

## STRATEGI KOMUNIKASI MAJALAH TEMPO DALAM MENGATASI ISU HALAMAN DEPAN MAJALAH TEMPO EDISI 16-22 SEPTEMBER 2019

Perdana Bagaskara<sup>1</sup>  
dan Fajarina<sup>2</sup>

Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul  
Jl. Arjuna Utara NO.9 Kebon Jeruk, Jakarta 11510

[perdanakara@gmail.com](mailto:perdanakara@gmail.com)  
[fajarina@esaunggul.ac.id](mailto:fajarina@esaunggul.ac.id)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi majalah Tempo dalam mengatasi isu halaman depan majalah Tempo edisi 16-22 September 2019. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan menggunakan metode studi kasus. Majalah Tempo edisi 16-22 September 2019 yang terdapat gambar ilustrasi Bapak Presiden Joko Widodo memiliki bayangan serupa pinokio di halaman depan banyak diprotes masyarakat. Masyarakat berpendapat bahwa, majalah Tempo yang berjudul “Janji Tinggal Janji” tersebut sudah menghinakan atau menjelekkkan Presiden Joko Widodo. Sehingga ada masyarakat yang melaporkan majalah Tempo ke dewan pers. Lalu ada juga masyarakat yang melakukan aksi protesnya di media sosial twitter dengan membuat tagar #Boikotmajalahtempo. Dalam kasus ini, divisi redaksi yaitu majalah Tempo dan divisi non redaksi corporate secretary melakukan tahapan-tahapan strategi komunikasi untuk mengatasi isu halaman depan majalah Tempo edisi 16-22 September 2019. Tahapan-tahapan itu berupa, penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan. Pelaksanaan yang dilakukan oleh majalah Tempo dalam kasus ini adalah, divisi redaksi majalah Tempo bertemu dengan pihak pelapor melalui dewan pers guna membahas kasus tersebut. Majalah Tempo mempunyai kendala dalam mengatasi isu yaitu, perbedaan persepsi masing-masing yang membuat masyarakat merasa tidak puas terhadap hasil dari kasus ini.

**Kata Kunci :** Strategi Komunikasi, Halaman depan Majalah Tempo, mengatasi Isu

### ABSTRACT

This study aims to determine the communication strategy of Tempo magazine in addressing the front page issue of the 16-22 September 2019 edition of Tempo magazine. This research is a qualitative research and uses a case study method. The 16-22 September 2019 edition of Tempo Magazine, which contains illustrations of Mr. President Joko Widodo, has a similar image to Pinocchio on the front page, which has been heavily protested by the public. The public is of the opinion that the Tempo magazine entitled "Promises Stay Promises" have insulted or discredited President Joko Widodo. So that there are people who report Tempo magazine to the press council. Then there are also people who protest on social media twitter by creating the hashtag #Boikotmajalahtempo. In this case, the editorial division, namely Tempo magazine and the non-editorial division of the corporate secretary, carried out the stages of communication strategy to address the front page issue of the 16-22 September 2019 edition of Tempo magazine. The stages were research, planning, implementation, evaluation, and reporting. Tempo magazine's implementation in this case was that the editorial division of Tempo magazine met with the reporting party through the press council to discuss the case. Tempo Magazine has a problem in overcoming the issue, namely, differences in the perceptions of each which make the public feel dissatisfied with the outcome of this case.

**Keywords:** Communication Strategy, Front page of Tempo Magazine, Overcoming Issues