

**POLITIK PEMBERITAAN JOKOWI DI MEDIA MASSA
(Analisis Framing Politik Pemberitaan Jokowi di Majalah Tempo
Edisi Januari-Juli 2014)**

Oleh
Irawan Wibisono

Abstract

Joko Widodo, or more commonly known as Jokowi won the presidential elections of the Republic of Indonesia on 9 July 2014. Tempo magazine became one of the media coverage about this Jokowi. Research on the Tempo Magazine framing against Jokowi is intended to determine how the viewpoint Tempo in reporting Jokowi. The method used is content analysis of media texts that use the paradigm of constructionism with qualitative research methods. The object of the research is the issue of Tempo Magazine in January to July 2014. The data analysis technique used is framing analysis model Zhongdang Pan and Kosicki. The analysis showed Tempo has a frame that Jokowi deserves to be president because he is not the person who is born of the main circle of political parties.

Keyword: mass media political campaigns

Pendahuluan

Pemilihan umum presiden tahun 2014 telah usai digelar dengan Joko Widodo, atau sering disebut Jokowi sebagai pemenang. Jokowi memenangkan Pemilu presiden dengan mengumpulkan sebanyak 70.997.833 suara atau 53.15% unggul dari lawannya Prabowo Subianto yang memperoleh 62.576.444 suara atau 46.85%. Penetapan perolehan suara tersebut diresmikan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) dengan mengeluarkan SK Nomor: 535/Kpts/KPU/ Tahun 2014 tentang Penetapan Rekapitulasi Hasil Penghitungan Perolehan Suara dan Hasil Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014. Kemudian disusul Keputusan KPU Nomor : 536/Kpts/KPU/Tahun 2014 tentang Penetapan Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Terpilih dalam Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2014. (www.kpu.go.id, diunduh 4 September 2014).

Kemenangan Jokowi dalam Pemilihan Presiden 2014 ini merupakan rangkaian panjang dalam perjalanan karir politiknya. Jokowi lahir dari pasangan Noto Miharjo dan Sujiami Notomiharjo di Surakarta, 21 Juni 1961. Mengawali aktivitas politik dengan mencalonkan diri sebagai Walikota Surakarta pada tahun 2005 berpasangan dengan politisi Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) F.X. Hadi Rudyatmo. Pasangan Jokowi-

Rudy memenangi Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pilkada) dengan persentase suara sebesar 36,62%. (www.detik.com, diunduh 4 September 2014).

Perjalanan menjadi Walikota Surakarta dilalui Jokowi dengan baik, berbagai perubahan secara fisik dapat dirasakan masyarakat Kota Bengawan. Mulai dari revitalisasi pasar-pasar tradisional, penataan pedagang kaki lima, pengadaan sarana transportasi Batik Solo Trans, pembangunan kawasan pejalan kaki serta pembangunan ruang publik. Selain perubahan secara fisik, Surakarta dibawah kepemimpinan Jokowi juga menggalakkan acara-acara kebudayaan bertaraf lokal hingga internasional. Seluruh perubahan yang terjadi di kota Surakarta tersebut sangat berdampak positif bagi citra Joko Widodo sebagai walikota. Hal ini terbukti dari hasil pemilihan kepala daerah tahun 2010 dimana Jokowi kembali maju berpasangan dengan Rudy meraih kemenangan sebesar 90.09%. Pasangan Jokowi-Rudy mengalahkan KP Eddy S Wirabhumi-Supradi Kertamenawi yang hanya mendapatkan 9.91% suara. (www.kompas.com , diunduh 4 September 2014).

Dengan berbagai prestasi yang telah ditorehkan selama menjadi walikota Surakarta, Jokowi diusung PDIP untuk maju dalam pemilihan kepala daerah di

DKI Jakarta sebagai gubernur. Berpasangan dengan Basuki Tjahja Purnama, Jokowi maju sebagai Calon Gubernur DKI Jakarta tahun 2012. Meskipun harus dengan dua putaran, Jokowi – Ahok (panggilan Basuki Tjahja Purnama) berhasil memenangkan pilgub DKI Jakarta mengalahkan calon pentahana yaitu Fauzi Bowo yang berpasangan dengan Nachrowi Ramli. Kemenangan ini diluar prediksi banyak pihak, termasuk lembaga survey yang kala itu lebih mengunggulkan pasangan pentahana.

Langkah politik Jokowi di DKI Jakarta tidaklah mudah. Berbagai permasalahan klasik di ibu kota mulai banjir, kemacetan dan tindak kriminal harus dirampungkan. Beberapa dari permasalahan tersebut sedikit demi sedikit mulai dikerjakan. Masalah transportasi misalnya, Jokowi menambah jumlah angkutan massal serta berencana melanjutkan proyek *monorail*. Dalam hal penanganan masalah banjir, mulai digalakkan pembangunan kanal serta pengembalian fungsi waduk. Jokowi bersama pasangannya juga mulai menata dan memperbaiki sistem birokrasi pelayanan publik di Jakarta.

Belum genap satu periode menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta, perjalanan politik Jokowi kembali disorot. Kali ini PDIP memberinya mandat untuk maju sebagai calon presiden pada pemilu presiden tahun 2014. Pada tanggal 14 Maret 2014 melalui surat mandat yang ditulis langsung oleh Ketua Umum PDIP, Megawati Soekarno Putri tersebut Jokowi digadang-gadang dapat menaikkan suara partai dan menjadi Presiden Indonesia ke tujuh.

Pada tanggal 31 Mei 2014 KPU menetapkan calon presiden dan calon wakil presiden 2014. Joko Widodo berpasangan dengan Jusuf Kalla menghadapi Prabowo Subianto – Hatta Rajasa. Penetapan tersebut tertuang dalam Keputusan KPU Nomor 453/kpts/KPU/Tahun 2014 tentang Penetapan Pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Pemilu 2014. (www.kpu.go.id, diunduh 4 September 2014).

Sejak pemilu presiden secara langsung diselenggarakan setelah reformasi tahun 1998, pemilihan presiden tahun 2014 ini merupakan kali pertama yang diikuti hanya dua pasang kandidat. Hal ini menjadikan calon presiden berhadapan langsung dengan lawan, *head to head*. Begitu juga Jokowi, berbagai strategi disusun oleh tim suksesnya. Tidak hanya strategi kemenangan, namun juga strategi penangkalan terhadap upaya pelemahan yang dilakukan oleh kubu lawan. Dibantu dengan relawan, partai dan simpatisan, Jokowi – Kalla dapat memenangkan pemilihan presiden tahun 2014.

Kemenangan Jokowi dalam berbagai pertarungan pemilihan umum, mulai dari pilkada Surakarta, Pilgub DKI Jakarta hingga pemilihan presiden 2014 terhitung sebagai perjalanan politik yang fenomenal. Pengamat politik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Hamdan Daulay mengatakan bahwa kemenangan calon presiden ditentukan oleh kekuatan media massa.

“Dengan kekuatannya, media massa saat ini dapat menciptakan kemenangan bahkan kekalahan capres sekalipun,” kata pengamat politik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Hamdan Daulay di Yogyakarta, Sabtu(3/5). (www.republika.co.id, diunduh 3 September 2014).

Jokowi sendiri memang terkenal memiliki kedekatan dengan pewarta. Segala bentuk gerak-geriknya selalu disorot oleh media, baik media cetak maupun elektronik. Keberadaannya juga menjadi perhatian media internasional. *New York Times*, memuat berita tentang sikap anomali Jokowi sebagai kepala daerah. Media yang berpusat di Amerika tersebut menuliskan kegiatan Jokowi yang gemar *blusukan*.

Each day, Joko Widodo, the governor of Jakarta, does something practically unheard-of among Indonesia's political elite: he ventures into the streets to speak with the people who elected him. Most times, he is mobbed as he wanders through slums, traditional markets and other neighborhoods. Women, and men, try to touch him. Younger people grab his

hands and lay them on their foreheads — a sign of respect. Many share their concerns over how their city is working (or not), a practice he encourages. (www.nytimes.com, diunduh 4 September 2014).

Sedangkan di *British Broadcasting Corporation* (BBC) memberitakan Jokowi dari sisi kecintaannya terhadap musik beraliran keras.

Soon after Jakarta Governor Joko Widodo - widely known as Jokowi - declared victory on Tuesday, Randy Blythe, singer of the metal band Lamb of God, expressed his support on Instagram: "Incredibly, ladies and gentlemen, the new president of Indonesia is a metalhead and a Lamb of God fan," adding that Widodo is "the world's first heavy metal president". Another heavy metal band, Anthrax, posted a congratulatory message on Facebook, saying: "Now if only all other countries would follow suit." (www.bbc.com, diunduh 4 September 2014).

Popularitas Jokowi di media dalam dan luar negeri tersebut dikarenakan kemampuannya mengelola opini publik. Hal itulah yang menyebabkan ia menjadi *media darling*. Publik disugahi dengan berita-berita Jokowi mulai dari program kerja, visi misi hingga kehidupan kesehariannya. Hal ini dianggap berlebihan dan tidak natural seperti disampaikan oleh Purengage, *Business Development*.

"Hanya saja, Purengage menilai popularitas dan ketervavoritan Jokowi di media dianggap tidak natural karena saat ini media hanya dikuasai oleh segelintir kelompok elite saja". (www.kompas.com, diunduh 4 September 2014).

Jokowi memang menjadi bahan berita yang menarik bagi seluruh media khususnya media nasional. Ia juga merupakan sosok yang fenomenal dengan berbagai penghargaan. Majalah *Tempo* pernah menjadikan Jokowi sebagai "10 Tokoh 2008". *Tempo* memberikan penghargaan tersebut saat Jokowi menjabat sebagai Walikota Surakarta.

Keberadaan media di tengah-tengah Jokowi merupakan salah satu hubungan mutualisme antara pewarta dengan nara sumbernya. *Tempo* juga melakukan hal

yang sama namun tetap menjaga integritasnya dengan mengambil jarak dari pusat kekuasaan.

Hal yang membedakan *Tempo* dengan media lainnya adalah cara mengemas kritik. Dalam menyampaikan kritik, *Tempo* menggunakan gaya bahasa yang nyaman. Sesuai mottonya, "enak dibaca dan perlu" yang hingga kini masih digunakan, *Tempo* menggunakan gaya bahasa yang seakan mendobrak kebakuan bahasa pada masa itu yang dianggap terlalu kental dengan slogan dan bombasme.

Sebuah rezim selalu khawatir dengan adanya media yang menggaungkan kritik. Kekhawatiran sebuah rezim diwujudkan dengan mencabut izin terbit sebuah media atau lebih sering disebut dengan istilah dibredel. *Tempo* luput dari pembredelan dua kali pada masa Orde Baru, tahun 1974 dan 1978, namun tahun 1982 adalah kali pertama *Tempo* dibredel karena terlalu tajam mengkritik pemerintahan Soeharto.

"Pada tahun 1982, untuk pertama kalinya *Tempo* dibredel. *Tempo* dianggap terlalu tajam mengkritik rezim Orde Baru dan kendaraan politiknya, Golkar. Saat itu tengah diluncurkan kampanye dan prosesi Pemilihan Umum. Tapi akhirnya *Tempo* diperbolehkan terbit kembali setelah menandatangani semacam "janji" di atas kertas segel dengan Ali Moertopo, Menteri Penerangan saat itu (zaman Soeharto ada Departemen Penerangan yang fungsinya, antara lain mengontrol pers)". (www.tempoco, diunduh 4 September 2014).

Agaknya pembredelan yang dilakukan pemerintah terhadap Majalah *Tempo* menimbulkan konflik intern di dalam redaksi. Beberapa wartawan memutuskan untuk keluar dari redaksi tersebut. Dalam derasnya tekanan dari pemerintah terhadap kebebasan pers pada masa Soeharto membuat mereka berfikir untuk mendirikan media baru. Sebagian dari mereka membuat majalah yang satu tipe dengan *Tempo* yang diberi nama Majalah Gatra.

Selepas Soeharto lengser pada Mei 1998, mereka yang pernah bekerja di *Tempo* dan dan berpisah akibat bredel bertemu dan berbicara ulang. Mereka membicarakan perlu-tidaknya majalah *Tempo* terbit kembali. Hasilnya, *Tempo* harus terbit kembali. Maka, sejak 12

Oktober 1998, majalah *Tempo* hadir kembali.

Hadirnya *Tempo* melengkapi khasanah dunia pemberitaan. Dengan sumber daya manusia yang dimiliki, *Tempo* membuktikan bahwa kedalaman pemberitaan yang ditulis masih sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Hingga kini *Tempo* senantiasa menghadirkan berita dengan gaya yang “enak dibaca dan perlu”.

Bagi sebuah majalah yang terus berjuang untuk eksis dan mengedepankan mutu jurnalistik serta suatu model perusahaan media yang sehat dan modern, tahun politik 2014 menjadi ujian yang berat. Tak hanya *Tempo*, sebagian besar media massa di Indonesia merasakan hal tersebut terkait begitu bebasnya membuat media pemberitaan serta pengaruh pemilik perusahaan media yang berafiliasi politik. *Tempo* senantiasa menjaga independensinya terhadap dunia jurnalistik yang cerdas. Termasuk merespon hadirnya sosok Jokowi yang disebut *media darling* di Indonesia.

Dalam kurun waktu bulan Januari hingga Juli 2014, *Tempo* menulis berita tentang sosok Jokowi pada empat edisi. Dari empat edisi yang disajikan oleh *Tempo* tersebut menimbulkan opini publik yang majemuk mengenai sosok Jokowi, hal tersebut dikarenakan adanya proses pemberitaan yang menggunakan sudut pandang dan pembingkaiannya atas realitas Jokowi.

Berangkat dari paparan diatas, maka dapat ditarik perumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana majalah *Tempo* mengkonstruksi pemberitaan Jokowi?”.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi teks media yang menggunakan paradigma konstruksionisme dengan metode penelitian kualitatif. Adapun objek penelitian adalah Majalah *Tempo* edisi bulan Januari hingga Juli 2014. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *framing* dengan model Zhongdang Pan dan Kosicki

Hasil dan Pembahasan

Melalui pemberitaan Jokowi di majalah *Tempo* dalam kurun waktu Januari hingga Juli 2014, dapat disimpulkan bahwa

frame Tempo adalah: Jokowi adalah figur yang tidak dilahirkan dari lingkaran utama partai politik sehingga layak dipilih sebagai presiden.

Strategi pemberitaan *Tempo* memang tidak secara langsung menyebutkan Jokowi sebagai calon presiden yang harus dipilih. Mengingat kredibilitas *Tempo* di hadapan pembaca selama ini adalah media yang netral dan tidak memihak.

Namun jika dicermati lebih mendalam, pemberitaan *Tempo* pada edisi bulan Januari hingga Juli 2014 tersebut menunjukkan bahwa Jokowi dikesankan sebagai tokoh yang berasal dari luar lingkaran partai politik. Meskipun ia maju sebagai walikota Surakarta hingga calon presiden melalui PDIP, namun *Tempo* memberitakan prestasi-prestasi yang dicapai oleh Jokowi merupakan kerja individu dan tim khusus Jokowi.

Hal tersebut dapat dilihat pada ulasan *Tempo*, antara lain penggambaran Jokowi sebagai tokoh yang mirip *Satrio Piningit* dalam kisah Jawa. Julukan tersebut diberikan saat memperbandingkan Jokowi dengan Megawati sebagai Ketua Umum PDIP. Dalam setiap edisinya, *Tempo* selalu memisahkan antara PDIP, Badan Pemenangan Pemilu, serta tim Jokowi. Ketiganya merupakan representasi dari Megawati, Puan Maharani serta Jokowi. Tiga kubu itulah yang diberitakan *Tempo* selalu terjadi tarik menarik kepentingan di internal PDIP.

Kemenangan Jokowi dalam pemilihan presiden diberitakan *Tempo* dengan menyebutkan tim Jokowi yang berlari. Tim Jokowi dianggap berhasil memobilisasi massa di kalangan artis untuk mendongkrak suara Jokowi. Tidak disebutkan peran PDIP selaku partai pengusung dalam kemenangan tersebut. Secara keseluruhan dalam pemberitaan *Tempo*, Jokowi dibingkai sebagai tokoh yang lahir dari luar lingkaran partai politik.

Sebagai saran dari penulis khususnya untuk media, dalam hal ini *Tempo*, dalam penyajian satu berita di sebuah media terkadang berbeda dengan media yang lain. Terdapat perbedaan dalam menilai satu realitas yang sama. Agar tidak terjadi kebingungan dalam masyarakat, diharapkan media dapat bersikap objektif dalam menuliskan berita. Karena selain dapat dijadikan sebagai sumber informasi,

media juga memiliki potensi sebagai sumber pembelajaran bagi kehidupan masyarakat.

Dalam menyajikan berita terkait Jokowi, sebaiknya media mengupas secara berkelanjutan dan mendalam agar dapat ditemukan sisi objektif dalam penilaian terhadap sosok Jokowi. Untuk pembaca, berita merupakan konstruksi atas realitas. Sehingga setiap pemberitaan tidak ada realitas sesungguhnya yang dapat disajikan secara utuh seratus persen. Adanya ideologi serta kepentingan media menjadikan realitas tersebut tidak sama ketika menjadi teks berita. Sehingga pembaca diharapkan lebih selektif dan jeli dalam memilih dan membaca sebuah berita.

Begitu juga dengan realitas perjalanan Jokowi sebagai calon presiden. *Tempo* membingkai berita tersebut dengan berbagai latar belakang sehingga menjadikan Jokowi sebagai calon presiden yang harus dipilih dan didukung. Oleh karena itu, sangatlah bijaksana jika pembaca terlebih dahulu memahami realitas Jokowi dengan mencari referensi-referensi dari sumber informasi yang lain. Dengan begitu pembaca dapat memberikan penilaian yang lebih objektif dalam memandang realitas tersebut beserta media yang menyajikannya.

Penutup

Melalui pemberitaan Jokowi di majalah *Tempo* dalam kurun waktu Januari hingga Juli 2014, dapat disimpulkan bahwa *frame Tempo* adalah: Jokowi adalah figur yang tidak dilahirkan dari lingkaran utama partai politik sehingga layak dipilih sebagai presiden.

Daftar Pustaka

- Anwar, Rosihan. 1996. *Wartawan & Kode etik Jurnalistik*. Jakarta: Jurnalindo Aksara Grafika.
- Anwar, Saifudin. 2001. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badara, Aris. 2012. *Analisis Wacana: Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: PT LkiS Pelangi Aksara.
- Fairlough, Norman. 1992. *Language and Power*. London and New York: Longman
- Fiske, John. 1990. *Introduction to Communication Studies*. Second Edition. London and New York: Routledge.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa/Denis McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, Dedi. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nightingale, Virginia. 1996. *Studying Audiences: The Shock of the Real*. London and New York: Routledge.
- Sobur, Alex. 2002. *Analisis Teks Media suatu pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Stephen D Reese, Oscar H. Grandy, Jr. August E. Grant. 2001. *Framing Public Life: Perspektif on Media and Our Understanding of The Social World*. New Jersey: Mahwah.
- Sudibyo, Agus. 2001. *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. Yogyakarta: LkiS.
- Surakhmad, Winarno. 1982. *Pengantar Penelitian Ilmiah (Dasar, Metode, Teknik)*. Bandung: Tarsiti.
- Tempo: Drama Jokowi*. Edisi 17-23 Maret 2014. Hal : 32-35.
- Tempo: Efek Puan, Efek Jokowi*. Edisi 14-20 April 2014. Hal : 34-37.
- Tempo: Jokowi!*. Edisi 14-20 Juli 2014. Hal : 32-40.

Tempo: Simalakama Mega Jokowi. Edisi
6-12 Januari 2014. Hal : 30-34.

www.bbc.com/news/blogs-news-from-elsewhere-28482456.

[www.kpu.go.id/index.php/post/read/2014/3305/KPU-Tetapkan-Capres-Cawapres -Peserta-Pilpres-2014](http://www.kpu.go.id/index.php/post/read/2014/3305/KPU-Tetapkan-Capres-Cawapres-Peserta-Pilpres-2014).

[www.nasional.kompas.com/read/2013/09/08/0853309/Purengage.Ini.Sebabnya.a.Jokowi.Berhasil.Jadi.Media.Darling](http://www.nasional.kompas.com/read/2013/09/08/0853309/Purengage.Ini.Sebabnya.Jokowi.Berhasil.Jadi.Media.Darling).

www.news.detik.com/read/2005/06/28/061803/391254/10/hasil-akhir-jago-

[pdip-unggul-pilkada-di-solo-dan-sukoharjo](#).

www.nytimes.com/2013/09/26/world/asia/in-indonesia-a-governor-at-home-on-the-streets.html?pagewanted=all&_r=0.

www.regional.kompas.com/read/2010/05/21/03402631/Kemenangan.Fenomenal.Jokowi-Rudy.

www.republika.co.id/berita/pemilu/menju-ri-1/14/05/03/n50048-pengamat-jokowi-diuntungkan-media.