

BAB II

MENELISIK PROFIL TEMPO.CO DAN KONTEK NARASI “ANTEK ASING

Bab ini menguraikan dua fokus utama yang menjadi landasan penelitian. Pertama, profil mendalam Tempo.co sebagai objek penelitian, meliputi sejarah, ideologi serta data performa digital yang menempatkannya sebagai aktor penting dalam pers nasional. Pemahaman ini krusial untuk membongkar posisi Tempo.co bukan sekedar sebagai penyampaian berita, melainkan sebagai “aktor ideologis”. Kedua, bab ini menelisik kontek narasi “antek asing” dalam lanskap komunikasi politik Indonesia, serta memaparkan peta koding tematik yang digunakan untuk membedah berita.

2.1 Profil Tempo.co

Tempo.co merupakan manifestasi digital dari *brand* Tempo yang memiliki akar sejarah panjang dalam jurnalisme investigasi di Indonesia. Untuk memberikan gambaran komprehensif namun ringkas mengenai identitas media ini, berikut adalah ringkasan profil Tempo.co:

Tabel 2.1 Profil Identitas dan Kebijakan Media Tempo.co

Kategori	Keterangan
Entitas Induk	PT. Tempo Inti Media Tbk
Sejarah Pendirian	1971: Didirikan sebagai <i>Majalah Tempo</i> oleh Goenawan Mohammad, Fikri Jufri, dkk.
Sejarah Pendirian	1971: Didirikan sebagai <i>Majalah Tempo</i> oleh Goenawan Mohamad, Fikri Jufri, dkk. 1996: Transformasi ke digital (Tempo interaktif atau kini menjadi Tempo.co)
Filosofi atau Slogan	“Enak Dibaca dan Perlu” (Berita harus naratif mengalir namun tetap substansial)

Visi Utama	Menjadi media acuan masyarakat Indonesia yang menjunjung tinggi kebebasan pers dan demokrasi.
Kebijakan Redaksional	Penerapan “ <i>Firewall</i> ” (Pemisahan tegas antara urusan bisnis atau iklan dan independensi ruang redaksi).
Jenis Jurnalisme	Jurnalisme Investigasi atau <i>Investigative Reporting</i> dan Jurnalisme Makna
Segmentasi Audiens	Kelas menengah ke atas, kaum terpelajar atau mahasiswa, dan pengambil kebijakan.

Sumber : Diolah dari data PT Tempo Inti Media TBK (2025)

Secara ringkas, identitas dan karakteristik Tempo.co sebagai media yang mengutamakan independensi dapat dilihat pada Tabel 2.1 berikut ini. Data menunjukkan bahwa Tempo.co memiliki landasan sejarah dan kebijakan redaksional yang kuat untuk mendukung landasan sejarah dan kebijakan redaksional yang kuat untuk mendukung perannya sebagai “aktor ideologis” dalam penelitian ini.

2.1.1 Sejarah dan Transformasi Digital: Dari Cetak ke Layar

Sejarah Tempo tidak dapat dilepaskan dari perannya sebagai simbol perlawanan pers terhadap otoritarianisme. Majalah Tempo didirikan pada tahun 1971 oleh Goenawan Mohamad dan rekan rekannya dengan semangat menghadirkan jurnalisme yang independen. Identitas kritis ini mencapai puncaknya saat peristiwa pembredelan oleh rezim Orde Baru pada tahun 1994. Peristiwa tersebut menanamkan “DNA Independensi” yang kuat pada kultur redaksi mereka, di mana loyalitas jurnalis ditunjukkan kepada publik, bukan kepada penguasa.

Mengantisipasi pergeseran pola konsumsi informasi, Tempo melakukan transformasi digital dengan meluncurkan Tempo Interaktif pada tahun 1996, yang kini dikenal sebagai Tempo.co. Peluncuran ini menjadikan Tempo sebagai salah satu pelopor media berita daring di Indonesia. Berbeda dengan media daring lain yang sering kali terjebak pada jurnalisme “klik”, Tempo.co berusaha

mentransformasikan nilai “jurnalisme makna” dan verifikasi berlapis dari edisi cetaknya ke dalam format digital yang lebih cepat namun tetap akurat.

2.1.2 Visi, Misi, dan Filosofi “Enak Dibaca dan Perlu”

Identitas redaksional Tempo.co dibangun di atas filosofi legendaris: “Enak Dibaca dan Perlu”. Filosofi ini mengandung dua dimensi yaitu “Enak Dibaca” berarti berita disajikan dengan gaya naratif yang mengalir dan tidak kaku, sedangkan “Perlu” berarti isu yang di angkat memiliki signifikansi substansial bagi kepentingan publik. Secara organisatoris, visi dan misi Tempo.co adalah sebagai berikut :

- Visi: Menjadi media acuan bagi masyarakat Indonesia yang menjunjung tinggi kebebasan pers dan nilai nilai demokrasi.
- Misi:
 1. Menyajikan jurnalisme yang independen.
 2. Bebas dari kepentingan politik praktis
 3. Menjalankan fungsi kontrol sosial terhadap kekuasaan

Untuk menjaga kemurnian visi tersebut, Tempo menerapkan kebijakan *Firewall* yang ketat. Kebijakan ini memisahkan secara tegas antara urusan bisnis dengan urusan redaksi. Hal ini memastikan bahwa independensi ruang redaksi dalam membingkai isu sensitif seperti kasus “antek asing” tetap terjaga dari intervensi eksternal.

2.1.3 Segmentasi Audiens

Berbeda dengan media massa populer yang menyasar segmen luas dengan konten sensasional, segmentasi Tempo.co lebih spesifik. Berdasarkan karakteristik pemberitaannya yang mendalam dan analitis, terget audiens utama media ini meliputi:

1. Kelompok sosial ekonomi kelas menengah ke atas: Pembaca dengan daya beli dan akses literasi yang baik.
2. Kaum intelektual dan mahasiswa: Kelompok yang mencari referensi akademik atau data valid, bukan sekedar berita viral.

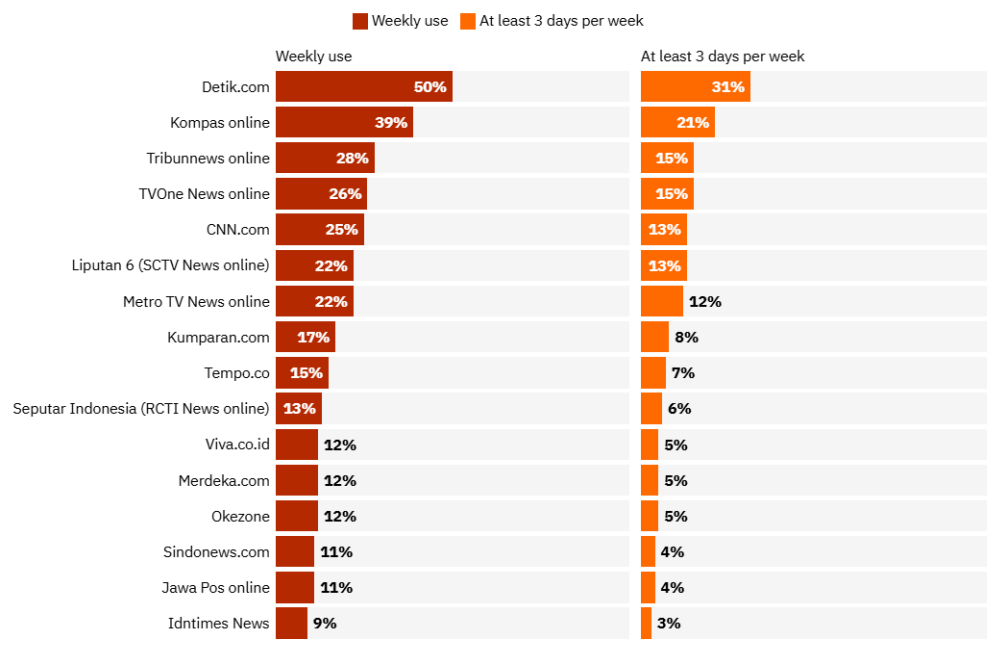
3. Pengambil kebijakan seperti pemerintah dan swasta: Aktor pemerintah dan swasta yang menjadikan Tempo sebagai barometer isu nasional

2.1.4 Data Kuantitatif dan Statistik Digital

Dalam ekosistem media digital, kekuatan sebuah media tidak hanya diukur dari sejarahnya, tetapi juga dari performa data kuantitatifnya. Data berikut menunjukkan posisi strategis Tempo.co dalam peta media daring di Indonesia.

A. Peta Penggunaan Media Daring

Gambar 2.1 Peta Penggunaan Media Daring



Sumber: Reuters Institute Digital News Report

Berdasarkan grafik di atas, Tempo.co memiliki tingkat penggunaan mingguan sebesar 15%. Meskipun angka ini menempatkan Tempo.co di bawah media agregator yang berorientasi *Breaking News* masif seperti Detik.com (50%) atau Kompas Online (39%), data ini harus diinterpretasikan secara kualitatif.

Angka 15% tersebut merepresentasikan pembaca loyal yang secara sadar mencari berita mendalam, berbeda dengan trafik insidental yang di dapat media lain dari judul *clickbait*.

Mengacu pada data kepercayaan publik, posisi Tempo.co yang berada di papan tengah dalam hal *traffic* namun di papan atas dalam hal *trust* menunjukkan anomali positif: Tempo.co bukan media yang paling banyak dibaca, tetapi merupakan media yang paling dipercaya oleh pembacanya.

B. Statistik Engagement dan Media Sosial

Selain trafik web, pengaruh Tempo.co juga terlihat dari aktivitas di media sosial yang menjadi saluran distribusi konten narasi “antek asing”. Berdasarkan observasi data publik digital di tahun 2025, akun media sosial Tempo pada Twitter dan Instagram memiliki karakteristik *High Engagement*, *High Sentiment*. Berita terkait politik sering kali mendapatkan ribuan *Retweet/Share* dan komentar. Hal ini menunjukkan bahwa konten Tempo memicu diskusi publik, bukan sekedar dibaca lalu dilewatkan.

Didominasi oleh kelompok usia 20-45 tahun yang aktif secara politik. Tempo.co menggunakan infografis visual di Instagram dan utas investigatif di Twitter untuk menyebarkan liputan mendalamnya, strategi ini efektif menjangkau audiens muda yang visual oriented

Namun, data ini justru memperkuat argument bahwa Tempo.co bukan media yang mengejar “klik” semata. Posisinya sebagai media rujukan bagi segmen pembaca kritis menjadikannya simpul penting dalam jaringan wacana politik nasional. Ketika Tempo.co mengangkat isu sensitif seperti “antek asing”, dampaknya bukan pada kualitas pembaca sesaat, melainkan pada kemampuan agenda setting di kalangan publik yang berpengaruh.

2.2 Konteks Narasi “Antek Asing” dalam Lanskap Politik

Isu yang dianalisis dalam penelitian ini adalah pidato “antek asing” bukanlah sebuah peristiwa yang berdiri sendiri. Narasi ini adalah bagian dari

diskursus komunikasi politik yang lebih besar di Indonesia, yang sangat erat kaitannya dengan fenomena polarisasi.

Memahami konteks isu ini sangat penting. Seperti yang di jelaskan dalam kerangka Teori Jaringan pada Bab 1, Tempo.co adalah simpul yang mengaktivasi jaringan. Narasi “Antek asing” adalah ‘informasi’ yang mengalir dalam jaringan tersebut, dan “pro-kontra’ adalah hubungan terbentuk akibat aliran informasi itu

2.2.1 Sejarah dan Makna “Antek Asing” sebagai Retorika Politik

istilah “antek asing” memiliki sejarah paling dalam retorika politik di Indonesia, seringkali digunakan untuk mendelegitimasi lawan politik. Dalam studi komunikasi politik, penggunaan narasi semacam ini merupakan bagian dari strategi populisme.

(Deha, 2021,)Menjelaskan bahwa retorika populisme digital seringkali bekerja dengan membangun dikotomi antara ‘kita’ dimana itu adalah rakyat dan nasionalis, melawan mereka yang dimaksud elit korup, dan kepentingan asing. Narasi “antek asing’ berfungsi sebagai alat retorik untuk membingkai lawan politik sebagai bagian dari mereka yang mengkhianati kepentingan nasional.

Ketika seorang tokoh politik sekaliber Prabowo Subianto menggunakan istilah ini, narasi tersebut memiliki bobot politik yang sangat tinggi. Ia tidak lagi berfungsi sebagai pernyataan faktual, melainkan sebagai “simbol” yang memicu sentimen nasionalisme dan kecurigaan, yang secara efektif membelah audiens menjadi dua kubu.

2.2.2 Polarisasi Politik dan Wacana Pro-Kontra

Penggunaan narasi “antek asing” secara langsung berkontribusi pada fenomena polarisasi politik. Penelitian ini berfokus pada “analisis pro-kontra” karena narasi tersebut memang dirancang untuk menciptakan pembelahan.

Audiens yang pro akan melihat pidato tersebut sebagai bentuk ketegasan, nasionalisme, dan peringatan yang sah terhadap kedaulatan negara. Di sisi lain, audiens yang ‘kontra’ akan melihatnya sebagai strategi usang, bentuk pembungkam kritik, atau pengalihan isu.

Di sinilah letak urgensi penelitian ini. Dalam lanskap yang sudah terpolarisasi, media massa memegang peran krusial. (Hasan & Jati, 2024,)Menemukan bahwa polarisasi politik di Indonesia ini bersifat “afektif”, dimana masyarakat tidak hanya berbeda pandangan politik, tetapi juga saling tidak menyukai secara emosional. Polarisasi ini diperburuk oleh konsumsi media yang selektif, di mana setiap kubu hidup dalam “ruang gema” mereka masing masing.

2.2.3 Intensitas Kemunculan Narasi dan Dampak Sosial Politik

Narasi “antek asing” bukanlah *slip of tongue*, melainkan strategi komunikasi yang terpola. Berdasarkan penelusuran jejak digital dan pemberitaan, istilah atau varian narasi yang bermakna “kaki tangan asing” muncul dengan intensitas tinggi pada moment moment politik krusial, terutama menjelang debat kandidat atau saat elektabilitas sedang bersaing ketat. Repetisi atau pengulangan narasi ini menciptakan apa yang disebut dalam psikologi komunikasi sebagai *illusory Truth Effect*, dimana kebohongan atau klaim yang diulang ulang akan dianggap sebagai kebenaran oleh audiens.

Dampak Sosial Politik secara sosiologis, narasi ini memiliki dampak destruktif seperti, Erosi Kepercayaan Institusi yang dimana masyarakat digiring untuk tidak percaya pada LSM, media independen, atau aktivis HAM karena dicap sebagai agen asing. Lalu ada Legitimasi Represi yang dimana narasi ini memberikan “Karpas Merah” bagi aparat untuk melakukan tindakan represif. Ketika sebuah kelompok sudah dilabeli “antek asing”, maka tindakan keras terhadap mereka dianggap sebagai upaya “bela negara”. Selanjutnya ada Polarisasi Horizontal dimana terjadi pembelahan akar rumput antara kelompok “Nasionalis Murni” melawan kelompok “Kritis”, yang berpotensi memicu konflik sosial.

2.2.4 Komparasi Bingkai: Tempo.co vs Media Lain

Untuk memahami posisi ideologis Tempo.co, penting untuk membandingkannya dengan media lain dalam meliput isu “antek asing” yang sama. Terdapat divergensi yang tajam seperti, Media Afiliasi Politik atau Partisan, dimana

media yang pemiliknya memiliki kedekatan dengan koalisi Prabowo cenderung membingkai pidato “antek asing” sebagai bentuk “Ketegasan Nasionalisme”. Judul berita yang dipilih seringkali bernada herois, seperti “Prabowo Ingatkan Bahaya Intervensi Asing” atau “Prabowo Pasang Badan Lawan Asing”. Mereka tidak mempertanyakan validitas data “antek” tersebut

Selanjutnya ada media netral, yang dimana media arus utama lain yang bermain aman cenderung hanya mengutip pernyataan apa adanya tanpa verifikasi mendalam atau talking news, Sedangkan Tempo.co berbeda dengan keduanya, Tempo.co mengambil posisi verifikatif dan kritis. Tempo tidak hanya mengutip, tapi melakukan *Fact Checking* terhadap klaim tersebut. Tempo membingkai narasi ini sebagai “ancaman demokrasi”, bukan sebagai ekspresi nasionalisme. Perbandingan ini mempertegas posisi Tempo.co sebagai anomali dalam ekosistem media yang seringkali kooptatif terhadap kekuasaan

2.3 Peta Koding Tematik

Untuk menjamin objektivitas dalam analisis framing Robert Entman pada Bab III, penelitian ini menyusun kategorisasi atau koding tematik. Koding ini berfungsi untuk menerjemahkan teks berita mentah kedalam kategori framing yang terstruktur.

Proses koding dilakukan dengan mengidentifikasi kata kunci dan nada narasi yang muncul dominan dalam setiap unit analisis berita. Berikut adalah tabel pedoman koding tematik yang digunakan:

Tabel 2.2 Pedoman Koding Tematik Framing

Elemen Framing	Fokus Analisis	Indikator / Kata Kunci yang dicari dalam Teks	Kode Tematik
Define Problem (Mendefinisikan Masalah)	Apa isu utama yang dilihat jurnalis?	- “Disinformasi” - “Hoaks” - “Propaganda” - “Pembungkaman” - “Represi” - “Strategi Politik”	Masalah Demokrasi dan Kebebasan Sipil

		- “Lagu Lama” - “Ancaman Kedaulatan” - “Intervensi Asing” - “Bela Negara” - “Nasionalisme”	Masalah Keamanan Negara (Biasanya digunakan media pro pemerintah)
Diagnose Causes (Memperkirakan Penyebab)	Siapa/Apa penyebab masalah ini ?	- “Presiden” - “Prabowo” - “Pejabat” - “Elit” - “Ambisi Politik” - “Menutupi Kegagalan” - “LSM Asing” - “Media Barat” - “Pihak Luar” - “Agenda Global”	Aktor Elit atau Faktor Internal Aktor Asing atau Faktor Eksternal
Make Moral Judgement (Penilaian Moral)	Apa nilai etis yang digunakan ?	- “Berbahaya” - “Tidak Etis” - “Menyesatkan” - “Melanggar HAM” - “Membodohi Publik” - “Tegas” - “Berani” - “Patriotik” - “Waspada” - “Cinta Tanah Air”	Delegitimasi (Negatif) Legitimasi (Positif)
Treatment Recommendation (Menyarankan Solusi)	Apa jalan keluarnya?	- “Hentikan Narasi” - “Fokus kerja” - “Cek Fakta” - “Kritis” - “Verifikasi” - “Tindak Tegas” - “Bubarkan” - “Lawan”	Literasi dan Penghentian Retorika Tindakan Represif atau Konfrontasi

Dengan menggunakan tabel koding di atas, setiap kalimat atau paragraf dalam berita Tempo.co yang dianalisis akan di petakan. Sebagai contoh, jika berita Tempo memuat kalimat “Narasi antek asing adalah lagu lama untuk membungkam

kritik”, maka kalimat tersebut dikoding masuk ke kategori Diagnoses Causes dan Make Moral Judgement. Peta koding ini memastikan bahwa interpretasi peneliti didasarkan pada bukti tekstual yang sistematis