

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Metro TV

Metro TV merupakan sebuah stasiun televisi swasta berita pertama yang ada di Indonesia. Didirikan oleh PT Media Televisi dan resmi beroperasi pada 25 November 2000 di Jakarta. Pada mulanya Metro TV didirikan sebagai perusahaan patungan dan saat itu kepemilikan dimiliki oleh Bimantara Citra dan Media Group dengan kepemilikan masing-masing 50%. Namun, sejak bulan Oktober 2003, kepemilikan Metro TV 100% telah dimiliki oleh Media Group pimpinan Surya Paloh yang juga mempunyai Lampung Post dan Harian Indonesia.¹

PT Media Televisi Indonesia adalah [anak perusahaan](#) dari Bimantara Citra dan [Media Group](#), yang merupakan kelompok usaha media yang di pimpin oleh Bambang Trihatmodjo dan [Surya Paloh](#), yang juga pemilik [surat kabar Media Indonesia](#) dan [stasiun televisi RCTI](#) dengan kepemilikan masing-masing 50%. Pada tanggal 25 Oktober 1999 PT Media Televisi Indonesia memperoleh izin penyiaran atas nama "Metro TV" dan diresmikan pada tanggal [25 November 2000](#).

Metro TV tayang perdana pada 1 April 2001, dan mulai mengudara selama 24 jam. Metro TV menjadi stasiun TV pertama yang ada di Indonesia yang tayang selama 24 jam. Pada awalnya Metro TV beroperasi hanya mengandalkan 280 pegawai. Namun, seiring kebutuhan dan perkembangan, Metro TV sekarang memperkerjakan lebih dari 900 pegawai, sebagian besar di daerah produksi dan di ruang berita. Pada Oktober 2003, pihak Bimantara Citra dengan resmi menjual 50%

¹ <https://www.metrotvnews.com/about>, diakses pada tanggal 12 Februari 2021, pkl 22:10 WIB.

sisah saham Metro TV ke Media Group, sehingga menjadikan Metro TV sepenuhnya dikuasai oleh Media Group sampai saat ini.²

Pada Agustus 2019, Televisi Republik Indonesia (TVRI) bekerja sama dengan dua televisi swasta nasional (Trans TV dan Metro TV) beserta Kemenkominfo secara resmi mengeluarkan siaran televisi digital untuk wilayah di perbatasan Indonesia di Kabupaten Nunukan, Kalimantan Utara. Bertujuan agar seluruh masyarakat di segala penjuru Indonesia dapat menyaksikan acara yang berkualitas yang ditayangkan seluruh stasiun televisi lokal maupun nasional dengan gambar yang jernih dan tajam dari televisi analog. Hal yang utama dan terpenting bahwa masyarakat sudah siap untuk beralih dari TV analog ke digital dalam rangka menghadapi [ASO](#) (*Analog Switch Off*) yang akan dilaksanakan pemerintah Republik Indonesia.

Secara teresterial Metro TV mampu dijangkau di 290 Kota di seluruh Indonesia, ditransmisikan melalui 52 transmisi, juga Metro TV mampu dijangkau melalui TV kabel diseluruh Indonesia, melalui satelit Palapa 2 keseluruh negara ASEAN, termasuk Cina Selatan, Hongkong, Taiwan, India, Papua New Guinea, Macao, dan sebagian wilayah Jepang serta Australia

Metro TV juga menjalin kerja-sama antara media televisi asing yaitu kerjasama dalam pengembangan tenaga kerja, kerjasama pertukaran berita, dan lainnya. Media stasiun televisi asing tersebut yaitu, CCTV, Voice of America (VOA) dan Channel 7 Australia. Selain menjalin kerjasama dengan stasiun TV internasional, Metro TV juga mempunyai kontributor internasional yang tersebar di China, Jepang, Inggris dan USA. Metro TV berupaya dalam memberikan sumber berita mengenai berita dalam negeri yang akurat, terpercaya, dan aktual kepada dunia luar. Hal ini juga

² <https://m.merdeka.com/metrotv/profil/>, diakses pada tanggal 12 Februari 2021, pukul 22:15 WIB.

dapat mendukung Metro TV dalam menjadi media yang secara tepat, cepat dalam mendapatkan beritanya.

Metro TV juga mempunyai 19 mobil satelit dalam upaya penayangan berita secara *live* mengenai kejadian yang berlangsung ditempat. Juga mmeiliki 7 mobil ENG (*Electronic News Gathering*) dan 12 mobil SNG (*Satelite News Gathering*).³

2. Konsep Metro TV

Metro TV mempunyai karakteristik konsep yang agak berbeda dari stasiun televisi lainnya, hal ini dikarenakan selain tayang selama 24 jam dalam setiap harinya, Metro TV juga hanya mensentralkan acaranya pada siaran berita saja. Namun dalam perkembangannya Metro TV juga memasukkan unsur hiburan kedalam programnya, meskipun tetap dalam ranah lingkup news. Metro TV merupakan stasiun pertama di Indonesia yang menyiarkan berita kedalam bahasa Mandarin: Xin Wen, juga satu-satunya stasiun TV di Indonesia yang tidak menayangkan acara sinetron. Metro TV melakukan penayangan siaran internasional yang menggunakan bahasa Inggris pertama di Indonesia, yang bisa ditonton oleh seluruh dunia, Inodnesia Now. Metro TV mempunyai presenter berita terbanyak di Indonesia.

3. Logo dan Slogan Baru



Logo pertama MetroTV (25 November 2000-20 Mei 2010) Slogan "Be Smart, Be Informed (2008-May 2010)

³ <https://id.wikipedia.org/wiki/MetroTV>, diakses pada tanggal 12 Februari 2021, pkl 22:12 WIB.



Logo MetroTV (20 Mei 2010-sekarang), digunakan sebagai logo *on-air* sejak 25 November 2020. Slogan “Knowledge to Elevate (20 Mei 2010-sekarang)

Gambar 4.1 Metro TV

Metro TV mengenalkan slogan dan logo baru pada 20 Mei 2010, yaitu *Knowledge to Elevate*. Dalam logo terbaru masih menggunakan warna dasar dan lambang burung elang. Logo tetap menggunakan warna kuning dan biru serta lambang burung elang, namun menggunakan jenis huruf Handel Gothic kursif yang memiliki kesan lebih fresh, futuristik serta modern. Dalam penempatan logo juga di ubah dari posisi di pojok kanan atas menjadi di pojok kanan bawah, penempatan ini berbeda dengan stasiun televisi yang ada di Indonesia yang terletak di pojok kiri atau kanan atas. Sejak 17 Oktober 2016, logo tersebut kini diletakkan di sebelah *newsticker* di pojok kanan paling bawah.

Pada logo on air Metro TV warna diubah dari latarbelakang biru dan putih untuk siaran Prime Time sejak tahun 2019, setiap hari mulai pukul 16:00-21:00 WIB. Pada ulang tahun Metro TV yang ke-20 tahun 2020 kemarin, Metro TV kembali memperbaharui logo on-air-nya yang dipojok kanan bawah dengan tetap mempertahankan lambang burung elang yang bertuliskan “METRO TV” dengan menggunakan huruf besar dan berukuran lebih kecil dibawah lambang.

4. Visi dan Misi Metro TV

Visi :

- a. untuk menjadi stasiun televisi Indonesia yang berbeda dan menjadi nomor satu dalam program beritanya, menyajikan program hiburan dan gaya hidup yang berkualitas. Memberikan konsep unik dalam beriklan untuk mencapai loyalitas dari pemirsa maupun pemasang iklan.

Misi :

- a. untuk membangkitkan dan mempromosikan kemajuan Bangsa dan Negara melalui suasana yang demokratis, anggar unggul dalam kompetisi global, dengan menjunjung tinggi moral dan etika.

- b. Untuk memberikan nilai tambah di industri pertelevisian dengan memberikan pandangan baru, mengembangkan penyajian informasi yang berbeda dan memberikan hiburan yang berkualitas.

- c. Dapat mencapai kemajuan yang signifikan dengan membangun dan menambah aset perusahaan, untuk meningkatkan kualitas dan kesejahteraan para karyawannya dan menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi pemenang saham. ⁴

5. Target Audiens

Adapun target audiens dari Metro TV adalah :

Tabel 4.1

Stasiun TV lain	Metro TV
Me-too Product : 90%	Berita/informasi : 70%
Entertainment	News
10% News	30% non News
Sign on- Sign off	24 hours

⁴ <https://id.wikipedia.org/wiki/MetroTV>, diakses pada tanggal 12 Februari 2021, pkl 22:19 WIB.

15-25% in house production Target audiens : all segment	75-85% in house production Target audiens : segmented M/F, AB, 20+
--	--

Sumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/MetroTV>

Keterangan :

M/F : Male/Female, Pria/Wanita

20+ : Umur di atas 20 tahun

Segmen : Segmentasi dari penonton yang dipilih berdasarkan berbagai kategori seperti umur, jenis kelamin, dan domisili.

6. Satelit

Satelit-satelit yang di gunakan oleh Metro TV:

- a) [Palapa D](#) (FTA, Nex Parabola, K-Vision)
- b) [Telkom 4](#) (FTA)
- c) ChinaSat 10 (Skynindo)
- d) AsiaSat 9 (Ninmedia)
- e) SES 7 (MNC Vision)
- f) SES 9 (Nex Parabola, Matrix Garuda)
- g) Measat 3b (TransVision)
- h) Measat 3a (aora)

7. Direksi

Struktur dewan direksi Metro TV saat ini adalah sebagai berikut:

No	Nama	Jabatan

1	Don Bosco Selamun	Direktur Utama
2	Muhammad Mirdal Akib	Wakil Direktur Utama
3	Arief Suditomo	Direktur Pemberitaan
4	Agus Mulyadi	Direktur Program dan Pengembangan
5	Meniek Andini	Direktur Penjualan dan Pemasaran
6	Arif Nugroho	Direktur Keuangan, Hubungan Masyarakat dan Dukungan Teknis

Sumber : <https://id.wikipedia.org/wiki/MetroTV>

8. Program Acara *President's Corner*

Tayangan *President's Corner* termasuk salah satu program acara yang menayangkan keseharian dan kegiatan Presiden Joko Widodo yang meliputi kegiatan yang berkaitan dengan kegiatan di dalam pemerintahan maupun di luar pemerintahan. Program acara *President's Corner* merupakan program khusus yang membidik presiden Joko Widodo sebagai aktor utamanya.

Selain itu, dalam program acara ini terkadang juga menjadikan para menteri kabinet kerja sebagai aktornya. Ringkasnya, acara *President's Corner* memuat perihal kegiatan keseharian Presiden Jokowi seperti, kunjungan kerja yang dilakukannya sebaliknya yakni penjamuan berbagai tamu yang bertandang ke Istana Negara serta rutinitas yang beliau lakukan dalam memenuhi agenda sebagai kepala negara. Tayangan ini juga berisikan informasi terkait dengan kegiatan Presiden Joko Widodo sebagai seorang kepala keluarga dan masyarakat biasa.

Program acara ini termasuk kedalam talkshow ringan, sebab meskipun Presiden RI menjadi aktornya namun pengemasan konten acara dalam program ini lebih kesisi humanis Joko Widodo diluar pemerintahan. *President's Corner* tayang pertama kali pada tahun 2017 dan masih tetap eksis sampai saat ini. Awalnya, program acara ini tayang setiap hari Senin pukul 21:30 WIB, namun pada pertengahan bulan Februari 2018 berubah jadwal tayang menjadi setiap hari Jum'at pukul 22:05 WIB sampai sekarang.⁵

B. Pembahasan

1. Latar belakang terbentuknya program acara *President's Corner*.

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, media massa menjadi sebuah alat perpanjangan panca indera manusia. Melalui media massa, publik dapat memperoleh informasi tentang apa saja bahkan informasi dari tempat yang belum pernah di datangi sebelumnya. Televisi memiliki ciri khas yang istimewa dibandingkan dengan media massa lainnya (radio, koran, buku, surat kabar, dan majalah). Televisi merupakan media massa gabungan dari media visual dan audiovisual yang bersifat informatif, komersial dan hiburan. Oleh sebab itu, televisi menjadi salah satu media yang sangat penting dalam studi tentang media. Hal ini dikarenakan televisi memiliki kemampuan untuk mengkonstruksikan wacana bahkan ideologi bagi setiap orang. Televisi menjadi sumber media primer dalam memberikan informasi dan sosialisasi kepada publik. Televisi juga menjadi media massa yang paling di minati di tanah air serta mampu memberikan dampak pengauh yang besar kepada publik.

⁵ <http://digilib.uinsgd.ac.id/24475/>, dikases pada tanggal 12 Februari 2021, pkl 22:30 WIB.

Televisi memiliki tiga kekuatan media. Dua kekuatan pertama ialah kemampuan dalam menampilkan suara dan gambar bergerak. Dua kekuatan ini dianggap sebagai pengaruh yang besar dan mendalam di dibandingkan media massa lainnya (koran, radio, buku dan majalah). Cohen mengemukakan dalam teori Agenda Setting *“Pers may not successful much of time in telling people what to think, but stunninngly successful telling people what to think about it”*. Dalam pandangannya Cohen menilai media massa mempengaruhi persepsi publik tentang apa yang di pikirkan orang, namun pers berhasil meyakinkan dan membentuk persepsi publik. Dalam pendapat Charles Wright, media massa memiliki kemampuan dalam mengarahkan isu atau peristiwa untuk di terima publik sebagai isu yang penting.

Metro TV sebagai saluran televisi berita pertama di Indonesia melihat peluang untuk dibentuknya sebuah program acara mengenai kepresidenan. Media dan Jokowi merupakan sebuah simbol dari simbiosis mutualisme. Dimana setiap berita yang memuat Jokowi selalu berhasil dalam menarik perhatian publik dan disatu sisi Jokowi memerlukan media dalam membranding diri. Program *President’s Corner* berkembang menjadi salah satu program talkshow politik dokumenter dengan menggandeng Presiden menjadi aktornya.

“Program ini dibentuk ya karena memang tau sendiri ya kalo Presiden Jokowi itu berbeda dengan Presiden-presiden sebelumnya. Kalo yang sekarang itu bapak mungkin sering blusukan, sering terjun ke masyarakat, gitu. Nah dari hal tersebut, kita lihat kayaknya ada potensi untuk bisa digarap tiap minggu dan juga agendanya bapak banyak ya. Program ini dikemas untuk buat sisi lainnya dari Presiden Jokowi, dan juga sisi lain Istana beserta orang-orang yang

pernah berhubungan dengan istana. Fokusnya ga melulu tentang Presiden. Contoh misalnya kemarin aku buat berita tentang “cara merawat tanaman di Istana Bogor”, banyak hal termasuk Jokowi saat sebagai kepala keluarga, Jokowi sosok yang hobi musik atau hal lainnya.”⁶

Meskipun program acara ini berjudul *President’s Corner*, namun di beberapa episode program ini menampilkan jajaran Menteri Kabinet yang mempunyai pengalaman dengan Presiden.

“Pernah saya ngewawancarai Menteri Luar Negeri karena pengalamannya bersama Presiden, saya juga pernah ngewawancarai Dubes Korea Selatan dan juga pernah ngewawancarai youtubers Jeon Hansol dulu waktu saya di Korea dimana dia ketemu sama Presiden. Pengalamannya seperti apa, jadi ga hanya tentang Presiden. Jadi lebih banyak hal-hal yang di explore. Yaa namanya program *President’s Corner* jadi harus tetap ada kaitannya dengan Presiden. Jadi banyak side story, misalkan perawatan Istana, perawatan Istana di Bali, perawatan Istana di Jogja, perawatan Istana di Bogor udah saya garap. Jadi ga melulu soal Presiden namun juga menghadirkan *side story* dari sisi lain istana dan kepresidenan yang selama ini masyarakat ga tau.”⁷

Tami selaku produser dari program acara *President’s Corner* menyatakan bahwa secara historis program ini dibuat karena sumber informasi yang dikumpulkan dalam bentuk dokumentasi program sangat mudah. Hal ini

⁶ Tami Mauliana Kartanegara, Produser *President’s Corner*, *Wawancara* tanggal 11 Februari 2021.

⁷ Tami Mauliana Kartanegara, Produser *President’s Corner*, *Wawancara* tanggal 11 Februari 2021.

dikarenakan Tami selaku produser yang juga merangkap sebagai reporter, berkoordinasi langsung dengan pewarta istana Metro TV.

“Seperti yang kita ketahui ya kegiatan bapak Presiden itu banyak banget dan di Istana juga ada wartawan Metro TV yang khusus standby disana. Jadi aku sama dia saling berkoordinasi dan juga ada peluang besar untuk dijadikan program acara yang berkesinambungan. Regulasi saat Presiden Jokowi menjabat juga mudah untuk mencari informasi mengenai kegiatan Presiden beda sama Presiden-presiden sebelumnya ya. Juga program ini terilhami oleh youtube channel The White House yang meliput Presiden Barack Obama dan setelahnya.”⁸

Program *President's Corner* mengudara pertama kali pada masa pemerintahan Jokowi. Informan Tami mengemukakan pengalamannya dan membandingkan perbedaan liputan era presiden Jokowi dan era presiden SBY. Hal tersebut dibuktikan dengan pengalamannya kerja di Metro TV sejak tahun 2013 pada masa SBY sedang menjabat sebagai presiden Indonesia. Dalam mengemas tayangan *President's Corner* berbeda dengan tayangan berita pada umumnya. Tayangan *President's Corner* ini tidak hanya memfokuskan Jokowi sebagai kepala pemerintahan namun juga fokus kepada *side story* (sisi lain) Jokowi sebagai kepala pemerintahan dan sisi humanismenya.

2. Strategi Metro T V dalam tayangan *President's Corner*.

Strategi didalam komunikasi merupakan bagaimana cara mengatur dan mengelolah operasi komunikasi agar dapat berhasil mencapai tujuan. Pada hakikatnya strategi komunikasi adalah (perencanaan) *planning* dan (manajemen) *management* dalam mencapai tujuan bersama. Program acara

⁸ Tami Mauliana Kartanegara, Produser *President's Corner*, *Wawancara* tanggal 11 Februari 2021.

President's Corner merupakan satu-satunya program acara yang secara khusus meliput kehidupan Presiden Jokowi sebagai kepala negara namun juga sisi lain beliau menjabat sebagai sosok no 1 di Indonesia. Program acara yang terbilang unik dan hanya satu di Indonesia, maka dari itu memerlukan strategi yang mampu membuat *President's Corner* tetap eksis.

a. Mengenal Khalayak

Merupakan langkah pertama bagi komunikator sehingga komunikasi yang di lakukan mampu berjalan dengan efisien dan efektif. Untuk dapat memahami apa saja yang dibutuhkan dan diminati oleh khalayak sebelum membuat suatu program acara, maka membutuhkan strategi komunikasi agar dapat menunjang tercapainya tujuan yang ingin dicapai. Metro TV merupakan media televisi berita pertama di Indonesia, yang secara khusus menayangkan tayangan berupa berita baik dalam negeri maupun berita luar negeri. Sehingga tidak semua lapisan usia dapat menikmati tayangan yang ada di Metro TV.

“Kalo saya ya kan sebagai produsernya yaa. Saya produsernya, saya juga reporternya saya semua yang ngerjain jadi ya based on riset saya aja gitu. Saya kan seorang produser harus tetap inovatif. Jadi sebisa saya informasi yang saya liput itu kemakan dan diterima oleh semua lapisan masyarakat. Karena ya itu, program ini kan termasuk yg *soft*, yang ga terlalu berat untuk dikonsumsi oleh masyarakat.”⁹

Dalam menentukan tema tau isu yang akan diangkat, Tami selaku produser melakukan riset mengenai khalayak yang nantinya informasi yang disampaikan dapat diterima oleh semua kalangan masyarakat.

b. Menyusun Pesan

⁹ Tami Mauliana Kartanegara, Produser *President's Corner*, *Wawancara* tanggal 11 Februari 2021.

Langkah kedua setelah mengenal publik serta situasi, maka langkah selanjutnya adalah menyusun pesan yang dapat menarik perhatian dari masyarakat. Dengan menentukan materi atau tema maka pesan akan terbentuk. Syarat utama untuk mempengaruhi masyarakat, yaitu mampu menghidupkan perhatian masyarakat. Perhatian adalah pengamatan yang terpusat. Awal dari efektivitas didalam komunikasi yaitu dengan bangkitnya perhatian dari masyarakat terhadap pesan yang tersampaikan.

“Sebenarnya kalo dilihat dari track record rating itu justru liputan-liputan saya yang *side story* itu yang kemakan. Jadi yang bener-bener diluar (yang biasa). Kayak dulu saya liputan ke Istana Tapak Siring di Bali, saya garap wawancaranya, gimana perawatan Istana disana gimana sejarah historisnya, juga saya pernah ngewawancara Burger Gill and Metal itu favoritnya Presiden hari itu ratingnya bagus, paling tinggi dan banyak apresiasi. Pernah juga ngewawancara Ridwan Kamil, maksudnya waktu Kang Emil kalo berdua semobil sama bapak ngomongin apa aja sih, terus kebiasaan dimobil pejabat beliau ngapain aja, kayak-kayak gitulah. Jadi yang selama ini pemirsa ga tau saya tayangkan disitu. Nah biasanya episode-episode yang semacam itu yang kemakan yang dapat rating tinggi. Hal-hal yang orang ga tau selama ini ditayangkan lewat sini, dan juga ratingnya oke waktu Ibunya Bapak meninggal, saya bikin paket beritanya agak panjang itu juga bagus. Jadi jadi, memang udah bisa ditebak. Tapi dilihat dari polanya memang masyarakat suka yang itu tadi *side story* sisi lain dari Presiden.”¹⁰

Dari pemaparan Informan Tami, isu atau pesan yang ingin disajikan menyesuaikan dengan apa yang menjadi fokus utama dari *President's Corner*,

¹⁰ Tami Mauliana Kartanegara, Produser President's Corner, *Wawancara* tanggal 11 Februari 2021.

yaitu menayangkan *side story* (sisi lain) dari Presiden Jokowi sebagai kepala pemerintah yang jarang diketahui oleh masyarakat. Meski program ini titik fokusnya adalah tayangan dokumenter kepresidenan, tapi tak jarang dalam beberapa kesempatan produser menggandeng para menteri kabinet kerja untuk menjadi aktor dalam programnya. Namun, masih dengan koridor yang sama, tema yang diangkat adalah di luar isu politik, melainkan humanisme, kegiatan menteri di luar kerja pemerintahan, dan sebagainya. Sebagaimana penjelasan Tami dalam wawancaranya:

“Jadi program ini meski judulnya “*Presidents Corner*” tapi kita di lain waktu, nggak hanya membidik Jokowi saja sebagai aktornya, di beberapa kesempatan kita pernah nampilin jajaran-jajaran menterinya beliau. Semisal dengan menggandeng menteri yang menjadi idola di masyarakat luas, terus nyentrik, nah kita ambil. Yang sudah-sudah, kita pernah syuting dengan Menteri Susi, Menteri Sri Mulyani, kemudian Pak Budi (Menhub), pak Tjahjo Kumolo, dan masih banyak lagi.”¹¹

Setelah mengenal khalayak dan menyusun pesan, strategi yang dibutuhkan yaitu bagaimana cara redaksi dalam menstabilisasi rating program acara yang digarapnya. Dalam sebuah program acara rating merupakan parameter yang dibutuhkan bagi keberlangsungan dan keberlanjutan sebuah acara. Dalam hal ini, peneliti telah mewawancarai informan terkait bagaimana redaksi menerapkan strategi dalam menstabilisasi program *President's Corner*. Berikut hasil wawancaranya:

“Aku juga ga bisa nebak soal rating bisa aja tiba-tiba turun atau naik. Tapi sejauh ini ratingnya cukup stabil ya. Mungkin kalo kita kan

¹¹ Tami Mauliana Kartanegara, Produser *President's Corner*, *Wawancara* tanggal 11 Februari 2021.

selalu patokannya misalkan parameternya sama televisi berita lainnya. Kita selalu lihat rata-rata penontonnya sih, kita selalu oke, unggul dibandingkan berita lain di jam tayang *President's Corner*.”¹²

Sejak muncul pertama kali di Indonesia pada awal tahun 2020, pandemi Covid-19 berdampak pada semua sektor kehidupan tidak terkecuali kepada para jurnalis dalam meliput berita. Sehingga mengakibatkan rating acara tidak stabil dalam pelaksanaannya, sebagaimana wawancara dengan informan Tami:

“Kalo untuk rating kendala sebenarnya ada apalagi pas pandemi ya. Soalnya pas pandemi ginikan Presiden kebanyakan didalam, maksudnya jarang keluar, keluar sering ya tapi ga sesering dulu waktu sebelum pandemi. Secara visualpun kadang itu-itu aja. Jadi saya juga banyak yang terjun langsung untuk liputan yang *side story* istilahnya yang side storynya Istana lah bareng sama kepala staff presiden. Kendalanya paling disitu, karena paling jadwal Presiden juga padat ya, kita ga pernah tau misalkan kemana-mananya apalagi semenjak pandemi wartawan dibatasi untuk liputan dan kalo mau ketemu beliau atau masuk Istana harus SWAB dulu.”¹³

Kendala yang dihadapi Tami sebagai reporter sekaligus produser *President's Corner* dalam meliput kegiatan pada masa pandemi kegiatan para wartawan terbatas dan mewajibkan melakukan tes SWAB terlebih dahulu sebelum memasuki istana.

¹² Tami Mauliana Kartanegara, Produser *President's Corner*, *Wawancara* tanggal 11 Februari 2021.

¹³ Tami Mauliana Kartanegara, Produser *President's Corner*, *Wawancara* tanggal 11 Februari 2021

3. Representasi citra diri Presiden Jokowi yang ditampilkan pada program *President's Corner*.

President's Corner merupakan sebuah program acara di Metro TV yang mempublikasikan kegiatan presiden serta mengupas mengenai sisi lain dari Presiden Joko Widodo selama sepekan. Selama ini publikasi presiden di televisi hanya dari program berita saja, belum ada program serupa yang khusus menayangkan kegiatan Presiden. Dibalik dari publikasi tersebut, tidak jarang menuai pro dan kontra di masyarakat. Sebagian masyarakat melihat itu sebuah kinerja, namun tidak ada juga masyarakat yang melihat hal tersebut hanya sebagai sebuah pencitraan politik.

“Gak. Kalo saya selaku produser sama sekali selama ini jauh dari politik ya. Karena memang mau garapnya benar-benar ringan. Jadi selama ini saya benar-benar jauh dari politis karena yang politis udah kemakan sama redaksi ya, biarlah mereka yang bermain. Jadi saya mau fokus di *side story* nya aja.”¹⁴

Netralitas dan idealisme media terletak didalam pilar sebagai pilar demokrasi. Media dianggap berperan dalam menyebarkan nilai kebebasan dan kesetaraan kepada khalayak, sehingga khalayak berharap bahwa media bisa menjadi pelopor budaya yang berkualitas dan memberi informasi yang kredibel. Maka sudah semestisnya, media dalam hal ini berperan sebagai penengah dalam mewujudkan rasa percaya masyarakat terhadap media.

“Tayangan ini pure ide dari pihak Metro TV, karena pada era Jokowi ini media mudah untuk meliput kegiatan Presiden dan ada potensi untuk digarap tiap minggunya ada agendanya juga banyak.

¹⁴ Tami Mauliana Kartanegara, Produser *President's Corner*, *Wawancara* tanggal 11 Februari 2021.

Untuk pencitraan enggak ya, karena kami hanya meliput berita yang sesuai dengan apa yang ada dilapangan tanpa direkayasa. Kami hanya ingin menayangkan *side story* (sisi lain) dari seorang Presiden Jokowi yang banyak tidak diketahui oleh masyarakat. Program *President's Corner* enggak berisi informasi seputar konflik ataupun kontroversi terkait Jokowi, tetapi lebih kepada keseharian Jokowi sebagai kepala pemerintah dan juga sebagai kepala keluarga. Misal kami kemarin ngeliput keseharian pak Jokowi yang lebih sering ajak cucunya Jan Ethes pada setiap kunjungan atau kegiatannya. Itukan pasti banyak masyarakat yang penasaran alasannya apa. Jadi kita liput sisi lain dari bapak sehingga masyarakat bisa tau. Sebenarnya bukan pak Jokowi yang butuh tayangan ini. Dan saya juga ya tau kalo masyarakat sekarang sudah pada banyak literasi medianya. Sehingga pasti mereka paham makna dari tayangan ini.”¹⁵

Berdasarkan wawancara tersebut informan Tami menjelaskan bahwa tayangan *President's Corner* ini independen dan *pure* (murni) ide dari pihak Metro TV tanpa dibumbui oleh pencitraan dan juga politik sesuai dengan kaidah jurnalisme.

“Sebenarnya kita kerja itu ya sangat tunduk dengan kaidah jurnalisme ya, sama sekali aku nggak pernah dapat arahan suruh gini gitu atau di bawah paksaan itu nggak ada sama sekali. Jadi, untuk mengimbanginya, aku si berpegang sama logo ideologi media kita aja, nggak lebih. Ya isu semacam itu bukan suatu hal yang tabu lagi ya, banyak orang tahu kalau Metro ini memang media partisan pemerintah,

¹⁵ Tami Mauliana Kartanegara, Produser *President's Corner*, *Wawancara* tanggal 11 Februari 2021.

tapi sejauh ini kita masih bersikap independen sesuai falsafah media. Jadi kalau di luaran sana berasumsi Metro ini berita-berita nya hoax, itu hak mereka sih. Cuma ya mencari dan mengolah berita itu nggak sebercanda yang orang bayangin. Yang terpenting adalah bagaimana kita bisa komitmen dengan berita yang kita sebarluaskan. Cuman, kadang ya suka miris juga sih, wartawan tu nyari sumber berita rintangannya super berat, terlebih kalo wartawan bencana, wartawan aksi itu kan tantangannya luar biasa ya, eh masyarakat malah lebih percaya berita hoax dari pada berita faktanya. Jadi, solusi dari aku, yang penting kerja aku masih berada di jalur yang bukan untuk membohongi masyarakat dan sama sekali nggak ada unsur hoax.”¹⁶

Dalam keterangannya, informan Tami yakin bahwa ia bekerja tunduk akan kaidah jurnalisme dan tanpa disetir oleh atasan ataupun pimpinan redaksi. Maka informan Tami mengambil jalan tengah dengan cara berpegang teguh terhadap logo (Ideologi) media. Ia pun yakin sudah benar-benar independen sesuai dengan falsafah media.

Media massa dapat mengatur perhatian publik untuk isu – isu sehingga membentuk opini publik. Prioritas media sangat mempengaruhi prioritas masyarakat. Dalam memilih dan menampilkan berita, editor dan staff ruang berita memainkan peranan penting dalam membentuk realitas. Apa yang kita tahu tentang dunia sebagian besar didasarkan pada apa yang dikatakan, digambarkan oleh media. Lebih khusus lagi bahwa prioritas media sangat mempengaruhi prioritas masyarakat. Konsep agenda-setting menurut Shaw (1979) menyerupai

¹⁶ Tami Mauliana Kartanegara, Produser President’s Corner, *Wawancara* tanggal 11 Februari 2021.

teori jarum hipodermik yang membahas mengenai efek media. Untuk agenda setting terpaan dampak media pada khalayak tidak terjadi secara langsung pada sikap khalayak, tetapi pada kognisi. Atribut perubahan kognitif merupakan hasil dari media melakukan gatekeeper, atau saluran, peran pada demokrasi Barat.

Untuk melihat bagaimana representasi citra diri Presiden Jokowi pada tayangan *President's Corner*, peneliti telah mewawancarai beberapa informan, yaitu pemirsa Metro TV. Diketahui bahwasannya citra diri Presiden Jokowi berubah menjadi hal yang lebih positif dari sebelum dan sesudah menonton tayangan *President's Corner*.

Nama	Werdo Sujatmiko
Usia	25 Tahun
Jenis Kelamin	Laki-laki
Status	Mahasiswa Pascasarjana Unsri

a) Apakah anda sering menonton Metro TV?

“Sering, karena Metro TV adalah media televisi yang menyiarkan informasi-informasi mengenai berita secara khusus”¹⁷

b). Apakah anda sering menonton program acara *President's Corner* di Metro TV?

“Sering, karena saya sering menonton televisi terutama channel yang menyajikan berita-berita dan informasi-informasi penting.”¹⁸

¹⁷ Werdo Sujatmiko, Mahasiswa Pascasarjana Unsri, *Wawancara* pada tanggal 22 Maret 2021.

c). Bagaimana tanggapan anda tentang citra diri Presiden Jokowi sebelum menonton acara *President's Corner*?

“Jauh sebelum menonton *President's Corner*, Presiden Jokowi sudah membangun citra diri dari Walikota Solo. Seseorang yang dari pengusaha yang terjun ke dunia politik dan akhirnya memecahkan rekor sebagai calon Walikota terpilih dengan suara lebih dari 90% pada saat itu. Dan sukses menjadi seorang Gubernur DKI Jakarta lalu lanjut terpilih menjadi Presiden RI. Menurut saya beliau sudah dikenal banyak dibicarakan orang, terutama setelah reformasi abad 21. Beliau secara statistik sering dikategorikan sebagai pemimpin yang berpengaruh sejajar dengan Presiden Amerika Serikat, Kanselir Jerman, Presiden Prancis, Presiden Rusia dan Raja Arab. Beliau kalau di statistik di majalah *Time* atau *Forbes* beliau selalu masuk.”¹⁹

d). Bagaimana tanggapan anda mengenai citra diri Presiden Jokowi setelah menonton acara *President's Corner*?

“Memang politisi penting untuk mencitrakan diri namun terkadang di acara itu sering memproyeksikan mengenai kinerja Jokowi meninjau waduk atau pembangunan atau ekonomi. Itu sudah ada media kementerian yang seharusnya. Seharusnya mereka saja yang menyiarkan itu daripada harus Presiden. Tapi karena acara itu memang didesain untuk membranding Presiden, apalagi Metro TV itu televisi

¹⁸ Werdo Sujatmiko, Mahasiswa Pascasarjana Unsri, *Wawancara* pada tanggal 22 Maret 2021.

¹⁹ Werdo Sujatmiko, Mahasiswa Pascasarjana Unsri, *Wawancara* pada tanggal 22 Maret 2021.

yang terkenal mendukung Jokowi semenjak pilpres tahun 2014. Jadi hal itu saya rasa terlalu berlebihan. Namun terlepas dari itu semua ketika saya menonton tayangan ini ternyata menjadi seorang Presiden tidak sepenuhnya merenggut “kehidupan normal” seseorang, toh ternyata beliau masih bisa menjalani kehidupan seperti masyarakat biasa. Menjadi seorang kepala keluarga sekaligus menjadi seorang kepala negara.”²⁰

e). Apakah menurut anda Presiden Jokowi memerlukan tayangan yang secara khusus meliput kesehariannya sebagai Presiden Republik Indonesia?

“Tidak, karena hal itu bisa mengingatkan pada Presiden Soeharto. Karena dulu beliau saat menanam padi, bahkan memancing saja sampai memberhentikan tayangan TV, namun itu tidak berlebihan seperti dahulu dan dulu cuman ada sedikit stasiun tv. Namun dengan banyaknya stasiun tv seperti sekarang ini jangan sampai hal dulu terjadi lagi. Tayangan khusus mengingatkan pada Presiden Soeharto, namun jika tayangan mengenai program kerja boleh-boleh saja asalakan tidak berlebihan.”²¹

Nama	Disky Aji Saputra
Usia	28 Tahun

²⁰ Werdo Sujatmiko, Mahasiswa Pascasarjana Unsri, *Wawancara*, pada tanggal 22 Maret 2021.

²¹ Werdo Sujatmiko, Mahasiswa Pascasarjana Unsri, *Wawancara*, pada tanggal 22 Maret 2021.

Jenis Kelamin	Laki-laki
Status	Pegawai Swasta

a) Apakah anda sering menonton Metro TV?

“Ya, saya sering menonton Metro TV karena saya suka mencari informasi dan berita-berita biar ga kudet.”²²

b). Apakah anda sering menonton program acara *President’s Corner* di Metro TV?

“Sering sih, soalnya acara itu mengulik sisi lain pak Jokowi sebagai sosok Presiden.”²³

c). Bagaimana tanggapan anda tentang citra diri Presiden Jokowi sebelum menonton acara *President’s Corner*?

”Presiden Jokowi itu sosok Presiden yang suka blusukan ya, dari zaman jadi Gubernur DKI Jakarta sampai saat menjadi Presiden Indonesia. Banyak pemberitaan yang memberitakan bahwa Presiden Jokowi itu pencitraan guna untuk menarik simpati masyarakat. Apalagi saat menjelang pilkada sejak tahun 2014. Beliau sosok yang bijaksana, namun saya termasuk orang-orang yang ga terlalu pro terhadap Presiden Jokowi, karena isu-isu yang lalu lalang di media massa dan media sosial.”²⁴

d). Bagaimana tanggapan anda mengenai citra diri Presiden Jokowi setelah menonton acara *President’s Corner*?

“Setelah menonton *President’s Corner* menambah wawasan saya terhadap pemerintah dan kebijakan-kebijakan yang tidak hanya

²² Disky Aji Saputra, Pegawai Swasta, *Wawancara*, pada tanggal 26 Maret 2021.

²³ Disky Aji Saputra, Pegawai Swasta, *Wawancara*, pada tanggal 26 Maret 2021.

²⁴ Disky Aji Saputra, Pegawai Swasta, *Wawancara*, pada tanggal 26 Maret 2021.

untuk satu pihak namun untuk semua pihak. Saya juga dapat mengetahui bagaimana sosok pak Jokowi dibalik figurinya sebagai Presiden. Kirain jadi seorang Presiden itu hidupnya serba diatur ternyata beliau masih bisa hidup normal layaknya masyarakat biasa”.²⁵

e). Apakah menurut anda Presiden Jokowi memerlukan tayangan yang secara khusus meliput kesehariannya sebagai Presiden Republik Indonesia?

“Sebenarnya saya rasa tidak perlu ya. Karena Presiden memerlukan privasinya sendiri. Tayangan yang menampilkan keseharian Presiden saya rasa tidak perlu. Cukup tayangan mengenai kegiatan-kegiatan beliau dalam menjabat sebagai Presiden”.

Hasil wawancara dengan beberapa pemirsa *President's Corner* dapat disimpulkan bahwa tayangan tersebut memiliki dampak terhadap persepsi khalayak sebelum dan sesudah menonton program *President's Corner* mengenai citra diri Presiden Jokowi. Awalnya mereka tidak pro terhadap Presiden Jokowi, namun setelah menonton *President's Corner* citra diri Presiden Jokowi bertambah menjadi lebih positif. Presiden Jokowi direpresentasikan sebagai sosok yang sederhana, merakyat, suka blusukan dan apa adanya. Namun, disatu sisi mereka berpendapat bahwa tayangan *President's Corner* yang meliput secara khusus kehidupan Presiden Jokowi dirasa tidak perlu, cukup tayangan mengenai kinerja beliau. Karena Presiden Jokowi dirasa perlu untuk menjaga privasi dan kenyamanan seperti masyarakat biasa. Pernyataan dari para informan sesuai dengan hipotesis agenda setting. Dalam hipotesis agenda setting tidak mengatakan media yang sedang mencoba untuk membujuk. Efek media pada khalayak yang dilihat sebagai hasil utama dari kerja pers dalam menginformasikan khalayak. Media, menggambarkan dan merinci apa yang sudah ada.

²⁵ Disky Aji Saputra, Pegawai Swasta, *Wawancara* , pada tanggal 26 Maret 2021.

Dalam salah satu tayangan *President's Corner* terlihat berjalannya Agenda Setting yang dilakukan oleh media. Salah satunya dalam tayangan *President's Corner* pada tanggal 13 Januari 2021. Dimana Jokowi melakukan vaksinasi Covid-19 perdana dan menjadi orang yang pertama kali di vaksin Covid -19 di Indonesia.



Program vaksinasi covid-19 nasional telah dimulai dengan penyuntikan perdana kepada Presiden Joko Widodo di Istana Merdeka Jakarta pada 13 Januari 2021. Presiden berpesan kepada seluruh warga Indonesia untuk turut menyukseskan program vaksinasi covid-19 nasional untuk memenuhi herd immunity atau kekebalan kelompok di Tanah Air. Agenda Setting terlihat dengan menjadikan Jokowi sebagai orang yang pertama kali di vaksin, hal ini dilakukan untuk memberikan rasa aman dan percaya kepada masyarakat agar tidak takut dan mau untuk di vaksin. Citra diri Jokowi ditampilkan sebagai seorang Presiden yang rela berkorban dengan menjadi orang yang pertama di vaksin. Karena beredar luas berita mengenai vaksin dan kredibilitas keberhasilan vaksin dalam menghambat virus corona. Sehingga masyarakat menjadi takut dan was-was untuk menjalani vaksinasi. Namun hal itu seolah ditepis oleh Jokowi dengan melakukan vaksinasi covid perdana di Indonesia.