

BAB II

DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

Pada BAB II ini, peneliti akan memberikan informasi terkait lokasi penelitian yang dilakukan di kantor Majalah Tempo. Deskripsi obyek penelitian dimaksudkan untuk memberi gambaran bahwa Majalah Tempo adalah media yang “heroik” karena meskipun pernah dibredel namun tidak menyurutkan ambisi dalam mengutamakan kebenaran dan kepentingan masyarakat. Peristiwa pembredelan membuat Majalah Tempo berupaya meningkatkan kredibilitas pemberitaan hingga mampu meraih penghargaan dan kemajuan seperti saat ini.

A. SEJARAH MAJALAH TEMPO

Majalah Tempo terbit pertama kali dengan edisi perkenalan dan disusul edisi pertama 6 Maret 1971, sejumlah wartawan muda sepakat untuk mendirikan Majalah Berita Mingguan Tempo. Di antaranya Goenawan Mohamad, Fikri Jufri, Bur Rasuanto, Christianto Wibisono, Yusril Djalinus, dan Putu Wijaya. Maka dari salah satu blok gedung di Jl. Senen Raya 83, Jakarta, pada 6 Maret 1971, nomer perdana TEMPO dilahirkan dengan Yayasan Jaya Raya sebagai penerbitnya. Kini majalah berita mingguan Tempo memperoleh tempat tersendiri di hati pembacanya (Presentasi untuk Paparan Publik PT. TEMPO INTI MEDIA.Tbk. 2000: 1).

Nama Tempo dipilih karena beberapa alasan, yaitu: Pertama, nama itu singkat dan bersahaja, enak diucapkan oleh lidah Indonesia dari segala jurusan. Kedua, nama itu terdengar netral, tidak mengejutkan ataupun merangsang. Ketiga, nama

itu bukan simbol suatu golongan. Arti “Tempo” sederhana saja, yaitu **waktu**, sebuah pengertian yang dengan segala variasinya lazim dipergunakan oleh banyak penerbitan jurnalistik dunia (Presentasi untuk Paparan Publik PT. TEMPO INTI MEDIA.Tbk. 2000: 1).

Pada tahun 1971 sirkulasi Tempo hanya 952.440 eksemplar setahun. Jumlah ini telah menjadi 3.331.425 eksemplar selama tahun 1979. Ini berarti bahwa dalam tahun 1980, titik sirkulasi terendah adalah 77.266 eksemplar per nomor, dan kini telah mencapai titik yang lebih tinggi, yaitu 82.500 eksemplar per nomor. Pertumbuhan ini berkaitan erat dengan bertambahnya daerah yang diberitakan dan rubrik yang dimuat, serta upaya pemasaran berupa penawaran khusus kepada calon pelanggan dan kampanye periklanan Tempo. Akhir tahun 1980 sirkulasi Tempo mencapai jumlah 4.420.000 eksemplar.

Dibreidel pada tahun 1982 selama 2 bulan (edisi 13 Maret 1982) karena pembuatan artikel yang mengindikasikan kecurangan PEMILU tahun 1981. Setelah itu, Tempo kembali terbit. Namun tahun 1994 selama 4 tahun (edisi 11 Juni 1994) Tempo kembali dibreidel karena artikel berisi pembelian kapal perang bekas Jerman oleh pemerintah. Namun, alasan pembreidelan itu masih kurang jelas. Salah satu spekulasi alasan pembreidelan Tempo ini adalah karena laporan Tempo tentang konflik di dalam rezim Soeharto, yang kebetulan menyinggung ke Tempo. Konon, Fikri Jufri, pemimpin redaksi kala itu, terlalu dekat dengan Jenderal Benny Moerdani dan para teknokrat di CSIS (Centre for Strategic and International Studies). Hal ini menimbulkan kemarahan di kubu musuh Tempo, yaitu ICMI (Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia) yang dipimpin oleh Menteri Riset dan Teknologi B.J Habibie.

Pemerintah melalui SK Menpen No.125, No.126 dan 133 tertanggal 21 Juni 1994 membatalkan SIUPP Tempo, dan dua media lainnya yaitu Editor dan Detik. Pencabutan izin tersebut diumumkan Dirjen pembinaan pers dan Grafika, Subrata, dalam jumpa pers di Departemen Penerangan, berlandaskan dua kategori, administratif dan substansif (isi pemberitaan). Pembatalan SIUPP Tempo didasarkan pada SK menpen No.123 oleh Subrata dijelaskan bahwa pada 12 April 1982 SIT majalah ini pernah dibekukan karena melanggar dan membahayakan stabilitas nasional. Kemudian SIT Tempo dicairkan melalui SK Menpen No.76. Karena itu Tempo menerima pengarahan dari Subrata yang intinya antara lain berhati-hati dalam pemberitaan. Tempo sudah diperingatkan berkali-kali secara tertulis enam kali, dan tiga peringatan keras. Menurut Subrata, Deppen telah memberi peringatan lisan 33 kali. Maka dari itu, Tempo dinilai tidak memiliki itikad baik sehingga Deppen mengambil langkah untuk mencabut SIUPP Tempo. Pembredelan yang dilakukan pemerintah menunjukkan usaha pemerintah untuk membungkam Tempo yang kritis dan berani menyuarakan isu sensitif. Beberapa pemberitaan yang diturunkan Tempo cukup membuat panas kuping elit politik, seperti pemberitaan tentang pembelian 39 kapal perang bekas dari Jerman oleh Menteri Riset dan Teknologi, B.J Habibie pada tahun 1992. Goenawan Mohamad mengungkapkan bahwa pembredelan tersebut tidak didahului oleh pertemuan dengan Dewan Pers, artinya MenPen tidak mengindahkan peraturan Menpen dimana seharusnya ia berkonsultasi dengan Dewan Pers sebelum melakukan pencabutan SIUPP. Pada tanggal 22 November 1995, Pengadilan Tinggi Tata Usaha Negara menguatkan keputusan PTUN Jakarta dan menyatakan pencabutan

SIUPP oleh MenPen tidak berdasarkan hukum dan tidak berlaku. Kemenangan Tempo disambut sebagai sejarah pers Indonesia, kemajuan pengadilan yang mulai menegakkan independensinya dari pemerintah sehingga mendukung kemerdekaan Pers Indonesia. Tempo terbit kembali dengan format baru pada tanggal 6 Oktober 1998 hingga sekarang.

Ketika Tempo pertama kali terbit di tahun 1998, untuk pertama kalinya selama bertahun-tahun para redaktornya bebas menciptakan sebuah majalah dengan gaya apa saja yang mereka inginkan tanpa takut sensor pemerintah. Ada perasaan yang kuat bahwa “era reformasi” menuntut jenis majalah yang baru. Rubrik baru diciptakan, dan diputuskan bahwa majalah ini memiliki fokus baru bernama Opini dan Investigasi. Sekarang Tempo memasukan jauh lebih sedikit cerita-cerita mengenai “korban” di rubrik nasional. Jika dulu Tempo menggunakan cerita-cerita korban dengan tujuan menawarkan suatu kritik halus terhadap kebijakan pemerintah, sekarang alat semacam itu tidak diperlukan. Begitu pula konflik antar elit politis sekarang ditampilkan lebih terbuka, tidak lagi memerlukan bahasa eliptis sebagaimana dulu.

Perkembangan terpenting Tempo sejak pembreidelan adalah orientasi baru ke arah pemaparan dan analisis eksplisit dari proses politik. Jika selama masa Orde baru Tempo harus menggunakan bahasa metafora dan menampilkan perjuangan rakyat sebagai suatu “drama moral”, kini semua berubah. Tempo meliput politik sebagaimana meliput pengelolaan pemerintah. “Korban” telah hilang dari rubrik Nasional Tempo bukan karena Tempo tidak perlu lagi memaparkan kisah mereka sebagai suatu alat melawan kekuasaan pemerintah secara tidak langsung.

Menurut Janet Steele, sekarang hanya ada sedikit perbedaan pendapat di antara wartawan Tempo mengenai cerita-cerita apa saja yang dimasukkan ke dalam rubrik nasional Tempo. Adanya “rasa berita” yang sama seperti itu, mungkin akibat iklim politik terbuka, sehingga jelas apa saja yang disebut sebagai berita. Atau barangkali konsensus adalah tanda lain dari profesionalisme Tempo, dan “*common sense*” redaktur memahami cerita apa saja yang layak ditampilkan (Steele. 30 (1971-2001). *Esai tentang TEMPO oleh Janet Steele*. Perpustakaan PT. TEMPO INTI MEDIA. Tbk. 30 Mei 2011).

B. VISI DAN MISI MAJALAH TEMPO

VISI

Menjadi acuan dalam proses meningkatkan kebebasan rakyat untuk berpikir dan mengutarakan pendapat serta membangun suatu masyarakat yang menghargai kecerdasan dan perbedaan pendapat.

MISI

- Menyumbangkan kepada masyarakat suatu produk multimedia yang menampung dan menyalurkan secara adil suara yang berbeda-beda.
- Menghasilkan produk multimedia yang mandiri, bebas dari tekanan kekuasaan modal maupun politik.
- Terus-menerus meningkatkan apresiasi terhadap ide-ide baru, bahasa, dan tampilan visual yang baik.
- Menghasilkan karya yang bermutu tinggi dan berpegang pada kode etik.
- Menjadi tempat kerja yang mencerminkan Indonesia yang beragam sesuai dengan kemajuan zaman.

- Memiliki proses kerja yang menghargai kemitraan dengan semua sektor
- Menjadi lahan yang subur bagi kegiatan-kegiatan untuk memperkaya khazanah artistik dan intelektual.

C. PERJALANAN TEMPO

PT Tempo Inti Media Tbk sudah sepuluh tahun berstatus perusahaan terbuka. Perseroan ini tercatat di Bursa Efek Indonesia pada 8 Januari 2001. Meski masih tergolong pemain baru di bursa, sebagai sebuah perusahaan media, Tempo memiliki sejarah yang panjang.

Bermula dari sebuah ruko kecil di bilangan Pecinan, Senen, Jakarta Pusat, beberapa wartawan muda, seperti Goenawan Mohamad, Fikri Jufri, Bur Rasuanto, Harjoko Trisnadi, dan Christianto Wibisono, membidani lahirnya Majalah Berita Mingguan Tempo pada 1971.

Sejak pertama kali Tempo terbit, para pendirinya memang meniatkan majalah ini dapat menyajikan berita peristiwa secara faktual, akurat, dan berimbang. Dan faktanya, dengan falsafah itu, Tempo mampu tumbuh dan berkembang pesat, bahkan kemudian menjadi *icon* dan satu-satunya majalah berita yang independen sekaligus terpercaya di Indonesia.

Pasang-surut mewarnai perjalanan karier Tempo. Fakta sesungguhnya kerap bersinggungan dan memunculkan rasa tak nyaman bagi kalangan penguasa Orde Baru kala itu. Tempo pernah dibredel dua kali, pertama pada 1982 dan kedua pada Juni 1994. Masa pembredelan usai seiring runtuhnya rezim Orde Baru pada Mei 1998.

Pada Oktober 1998, majalah Tempo terbit kembali dengan perubahan desain dan isi, yang lebih dalam, tajam, dan akurat. Edisi perdana, yang mengangkat isu pemerkosaan perempuan Tionghoa dalam kerusuhan yang membakar Jakarta pada Mei 1998, disambut hangat oleh pembaca.

Semangat redaksi untuk “*go investigative*” menjadi ciri khas Tempo. Prinsip liputan investigasi tidak hanya diterapkan pada rubrik Investigasi, tapi di semua rubrik. Seiring dengan itu, dimulailah konsep *integrated multimedia*, yaitu meningkatkan kinerja *Tempo Interaktif*. Kini, *Tempo Interaktif* bisa diakses via telepon seluler, BlackBerry, iPhone, iPad, dan tablet Android. Jumlah penggunaannya pun meningkat hingga 500 persen.

Perseroan semakin berkembang dengan bergabungnya PT Temprint yang merupakan anak usaha di bidang percetakan. Dalam klasifikasi versi Persatuan Pengusaha Grafika Indonesia, Temprint masuk kategori besar dengan *rating* bintang 4 (tertinggi). Di percetakan inilah majalah Tempo, majalah Tempo edisi bahasa Inggris (terbit sejak tahun 2000), dan Koran Tempo (terbit sejak 2 April 2001) dicetak. Selanjutnya Perseroan menerbitkan produk baru yaitu majalah gaya hidup *U Magazine* (U-Mag) pada Desember 2007, disusul kemudian oleh majalah *Travelounge* (akhir 2009) dengan mengambil target kalangan yang gemar bepergian.

Di luar Tempo, PT Temprint mencetak majalah komersial dan terbitan internal, brosur dan leaflet produk retail consumer, media telekomunikasi, buku pelajaran, dan banyak lainnya (Laporan tahunan PT TEMPO INTI MEDIA TBK.2010.hlm: 37-39)

Kinerja Tempo akhirnya berhasil meraih penghargaan, sebagai berikut:

1. 1971 edisi perdana Tempo terjual 20.000 kopi
2. 1977 penjualan mencapai 47.000 kopi
3. 1988 penjualan mencapai 166.000 kopi
4. 1991 menjadi satu-satunya jurnalis Indonesia yang meliput perang teluk di Baghdad, Irak
5. 1993 penjualan mencapai 200.000 kopi
6. 1996 reporter Tempo Ahmad Taufik menerima anugerah S Tasrieb Award
7. 1997 reporter Bina Bektiati menerima penghargaan US Woman Journalist Award
8. 1998 penjualan edisi perdana Tempo pasca dibredel mencapai 150.000 kopi
9. 1998 Goenawan Mohamad menerima CPJ (Comitte to project Journalist) Award
10. 2000 media pertama yang mengungkap sengketa Buloggate, sedangkan yang lain hanya mengutip dari Tempo
11. Hasil Survey AC Nielsen majalah Berita Mingguan yang paling banyak pembacanya
12. 2002 Rommy Fibri menerima penghargaan sebagai Nominee dari *International Federation of Journalist (IFJ) & European Union (EU)* di Belgia.
13. 2003 Karaniya Dharmasaputra mendapat penghargaan AJI (Aliansi Jurnalis Independen) untuk tulisannya mengenai investigasi Buloggate II
14. 2003 Rommy F & Maria H menerima penghargaan Apresiasi Jurnalis Jakarta dalam peringatan 9 tahun AJI

15. 2003 merupakan media yang paling komprehensif mengangkat isu illegal logging periode 2002-2003 dari greenCom & Inform
16. 2003 Karaniya Dharmasaputra menerima penghargaan M. Hatta Award atas kinerjanya memberantas korupsi
17. 2004 penghargaan kepada wartawan Tempo Nezar Patria, Tolerance Prize dari International Federation of Journalist atas pemberitaannya mengenai Aceh

Sumber: Pusat Data dan Analisis TEMPO, 30 Mei 2011

D. GAMBARAN OBJEK MAJALAH

D.1 Profil Tempo

ALAMAT KANTOR PUSAT

PT Tempo Inti Media Tbk.

Gedung Temprint Lt.2 Jl. Palmerah Barat No.8, Jakarta 12210

Telp. 021-536 0409, Fax. 021-536 0412

DOMAIN-DOMAIN TEMPO

1. **www.tempointeraktif.com** (situs berita Tempo)
2. **blog.tempointeraktif.com** (situs blog Tempo)
3. **m.tempointeraktif.com** (situs Tempointeraktif versi mobile)
4. **www.tempointeractive.com** (situs berita dalam bahasa Inggris)
5. **www.korantempo.com** (versi online Koran Tempo dan arsipnya)
6. **www.tempophoto.com** (situs penjualan foto digital, di kelola bagian multimedia)
7. **www.pdat.co.id** (situs informasi PDAT)
8. **www.tempokomunitas.com** (situs komunitas pelanggan Tempo, dikelola sirkulasi)

ANAK USAHA

PT Tempo Inti Media Harian

Gedung Proklamasi, Jl. Palmerah Barat No.8, Jakarta 12210

Telp. 021-536 0409, Fax. 021-536 0412

Koran Tempo

Kebayoran Centre Blok A11-A15, Jl. Kebayoran Baru-Mayestik, Jakarta 12240

Telp. 021-7255625, Fax. 021-7255645/50

Majalah Tempo

Gedung Tempo, Jl. Proklamasi No.72, Jakarta 10320

Telp. 021-3916160, Fax. 021-3921947, email: red@tempo.co.id

Tempo Newsroom, Tempointeraktif, PDAT

Kebayoran Centre Blok A11-A15, Jl. Kebayoran Baru-Mayestik, Jakarta 12240

Telp. 021-7255625, Fax. 021-7255645/50

Divisi Sirkulasi dan Divisi Komunikasi Pemasaran

Gedung TEMPrint Lt.4, Jl. Palmerah Barat No.8, Jakarta 12210

Telp. 021- 536 0409, Fax. 021-5349569

Divisi Iklan

Kebayoran Centre Blok A11-A15, Jl. Kebayoran Baru-Mayestik, Jakarta 12240

Telp. 021-7255625, Fax. 021-7206995

PT Temprint (Percetakan)

Gedung TEMprint, Jl. Palmerah Barat No.8, Jakarta 12210

Telp. 021-536 0409, Fax. 021-536 0412

ALAMAT OTORITAS BURSA DAN PENUNJANG PASAR MODAL

PT Bursa Efek Indonesia

Gd. Bursa Efek Indonesia Tw.1

Jl. Jenderal Sudirman Kav.52-53, Jakarta 12190

PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI)

Gd. Bursa Efek Indonesia Tw.1 Lt.5

Jl. Jenderal Sudirman Kav.52-53, Jakarta 12190

PT Sinartama Gunita BAE

Plaza BII Menara 3 Lt.12

Jl. MH Tamrin No.51 Jakarta 10350

Kantor Notaris

Fathiah Helmy, SH

Graha Irama Lt.6 C

Jl. HR Rasuna Said Kav 1-2 Kuningan, Setiabudi, Jakarta

Drs. Bernardi & Rekan

Jl. Cikini Raya No.9 Jakarta 10330

D.2 Struktur Kepengurusan Majalah Tempo

Pemimpin Redaksi : Wahyu Muryadi

Wakil Pemimpin Redaksi : Gendur Sudarso

Pj. Redaktur Eksekutif: Arif Zulkifli

- Redaktur Senior** : Bambang Harymurti, Diah Purnomowati, Edi Rustiadi
M, Fikri Jufri, Goenawan Mohamad, Leila S.
Chudori, Putu Setia, S. Malela Mahargasarie, Toriq
Hadad
- Redaktur Utama** : Bina Bektianti, Budi Setyarso, Hermien Y. Kleden,
Idrus F. Shahab, L.R Baskoro, Mardiyah Chamim, M.
Taufiqurohman, Nugroho Dewanto, Purwanto Setiadi,
Seno Joko Suyono
- Redaktur** : Ahmad Taufik, Anne L. Handayani, Bagja Hidayat,
Irfan Budiman, Kurniawan, Padjar Iswara, Purwani
Diyah Prabandari, Setri Yasra, Wahyu Dhyatmika,
Yandhrie Arvian
- Staf Redaksi** : Adek Media, Anton Aprianto, Budi Riza, Dwidjo U.
Maksum, Muchamad Nafi, Nunuy Nurhayati, Ramidi,
Retno Sulistyowati, Rini Kustiani, Rr Ariyani, Sapto
Pradityo, Sunudyantoro, Yandi M. Rofiyandi.
- Reporter:** Cheta Nilawati, Erwin Dariyanto, Fery
Firmansyah, Gunanto, Harun Mahbub, Nieke Indrieta,
Ninin P. Damayanti, Oktamandjaya, Rudy Prasetyo,
Suryani Ika Sari, Sutarto, Stefanus Teguh Edi
Pramono, Yophiandi, Yuliawati
- Desain Visual** : Gilang Rahadian (Kepala), Eko Punto Pambudi,
Ehwan Kurniawan, Hendy Prakasa, Kendra H.
Paramita, Kiagus Auliansyah, Aji Yuliarto

Tata letak : Agus Darmawan Setiadi, Tri Watno Widodo

Fotografer : Bismo Agung (koordinator), Aryus P. Soekarno,
Dimas Aryo

Redaktur Bahasa : UU Suhardi (Kepala), Dewi Kartika Teguh W., Sapto
Nugroho

Dokumentasi & Riset : Priatna, Ade Subrata

D.3 Distribusi dan Sirkulasi

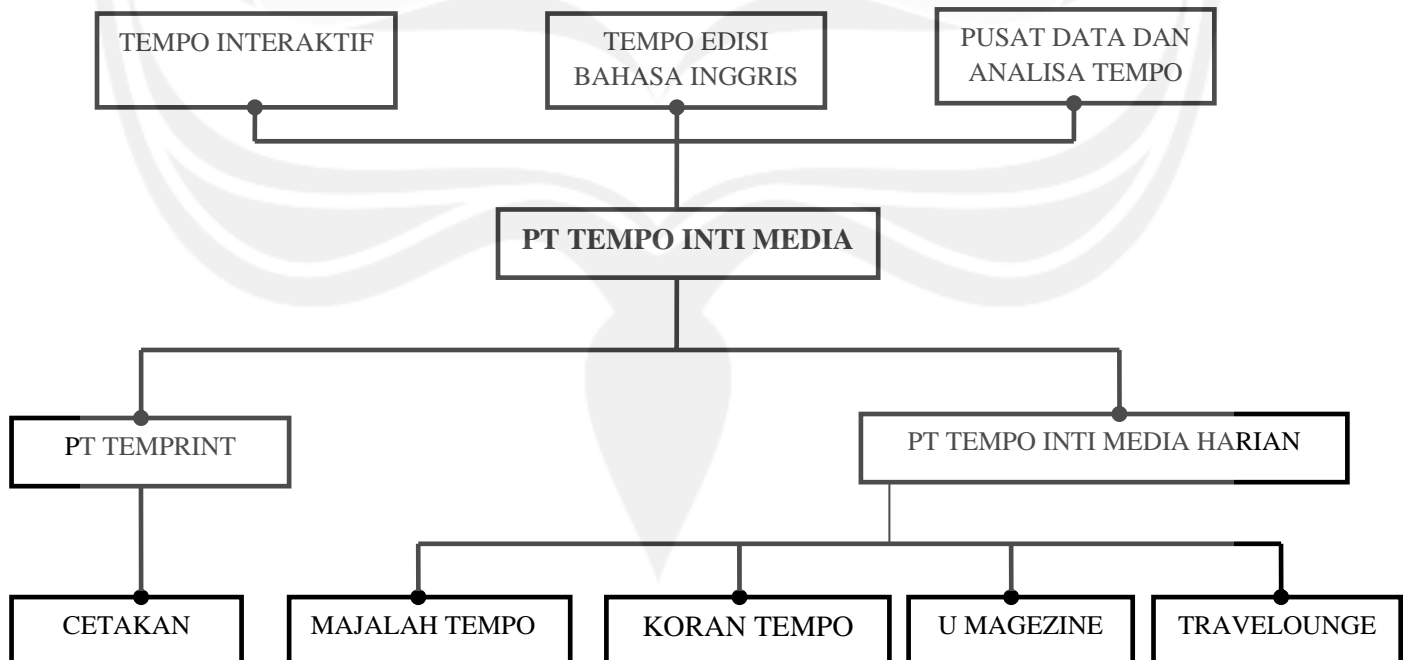
1. Edisi regular Majalah Tempo
Harga: Rp 22.500,00
2. Edisi khusus Majalah Tempo
Harga: Rp 27.000,00
3. Persentase Persebaran Majalah Tempo
 - Jakarta : 45,4%
 - Jawa Barat : 9,8%
 - Jawa Tengah & DIY : 8,1%
 - Jawa Timur : 9,7%
 - Sumatera : 11,9%
 - Kalimantan : 5,37%
 - Sulawesi : 3,8%
 - Nusa Tenggara : 1,3%
 - Irian Jaya : 1,4%
 - Maluku : 0,5%

- Luar Negeri :1,3%
- Lain-lain :1,8%

4. Struktur Perusahaan

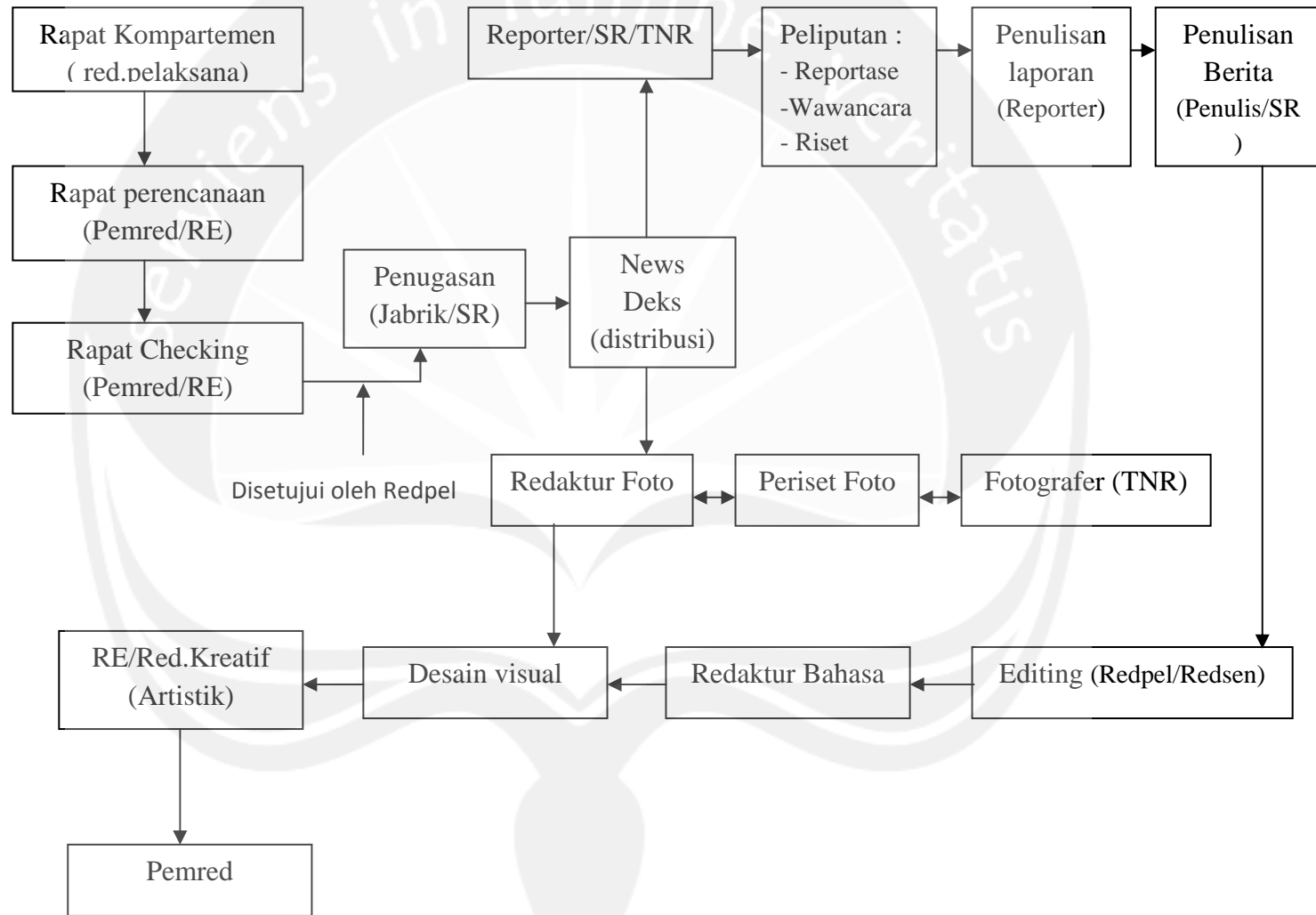
- Yayasan Tempo 21 Juni : 24,83%
- PT Grafiti Pers : 21,0169%
- Masyarakat : 17,24%
- PT Jaya Raya Utama : 16,28%
- Yayasan Karyawan Tempo : 12,0865%
- Yayasan Jaya Raya : 8,54%

E. PRODUK PERUSAHAAN DAN ANAK USAHA



F. KEBIJAKAN REDAKSIONAL

GAMBAR ALUR BERITA DI TEMPO SECARA UMUM



Peristiwa yang terjadi dan diliput oleh wartawan Tempo terbagi menjadi dua yaitu peristiwa terencana dan peristiwa insidental. Peristiwa yang dipilih oleh reporter, 'disaring' melalui beberapa kali tahap hingga dimuat di Tempo. Pertama, reporter menyerahkan hasil liputan ke Tempo News Room, lalu diserahkan ke redaktur. Hal ini menunjukkan bahwa reporter menyaring berita dan disempurnakan formatnya oleh redaktur. Karena reporter diberikan kuasa memilih berita, mereka dituntut memiliki pemikiran yang sama dalam memandang peristiwa sehingga tidak terjadi kesalahpahaman. Oleh sebab itu wartawan harus mengikuti rapat redaksi sebelum liputan. Hal ini menunjukkan upaya menyatukan pemikiran wartawan dan berita yang akan ditulis. Sehingga pada akhirnya merepresentasikan pandangan Tempo (Penjelasan via email dari Wahyu Dhyatmika, Rabu 08 Juni 2011 pukul 15.32 WIB).