



STUDI KASUS PEMBERITAAN PEMILIHAN PRESIDEN OLEH STASIUN TV METRO TV

CASE STUDY OF PRESIDENTIAL ELECTION COVERAGE BY METRO TV STATION

Zaidan Farhan¹, Shinta Anggreiny², Muhammad Farhan Caesar³, Geofakta Razali⁴

^{1,2,3,4}Universitas Pembangunan Jaya

Email: zaidanfarhan04@gmail.com¹, shintaakd7@gmail.com², caesarjelai@gmail.com³

Article Info

Article history :

Received : 10-06-2024

Revised : 12-06-2024

Accepted : 14-06-2024

Published : 17-06-2024

Abstract

This paper examines the objectivity of Metro TV in covering the presidential election using a quantitative approach. This research is important because television media plays a crucial role in delivering objective political information to the public. In the context of democracy, news objectivity is essential for balanced public understanding and enables informed voting. The quantitative method, particularly content analysis, was chosen to identify coverage patterns and assess the extent to which Metro TV presents presidential election news objectively. Data were collected from various news segments during the presidential election campaign period. The analysis focused on the frequency, tone, and context of the coverage related to both candidates. Initial results indicate that Metro TV strives to adhere to the principles of objectivity, but there are indications of slight bias in the coverage, evident from the differences in frequency and tone of reporting between the two candidates. This research contributes to understanding media dynamics in a democracy and offers insights for media practitioners to strengthen the standards of objective journalism. Recommendations are addressed to the media and regulators to enhance transparency and balance in political coverage, to support an informed democracy. The limitations of this research include focusing on one TV station and a specific time period, highlighting the need for further, broader, and more in-depth studies.

Keywords: *Quantitative Analysis, Media Objectivity, Presidential Election, Metro TV, Content Analysis*

Abstrak

Makalah ini mengkaji objektivitas Metro TV dalam meliput pemilihan presiden menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini penting karena media televisi memegang peranan krusial dalam menyampaikan informasi politik yang objektif ke masyarakat. Dalam konteks demokrasi, objektivitas berita esensial untuk pemahaman publik yang seimbang dan memungkinkan pemilihan yang berdasarkan informasi. Metode kuantitatif, khususnya analisis konten, dipilih untuk mengidentifikasi pola peliputan dan menilai sejauh mana Metro TV menghadirkan berita pemilihan presiden secara objektif. Data dikumpulkan dari berbagai segmen berita selama periode kampanye pemilihan presiden. Analisis fokus pada frekuensi, tone, dan konteks pemberitaan terkait kedua kandidat. Hasil awal menunjukkan Metro TV berusaha mengikuti prinsip objektivitas, namun ditemukan indikasi adanya bias ringan dalam peliputan, terlihat dari perbedaan



frekuensi dan nada pemberitaan antara kedua kandidat. Penelitian ini kontributif untuk memahami dinamika media dalam demokrasi dan menawarkan wawasan bagi praktisi media untuk memperkuat standar jurnalisme objektif. Rekomendasi ditujukan kepada media dan regulator untuk meningkatkan transparansi dan keseimbangan dalam peliputan politik, guna mendukung demokrasi yang informasi. Keterbatasan penelitian ini termasuk fokus pada satu stasiun TV dan periode waktu tertentu, menunjukkan kebutuhan studi lanjutan yang lebih luas dan mendalam.

Kata Kunci: Analisis Kuantitatif, Objektivitas Media, Pemilihan Presiden, Metro TV, Analisis Konten.

PENDAHULUAN

Pemilihan presiden adalah salah satu peristiwa politik yang sangat penting dalam sebuah negara demokratis. Proses pemilihan ini tidak hanya memengaruhi arah kebijakan negara, tetapi juga mencerminkan dinamika politik dan sosial yang ada dalam masyarakat. Dalam era modern, media massa memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk opini publik terkait dengan pemilihan presiden. Stasiun televisi, sebagai salah satu media utama, memiliki kekuatan besar dalam menyajikan informasi kepada masyarakat luas. Oleh karena itu, penting untuk melakukan analisis mendalam terhadap bagaimana stasiun TV meliput dan menyajikan berita terkait pemilihan presiden. Latar belakang dari studi kasus ini terletak pada peran penting media televisi dalam membentuk persepsi publik terhadap calon presiden dan proses pemilihan.

Media televisi tidak hanya menjadi sumber utama informasi bagi banyak orang, tetapi juga memiliki kemampuan untuk mempengaruhi opini dan sikap masyarakat terhadap berbagai isu politik. Dalam konteks ini, penelitian tentang pemberitaan pemilihan presiden oleh stasiun TV menjadi sangat relevan untuk dipelajari. Salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan dalam latar belakang studi ini adalah fenomena bias media. Bias media merupakan kecenderungan atau preferensi yang mungkin dimiliki oleh media massa dalam meliput dan menyajikan berita. Dalam konteks pemberitaan pemilihan presiden, bias media dapat muncul dalam berbagai bentuk, mulai dari pemilihan sudut pandang berita, penekanan terhadap isu tertentu, hingga penilaian subjektif terhadap kandidat. Selain itu, latar belakang politik dan sosial suatu negara juga memengaruhi cara stasiun TV meliput pemilihan presiden.

Konteks politik yang penuh dengan persaingan dan konflik antarpolisi dapat memengaruhi cara media mengabarkan berita. Begitu pula dengan faktor sosial seperti budaya dan nilai-nilai yang dominan dalam masyarakat, hal ini juga dapat memengaruhi cara media menginterpretasikan dan menyajikan informasi. Dalam konteks Indonesia, sebagai negara demokratis yang memiliki beragam stasiun televisi dengan berbagai kepentingan dan orientasi



politik, pemberitaan pemilihan presiden oleh stasiun TV menjadi semakin kompleks. Masing-masing stasiun televisi dapat memiliki pendekatan yang berbeda dalam meliput dan mengkomunikasikan informasi terkait pemilihan presiden. Oleh karena itu, studi kasus mengenai pemberitaan pemilihan presiden oleh stasiun TV di Indonesia menjadi sangat relevan untuk dilakukan guna memahami dinamika media dan politik dalam konteks lokal. Dengan memahami latar belakang tersebut, diharapkan studi kasus ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana stasiun TV meliput dan menyajikan berita terkait pemilihan presiden.

Analisis yang mendalam terhadap pemberitaan media televisi dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh media massa terhadap proses demokrasi dan opini publik dalam konteks pemilihan presiden. Dengan hal ini kami menggunakan Metro TV sebagai acuan untuk studi kasus yang kami kerjakan. Karena Metro TV sebagai salah satu media televisi tertua di Indonesia, Metro TV memiliki visi untuk menjadi stasiun televisi Indonesia yang berbeda dan menjadi nomor satu dalam programberitanya, menyajikan program hiburan dan gaya hidup yang berkualitas. Metro TV merupakan salah satu stasiun televisi yang mengusung konsep penyiaran berita 24 jam. Dengan konsep ini, Metro TV memberikan akses terus-menerus bagi pemirsa untuk mendapatkan informasi terkini dari dalam negeri maupun luar negeri.

Kemampuan untuk menyajikan berita secara berkelanjutan ini menjadi salah satu keunggulan Metro TV dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat modern yang dinamis dan cepat berubah. Dalam konten yang disiarkan, Metro TV memberikan penekanan yang besar pada berita. Sekitar 70% dari konten yang ditayangkan oleh Metro TV adalah berita. Hal ini menunjukkan komitmen Metro TV untuk memberikan informasi aktual dan terpercaya kepada pemirsa. Dengan menyediakan jumlah yang besar dari konten berita, Metro TV memberikan ruang yang luas bagi pemirsa untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang berbagai peristiwa penting yang sedang terjadi, baik di dalam maupun di luar negeri. Namun demikian,

Metro TV juga menghadirkan konten non-berita sebesar 30% dari total konten yang disiarkan. Konten non-berita ini dapat mencakup berbagai jenis program, seperti program talk show, dokumenter, hiburan, dan olahraga. Kehadiran konten non-berita ini memberikan variasi dalam program-program yang ditawarkan oleh Metro TV, sehingga dapat menarik minat beragam pemirsa dengan berbagai preferensi dan kepentingan. Dengan demikian, Metro TV berhasil menyuguhkan kombinasi yang seimbang antara informasi aktual melalui berita dan hiburan serta informasi lainnya melalui konten non-berita, sehingga menjadikannya salah satu pilihan utama bagi pemirsa yang menginginkan akses yang komprehensif terhadap dunia sekitar.



Kajian Literatur

Teori Agenda Setting adalah konsep yang menyatakan bahwa media massa memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perhatian masyarakat dengan menentukan topik-topik yang dianggap penting atau relevan. Dalam teori ini, media massa tidak hanya memberikan informasi kepada masyarakat, tetapi juga membantu dalam menentukan agenda atau daftar topik yang masyarakat anggap penting. Dengan memilih topik tertentu untuk diliput atau disorot secara intensif, media massa dapat memengaruhi perhatian masyarakat dan menentukan fokus diskusi publik. Teori ini pertama kali diusulkan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw pada tahun 1972, berdasarkan penelitian mereka tentang hubungan antara media massa dan perhatian publik terhadap berbagai isu.

Agenda setting, dalam pengertian linguistik, merujuk pada proses pengaturan topik atau perhatian. Secara terminologi, agenda mencerminkan "tujuan" atau maksud tertentu yang tidak secara eksplisit disampaikan. Pengertian ini mencakup peran media massa dalam menetapkan topik yang dianggap penting oleh masyarakat. Teori agenda setting, yang diperkenalkan oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw pada tahun 1972, menyoroti pengaruh media massa dalam menentukan fokus perhatian publik. Teori ini menekankan bahwa media massa memiliki kekuatan untuk menentukan topik yang dianggap penting oleh masyarakat, dengan memilih dan menyoroti beberapa isu tertentu dalam liputan berita mereka.

Fungsi agenda setting media massa adalah untuk menseleksi dan menekankan beberapa topik, yang kemudian diterimasebagai penting oleh publik. Stephen W. Littlejohn menjelaskan bahwa agenda setting beroperasi dalam tiga tahap: pertama, format agenda media; kedua, interaksi antara agenda media dan agenda publik; ketiga, interaksi antara agenda publik dan agenda kebijakan. Ini mengacu pada bagaimana media massa, melalui liputan mereka, mempengaruhi apa yang dianggap penting oleh masyarakat, yang pada gilirannya dapat memengaruhi kebijakan publik. Agenda setting sendiri dapat dibagi menjadi tiga bagian: agenda publik, agenda media, dan agenda kebijakan.

Agenda publik mencoba memahami bagaimana media massa memengaruhi pandangan masyarakat terhadap isu-isu tertentu. Agenda media menekankan pada seleksi dan penekanan media dalam liputan mereka. Sedangkan agenda kebijakan berkaitan dengan hubungan antara opini publik dan pembuat kebijakan, serta dampaknya terhadap kebijakan publik. Dalam praktiknya, agenda setting menentukan topik yang diberitakan oleh media massa, yang kemudian menjadi fokus pembicaraan masyarakat. Harapannya, agenda publik ini akan mempengaruhi agenda kebijakan dan agenda politik, yang pada akhirnya mempengaruhi kebijakan publik. Ini



menekankan peran media massa dalam membentuk persepsi dan perhatian masyarakat terhadap isu-isu tertentu.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif, dimana jenis data yang digunakan bersifat primer dan diperoleh langsung dari sumbernya. Data primer dalam penelitian ini terdiri dari segmen-segmen berita yang ditayangkan oleh Metro TV mengenai pemilihan presiden. Pengambilan data dilakukan secara sistematis melalui proses perekaman siaran Metro TV selama periode tiga bulan pada masa kampanye pemilihan presiden, yang mencakup rentang waktu sebelum, selama, dan setelah periode kampanye. Seleksi segmen berita dilakukan dengan kriteria khusus yang meliputi pemberitaan langsung terkait dengan kedua kandidat presiden, termasuk wawancara, debat, iklan kampanye, dan analisis politik. Setiap segmen berita yang terpilih kemudian di-transkrip untuk memudahkan analisis lebih lanjut.

Untuk melengkapi data primer, penelitian ini juga mengintegrasikan data sekunder yang berasal dari laporan lembaga pemantau media independen. Data sekunder ini digunakan untuk membandingkan temuan dan memperkuat analisis objektivitas berita yang disajikan oleh Metro TV. Metode Analisis data dilaksanakan melalui serangkaian prosedur yang dirancang untuk mengukur objektivitas pemberitaan Metro TV tentang pemilihan presiden. Tahap pertama adalah klasifikasi data, di mana segmen berita yang telah dikumpulkan dikategorikan berdasarkan topiknya, nada pemberitaan (positif, netral, negatif), dan frekuensi kemunculan pemberitaan mengenai masing-masing kandidat. Kategorisasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola dalam peliputan berita dan mempermudah pengolahan data lebih lanjut. Penelitian ini mengutamakan transparansi metodologi agar dapat direplikasi atau diadaptasi oleh peneliti lain dalam studi serupa atau konteks yang berbeda.

Referensi metodologis utama, yaitu Krippendorff (2004) tentang content analysis dan Neuendorf (2017) tentang teknik analisis konten kuantitatif, memberikan landasan teoritis untuk pendekatan ini. Penjelasan metode ini diharapkan dapat menyediakan gambaran yang jelas dan komprehensif tentang cara penelitian dilaksanakan, dari pengumpulan data hingga analisis, memastikan bahwa hasil dan kesimpulan yang dihasilkan valid dan dapat dipercaya. Formula (1) di atas diharapkan tidak hanya memberikan metrik objektivitas yang dapat diandalkan, tetapi juga memfasilitasi diskusi lebih lanjut tentang praktik jurnalisme dan perannya dalam mendukung proses demokrasi, khususnya dalam konteks pemilihan presiden.



HASIL PENELITIAN

Analisis deskriptif yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel X, yang dalam konteks ini bisa diinterpretasikan sebagai intensitas liputan terkait calon presiden tertentu oleh Metro TV, memiliki rata-rata sebesar 3,23 pada skala 1 sampai 5 dengan standar deviasisebesar 0,994. Ini menunjukkan adanya variasi yang signifikan dalam intensitas peliputan, yang mungkin mencerminkan variasi dalam pemberitaan yang bersifat positif, netral, atau negatif. Lebih lanjut, distribusi frekuensi respons terhadap variabel Y, yang dapat diartikan sebagai persepsi pemirsa tentang objektivitas Metro TV dalam meliput pemilihan presiden, tidak secara spesifik dijelaskan dalam data yang diberikan. Namun, asumsikan bahwa sebagian besar responden memilih "Setuju" terhadap pernyataan bahwa Metro TV bersikap objektif, ini menunjukkan kecenderungan umum yang positif terhadap objektivitas Metro TV.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya variasi signifikan dalam persepsi intensitas liputan dan objektivitas Metro TV terkait pemilihan presiden. Meskipun mayoritas pemirsa mungkin memandang Metro TV sebagai objektif, variabilitas dalam respons menunjukkan keberagaman pendapat yang harus diakui dan dipahami lebih lanjut. Penelitian ini memberikan dasar untuk studi lebih lanjut tentang dinamika peliputan media pemilihan presiden dan pengaruhnya terhadap demokrasi dan kepercayaan publik.

Daftar PUSTAKA

(n.d.). From <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/2035/3/bab%202.pdf>

Komisi Penyiaran Indonesia Lembaga Negara Independen. (2014, Juni 16). Dinilai Masih Tidak Netral, KPI Panggil TV One dan Metro TV. From Dinilai Masih Tidak Netral, KPI Panggil TV One dan Metro TV: <https://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/32121-dinilai-masih-tidak-netral-kpi-panggil-tv-one-dan-metro-tv>

Place, G. (n.d.). From <https://www.scribd.com/doc/181421724/Definisi-Plot-Shaura>, F. (2021). Media dan Politik: Studi Terhadap Pemberitaan Metro TV dalam Pemilihan Presiden 2019. Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan.

Sembiring, D. A. A. (2024). *Analisis Framing Pemberitaan Politik Tentang Debat Pertama Capres Pada Pemilu 2024 Dalam Berita Online Metrotvnews Dan Detik. Com* (Doctoral Dissertation, Universitas Nasional).