan oleh organisasi *Tempo* secara keseluruhan.

Standar berita yang sesuai menurut *Tempo* dipengaruhi oleh organisasi itu sendiri, bisa dalam segi ideologi, kebijakan, kepemilikan, atau tujuan *Tempo*. Maka, perubahan sikap *Tempo* terhadap Jokowi menarik untuk diteliti, apa alasan *Tempo* menampilkan citra Jokowi sebagai *media darling* dalam beberapa edisi dan justru mengkritik habis Jokowi di edisi-edisi berikutnya, dan bagaimana proses *gatekeeping* *Tempo* memproduksi citra Jokowi tersebut.

Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan proses *gatekeeping* perubahan pembentukan citra Joko Widodo yang dilakukan redaksi majalah mingguan *Tempo*.

Kerangka Pemikiran Teoretis

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teori *gatekeeping* khususnya level organisasi, nilai berita, dan *mediatization* untuk menjelaskan proses produksi dan kebijakan redaksi. Gallagher (dalam Gurevitch, dkk, 1982: 150) mengatakan, *gatekeeper* adalah seseorang yang memiliki kekuatan untuk menyeleksi, memproses, dan mengorganisasi informasi yang disediakan pada audiens, yang pasif dan tidak mencurigai. *Gatekeeping* tak hanya proses mengontrol informasi dengan seleksi tapi juga tindakan menunda, transmisi, membentuk, tampilan, repetisi, dan penempatan waktu informasi saat informasi itu dikirim dari pengirim ke penerima. Dalam *Mediating The Message*, Shoemaker dan Reese (1996) merangkum teori mengenai *gatekeeping* dari berbagai peneliti dalam lima level proses *gatekeeping*. Dari kelima level tersebut, penelitian ini akan menggunakan satu lingkup level, yaitu level organisasi. Perspektif level organisasi melihat pengaruh konten pada perbedaan yang muncul dalam organisasi, yaitu peran, struktur teknologi, pasar, kepemilikan, tujuan, dan kebijakan. *Gatekeeping* yang dilakukan dalam level organisasi tidak dilakukan oleh seorang jurnalis atau editor saja, tapi reporter, editor, produser, dan atasannya juga terlibat melakukan keputusan dalam proses *gatekeeping* sebelum berita sampai pada audiens. *Gatekeeper* yang sukses menurut organisasi adalah orang yang bisa merepresentasikan kepentingan organisasi dengan sempurna (Shoemaker, 1991: 93).

Gatekeeper memilih berita yang akan disajikan dalam bentuk produk media massa pada audiens. Berita yang dipilih oleh *gatekeeper* memiliki karakteristik sendiri yaitu disebut *news values*. Menurut Harrison (2006:2), berita merupakan orientasi pada kebenaran melalui sumber terpercaya mengenai kejadian-kejadian terbaru. Maka, inti dari nilai berita jurnalisme adalah akurasi, kesungguhan/kebenaran, lokasi, tempat/ruang, kebaruan, dan waktu. Potter (2006: 5) mengatakan berita dideskripsikan sebagai laporan mengenai kejadian terbaru atau informasi yang sebelumnya tidak diketahui, tapi kebanyakan kejadian yang terjadi di dunia setiap hari tidak pasti dimuat di koran atau televisi. Terdapat keterkaitan antara nilai berita dan tokoh politik yang dipilih suatu media massa untuk dimuat.

Hubungan media massa dan politisi dalam komunikasi politik menurut Brants dan Voltmer (2011: 5) disebut *mediatization*. *Mediatization* atau mediasisasi dalam konteks saat

ini adalah kebergantungan institusi politik pada media massa dalam melakukan transmisi pesan. Walau demikian, bukan berarti institusi politik tidak memiliki kemampuan untuk membentuk pesannya sendiri, institusi politik juga memiliki kemampuan yang dilakukan dengan manajemen berita dan pemasaran politik. Kedua cara tersebut adalah salah satu bentuk usaha institusi politik untuk mengontrol proses komunikasi yang dilakukannya saat menggunakan media massa. Hal itu membuat komunikasi politik yang mereka lakukan dibentuk sedemikian rupa mengikuti cara pikir media massa, dengan pesan yang sesuai dengan nilai dan pasar media massa. Di sisi lain, institusi media massa pun didorong oleh komersialisasi. Persaingan yang sangat ketat di pasar media membuat media massa berhati-hati dalam mengemas berita mengenai politik agar audiens yang mereka miliki tetap tertarik pada produknya. Politisasi jurnalisisme saat ini lebih didorong oleh kepentingan komersil dan sensasionalisme daripada etos *watchdog* atau partisan konvensional yang terinspirasi laporan kritis (Allan, dalam Brants dan Voltmer, 2011: 7).

Simpulan

Untuk mengetahui proses *gatekeeping* *Tempo* dalam memproduksi citra Jokowi, penulis melakukan wawancara dengan 2 (dua) narasumber dari *Tempo*, wartawan dan redaktur yang menulis berita Jokowi, dan 2 (dua) narasumber mantan wartawan *Tempo*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kebijakan redaksi Majalah *Tempo* yang menghasilkan perubahan citra Jokowi saat Pilpres dan saat menjadi presiden didasari rasa kewajiban untuk melindungi jalannya demokrasi di Indonesia. *Tempo* memilih pro Jokowi ketika Pilpres 2014 karena lawannya, Prabowo Subianto, diduga terlibat kasus pelanggaran HAM dan tidak sesuai dengan karakter pemimpin yang *Tempo* miliki. *Tempo* meyakini yang terbaik bagi demokrasi Indonesia adalah dengan memilih Jokowi, yang lebih masuk akal dipilih sebagai pemimpin, dibanding Prabowo. Setelah Jokowi terpilih menjadi presiden, *Tempo* berperan kembali sebagai pers yang mengoreksi pemerintah jika salah langkah, sebagai realisasi bentuk fungsi kontrol sosial.

Proses *gatekeeping* level organisasi *Tempo* cenderung dipengaruhi oleh tujuan *Tempo* yang menjunjung tinggi fungsi dan kontribusi pers di masyarakat. Proses itu tidak dipengaruhi dikte pemilik media, diasumsikan karena saham *Tempo* dimiliki oleh banyak pihak. Nilai berita merupakan faktor penting dalam kebijakan redaksi *Tempo* dalam pemberitaan Jokowi, tapi verifikasi, konfirmasi, dan klarifikasi lebih diutamakan. Kebijakan

redaksi *Tempo* tersebut tidak didasari kepentingan ekonomi seperti pasar dan iklan, juga bukan karena *marketing* politik.

Implikasi

Setiap berita yang dimuat dalam media massa tidak melewati jalan yang sederhana dan linear. Proses itu panjang dan berliku, setiap ‘gerbang’ dapat memengaruhi bentuk akhir berita dan produk media massa tersebut bergantung pada berbagai faktor proses *gatekeeping* dan setiap pihak di dalamnya. Penelitian tentang proses *gatekeeping* dapat menjadi alternatif selain penelitian tentang teks berita yang dimuat media massa.

Majalah *Tempo* memiliki tujuan organisasi dan budaya yang normatif, tapi kokoh dan selalu diusahakan untuk dijalankan hingga saat ini. Tujuan dan budaya normatif tersebut antara lain memberikan kesempatan berpendapat bagi siapa pun dengan perbedaan yang ada di Indonesia, menjalankan musyawarah untuk mufakat selama proses redaksi, dan menjaga apa yang menurut *Tempo* terbaik bagi Indonesia dan rakyatnya, yaitu demokrasi. *Tempo* menjaga keduanya dalam rapat, sehingga kepemilikan dan status jabatan tidak menjadi penghalang untuk berdiskusi dan menghasilkan produk jurnalistik yang berkualitas. Dengan tujuan dan budaya yang kuat tersebut membuat proses *gatekeeping* diambil alih oleh semua pihak di dalam internal redaksi *Tempo*, segalanya dibicarakan berdasarkan standar, nilai, dan norma jurnalistik yang berlaku. Hal ini dapat menjadi contoh bagi media massa lain untuk meluruskan tujuan dan budaya yang berjalan di organisasinya, dalam memproduksi karya jurnalistik yang berkualitas dan berkontribusi menuju Indonesia yang lebih baik.

Maka, kode etik jurnalistik, fungsi pers, dan pers yang baik secara jurnalistik dan ekonomi tidaklah utopis. Namun, di sisi lain, kebijakan *Tempo* menyikapi suatu hal dengan ‘hitam-putih’, seperti yang dialami oleh Jokowi saat kampanye dan setelah terpilih, serta Prabowo saat kampanye. Sikap itu menunjukkan *Tempo* seakan menilai seseorang atau suatu hal sebatas baik dan buruk, padahal setiap hal pasti ada sisi baik dan buruknya. Pers perlu tetap mempertahankan memberikan informasi yang meliputi sisi ‘abu-abu’ setiap hal untuk menjaga penilaian yang berlebihan. Wartawan pun perlu memerhatikan kebijakan perusahaan persnya tidak selalu benar dan bijak. Maka, pers tak boleh hanya kritis pada hal-hal di luar dirinya, tapi juga kritis pada dirinya sendiri.

Kebijakan *Tempo* mempertimbangkan masa depan politik Indonesia dengan mengintervensi peperangan antara kedua calon presiden. *Tempo* memiliki gambaran sendiri mengenai pemimpin apa yang diperlukan dan dihindari, sehingga sedemikian rupa mendukung dan mengkritik Jokowi dan Prabowo, dengan sedemikian rupa. Untuk itu, masyarakat harus sadar bahwa media massa memiliki penilaian ini dan penilaian tersebut tidak selalu benar dan harus terus dianalisis lagi. Selain itu, walau suatu media massa tampak begitu cerdas dan mengabdikan pada masyarakat, masyarakat juga perlu menyadari bahwa media massa memiliki sifat oportunis dalam berbagai hal demi kepentingan, maupun pandangan yang diyakini media massa tersebut.

Daftar Pustaka

Brants, Kees dan Katrin Voltmer. 2011. *Political Communication in Postmodern Democracy: Challenging the Primacy of Politics*. London: Sage.

Gurevitch, Michael dkk. 2005. *Culture, Society, and The Media*. Taylor & Francis.

Harrison, Jackie. 2006. *News*. New York: Taylor & Francis Group.

Potter, Deborah. 2006. *Handbook of Independent Journalism*. AS: Bureau of International Programs

Shoemaker, Pamela J. 1991. *Communication Concepts 3: Gatekeeping*. Newbury Park, CA: Sage.

Shoemaker, Pamela J. dan Stephen D. Reese. 1996. *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. USA: Longman.

Sudibyo, Agus. 2001. *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. Yogyakarta: LkiS.

Biarkan Jokowi Jadi Media Darling <http://metro.sindonews.com/read/725830/31/biarkan-jokowi-jadi-media-darling-1362915724> diakses 28 Maret 2015