

Penggunaan Siluet Pinokio oleh Majalah *Tempo* Sebagai Bentuk Kritik Sarkasme Terhadap Jokowi

Ahmad Alfin Ferdian, Irwansyah, & Muzhid Akbar Hidayat

alfinferdian16@gmail.com

marley.kalpost@gmail.com

m.akbarhayat@gmail.com

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Kalimantan
Arsyad Al Banjari

Abstrak

Peran media cetak sangat signifikan di era sekarang. Bahasa yang digunakan dalam menyampaikan pemberitaan sangat penting untuk memberi kan fakta secara jelas untuk masyarakat. Penggunaan pesan sarkasme dalam berita dapat menjadi hiburan atau dapat menjadi lebih santai untuk para pembaca, akan tetapi disini lain apabila gaya bahasa sarkasme yang tidak tepat rentan menimbulkan interpretasi yang tidak sesuai bagi pembaca. Jurnal ini bertujuan untuk melihat bagaimana pesan sarkasme yang digunakan oleh Tempo.co menggunakan siluet Pinokio yang disandingkan dengan presiden Jokowi edisi 16-22 September 2019. Jurnal ini menggunakan paradigma konstruktivis dan teknik analisa semiotika untuk melihat bagaimana konstruksi isu yang dibuat oleh Tempo.co dalam sampul edisi 16-22 September 2019. Penggunaan bahasa sarkasme yang digunakan tampak jelas mengarah kepada media membangun opini masyarakat terhadap komunikasi politik antara keputusan Jokowi mengenai Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK), karena adanya pesan sarkasme ini menimbulkan opini masyarakat bahwa Jokowi mendukung untuk melemahkan sistem kerja dari Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK).

Kata Kunci: Sarkasme, Komunikasi Politik, Media Cetak.

I. Latar Belakang

Komunikasi sangat penting dalam politik. Dalam komunikasi politik, media massa merupakan sarana dan aspek utama yang harus diperhatikan. Sebagai bagian dari proses komunikasi politik, berbagai metode dan kegiatan komunikasi seperti pemberitaan, periklanan, kampanye, propaganda, kehumasan, dan lain-lain sangat dominan dalam media massa dekoratif. Sekalipun komunikasi itu sendiri harus dilakukan terlebih dahulu, ini adalah proses yang dilakukan sesuai dengan prinsip komunikasi. Sulit untuk menemukan media netral saat ini. Bahkan di negara demokrasi, media massa yang netral sulit ditemukan. Tak heran jika media massa yang ada biasanya mewakili kepentingan pemerintah atau partai politik tertentu.

Dari perspektif komunikasi politik, pertukaran politik dapat dilakukan tanpa tindakan politik yang sebenarnya. Oleh karena itu, sebagian orang menyebut komunikasi politik sebagai istilah baru, yang sebenarnya hanyalah istilah, yang tidak jarang. Dalam praktiknya, komunikasi politik sangat intens dalam kehidupan sehari-hari. Dalam aktivitas sehari-hari tidak ada yang tidak berkomunikasi, ketika seseorang atau sekelompok orang membicarakan fenomena kenaikan harga BBM, sebenarnya mereka mengarah pada analisis komunikasi politik.

Perkembangan teknologi saat ini semakin mempermudah masyarakat untuk mengakses internet. Akses internet yang sangat mudah dan bisa dilakukan dimana saja, bisa di akses melalui komputer ataupun *handphone* di mana saja dan kapan saja. Berbagai kemudahan yang dimiliki untuk mengakses internet membuat masyarakat semakin melek internet dan mencari berbagai informasi serta kebutuhan yang diperlukan melalui internet, bahkan saat ini apapun yang dibutuhkan semua tersedia di dunia maya ataupun internet. Berbagai kemudahan yang ada di internet tentu saja membuat masyarakat saat ini lebih banyak menghabiskan waktu di dunia maya, terutama untuk mendapatkan informasi. Informasi yang ada di dunia maya bahkan saat ini disebut dengan istilah *up to date* (selalu terbaru).

Informasi yang disajikan selalu baru dan dengan pilihan yang beragam. Selain terdapat informasi yang beragam, internet juga saat ini menjadi tempat edukasi dan pembelajaran. Penyajian informasi dan berita bisa dijadikan sebagai pembelajaran. Berita-berita yang disajikan bisa memuat sesuatu kejadian yang sedang terjadi ataupun berita yang membuka wawasan untuk pemahaman baru. Berita sendiri merupakan

istilah “*news*”, istilah Inggris untuk maksud “berita”, berasal dari “*new*” (baru) dengan konotasi kepada hal-hal yang baru. Dalam hal ini segala yang baru merupakan bahan informasi bagi semua orang yang memerlukannya. Dengan kata lain, semua hal yang merupakan bahan informasi yang dapat disampaikan kepada orang lain dalam bentuk berita (*news*) (Suhandang, 2010).

Perkembangan Internet saat ini telah memaksa media massa konvensional bersaing untuk bergerak ke media digital. Mereka menargetkan pasar Internet untuk mengembangkan bisnisnya. Dibandingkan dengan media konvensional seperti televisi, cetak dan radio, pasar online digital dinilai memiliki masa depan yang lebih cerah. Berdasarkan data yang dihimpun tekno.kompas.com, survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa lebih dari separuh penduduk di Indonesia saat ini sudah terkoneksi internet. Survei yang dilakukan pada tahun 2016 menemukan bahwa 132,7 juta orang Indonesia terhubung ke Internet. Menurut laporan dari Liputan6.com. Dewan Pers mencatat ada sekitar 47 ribu media di Indonesia, 44.300 di antaranya media online, sisanya adalah media cetak, televisi, dan radio.³ Dari data ini menunjukkan lebih dari 90% media yang ada di Indonesia saat ini merupakan media daring. Masyarakat tersebutlah yang menjadi pasar utama saat ini bagi media arus utama.

Dalam konteks ini, media massa cetak yang terbatas pada surat kabar, majalah dan buku merupakan sarana komunikasi dan persuasif bagi para praktisi politik, gerilyawan politik dan pemerhati politik. Sebagai sarana komunikasi, media massa cetak digunakan untuk menyebarluaskan visi dan misi calon kepada direksi atau calon presiden, serta memberikan informasi selengkap dan semenarik mungkin tentang rencana jangka panjang dan jangka pendek yang mencerminkan visi calon presiden. Dan implementasi misi.

Media massa cetak telah menarik perhatian masyarakat karena sifatnya yang lama, karena dapat menyimpan informasi terbitan tanpa perlu “rekaman” seperti media massa siaran. Informasi tersebut kemudian dapat dengan mudah diambil kembali saat dibutuhkan. Oleh karena itu, media massa cetak bukanlah media informasi yang hanya lewat sekilas begitu saja. Di sinilah letak kekuatan media massa cetak, seiring dengan meleburnya media dengan berita online melalui internet maka kekuatan ini semakin kuat.

Informasi media massa cetak juga berpengaruh pada kelompok tertentu, terutama kelompok terpelajar dan dewasa. Mereka membutuhkan informasi dan data dalam bentuk cetakan, karena

jenis ini biasanya merupakan hasil observasi dan analisis yang cukup mendalam dan representatif, yang dapat memberikan referensi untuk kepentingan sendiri dan keperluan lain.

Sarkasme di media politik merajalela di media online. Ini karena Internet memberi semua pengguna kebebasan dan aspek penurunan peringkat untuk bertindak sebagai konsumen atau produsen konten. Selain itu, keberagaman konten dan penyajian konten merupakan aspek penting tidak hanya bagi pembaca tetapi juga bagi produser berita, agar dapat menarik perhatian khalayak di bidang online. Salah satunya menggunakan gaya sarkas yang menarik.

Salah satu media yang kerap melakukan kritik dengan cara sarkas ialah Tempo, majalah ini biasanya menggunakan cover yang sarkas dan terkesan blak-blakan membahas mengenai politik di Indonesia. Salah satu yang sempat sangat diperbincangkan pada saat Tempo memutuskan menggunakan animasi Presiden Jokowi hidung mancung didampingi dengan siluet “Pinokio”. Sampul ini diterbitkan oleh Tempo pada edisi 16-22 September 2019.

Namun, yang berkembang sejak saat itu adalah media sosial tidak hanya digunakan untuk hal-hal yang positif, tetapi juga sering digunakan sebagai sarana untuk menghujat dan memfitnah seseorang, sehingga mengurangi kredibilitasnya. Jika fenomena ini dibiarkan maka akan menjadi kondisi yang kontradiktif antara kemunculan dan perkembangan media sosial media. Media sosial diharapkan dapat mengembangkan komunikasi politik publik, namun pada kenyataannya terdapat permasalahan yang menghambat perkembangan komunikasi politik.

Dengan berkembangnya internet, dunia komunikasi pun mengikuti trend perkembangan tersebut, termasuk komunikasi politik. Proses interaksi pengiriman dan penerimaan pesan dapat dilakukan dengan menggunakan metode atau media tertentu. Dalam penelitian ini media sosial dipilih sebagai media penyampaian informasi dalam komunikasi politik yang menjadi objek penelitian.

Oleh karena itu, penting dilakukan penelitian atau kajian untuk melihat dinamika pemanfaatan media sosial dalam kehidupan politik yang sedang berkembang di tengah masyarakat. Penelitian difokuskan pada bagaimana peran media dalam isu-isu politik yang sedang hangat diperbincangkan oleh masyarakat. Seperti telah dikemukakan di awal, media sosial memegang peran penting dalam proses komunikasi politik. Sifatnya yang interaktif memungkinkan proses komunikasi politik bisa dilakukan dengan lebih intens. Terkait dengan hal itu, pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini adalah bagaimana pesan sarkasme animasi Jokowi dengan siluet Pinokio yang ingin disampaikan oleh majalah tempo dalam cover edisi 16 – 22 September 2019.

II. Kerangka Teori

Jurnalisme sebenarnya adalah proses menghasilkan informasi dan menyebarkan informasi melalui media massa (baik itu media cetak, elektronik maupun media online). Praktik berita merupakan metode yang digunakan oleh organisasi media untuk mengemas berita berdasarkan etika berita dan nilai-nilai berita. Penggunaan sarkas dalam praktek pemberitaan dianggap sebagai konsep berita komedi. Komedi memiliki ciri artistik yang penuh humor, meski terkadang kelucuan tersebut bersifat menyindir. Jurnalisme komedi menggunakan gaya sarkasme. Biasanya penggunaan sindiran untuk menyampaikan pesan yang ditujukan untuk mengkritisi kekuasaan. Dalam jurnalisme komedi, garis antara hiburan dan berita menjadi kabur atau menyatu, dan jika media sering menyajikan berita hiburan seperti *hard news*, cepat atau lambat perbedaan antara berita dan hiburan tidak akan terlihat.

Media dalam teori kritis selalu terkait dengan ideologi dan hegemoni. Ini melibatkan cara menafsirkan realitas atau teks wacana dengan cara tertentu. Media massa yang menyebarkan informasi tentunya memiliki kekuatan dan senjata kritik yang ampuh. Bahkan dalam kurun waktu tersebut, terlihat bahwa media massa memainkan peran yang sangat penting dalam mengkritisi semua kebijakan pemerintah. Tampaknya media massa ingin menunjukkan dan menunjukkan kebobrokan pemerintahan yang sedang berkuasa.

Di Indonesia sendiri perkembangan teori kritis berawal dari sistem pemerintahan yang ada. Dulu, terutama di era orde baru, media massa seolah bungkam. Sama sekali tidak ada media yang bisa mengkritik pemerintah. Dan hanya media pro pemerintah yang bisa beroperasi, jadi kondisi saat ini berbeda 180 derajat. Apalagi di media massa, lebih banyak kebebasan mengkritik kinerja pemerintah.

Berbeda dengan sekarang, penerapan teori kritis di media massa Indonesia sendiri terkadang cenderung berlebihan. Sebuah tempat dimana satu media massa dan media massa lainnya seolah-olah saling mendorong atau mendapatkan beberapa tokoh dalam kesulitan. Terkadang, media massa bahkan bisa mengiringi opini publik. Jelas, setiap orang bisa memainkan peran kritikus hari ini. Namun jika ditelaah lebih dalam, maka yang berhak mengkritik adalah mereka yang ahli.

Media massa merupakan produk yang dipengaruhi oleh politik, ekonomi, kebudayaan dan juga sejarah jadi fokus kajiannya adalah fungsi apa yang harus dilakukan oleh media massa

di dalam masyarakat. Teknannya bukan kepada efek komunikasi kepada khalayak, tetapi lebih terpusat kepada perhatian siapa yang mengontrol atau mengendalikan komunikasi massa. Alvin Toffler, mengatakan siapa yang menguasai dan mengendalikan informasi dan komunikasi akan dapat mengendalikan dan menguasai dunia inilah yang disebut dengan abad informasi.

III. Metode

Metodologi adalah proses, prinsip dan prosedur yang kita gunakan untuk memecahkan masalah dan mencari jawaban. Dengan kata lain, metodologi adalah metode umum untuk meneliti topik penelitian. Metodologi dapat dipengaruhi atau didasarkan pada perspektif teoritis di mana penelitian dilakukan. Perspektif teoritis adalah penjelasan atau kerangka interpretasi yang memungkinkan peneliti untuk memahami data dan mengaitkan data kompleks dengan peristiwa dan situasi.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif untuk mengkaji pesan siluet Pinokio sebagai bentuk kritik sarkasme terhadap Presiden Jokowi dalam sampul majalah Tempo.co edisi 16-22 September 2019. Peneliti melihat masalah dari cover majalah Tempo ini memiliki keunikan dan menarik perhatian peneliti. Sehingga peneliti perlu mengkaji bagaimana sebuah media yang memiliki keunikan yang beda dari beberapa media lain.

IV. Hasil dan Pembahasan

Sampul majalah Tempo.co edisi 16-22 September 2019, lumayan menimbulkan pro dan kontra. Sampul yang memperlihatkan gambar Presiden Jokowi dari samping dengan bayangan hidung panjang yang sangat identin dengan hidung Pinokio dianggap menghina bagi sebagian masyarakat karena seperti yang kita ketahui Pinokio identik dengan cerita ketika semakin sering berbohong maka hidungnya akan semakin panjang. Meskipun disisi lain masih ada yang mengapresiasi gambar ini karena memiliki makna kritik yang berbeda dan sangat dalam.

Gambar wajah presiden Jokowi dengan bayangan berhidung panjang itu memang dapat ditafsirkan secara beragam, akan tetapi dari caption sampulnya sangat jelas menunjukkan bahwa Jokowi dianggap telah mengingkari janji-janjinya, bertuliskan “Janji Tinggal Janji” dengan sangat mencolok diikuti dengan tulisan “para pegiat anti korupsi merunding Presiden ingkar

janji perihal penguatan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). Benarkah sejak awal Jokowi mendukung ketua komisi terpilih?



Gambar 1. Tampilan Sampul Majalah Tempo.Co edisi 16-22 September 2019

Sumber: nasional.tempo.co

Penggunaan sampul dan gaya bahasa yang digunakan oleh Tempo.co sebagai salah satu pesan sarkasme karena keputusan Jokowi soal (KPK) yang diasumsikan ingkar janji, hal ini jelas dapat menggiring opini para pembaca yang melihat untuk berpikiran negatif terhadap Presiden Jokowi. Apalagi ditambah dengan adanya siluet Pinokio yang identik dengan pembohong.

"Tempo tidak pernah menghina kepala negara sebagaimana dituduhkan. Tempo tidak menggambarkan Presiden sebagai pinokio. Yang tergambar adalah bayangan pinokio," kata Setri dalam pesan tertulisnya, Senin, 16 September 2019 Ujar Sestri Yasra Redaktur Eksekutif Majalah Tempo. Ia mengatakan, sampul Majalah Tempo dengan judul *Janji Tinggal Janji* itu merupakan metafora atas dinamika tersebut, yaitu tudingan sejumlah penggiat antikorupsi bahwa Presiden ingkar janji dalam penguatan KPK. "Tempo telah memuat penjelasan dalam Presiden dalam bentuk wawancara," katanya.

Hal yang ditakutkan disini ialah berita tersebut sempat viral dan takutnya dapat menggiring opini masyarakat bahkan mengubah sudut pandang masyarakat terhadap presiden Jokowi bahwa Jokowi tak berpihak terhadap pada pemberantasan korupsi dan bahkan ingin melemahkan komisi pemberantasan korupsi (KPK). Label yang diberikan Tempo.co terhadap Jokowi seperti bentuk propaganda media dalam rangka mendukung status quo. Harold D. Lasswell mengatakan propaganda dalam arti yang paling luas adalah teknik memengaruhi tindakan manusia dengan memanipulasi representasi (penyajian). Representasi bisa berbentuk lisan, tulisan, gambar, atau musik. Sebagai lembaga penyebar informasi kepada khalayak, menurut teori normatif media dalam *Teori Komunikasi Massa McQuail*, tidak dibenarkan media melakukan propaganda karena media sebenarnya ditujukan untuk kepentingan publik, bukan untuk membela kelompok kekuasaan.

Dari pesan sarkasme yang diteliti sangat memperlihatkan sikap dari Tempo.co terhadap tindakan yang diambil Jokowi tentang Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). Hal ini karena tanda yang memberikan ciri sehingga menggambarkan maksud dan juga posisi media. Dengan tanda pada sampul yang diteliti, terlihat Tempo.co sedikit menyerang terhadap keputusan yang diambil oleh Jokowi karena menggambarkan Presiden Jokowi dengan Siluet Pinokio yang dikenal sebagai “pembongkaran” selain itu didukung dengan caption dari sampul majalah tersebut “Janji Tinggal Janji”.

V. Kesimpulan

Hasil riset ini mengemukakan bahwa penggunaan pesan sarkasme dalam sampul Tempo.co edisi 16-22 September. Terlihat jelas dalam sampul edisi tersebut Presiden Jokowi disandingkan dengan bayangan pinokio ditambah lagi dengan caption “Janji Tinggal Janji”. Pesan sarkasme dalam sampul oleh Tempo.co ini dapat dilihat bisa menggiring opini masyarakat terhadap keputusan Jokowi, hal yang ditakutkan disini pesan ini dapat mengonstruksi dan menggiring opini pembaca sehingga dapat memandang Presiden Jokowi mendukung untuk melemahkan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). Posisi pinokio dalam sampul tersebut merupakan tanda yang spesifik yang sangat sarkas, dalam penelitian ini pesan sarkas yang digunakan ialah sarkas secara langsung.

Daftar Pustaka

Budiman, Kris. 2011. *Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problem Ikonitas*. Yogyakarta: Jalasutra.

Krisdinanto, N. (2014). *Anomali dan Teori Hirarki Penagruh Terhadap Isi Media dalam Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 12.

Suhandang, K. (2010). In *Pengantar Jurnalistik : Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik* (p. 103). Bandung: NUANSA.

Tamburaka, A. (2012). In *Agenda Setting Media Massa* (p. 140). Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.

Jurnal dan Penelitian

Muhammad Afandi dan Aceng Abdullah. 2018. Penggunaan Kartun Editorial oleh Poliklitik.com sebagai Bentuk Praktik Jurnalisme Alternatif. Bandung.

Referensi Pendukung

<https://mojok.co/auk/ulasan/pojokan/tafsir-sampul-jokowi-dan-hidung-pinokio-di-majalah-tempo-menurut-para-visual-artist/> diakses pada 10 November pukul 19.39

<https://pakarkomunikasi.com/teori-kritis-dalam-komunikasi-massa>
diakses pada 10 November pukul 20.13