

Hierarki Pengaruh Terhadap Kebijakan Redaksi: Studi Kasus di TV one dan Metro Tv dalam Pemberitaan Pilpres 2024

Maria Ulfah¹, Zaeni Rokhi², Gun Gun Heryanto³ Tantan Hermansah⁴

Muhammad Fanshoby⁵

¹²³⁴⁵UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

maul.mariaul39@gmail.com

ABSTRACT

The relationship between television media tvOne and Metro Tv and politics is a dilemmatic one, this can give rise to the attitude of each media in reporting the 2024 presidential election. A reality in a political moment is never completely neutral from political interpretation or capital patronage. In this case, the media is expected to be a watchdog in an ideal democratic system, but this cannot be realized according to its expectations. The aim of this research is to find out what the hierarchy of influence is in the editorial policies of tvOne and Metro Tv in reporting on the 2024 presidential election. And what the hierarchical comparison looks like influence in editorial policy on reporting on the 2024 presidential election on tvOne and Metro Tv. The research method used is qualitative, with a case study approach. In this research, the paradigm used is the critical paradigm. Data sources come from in-depth observations, interviews with tvOne News Anchor, Metro Tv Senior Journalist and Senior Producer, and documentation regarding the 2024 presidential election on the tvOne and Metro Tv YouTube channels. Of the five levels, namely Individual Level, Routine Level, Organizational Level, Extra Media Level and Ideology Level. The significant influence of these five levels is the Ideology Level, at this level the values that are firmly held by tvOne and Metro Tv in their reporting, including reporting on the 2024 Presidential Election.

Keywords: *Hierarchy of Influence; News Policy; tvOne; MetroTV; Presidential election*

ABSTRAK

Hubungan antara media televisi tvOne dan Metro Tv dengan politik adalah relasi yang dilematis, hal tersebut dapat memunculkan sikap masing-masing media dalam memberitakan pilpres 2024. Sebuah realitas di suatu *moment* politik tidak pernah sepenuhnya bersifat netral dari interpretasi politik maupun patronase kapital. Media dalam hal ini diharapkan menjadi *watchdog* dalam sebuah sistem demokrasi yang ideal akan tetapi hal tersebut tidak dapat direalisasikan sesuai dengan harapannya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana hierarki pengaruh dalam kebijakan redaksi tvOne dan Metro Tv dalam pemberitaan Pilpres 2024. Dan seperti apa komparasi hierarki pengaruh dalam kebijakan redaksi pada pemberitaan pilpres 2024 di tvOne dan Metro Tv. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif, dengan pendekatan studi kasus. Dalam Penelitian ini paradigma yang digunakan adalah paradigma kritis. Sumber data dari hasil observasi secara mendalam, wawancara dengan *News Anchor* tvOne, Jurnalis Senior dan Senior Produser Metro Tv, dan dokumentasi seputar pilpres 2024 di channel Youtube tvOne dan Metro Tv. Dari kelima Level yaitu Level Individual, Level rutinitas, Level Organisasi, Level Extra Media dan Level Ideologi. Pengaruh signifikan dari kelima level tersebut yaitu Level Ideologi, pada level ini nilai-nilai yang dipegang teguh oleh tvOne dan Metro Tv dalam pemberitaan, termasuk didalamnya pada pemberitaan Pilpres 2024.

Kata Kunci: Hierarki Pengaruh; Kebijakan Pemberitaan; tvOne; Metro Tv; Pilpres

PENDAHULUAN

Pemberitaan saat ini cenderung banyak menyisipkan pandangan pribadi pewarta saat menganalisis data di lapangan. Berita yang ditampilkan kepada masyarakat telah dipengaruhi oleh subjektivitas individu yang dihasilkannya. Meskipun sebagian besar masyarakat menganggap berita bersifat objektif, namun pihak yang tampil dalam memahami prinsip-prinsip jurnalisme akan mempertimbangkan bahwa setiap tulisan berita mencerminkan ideologi atau latar belakang dari lembaga media yang bersangkutan (Ibnu Hamad, 2014). Hal ini yang menjadi krusial untuk setiap pengusaha media yang harus bersifat adil dan menaati peraturan pers yang berlaku. Setiap media pasti memiliki kebijakan dalam mengatur substansi pemberitaan. Sehingga peran seorang redaktur yang mempunyai kebijakan redaksional diperlukan memiliki jiwa kepemimpinan, wawasan, konektivitas dan bertanggung jawab atas setiap pekerjaan yang berkaitan dengan pencarian dan pelaporan berita.

Dalam pembuatan kebijakan, terutama terkait dengan pengidentifikasian isu-isu kebijakan, merupakan bagian integral dari proses tersebut. Proses pembuatan kebijakan melibatkan beberapa elemen, termasuk jalur-jalur komunikasi yang digunakan untuk menyimpan informasi mengenai isu-isu kebijakan, baik secara vertikal, horizontal maupun diagonal, serta titik-titik kritis dan pusat keputusan di mana isu-isu tersebut diolah. Mekanisme kebijakan secara umum berkaitan dengan kecenderungan kontinuitas dan perubahan produk kebijakan yang menjadi fokus utama. Dalam pelaksanaan kebijakan, dibutuhkan sejumlah faktor atau pihak-pihak terkait (*stakeholders*) yang memainkan peran penting sebagai agen perubahan.

Memproduksi berita dan informasi yang telah dihimpun pewarta akan diseleksi kembali oleh jajaran redaksi. Gerald Kosicki menyatakan, jajaran redaksi tidak hanya mengawasi dan mengubah informasi namun juga terlibat dalam menekankan aspek tertentu dari suatu masalah (Griffin, 2012). Dalam perspektif lainnya juga, khususnya pada media massa diyakini tindakan kreatif Allah SWT, sebagai Al-Mushawwir (Maha Pembentuk). Tercermin dalam penggunaan media massa yang diciptakan Allah SWT, untuk kepentingan dan kemaslahatan bersama. Awalnya, media massa bertujuan untuk memberikan manfaat kepada banyak orang, sesuai dengan tujuan pencipta-Nya. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, industrialisasi media telah mengubahnya menjadi alat yang dikendalikan oleh pihak-pihak tertentu demi keuntungan golongan tertentu, menyimpang dari nilai-nilai netral dan nilai-nilai kebermanfaatannya yang semua menjadi orientasinya (Pembayun Ellys Lestari, 2012).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori hierarki pengaruh isi media yang diperkenalkan oleh Pamela J Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam buku *Meding The Message Theories of Influence on Mass Media Content*. Untuk mengetahui isi media dari pemberitaan pilpres 2024. Teori ini menjelaskan tentang pengaruh terhadap isi dari suatu pemberitaan media oleh pengaruh internal dan eksternal (Werner J. Severin, 2007). Shoemaker dan Reese membagi kepada lima level

pengaruh isi media, yaitu: pengaruh dari individu media (*individual level*), pengaruh dari rutinitas media (*media routines level*) (*individual level*), pengaruh organisasi media (*level organizational*), pengaruh dari luar media (*level extra media*), pengaruh ideologi (*level ideology*) (Shoemaker, P.J., & Reese, S. D., 2013).

Media juga memiliki kontrol yang dapat menjadi objektivitas suatu berita sehingga meminimalisir terjadinya keberpihakan terhadap salah satu pihak. Media harus tetap menjaga konsistensinya dari objektivitas berita. Dalam hal ini juga masyarakat harus lebih cerdas dan selektif dalam membaca dan memilih sebuah berita untuk dijadikan informasi dan opini yang diterimanya (Hamidah, 2024). Ada tiga tahapan penting yang perlu dilakukan sebelum melakukan penulisan berita, yaitu: tahap usulan berita, rapat *planning* dan rapat editorial sehingga usulan berita bersumber dari reporter berupa fakta-fakta lapangan, tim *planning* yang menganalisis data dan permintaan program yang mana berita titipan atau *sales* (Saraka, 2023).

Dari beberapa stasiun televisi program yang menyiarkan pemberitaan lebih banyak yaitu tvOne dan Metro Tv. Kedua media massa ini sama-sama tidak bisa dipisahkan dengan nuansa politik, tak lain disebabkan oleh dua nama besar yang ada di balik dua media massa tersebut juga dikenal bersinggungan dengan dunia politik. Hal tersebut juga menjadi pemicu opini publik terhadap netralitas dan independensi media massa. tvOne 80% yaitu berita (*news*) dan 20% olahraga (*sport*) juga hiburan (*entertainment*) dalam siarannya.

Tabel 1. Program Acara TtvOne

<i>News</i>		<i>Sport and Entertainment</i>		
Jenis Program				
<i>News One</i>	<i>Talkshow One</i>	<i>Info One</i>	<i>Reality One</i>	<i>Sport One</i>
Kabar Pagi	Apa Kabar Indonesia Pagi	Sidik Jari	Rumah Mamah Dedeh	Hidup Sehat
Kabar Siang			Damai Indonesiaku	
Kabar Petang	Apa Kabar Indonesia Siang	Coffee Break	Indonesia Business Forum	Kabar Arena Pagi
Kabar Malam				
Kabar Dunia	Kabar Petang Pilihan	Ragam Perkara	Waspada	Manusia Nusantara
Kabar Utama				
Kabar Terkini	Apa Kabar Indonesia Malam			<i>Trust</i>
Kabar Pasar				

Sedangkan Metro Tv menyajikan rata-rata berita (*news*) di stasiun Metro Tv sekitar 70% dan memiliki berita bersifat non *news* (bukan berita) hanya 30%.

Tabel 2. Program Acara Metro Tv

News	Non News			
Jenis Program				
<i>News</i>	<i>Talk show and Current Affairs</i>	<i>Features</i>	<i>Dokumenter</i>	<i>Sport</i>
Breaking News	Kick Andy	Tester Hunter	Melawan Lupa	Metro Sport
Selamat Pagi Indonesia	Hot Room		Journey	
Metro Xin Wen	Susi Cek Omak		Melihat Indonesia	
Metro Siang	15 Minutes		Realitas	Soccer Time
Newsline	Sirah Nabawiyah		Face 2 Face	
Metro Hari Ini	Showbis		Newsline Untuk Indonesia	
Metro Malam	Kontroversi		The Legend	
World News	Juragan Jaman Now		Authentic Indonesia	

Dari penjelasan di atas muncullah dua pertanyaan yang akan menjadi fokus utama pada penelitian ini, yaitu bagaimana hierarki pengaruh dalam kebijakan redaksi tvOne dan Metro Tv dalam pemberitaan pilpres 2024, dan seperti apa komparasi hierarki pengaruh dalam kebijakan redaksi pada pemberitaan pilpres 2024 di tvOne dan Metro Tv? Tujuan dari penelitian ini, adalah untuk mengetahui *individual level, media routines level, level organizational, level extra media, dan level ideology* di tvOne dan Metro Tv. Juga untuk mengetahui level mana saja yang mempengaruhi isi media dalam kebijakan redaksi di kedua media tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif merupakan suatu proses pengumpulan data berupa teks, gambar dan lain-lain yang akan dianalisis dan bersumber dari strategi penelitian yang berbeda-beda (Jhon W. Creswell, 2016). Penelitian kualitatif sendiri cenderung memperhatikan aspek lain yang digunakan baik untuk memperjelas bentuk kerja maupun isi penelitian yang dilakukan. Penelitian dengan metode ini juga digunakan untuk menguraikan fokus penelitian berdasarkan landasan teori yang digunakan peneliti (Kusumana, 2016). Dengan menggunakan metode ini, data-data yang berhubungan dengan pemberitaan pilpres 2024 di tvOne dan Metro Tv dapat dikumpulkan dan diidentifikasi lebih dalam untuk membongkar level mana yang mempengaruhi isi media dan lebih dominan dari level-level lainnya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini terbagi atas tiga jenis, yaitu observasi kualitatif, wawancara kualitatif dan dokumentasi (Jhon W. Creswell, 2016). Observasi dilakukan pada tanggal 24 Maret 2023 di akun youtube, dan pada tanggal 28 Maret 2023 di kantor tvOne dan Metro Tv. Wawancara dilakukan pada hari yang sama dengan reporter dan *news anchor* tvOne yaitu pak Andromeda, jurnalis senior Metro Tv pak Ken Norton dan pak Bayu Prayudanto senior produser dari Metro Tv. Hasil dari pengamatan dan wawancara dengan ketiga narasumber tersebut, menghasilkan data mengenai pemberitaan pilpres 2023 memberi gambaran mengenai hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi isi atau konten media yang dihasilkan dan dipublikasikan untuk di konsumsi khalayak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberitaan pilpres 2024 di tvOne dan Metro Tv

1. Individual level

Level paling awal yang dipandang dapat berpengaruh terhadap isi berita oleh media adalah level individual. Level atau pengaruh ini lebih dikarenakan oleh faktor apa karakteristik individu itu sendiri. Karakter ini, mengacu pada latar belakang sosial kehidupan pekerja media misalnya, latar belakang pendidikan, keluarga, sosial dan ekonomi (Shoemaker, P.J., & Reese, S. D., 2013). Namun hal ini juga berkaitan dengan kompetensi individu tersebut sebagai pekerja media. Menurut peneliti memang dalam proses rekrutmen atau penerimaan *reporter* ataupun *news anchor*, sangatlah spesifik dibandingkan dengan departemen-departemen lainnya. *Reporter* atau *news anchor* yang memiliki pendidikan jurnalistik tentu akan berbeda dengan *reporter* atau *news anchor* yang tidak memiliki latar belakang jurnalistik sama sekali.



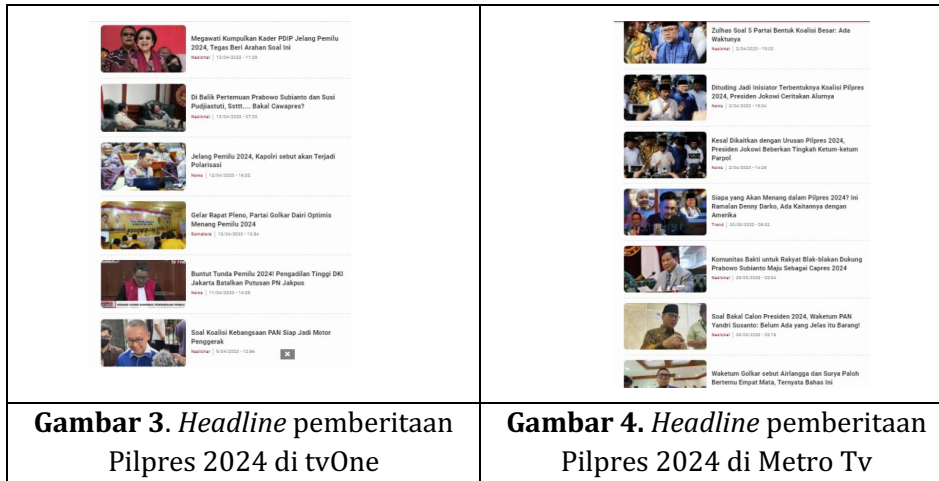
Sumber: tvOne dan Metro Tv, 30 Maret 2023

Menjadi seseorang yang ada di depan atau di balik layar memerlukan ketelatenan dan skill dan jurnalistik. Bahkan penampilan dan suara pun menjadi pertimbangan yang krusial. Hal-hal itulah yang menjadi prinsipnya level individual ini lebih merujuk pada kualitas, kapasitas dan pengalaman *reporter* atau *news anchor* yang bersangkutan. Sehingga peneliti dapat mengetahui latar belakang kehidupan sosial yang bersangkutan juga akan bisa berdampak dalam memahami sebuah realitas yang dihadapinya.

2. Media routines level

Level rutinitas media (*media routines*) lebih dipahami sebagai sebuah kebiasaan sehari-hari yang dilakukan organisasi media dalam mengemas dan

memproses berita. Secara umum, rutinitas yang dilakukan media dalam mengemas berita dibangun oleh tiga unsur yang saling berhubungan satu dengan lainnya. Ketiga unsur tersebut adalah sumber berita, organisasi media dan khalayak (Shoemaker, P.J., & Reese, S. D., 2013). Sumber berita akan sangat menentukan isi berita karena dari sinilah materi berita berasal. Selanjutnya, proses pengemasan berita akan ditentukan oleh tata kerja organisasi media yang bersangkutan.



Sumber: tvOne dan Metro Tv, 14 April 2023

Peneliti melihat bahwa dalam pemberitaan pilpres 2024, tvOne masih cenderung masih memihak pada salah satu calon. Walaupun 2014 menjadi sebuah pembelajaran atas teguran untuknya karena terlihat mencolok dan memihak salah satu paslon. Pemberitaan-pemberitaan pilpres yang ditampilkan kepada khalayak dengan kalimat-kalimat indah tentang paslon yang menjadi tujuan pemberitaan ataupun partai koalisinya. Hal ini, juga ditampilkan oleh Metro Tv, bahwa justru masuk ke tahapan pemilu secara *benefit* cukup tinggi. Karena memang isu politik dan isu pemilu menjadi sorotan dan media menjadi penyambung wajah bagi setiap calon atau partai koalisi yang mengusungnya. Sehingga jelas terlihat dari *headline* kecenderungan media terhadap salah satu calon yang diusung di dalam isi pemberitaannya.

3. Level organizational

Organisasi media menurut Shoemaker-Reese dinilai lebih besar dampaknya bagi isi pemberitaan media. Karena melalui organisasi media inilah yang kemudian akan muncul kebijakan dan regulasi yang mengatur media termasuk di dalamnya masalah redaksional (Shoemaker, P.J., & Reese, S. D., 2013). Kebijakan redaksional media juga menjadi penentu utama dalam merumuskan hal yang boleh dan yang tidak boleh dalam peliputan pemberitaan.

Memang tidak dapat dipungkiri lagi bahwa tvOne dan Metro Tv dimiliki oleh salah satu kader partai politik. Sehingga momentum ini tidak akan lepas dari pemanfaatannya dalam pemberitaan. Bahkan penjadwalan program, siaran apa saja, sampai narasumber yang akan diwawancarai sudah di diskusikan dan di koordinasi oleh produser program *brainstorming* sebelum wartawan atau tim lapangan turun.

Dalam rapat redaksi yang diselenggarakan sudah terimprovisasikan. Ini juga yang menjadi hal krusial yang peneliti telaah, karena dengan terafiliasinya pada partai politik maka media akan menjadi terintervensi walaupun tidak diperlihatkan secara serta-merta.

Dalam level ini juga peneliti menemukan bahwa di Metro Tv, Anies lebih mendominasi dalam pemberitaan pilpres 2024 walaupun pada saat itu, pihak metro mengkonfirmasi bahwa belum ada calon presiden yang betul-betul mengantongi tiket untuk masuk pada pilpres 2024. Namun hal itu menjadi kelaziman juga khususnya bagi Metro Tv bahwa sebuah media faktanya pasti memiliki orang dalam organisasi media. Dengan demikian peneliti menilai bahwa organisasi media lebih menjadi penentu dalam merumuskan hal-hal yang menyangkut keredaksian. Melalui organisasi media ini pula kepentingan pemilik modal akan tunjukkan. Pemilik modal tentu akan memiliki kepentingan agar kebijakan redaksional tidak akan mengganggu model bisnis mediana. Misalnya menjaga agar pemberitaan tidak mengganggu hubungan baik dengan para pemodal maupun pemasang iklan.

4. *Level extra media*

Faktor-faktor berikutnya yang bisa mempengaruhi isi pemberitaan media adalah terkait dengan pihak-pihak di luar media. Pihak tersebut misalnya adalah narasumber berita. Narasumber tentu akan sangat menentukan bagaimana isi berita itu dikonstruksi. Karena pada dasarnya sebuah berita itu disusun dengan berdasarkan pada informasi yang disampaikan narasumber. Faktor berikutnya misalnya adalah pemasang iklan. Bagaimanapun media pasti akan sangat berharap eksistensinya bisa berlangsung lama.



Gambar 5. Mantan Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan dideklarasikan bacapres dari Partai Nasdem Pilpres 2024. Sampai saat ini, belum ada bakal cawapres yang dinilai cocok mendampingi Anies



Gambar 6. Selama pendamping Anies Baswedan masih menjadi teka-teki, namun terdengar "bisikan" jika Cawapres Anies datang dari Jawa Timur

Sumber: tvOne dan Metro Tv, 12 Maret 2023

Dalam hal ini peneliti melihat media akan mengundang narasumber yang selaras dan searah dengan organisasi media mereka. Ataupun para menyumbang iklan dalam keberlangsungan dan kebutuhan media. Namun, esensi narasumber adalah sebagai pemilik informasi peristiwa dan situasi yang kompeten tidak akan

dipinggirkan, karena hal itu juga menjadi fundamental bagi setiap media untuk memunculkan tokoh yang berpikir. Oleh karena itu upaya yang dilakukan adalah bagaimana memiliki sumber pendapatan yang cukup dengan demikian menjaga hubungan baik dengan para pemasang iklan menjadi pertimbangan dalam pemberitaan media. Sehingga tentu media akan sangat mempertimbangkan kepentingan para pemasang iklan. Faktor penentu berikutnya adalah pemerintah. Sebagai pemegang regulasi pemerintah akan sangat bisa mempengaruhi media. Bahkan pemerintah bisa memberikan penekanan melalui kekuasaan membuat undang-undang dan peraturan lain yang dibuatnya. Dan masih banyak faktor faktor di luar media yang akan sangat mempengaruhi isi media.

5. *Level ideology*

Ideologi sebagai faktor yang mempengaruhi isi pemberitaan media dengan mendasarkan pada pemikiran bahwa ideologi merupakan serangkaian konsep nilai-nilai yang menjadi landasan seseorang untuk menilai atau menafsirkan tentang sesuatu (Shoemaker, P.J., & Reese, S. D., 2013). Orang yang memiliki ideologi tertentu akan membuat seseorang tersebut akan menilai dan menafsirkan realitas sesuai nilai yang diyakininya. Bahwa ideologi merupakan serangkaian nilai-nilai yang membentuk sebuah konsep cara berpikir. Sehingga ideologi yang dianut seseorang akan berpengaruh juga dengan bagaimana seseorang itu menafsirkan realitas yang dihadapi. Dibanding dengan level yang lain, tentu saja faktor ideologi lebih bersikap abstrak karena lebih merupakan cara seseorang untuk memandang dan menilai sesuatu berdasar keyakinan atas nilai-nilai yang dianutnya.

Komparasi Antara TvOne dan Metro Tv

Berbagai macam pemberitaan terkait Pilpres 2024 mulai marak disajikan media-media di Indonesia dengan masing-masing versi dan perspektif masing-masing media. Media dalam menyebarkan informasi memiliki kemampuan untuk mendorong sekaligus mengubah opini publik terhadap kepentingan pihak tertentu (Rini Riyantini, 2019). Berita yang bersumber dari media massa yang sedang berada pada puncaknya sebagai inovasi teknologi media untuk bertahan dan meningkatkan kemampuan bersaing di dunia bisnis. Hal ini karena media telah memiliki andil dalam membentuk persepsi publik. Ditambah lagi kepentingan politik yang tidak bisa dipisahkan dari media yang memiliki relasi yang kuat dengan *figure* politik di Indonesia.

Dua stasiun televisi besar yaitu tvOne dan Metro Tv yang dikenal memiliki hubungan yang kuat dengan dua *figure* politik yaitu Surya Paloh dengan Metro Tv dan Aburizal Bakrie dengan TvOne dalam menyajikan berita seputar Pilpres 2024 memiliki sudut pandang yang berbeda. Wacana ini menjadi menarik untuk dianalisis mengingat berdasarkan teori dari Pamela J. Shoemaker dan Stephen D Reese yang asumsi dasarnya adalah bahwa terdapat lima level yang dapat mempengaruhi isi media. Level individu, level rutinitas, level organisasi media, level ekstra media, dan level ideologi. Setelah dilakukan analisis hasil wawancara dengan narasumber TvOne dan Metro Tv serta data dari beberapa literatur.

Dari lima level pengaruh tvOne dan Metro Tv memiliki kesamaan dalam pengaruh isi media, yaitu bahwa level organisasi atau *level organizational* memiliki pengaruh yang signifikan dalam kebijakan redaksi dan penyajian pemberitaan. Lalu disusul oleh beberapa level, yaitu: *media routines level*, *level extra media* dan *level ideology*. *Level organizational* cenderung memberikan pengaruh yang paling kuat dalam pemberitaan. Dari perbandingan pemberitaan Pilpres 2024 sudah mulai terlihat Metro Tv memberikan porsi dan intensitas yang lebih terhadap tokoh bakal calon yaitu Anis Baswedan serta Partai Nasdem dan Surya Paloh dalam Langkah-langkah politik. Sementara TvOne memberikan porsi yang lebih berimbang terhadap tokoh-tokoh dan partai selain Golkar.

KESIMPULAN

Level organizational memperlihatkan kepentingan perusahaan medianya, dalam hal ini kepentingan figur yang diasosiasikan menjadikan organisasi media memiliki pengaruh yang signifikan terhadap isi pemberitaan pilpres 2024. Hal ini terlihat bahwa tvOne dan Metro Tv mengikuti kebijakan redaksi, keputusan editorial, pilihan naratif dan penekanan pada kepentingan yang tentunya dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap kandidat dan isu-isu yang berkaitan erat dengan pemilihan presiden mendatang.

Tingkat pengaruh organisasi media juga berdampak pada kredibilitasnya dalam lanskap kacamata publik. Jika media semakin dianggap tidak netral atau terlalu dipengaruhi oleh kepentingan tertentu, hal ini dapat merusak kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang disajikan. Namun begitu, bukan hanya level organisasi media saja yang memiliki pengaruh, melainkan juga didorong oleh level rutinitas media, level ekstra media dan level ideologi media. Sehingga idealnya memang, media harus berimbang dan objektif, dalam kenyataannya, ada kemungkinan terdapat bias dalam pemberitaan yang dipengaruhi oleh kepentingan organisasi atau kecenderungan politik dari pemilik media.

SARAN

Media harus lebih memastikan bahwa pemberitaan mereka tentang pilpres 2024 adalah bersifat objektif dan berimbang. Ini artinya memberikan cakupan pemberitaan yang seimbang terhadap setiap kandidat dan menghindari adanya bias dalam liputannya. Namun bagi peneliti tidak hanya itu, media khususnya tvOne dan Metro Tv perlu berhati-hati dalam memilih sumber informasi seperti narasumber, perlu adanya netralisasi yang terorganisir agar tidak terlalu menampakkan adanya level yang memperkuat bahwa media tidak memiliki independensi.

DAFTAR PUSTAKA

Creswell, Jhon W (Ed.). (2016). *Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Pustaka Belajar.

Griffin. (2012). *Symbolic Interactionism of George Herbert Mead*. McGraw Hill.

- Hamad, Ibnu. (2014). *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis Terhadap Berita-berita Politik*. Yayasan Obor Indonesia.
- Hamidah. (2024). *Kontruksi Invasi Rusia Ukraina Dalam Pemberitaan Media Nasional: Analisis Framing Media Online JawaPos.com dan Tribun Pekanbaru.com Edisi Februari-Maret 2022*. Volume 4 Nomor 1 (2024), 266-141.
<https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i1.3577>
- Kusumana. (2016). *Merancang Karya Tulis Ilmiah (4th ed.)*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Lestari, Pembayun Ellys. (2012). *Communication Quotient*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Riyantini, Rini. (2019). *Pengaruh Terpaan Pemberitaan Sandiaga Uno di Media Online Terhadap Sikap Masyarakat*. Vol. 2 No. 2, 72-81.
<https://doi.org/doi.org/10.33822/jep.v1i02.958>
- Saraka. (2023). *Analisis Produksi Siaran Berita CNN Indonesia Newsroom: Studi Hierarki Pengaruh Level Rutinitas Media*. Vol. 7, No. 1 (2023), 15-35.
<https://doi.org/10.30762/mediakita.v7i1.792>
- Shoemaker, P.J., & Reese, S. D. (2013). *In Mediating The Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective*. Longman Publisher.
- Werner J. Severin, J. W. T. (2007). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*. Kencana.