

## **BAB II**

### **DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN**

#### **A. Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta**

##### **A.1. Pelaksanaan Pilgub DKI Jakarta 2012**

Pelaksanaan Pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2012 dimulai sejak dibukanya pendaftaran calon Gubernur DKI Jakarta oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) pada tanggal 13 sampai dengan 19 Maret 2012. Sejumlah seleksi dilakukan oleh KPU untuk menyaring para kandidat terbaik yang layak untuk menjadi pemimpin DKI Jakarta. Tempo.co menyebutkan bahwa dari proses seleksi yang dilakukan oleh KPU tersebut, didapatkan enam pasang calon diantaranya, nomer urut satu Fauzi Bowo-Nachrowi Ramli yang didukung oleh Partai Demokrat, PAN, Hanura, PKB, PBB, PMB, dan PKNU, nomer urut dua calon independen Hendarji Soepandji-Ahmad Riza Patria, nomer urut tiga Joko Widodo-Basuki Tjahja Purnama yang didukung oleh PDI Perjuangan dan Partai Gerindra, nomer urut empat Hidayat Nur Wahid-Didiek J. Rachbini yang didukung oleh PKS, nomer urut lima calon independen Faizal Batubara-Biem Triani Benjamin, dan nomer urut enam Alex Noerdin-Nono Sampono yang didukung oleh Partai Golkar, PPP, PDS, PP, PKPB, PKDI, RepublikaN, PPIB, Partai Buruh, PPNUI, PNI Marhaenisme (Nurito, Dunih, 2012).

Keenam pasang calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta tersebut kemudian melakukan kampanye untuk menarik suara rakyat agar memilih mereka, misalnya pasangan Alex Noerdin-Nono Sampono yang mengawali kampanye dengan mengadakan pengobatan gratis di daerah Jatinegara, Jakarta Timur pada

hari Senin, 25 Juni 2012. Pengobatan gratis juga menjadi strategi pasangan Hendarji Soepandji-Riza Patria untuk mengawali kampanye di Penjaringan, Pejagalan, Kapuk Muara, Tanjung Priok, Papango, serta sejumlah tempat lainnya. Pasangan Hidayat Nur Wahid- Didik Rachbini mengawali kampanye mereka dengan pengerahan massa di Gelanggan Olah Raga (GOR) Lokasari, Jakarta Barat. Pasangan Foke-Nara mengerahkan sejumlah artis ternama seperti Rhoma Irama, Jaja Miharja, Ridho Rhoma, Lilis Carlina, Ryan D'Massiv, Mike Mohede, Judika Idol, dan sejumlah artis ibu kota lainnya saat kampanye terbuka di GOR Soemantoro Brojonegoro, Kuningan, Jakarta Selatan (Nugroho, 2012: 63-64).

Tanggal 11 Juli 2013 merupakan hari pemungutan suara untuk memilih Gubernur DKI Jakarta. Sesuai dengan Keputusan KPU Provinsi DKI Jakarta Nomor 01/Kpts/kpts/KPU-Prov-010/2011 tentang Tahapan, Program, dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Tahun 2012, hari tersebut dijadikan hari libur bagi seluruh warga DKI Jakarta (Evana, 2012).

Beberapa hari kemudian, tepatnya tanggal 19 Juli 2012, KPUD DKI Jakarta mengumumkan rekapitulasi hasil penghitungan suara pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta. Jokowi-Basuki memperoleh suara mayoritas hingga mencapai 1.847 suara. Kemudian disusul pasangan petahana, Foke-Nara dengan perolehan 1.476.648 suara,. Pasangan yang diusung PKS, Hidayat Nur Wahid-Didik J. Rachbini, meraih perolehan 508.113 suara dan Faisal Basri –Biem Benyamin dari jalur independen berada di posisi keempat dengan 215.953 suara. Posisi kelima ditempati oleh pasangan Alex Noerdin-Nono Sampono dengan perolehan suara 202.643 suara, kemudian di posisi terakhir atau keenam pasangan

independen hendarji Soepandji-Riza Patria dengan perolehan suara sebanyak 85.990 suara. Berdasarkan data KPUD DKI Jakarta, total surat suara yang masuk adalah sebanyak 4.429.533 suara. Jumlah total surat suara yang sah sebanyak 4.336.486 suara, sedangkan total surat suara tidak sah sebanyak 93.047 suara (Nugroho, 2012: 60).

Perolehan hasil suara tersebut membawa pasangan calon nomer urut satu dan tiga untuk melenggang maju ke putaran kedua pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2012. Kedua pasang calon ini bersaing lebih ketat lagi di putaran kedua, karena hasil perolehan suara yang dirilis KPUD DKI Jakarta tidak menunjukkan adanya 50 persen lebih suara untuk satu pasangan calon, maka diadakanlah Pemilu putaran kedua untuk dua pasang calon yang posisi suaranya terbanyak pertama dan terbanyak kedua.

## **A.2. Pencalonan Jokowi sebagai Gubernur DKI Jakarta**

Ir. H. Joko Widodo atau yang akrab disapa dengan nama Jokowi lahir dan besar di Kota Solo. Ayahnya adalah seorang tukang kayu. Walaupun demikian, Jokowi tidak melihat keadaan keluarganya tersebut sebagai sebuah penderitaan, seperti yang diungkapkan dalam buku autobiografi Jokowi.

“Saya tidak melihat kayu gergajian dan bambu itu sebagai simbol kesengsaraan. Tidak sama sekali. Karena saya melihat semangat meluap-luap dari orang tua saya” tutur Jokowi (Endah, 2012: 24-25).

Setelah menyelesaikan kuliahnya di Jurusan Kehutanan Universitas Gadjah Mada Yogyakarta dan memperoleh gelar insinyur, Jokowi melamar pekerjaan di PT Kertas Kraft Aceh yang pada saat itu merupakan perusahaan milik BUMN (Endah, 2012: 46). Setelah dua tahun lebih bekerja di Aceh, tepatnya tahun 1988 Jokowi

beserta istrinya, Iriana memutuskan untuk kembali ke Solo dan mencoba membangun bisnis yang tidak jauh dari kayu, yakni mebel. Bisnis mebelnya tidak begitu saja berkembang mulus hingga menjadi besar. Jatuh bangun mulai dari ditipu, tidak mendapatkan pesanan hingga kehabisan modal sempat dirasakannya. Jokowi percaya bahwa selama usaha dilakukan dengan niat baik, jalan yang benar, dan gigih, nasib baik bisa mendekat (Endah, 2012: 59).

Kiprah Jokowi dalam dunia politik tidak dapat dipisahkan dari pengalamannya bersama teman-temannya dalam menggagas Asosiasi Pengusaha Mebel di Indonesia atau Asmindo yang diresmikan pada 11 Juli 2002. Sejak malam peresmian itu, Jokowi langsung didaulat untuk menjadi ketua Asmindo Komda Surakarta (Endah, 2012: 75). Aktivitas Jokowi di organisasi tersebut ternyata mengundang perhatian beberapa politikus di tahun 2004. Darisitulah ternyata beberapa teman dari Asmindo mendukungnya untuk maju menjadi walikota Solo.

Tim dari Asmindo ternyata tidak main-main mencalonkan Jokowi yang saat itu masih bingung dan sama sekali tidak memiliki pengalaman serta latar belakang di bidang politik. Tahun 2005 Jokowi memilih PDI perjuangan sebagai kendaraan politiknya.

PDI Perjuangan saya pilih setelah merenungkan jiwa dan cita-cita partai. Saya adalah pengagum Soekarno dan menghayati betul nilai-nilai Marhaen. Selain itu, partai ini juga sangat jaya di Solo (Endah, 2012: 82).

Pada Pilkada Solo tahun 2005, Jokowi bersama pasangannya FX Hadi Rudyatmo menang mengalahkan pasangan calon Walikota lain yakni Ahmad Purnomo-Istar Yuliadi yang diusung PAN, Hardono-Dipokusumo yang diusung Golkar, Demokrat dan PKS, serta Slamet-Hengky yang diusung sejumlah partai politik kecil (Endah, 2012: 85). Kampanye yang dilakukan juga sederhana. Jokowi

mengaku hanya melakukan kampanye door to door kala itu, tanpa jargon-jargon manis (Endah, 2012: 84-85).

Tepatnya tanggal 17 Maret 2012 Jokowi mendapatkan pesan singkat yang berisi bahwa besok pagi (18 Maret 2012) ia diminta oleh Megawati untuk menemuinya di Jakarta dan diminta berangkat dengan pesawat paling pagi. Firasatnya sangat kuat kalau pertemuan ini akan membicarakan tentang pencalonan dirinya sebagai Gubernur DKI Jakarta. Firasat ini bukanlah tanpa alasan. Sebelumnya santer beredar isu bahwa Jokowi akan maju ke Pilkada DKI.

Pers mengumbar isu itu tiada henti. Dunia social media juga terus menerus menggulirkan dugaan itu. Sepanjang itu saya santai saja. Saya tidak pernah mengeluarkan statement apapun tentang Pilkada DKI Jakarta, apalagi mengatakan saya akan maju. Sebab pada kenyataannya saya memang tidak berniat ke arah sana. Saya sedang semangat-semangatnya membangun Solo (Endah, 2012: 206).

Jokowi dipasangkan oleh PDI Perjuangan dengan Basuki Tjahja Purnama. Tanggal 19 Maret 2012 mereka berdua datang ke KPU untuk mendaftar sebagai calon Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta. Ada beberapa hal yang saat itu mengejutkan pers terkait dengan kedatangan Jokowi dan Ahok ke KPU.

Pers kaget, Kami datang dengan segala sesuatu yang amat berbeda dengan para calon lain. Pertama, kedatangan kami menggunakan metromini, Kedua, penampilan kami yang kasual dengan kemeja kotak-kotak. Dan ketiga, pers terkejut, saya didampingi oleh Basuki. Sekali lagi, isu SARA yang masih kuat disini membuat kehadiran Basuki kemudian meletuskan pemberitaan besar. (Endah, 2012: 216).

Hasil Pemilu putaran pertama menyatakan bahwa Jokowi-Ahok mendapatkan suara yang terbanyak diantara enam pasang calon yang memperebutkan kursi DKI 1. Karena jumlah suara kemenangan Jokowi tidak menunjukkan lebih dari 50 persen dari total suara yang masuk, maka Jokowi harus kembali bersaing dengan pasangan Fauzi Bowo atau Foke yang kala itu masih merupakan Gubernur DKI Jakarta. Tidak sedikit kalangan yang memandang sebelah mata pencalonan diri Jokowi sebagai Gubernur DKI Jakarta. Mereka tidak

mengira bahwa Jokowi yang dianggap asing, bukan pribumi, tidak mengerti seluk-beluk kota Jakarta, serta berpenampilan ndeso dapat memenangkan pertarungan menuju kursi DKI 1 (Nugroho, 2012: 61).

### **A.3. Kampanye Pilgub DKI Jakarta Putaran Kedua Tahun 2012**

Kampanye putaran kedua bagi pasangan Jokowi-Ahok dan Foke-Nara ini diiringi dengan berbagai macam isu. Yang paling melekat di ingatan adalah isu SARA yang tidak diketahui kebenarannya, serta isu kecurangan pihak Foke yang sengaja membakar wilayah di mana banyak masyarakatnya memberikan suara untuk Jokowi. Peneliti Lembaga Survei Indonesia (LSI), Burhanudin Muhtadi membenarkan adanya isu SARA tersebut dalam kampanye Pilgub putaran kedua.

"Isu putaran kedua akan menyeret masalah primordial seperti agama dan etnis dan efek itu bisa menyangkut ke PKS. Meski seyogianya isu primordial tidak digunakan," (Jurnas, 12 Juli 2012).

Dengan adanya isu primordial dan SARA tersebut, Burhanudin Muhtadi melihat bahwa isu ini sebetulnya menguntungkan pihak Foke-Nara.

Jokowi memanfaatkan masa kampanye layaknya Foke, namun cara mereka berdua berbeda satu sama lain. Jokowi gencar menyapa warga dengan kampanye door to door langsung ke titik sasaran (Nugroho, 2012: 65). Kampanye semacam ini dinilai lebih cerdas dibandingkan dengan kampanye yang hanya mengandalkan brosur, sticker, spanduk, pengobatan gratis, ataupun bagi-bagi sembako. Bimo Nugroho dan Ajianto Dwi Nugroho (Nugroho, 2012: 65) menilai bahwa model kampanye Jokowi-Ahok ini lebih mendidik, tidak membuat warga larut dalam sajian tarian dan atraksi musik sejumlah artis yang dikerahkan kandidat lainnya.

Cara kampanye Jokowi sejak putaran pertama hingga putaran kedua memang masih sama saja, yakni melalui pendidikan politik, diskusi, bahkan bersenda gurau bersama warga. Hal ini merupakan bentuk kedekatan diri antara pemimpin dengan masyarakatnya, sehingga masyarakat juga lebih simpatik terhadap pemimpinnya. Cara kampanye Jokowi yang demikian dikenal dengan cara kampanye ala Tiki-Taka. Istilah kampanye Tiki-Taka ini mengadopsi istilah taktik permainan sepak bola ala Spanyol dan Barcelona. Jokowi terinspirasi dengan strategi ini. Jokowi menebar umpan-umpan masnis kepada warga yang disambanginya ketika kampanye (Nugroho, 2012: 59).

Lain halnya dengan kubu Foke-Nara. Pasangan calon ini beserta tim suksesnya cenderung bergerak pada isu elitis dan kurang mengangkat isu-isu kerakyatan, sehingga sulit menembus simpati masyarakat kelas bawah. Selama masa jabatannya sebagai Gubernur DKI Jakarta periode 2007-2012, warga memang masih merasakan dampak dari pengrusakan, banjir yang tak kunjung tertangani, hingga masalah kemiskinan yang belum banyak mengalami perubahan. Foke juga jarang menghadiri diskusi public (Nugroho, 2012: 74). Hal tersebut bisa jadi merupakan penyebab dari turunnya elektabilitas terhadap Foke. Pasangan Foke-Nara didukung lebih banyak partai dibandingkan dengan pasangan Jokowi-Ahok.

Selain lebih banyak didukung oleh partai-partai politik dibandingkan dengan pasangan Jokowi-Ahok yang hanya didukung oleh PDI Perjuangan dan Partai Gerindra, pasangan Foke-Nara ternyata juga banyak diprediksi oleh berbagai lembaga survei akan menang pada Pilkada putaran kedua. Hasil survei Jaringan Suara Indonesia (JSI) yang dirilis lima hari menjelang pemungutan suara menunjukkan tingkat elektabilitas Foke Nara mencapai 49,6 persen dengan angka

pemilih mengambang (swing voters) sebesar 21,1 persen. Sebelumnya, Lingkaran Survei Indonesia (LSI) pada tanggal 1 Juli 2012 merilis hasil survei yang memenangkan Foke-Nara. Dengan jumlah responden mencapai 450 orang, 43 persen responden memilih pasangan Foke-Nara dengan tingkat margin of error 4,8 persen. (Nugroho, 2012: 80-81). Masih banyak lagi lembaga survei yang kala itu menunjukkan hasil survei di mana Foke-Nara akan menang, diantaranya Indobarometer dan Media Survei Nasional (Median).

Usai pemilihan suara tanggal 11 Juli 2012, aroma persaingan antar kedua calon yang unggul yakni Foke-Nara dan Jokowi-Ahok. Jokowi dituding telah melakukan politik uang. Tim Foke-Nara juga melaporkan Arief Hidayat, anggota tim sukses Jokowi-Ahok dengan tuduhan membagi-bagikan uang ke masyarakat di RW 07 Kelurahan Pegangsaan, Jakarta Pusat (nugroho, 2012: 103).

#### **A.4. Pemberitaan Tentang Jokowi di Media Massa**

Majalah Tempo pada edisi 22 Desember 2008 di salah satu artikelnya yang berjudul “Sedikit Orang Baik di Republik yang Luas” memasukkannya sebagai salah satu dari 10 tokoh yang disebut sebagai orang baik tahun 2008. Tak mudah untuk memilih 10 tokoh dari 472 kabupaten dan kota di seantero tanah air (Ambarita, 2012: 217). Walaupun tak mudah, nyatanya Jokowi lah satu di antara banyaknya tokoh yang ada di Indonesia ini. Sosok Jokowi yang banyak dikenal lewat pemberitaan di media massa juga ternyata diketahui tidak hanya oleh masyarakat Indonesia saja, melainkan juga diketahui oleh seluruh dunia. Jokowi menjadi kandidat Walikota terbaik di dunia dan termasuk 25 besar kandidat berdasarkan publikasi The City Mayors Foundation, London, Inggris. The City



Mayors Foundation merupakan organisasi nirlaba yang didirikan tahun 2003 untuk mempromosikan, mendorong, dan memfasilitasi pemerintahan local yang terbuka dan kuat. Sejak tahun 2004, organisasi ini meluncurkan penghargaan *World Mayor Prize* yang diadakan setiap dua tahun sekali (Ambarita, 2012: 175).

Media memainkan banyak peran dalam mendukung Jokowi. Menurut media, Jokowi layak diliput karena memiliki nilai berita. Tafsir media itulah yang akhirnya membentuk citra positif Jokowi di mata masyarakat. Jokowi memang terlihat apa adanya, dan apa yang dilakukan atau terlihat di media merupakan karakter aslinya. Jokowi telah menjadi media darling. Hal ini juga terjadi pada tahun 2004 ketika Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) maju pada pemilihan Presiden (Nugroho, 2012: 172).

Menurut Survei LSI yang dituliskan dalam Jurnal Nasional edisi Senin, 17 September 2012, Jokowi-Ahok unggul pada etnis Jawa (53 persen), China (81 persen) dan Batak (55 persen). Selain itu, Tempo.co juga memandang bahwa peran media sangat besar dalam menentukan kemenangan untuk membangun citra calon Gubernur DKI Jakarta tahun 2012.

"Ada peran media massa yang dahsyat dalam membangun opini publik. Kandidat Joko Widodo menjadi *media darling* dibandingkan Fauzi Bowo. Kata Direktur Eksekutif Citra Lingkaran Survei Indonesia, Toto Izul Fatah (Atmi, 2012)

Direktur Eksekutif Puskaptis Husin Yazid yakin kemenangan Jokowi bisa disebut sebuah fenomena politik baru. Tetapi dia tak yakin, model ini bisa ditiru politikus lain karena tak banyak orang memiliki kharisma sebesar Walikota Solo itu (Perdana, 2012).

Media massa seperti Tempo (Koran Tempo, Majalah Tempo, Tempo.co) memang salah satu media yang banyak memberitakan tentang Jokowi pada masa

kampanye. Berita-berita tersebut berisi tentang hal-hal positif tentang Jokowi. Pemberitaan positif tersebut dapat dikaitkan dengan ketidakberpihakaan media ini terhadap masing-masing calon, yang dapat diidentifikasi dari kepemilikan media. Hal lain yang melatarbelakangi pemilihan topik penelitian ini adalah, gaya penulisan SKH Jurnal Nasional dengan media lain yang netral dalam isu ini, yakni Majalah Tempo. Majalah Tempo dikatakan netral karena secara politik tidak terafiliasi dengan salah satu partai politik pengusung kedua calon yaitu Partai Demokrat dan PDI Perjuangan. Independensi Majalah Tempo juga dapat dilihat dalam pemberitaan tentang Pemilu Presiden tahun 2009, di mana Majalah Tempo menghindari pencitraan negatif terhadap semua pasangan dengan tidak menulis sama sekali berita-berita bernada negatif terhadap ketiga calon saat itu (Saptono, 2010, 38). Maka dari itu, dalam penelitian ini peneliti mengambil Tempo untuk dikomparasikan dengan SKH Jurnal Nasional yang pada latar belakang sudah disebutkan sebagai media yang terafiliasi dengan Susilo Bambang Yudhoyono (Saptono, 2010: 35), yang menjabat sebagai Ketua Dewan Pimpinan Partai Demokrat yang mengusung pasangan Foke-Nara.

## **B. Surat Kabar Harian Umum Jurnal Nasional**

### **B.1. Sejarah Singkat SKH Jurnal Nasional**

Jurnal Nasional merupakan sebuah surat kabar harian yang terbit pertama kali pada tanggal 1 Juni 2006. Keberadaannya tidak lepas dari tiga tokoh yakni Taufik Rahzen yang memiliki latar belakang sebagai seniman, Rully Charis Iswahyudi yang memiliki latar belakang pengusaha, dan Ramadhan Pohan yang merupakan mantan wartawan Jawa Pos kala itu. Ketiganya adalah aktivis dari sebuah Lembaga

yang bernama Blora Center. Lembaga ini membantu persiapan Susilo Bambang Yudhoyono dalam menghadapi pemilihan Presiden di tahun 2004 (Mahargyaningtyas, 2010, 46).

Selain Blora Center, gagasan pendirian Jurnal Nasional tidak terlepas dari Brighten Institute yang kalai itu diwakili oleh Joyo Winoto, Daddi Heryono dan Asto Sunu Subroto. Brighten Institut merupakan sebuah lembaga yang beranggotakan alumni dari Institut Pertanian Bogor, dengan Susilo Bambang Yudhoyono sebagai ketua dewan pembinanya. Dengan demikian pada saat itu konsep pendirian SKH Jurnal Nasional dipresentasikan di hadapan beliau (Mahargyaningtyas, 2010, 46).

Jurnal Nasional di awal pendiriannya memposisikan diri sebagai surat kabar yang tidak hanya menampilkan informasi saja, melainkan juga berisi analisis terhadap setiap peristiwa yang diangkat ke dalam berita, maka terkait dengan hal tersebut dipilihlah nama Jurnal untuk surat kabar ini. Menurut Mahargyaningtyas dalam skripsinya yang berjudul *Polemik Pengusulan Hak Angket Kasus Bank Century Dalam Surat Kabar Harian Umum Jurnal Nasional (Analisis Framing Pemberitaan Polemik Pengusulan Hak Angket Kasus Bank Century dalam SKH Umum Jurnal Nasional edisi 13 November-1 Desember 2009)* tahun 2010, Jurnal Nasional juga memiliki konsep sebagai mediator antara publik dan republik (eksekutif, legislatif, dan yudikatif).

Slogan yang dimiliki oleh Jurnal Nasional juga bukanlah tanpa makna yang berarti. “Bicara Tepat Bawa Manfaat” menunjukkan bahwa Jurnal Nasional adalah sebuah surat kabar yang tidak hanya asal berbicara dan menuliskannya dalam berita saja, melainkan berbicara tepat sehingga isi dari surat kabar ini bisa menjadi

manfaat bagi seluruh pembacanya. Pada awal pendiriannya, PT Media Nusa Perdana juga menerbitkan Jurnal Bogor, Jurnal Sukabumi, Jurnal Cianjur, Majalah Arti, dan Majalah EKSPLO.

Jurnal Nasional mengakui bahwa dalam perjalannya sejak awal surat kabar ini berdiri, mereka merupakan media yang pro terhadap kebijakan pemerintah, dalam hal ini pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Namun seiring berjalannya waktu, kini Jurnal Nasional mengakui bahwa cara mereka mendukung pemerintah sudah tidak sekeras dulu lagi, pada masa awal pendirian. Kini Jurnal Nasional berusaha untuk tetap pada jalur mendukung pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono, namun tidak menampilkannya dengan terlalu ‘vulgar’ seperti dulu. Hal ini diungkapkan oleh narasumber Redaktur Pelaksana Jurnal Nasional, Rihad Wiranto yang ditemui pada tanggal 31 mei 2013 di kantor Jurnal Nasional.

## **B.2. Visi dan Misi SKH Jurnal Nasional**

Jurnal Nasional memiliki visi dan misi yang menjadi acuan dan tuntunan dalam menjalankan perannya sebagai media massa. Adapun visi dan misi Jurnal Nasional adalah sebagai berikut, dikutip dari *Media Profile Jurnal Nasional* tahun 2012,

**VISI:** Surat kabar berbasis jurnalisme pencerahan terdepan di Indonesia 2014

**MISI:**

- Menegakkan fungsi informasi, edukasi, rekreasi, dan control sosial
- Mewartakan fakta dan peristiwa secara obyektif tanpa prasangka
- Menegakkan cover both side dalam seluruh aspek pemberitaan

- Menyajikan informasi edukatif dan mengembangkan optimism
- Mengembangkan wawasan pembaca sebagai bagian dari proses perubahan dan pembaruan bangsa
- Menegakkan demokrasi berbudaya secara kreatif berdasarkan etika
- Menguatkan nilai ekonomi media massa
- Menciptakan kondisi terbaik bagi kesejahteraan karyawan

### **B.3. Struktur Organisasi SKH Jurnal Nasional**

#### **REDAKSI**

**Dewan Redaksi** :Asro Kamal Rokan (Ketua), N Syamsuddin  
CH Haesy, Budi Winarno

**Pemimpin Redaksi** : N Syamsuddin CH Haesy

**Wakil Pemimpin Redaksi** :Budi Winarno

**Redaktur Pelaksana Koran** : Arie MP Tamba, Rihad Wiranto

**Redaktur Pelaksana Jurnas.com** :Iman Syukri

**Kepala Newsroom** : Jan Prince Permata

**Redaktur** : Ahmad Nurullah, Aliyudin Sofyan, Anton Setiawan, Dodiiek Adyttya Dwiwanto, F Saverius Herdiman, Iwan Samariansyah, Luhung Sapto Nugroho, Luther Kembaren, M Yamin Panca Setia, Nuswantoro, Rusdy Setiawan Putra, Rusman, Timur Arif Riyadi, Wahyu Utomo, Wita Lestari, Yeffrie Yundiarto Prahadi, Yanuar Djabatnika

**Redaktur Foto** : Rasdian A. Vadin

**Reporter** : Ahmad Muhajir, Arjuna Al Ichsan, Dini Hariyanti, Fauzan Hilal, Frederich Batari, Gema Trisna Yudha, Heri Arland, Melati

Hasanah Elandis, Mochamad Wahyudi, Musdalifah Fachri, Noor Irawan, Rhama Deny, Suriyanto, Vien Dimiyati, Wuri Kartiasih, Widiasari, Andhika Tirta Saputra, Nofrita, Roswita Oktavianti, Aria Triyudha, Taufan Sukma Abdi Putra, Listya Pratiwi, Yogi Megah Perkasa

**Fotografer** : Ardiles Akyuwen (Riset), Dananjoyo

Kusumo, Desmunyoto P. Gunadi, Wahyu Wening Priambodo

**Koresponden Daerah** : Adrian Tuswandi (Padang), Andi Fahrizal (Pontianak), Andri Arianto (Batam), Ayi Jufridar (Lhokseumawe), David Kuncara (Pacitan), Emerson (Kep. Riau), Erwin Surya Naziat (Bandung), Franky Tangkudung (Sulsel), Patrick Sorongan (Manado), Heri C. Santoso (Semarang), Ida Syahrul (Palembang), Nasti Deta Durya (Subang), M. Fatchurochman (Yogyakarta), Opin Tanati (Biak), Rahma (Banjarmasin), Roby Karo Karo (Medan), Robby Sanjaya (Bandung), Rusli (Samarinda), Salviah Ika Padmasari (Makassar), Steve Saputra (Banyumas), Syahrir (Kendari), Teddy Rumengan (Balikpapan), Witanto (Surabaya), Iskandar Hadji (Depok), Sabarudin (Tangerang)

**Sekretariat Redaksi** : Agus Supriyanto

### **USAHA**

**Komisaris** : Maksum Toha

**Direktur** : Marwan Hanif

**Sekretaris Direksi** : Linda Zenia

**General Manager** : Leo Kidding Allo

**Wakil Manager Sirkulasi dan Distribusi** : Syaiful Syam

**Manager Account Executive** : Andhre Rahendra Adityawarman

**Koordinator Account Executive** : Lina Roslina

<b>Account Executive</b>	: Handini Wulan, Yogyo Susaptoyono
<b>Manager SDM</b>	: Tb Fergani Maksum
<b>Teknologi Informasi</b>	: Sutiyono, Agus Tri Handoko, Vises

#### **B.4. Profil SKH Jurnal Nasional**

Sebagai pengemban jurnalisme positif yang memandang segala sesuatu secara seimbang, adil, dan harmonis, saat ini PT. Media Nusa Pradana sebagai penerbit harian Jurnal Nasional dan portal berita [www.jurnas.com](http://www.jurnas.com) melengkapi harian Jurnal Nasional sebagai sebuah produk dengan berbagai produk yang menyertainya. Selain sebagai media massa yang berupa surat kabar dan portal online, Jurnal Nasional juga memberikan jasa pendidikan dan pelatihan seperti pelatihan entrepreneur untuk usaha kecil dan menengah, serta pelatihan komunikasi dan jurnalistik untuk membantu para mitranya menyiapkan tenaga komunikasi yang handal.

Dalam *Media Profile Jurnal Nasional* tahun 2012, *Jurnal Nasional* memaparkan data berdasarkan riset yang telah dilakukan sebelumnya untuk mengetahui bagaimana karakter pembacanya yang antara lain adalah masyarakat atau pembaca yang membaca lebih dari satu media cetak, tidak ingin tertinggal informasi penting, biasa menggunakan komputer dan internet, paham fitur komunikasi dan informasi di handphone, dan sadar perkembangan berita, gaya hidup, dan gadget (*Media Profile Jurnas* 2012). Sampai saat ini wilayah edar Jurnal Nasional antara lain di Batam, Medan, Palembang, Lampung, Jabodetabek, Bandung, Cirebon, Semarang, Surabaya, Denpasar, Banjarmasin, Balikpapan, dan Makassar, serta cabin Garuda Indonesia dan Sriwijaya Air. Untuk menjangkau

pembaca daerah, Jurnal Nasional sampai saat ini juga telah menerbitkan Jurnal Bogor, Jurnal Depok, Jurnal Cianjur, Jurnal Sukabumi, Jurnal Medan, dengan spesifikasi pembaca all market, all audience di wilayah masing-masing.

Selain itu, data pembaca yang juga dimiliki oleh Jurnal Nasional adalah sebagai berikut:

Gender : Laki-laki 65%, Perempuan 35%

Profesi : Pebisnis, politisi, birokrat, profesional, karyawan, akademisi, mahasiswa, dan keluarga.

SES : Menengah Atas, A, B

Pendidikan : SMA, S1, S2, S3

Usia : 20-60 tahun

Gaya hidup : Agropolis, Metropolis, dan megalopolis.

Tiras : 95.000 eksemplar, dengan 65% beredar di Jabodetabek.

Slogan : Bicara Tepat, Bawa Manfaat

Logo Perusahaan :



#### **Alamat Redaksi dan Tata Usaha**

Jl Johar No. 8 Menteng, Jakarta Pusat 10340

Telepon (021) 31907599



**E-mail Redaksi** : [redaksi@jurnalnasional.com](mailto:redaksi@jurnalnasional.com)

**E-mail Usaha** : [bisnis@jurnalnasional.com](mailto:bisnis@jurnalnasional.com)

### **B.5. Rubrikasi dan Halaman Jurnal Nasional**

Secara umum rubrikasi dan halaman Jurnal Nasional dapat dijelaskan sebagai berikut, halaman pertama disebut juga sebagai halaman muka. Berita-berita yang dimuat dalam halaman tersebut merupakan berita-berita yang dianggap memiliki nilai kepentingan yang tinggi dan mengindikasikan adanya penonjolan yang akan dilakukan Jurnal Nasional. Berikut ini adalah rubrikasi dan halaman yang ada di Jurnal Nasional:

1. Halaman muka berupa *headline* dan berita-berita yang utama
2. Ekonomi, Bisnis, dan Keuangan
3. Sosial Budaya
4. Politik, Hukum dan Keamanan
5. Opini
6. Kesehatan
7. Jakarta dan sekitarnya
8. Nusantara
9. Internasional
10. Sosok dan Sketsa

Pada *media profile* Jurnal Nasional tahun 2012, ada beberapa suplemen berita yang menyertai setiap edisi Jurnal Nasional, yaitu

1. TOP SOCCER, Merupakan lembaran khas olah raga yang setiap hari terus menjadi referensi pertama para penggila bola dan penggemar sport.

2. MOBILETAINMENT, hadir setiap hari Senin untuk member informasi tentang dunia gadget mutakhir.
3. UANG & BANK, menjadi salah satu referensi para pengambil kebijakan di sector uang, bank, dan industri keuangan dan hadir setiap hari Selasa.
4. POLITIKA, hadir setiap hari Rabu menjadi referensi para politisi serta aktivis hukum, demokrasi, dan hak asasi manusia.
5. PROFIT, setiap hari Kamis menemani para pengambil keputusan di lingkungan BUMN, korporasi, serta perusahaan pertambangan, migas, dan energy merambah sukses bisnis mereka dengan informasi aktual.
6. SYARIAH, menjadi ajang dialog untuk melihat berbagai sisi kehidupan bisnis (muamalah) sebagai bagian dari industri yang memberi sukses ganda. SYARIAH hadir setiap hari Jumat pada edisi Jurnal Nasional.
7. ProMotif, hadir di setiap edisi hari Sabtu untuk menyajikan berbagai sisi tentang properti dan otomotif.
8. Selain itu, masih ada pula artikel khas Menteri BUMN Dahlan Iskan setiap hari Senin, Wakil Menteri Agama Prof. Dr. Nazaruddin Umar setiap hari Jumat, dan artikel kolom: Jendela dan Spektra, Religiopreneur, serta Lazuardi Imani.

### **C. Pemberitaan tentang Jokowi pada Masa Kampanye Putaran Kedua di SKH Jurnal Nasional**

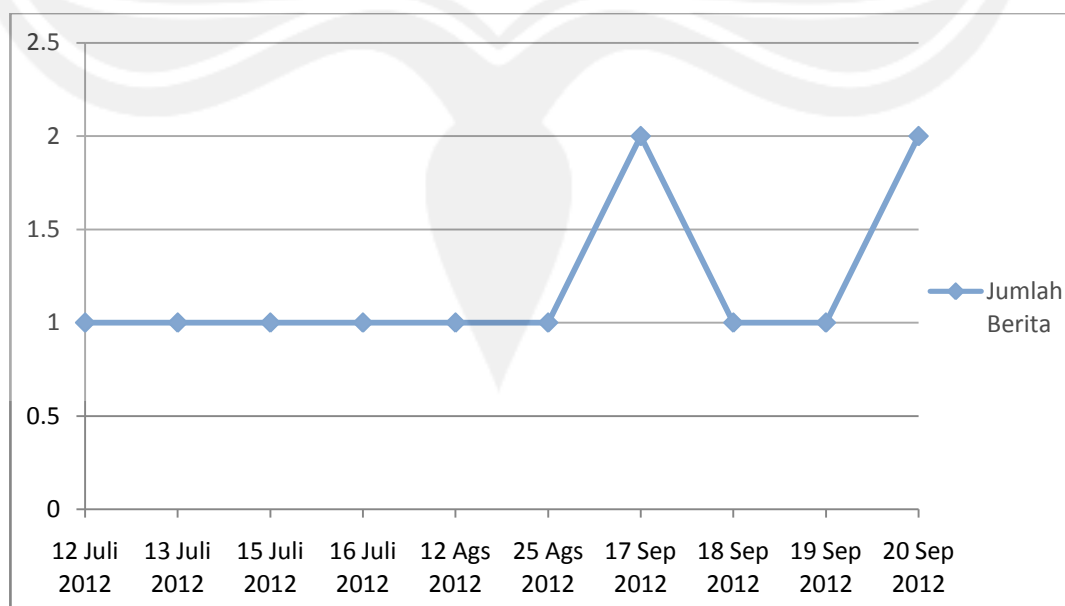
Jurnal Nasional memberikan porsi pemberitaan mengenai masa kampanye pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2012 yang memuat pula tentang Jokowi sebagai calon Gubernur di dalamnya pada halaman muka di edisi 11 Juli sampai dengan 20 September 2012. Pemberitaan tentang masa kampanye pada halaman

muka yang memuat pandangan tentang Jokowi tersebut ditemukan pada *Jurnal Nasional* edisi 12, 13, 15, 16 Juli 2012, 12, 25 Agustus 2012, 17, 18, 19 September 2012.

Setelah masa kampanye berakhir yaitu tanggal 17 September 2012, *Jurnal Nasional* masih menulis berita tentang kedua pasang calon Gubernur termasuk Jokowi dan memasukkannya pada berita halaman muka. Pada hari H pemilihan umum untuk memilih Gubernur dan wakil Gubernur DKI Jakarta *Jurnal Nasional* masih menulis berita tentang Pilkada DKI Jakarta. Selanjutnya pemberitaan tentang hasil suara dan siapa Gubernur yang terpilih terus diberitakan *Jurnal Nasional* sebagai bagian dari pemantauan dan media sebagai *watch dog* bagi kinerja Gubernur terpilih. Berikut ini adalah grafik pemberitaan tentang Jokowi pada masa kampanye putaran kedua dalam time frame 11 Juli sampai dengan 20 September 2012,

**Grafik 2.1**

**Fluktuasi Pemberitaan Tentang Jokowi 11 Juli-20 September 2012**



Berita tersebut memuat juga tentang Foke, namun dalam penelitian ini yang diteliti hanyalah frame tentang Jokowi saja. Seluruh pemberitaan tentang Foke merupakan berita yang bernada positif dan menunjukkan dukungan Jurnal Nasional terhadap Foke. Jurnal Nasional merupakan harian yang terafiliasi dengan Susilo Bambang Yudhoyono (Saptono, 2010: 35). Susilo Bambang Yudhoyono merupakan pimpinan Partai Demokrat, yang ketika Pilgub DKI Jakarta berlangsung, partai ini mengusung calon Fauzi Bowo-Nachrowi Ramli. Di putaran kedua, pasangan ini bersaing ketat dengan pasangan Ir. H. Joko Widodo-Basuki Tjahja Purnama, pasangan calon yang diusung oleh Partai PDI Perjuangan, yang berada di bawah kepemimpinan Megawati Soekarnoputri. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti memilih Jurnal Nasional karena memiliki strategi pengemasan berita yang tentunya memiliki dinamika tersendiri dalam membentuk frame Jokowi. Berikut ini adalah judul berita yang akan dianalisis oleh peneliti:

**Tabel 2.1**  
**Obyek Penelitian**

No.	Judul Berita	Hari dan Tanggal	Rubrik
1	PKS Merapat ke Foke	Minggu, 12 Agustus 2012	Halaman muka
2	Swing Voter Penentu Pilgub DKI	Minggu, 12 Agustus 2012	Halaman muka
3	Kebakaran Kepung Jakarta	Sabtu, 25 Agustus 2012	Halaman muka
4	Jokowi-Foke Beda-beda Tipis	Senin, 17 September 2012	Halaman muka

5	Dua Kubu Damai di Bundaran HI	Senin, 17 September 2012	Halaman Muka
---	----------------------------------	-----------------------------	-----------------

