



## PEMETAAN BERITA POLITIK DARI MEDIA TERAFILIASI POLITISI (TELAHAH BERITA-BERITA TVONE DI TWITTER)

Afgiansyah<sup>1)\*</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta

\*Korespondensi Penulis: [afgiansyah@mercubuana.ac.id](mailto:afgiansyah@mercubuana.ac.id)

### ABSTRACT

*In the 2019 Indonesian presidential election, it was found partiality in political reporting from the mass media affiliated with politicians. This study aims to see whether it still occurs towards the 2024 election by mapping the contents released by the mass media affiliated with politicians through social media. In particular, the research examines official twitter account of TVOneNews in the period of January 1 to March 31, 2022 using quantitative descriptive analysis. Study conducted using social media monitoring tools, Mediawave Interactive. The results show that based on the mapping of political news content released by Twitter of TVOneNews within 2 years prior to Indonesia's general election 2024, still shows impartiality.*

**Keywords:** News Impartiality, Twitter Content Mapping, Politician Affiliated Media, General Election, Presidential Election

### ABSTRAK

Pada Pemilu Presiden RI tahun 2019, ditemukan adanya ketidakberimbangan dalam pemberitaan politik dari media massa terafiliasi politisi. Penelitian ini ditujukan untuk melihat apakah ketidakberimbangan ini masih terjadi menuju penyelenggaraan pemilu tahun 2024 dengan memetakan konten-konten yang dirilis oleh media massa terafiliasi politisi melalui media sosial. Secara khusus penelitian dilakukan pada akun twitter resmi TVOneNews pada periode 1 Januari s.d. 31 Maret 2022 untuk melihat keberimbangan pemberitaan tersebut melalui studi deskriptif secara kuantitatif menggunakan *social media monitoring tools*, Mediawave Interaktif. Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan pemetaan konten-konten berita politik yang dirilis twitter TVOneNews pada periode 2 tahun menjelang Pemilu 2024 masih menunjukkan keberimbangan.

**Kata Kunci:** Keberimbangan Berita, Pemetaan Konten Twitter, Media Terafiliasi Politisi, Pilpres, Pemilu

### PENDAHULUAN

*Cambridge Analytica scandal*, merupakan kasus pelanggaran etika terbesar di dunia yang terjadi pada dekade 2010-2019 lalu. Kemenangan Donald Trump sebagai Presiden AS tahun 2016 dan keluarnya Inggris dari Uni Eropa atau dikenal dengan istilah “Britain Exit” (Brexit) pada tahun 2020 tidak lepas dari skandal ini. Facebook sebagai platform media sosial terbesar di dunia, ikut terseret dalam skandal *Cambridge Analytica*. (Rosenberg, 2018). Pelanggaran apa yang terjadi? Melalui data-data pengguna facebook, mereka mampu mengolahnya menjadi target kampanye termasuk kampanye negatif berbekal hasil survey berlatar pembacaan psikologi para pengguna (Noujaim, 2019).

Jika *Cambridge Analytica* melalui medium sosial media dapat mempengaruhi pengambilan keputusan oleh pemilih, bagaimana dengan politisi pemilik media massa yang dapat

menyebarkan konten lebih luas kepada khalayak melalui sosial media? Seperti pada Pemilihan Presiden (pilres) tahun 2019, didapati adanya ketidakberimbangan dari media massa di Indonesia dalam memberitakan kandidat presiden. Seperti diungkapkan oleh Sapitri & Nurafifah (2019), setidaknya ada delapan stasiun televisi yang memiliki tendensi mendukung pasangan Joko Widodo & Ma'ruf Amin dan satu stasiun televisi yang mendukung pasangan Prabowo & Sandiaga Uno. Hal ini menunjukkan terjadinya ketidakberimbangan dalam pemberitaan politik oleh media massa di Indonesia.

Di Indonesia beberapa media massa khususnya televisi dengan jelas terafiliasi dengan politisi di mana pemilik terlibat aktif dalam partai politik. Sapitri & Nurafifah (2019) merinci beberapa media tersebut antara lain: TVOne dan ANTV yang dimiliki oleh kader Golkar Aburizal Bakrie, MNC Group (MNCTV, Global TV, RCTI, & I-News) yang dimiliki oleh Ketua Umum partai Perindo Harry Tanoesoedibjo, dan Metro TV yang dimiliki oleh pendiri Partai Nasdem Surya Paloh. Terkait dengan penyelenggaraan pemilu tahun 2024, perlu ditelaah kembali apakah ketidakberimbangan ini masih terjadi pada masa sekarang. Seperti diungkapkan oleh Taher (2022), manuver politik jelang pemilu 2024 mulai masif di awal tahun 2022. Beberapa politisi tampak sudah mulai menyodorkan diri sebagai kandidat jauh sebelum kampanye resmi dimulai. Oleh karena itu, pantauan terkait keberimbangan media terafiliasi politisi perlu dilakukan pada tahun 2022.

Berdasarkan uraian di atas, media sosial dapat menjadi sarana untuk mempengaruhi khalayak dalam menentukan pilihan politik. Sementara media massa sudah sejak lama digunakan menjadi sarana pembentukan opini publik, penggunaan keduanya dapat memberikan hasil optimal dalam mempengaruhi khalayak. Dari beberapa stasiun televisi terafiliasi politisi (Sapitri & Nurafifah, 2019), 3 di antaranya yaitu TV One, Metro TV, dan I-News TV merupakan televisi berita. Ketiga stasiun TV ini aktif menyebarkan konten pemberitaan di platform media sosial. Berdasarkan pantauan Mediawave Interaktif (2021), akun twitter TVOneNews sebagai akun resmi stasiun TV One tercatat paling aktif merilis konten di twitter sebanyak 15.211 konten dibandingkan Metro TV sebanyak 7.235 dan I-News sebanyak 6.541 sepanjang periode 1 Oktober s.d. 31 Desember. Penelitian ini akan difokuskan kepada pemetaan berita yang disebar di media sosial twitter oleh TV One.

Telaah akan dilakukan terhadap berita-berita yang dirilis oleh TVOneNews di media sosial mulai tanggal 1 Januari sampai dengan 31 Maret 2022 berdasarkan hasil pantauan dari perangkat *social media listening* keluaran Mediawave. Penelitian ini bertujuan untuk memantau keberimbangan berita politik yang diproduksi oleh TVOneNews sebagai salah satu media massa di Indonesia yang terafiliasi dengan politisi lewat pemetaan berita-berita yang dirilis melalui media sosial melalui studi deskriptif secara kuantitatif. Pemetaan terkait pemberitaan politik maupun pemetaan terkait konten media dapat ditemui pada beberapa penelitian terdahulu.

Di antaranya, pemetaan media massa dan media sosial sebagai saluran komunikasi politik pada

Pilkada Kota Tanjungpinang 2018 (Sophia & Noviwiniarti, 2019) menjabarkan media-media yang dipergunakan oleh para peserta Pilkada dalam kegiatan kampanye melalui tabulasi media massa dan media sosial. Penelitian ini mengungkapkan media mana saja yang paling diminati khalayak dari masing-masing kategori antara lain media cetak, media elektronik, media online, dan media sosial. Berkaitan dengan pilihan media, telaah dari Pureklolon (2020) mengungkapkan bahwa media merupakan pilihan saluran komunikasi yang lebih utama dibandingkan kampanye. Ia mengungkapkan bahwa “agenda setting” media juga selalu berasal dari pesanan dari kelompok tertentu. Hal ini menurutnya bisa digunakan sebagai alat propaganda.

Lebih lanjut penelitian terkait tendensi pemberitaan media terkait isu politik juga dapat dijadikan landasan. Salah satu di antaranya adalah penelitian mengenai sikap media daring dalam isu dugaan penghinaan kitab suci Al-Qur’an oleh cagub DKI, Ahok pada 2016 lalu (Kamim, 2017). Penelitian ini menemukan adanya tendensi yang berbeda dari beberapa media daring berskala nasional di antaranya Kompas.com, Merdeka.com, dan Detik.com. Ketiga media memiliki sudut pandang yang berbeda dalam menyajikan pemberitaan tersebut. Dalam mendefinisikan berita politik, kita perlu telaah definisi berita secara umum, Nimmo (1989:247) mengartikan berita sebagai proses menegosiasikan laporan yang bermakna tentang kejadian, yang mencakup simbolisasi (1) kejadian sebagai peristiwa; (2) peristiwa sebagai sesuatu yang bernilai; dan (3) peristiwa bernilai berita sebagai kisah berita.

Dari sisi tema, peristiwa-peristiwa politik termasuk memiliki nilai berita yang tinggi, sehingga peristiwa politik hampir selalu menjadi perhatian media massa dan masyarakat umum. Menurut Hamad (2004:1), hal ini karena ada dua faktor yang saling berkaitan. Pertama, politik dewasa ini berada pada era mediasi (*politics in the age of mediation*), yaitu interaksi politik antara elit politik dengan khalayak membutuhkan media massa sebagai mediator yang mempertemukan artikulasi masing-masing pihak. Kedua, peristiwa politik dalam bentuk tingkah laku dan pernyataan para aktor politik lazimnya selalu mempunyai nilai berita sekalipun peristiwa tersebut merupakan peristiwa politik itu bersifat rutin belaka. Dengan kemunculan media baru, media massa juga meneruskan berita-berita yang diproduksi melalui media sosial untuk menjangkau lebih banyak khalayak. Media sosial merupakan satu medium yang umum digunakan oleh masyarakat dalam mengakses dan bertukar informasi secara online. Jue, Arthur L, et all, 2010 menjelaskan, media sosial adalah berbagai media elektronik yang mampu meningkatkan akselerasi dan kemampuan koneksi setiap orang untuk terhubung, berkomunikasi, dan berkolaborasi.

*Facebook, twitter, instagram, whatsapp dan youTube* termasuk dalam media sosial sebagai bentuk akselerasi pada konektivitas dan informasi yang diakses melalui internet (Sophia & Noviwiniarti, 2018). Sementara Toffler dan Gun dalam Tabroni, 2014:153 menggambarkan bahwa sistem komunikasi komputer akan meningkatkan partisipasi secara luas dan pemerataan dalam kehidupan sosial dengan mengizinkan untuk mengakses informasi dengan mudah.

Untuk menganalisa percakapan di media sosial, penelitian dapat dibantu oleh *Social Media Listening (SML) Tools*, yaitu aplikasi komputer dengan kemampuan mengambil data berupa konten berbasis teks yang dirilis di beberapa platform media sosial, antara lain Twitter, Facebook, Instagram, dan Youtube. Pengerukan data (*data crawling*) diperoleh melalui identifikasi teks dari masing-masing konten yang dirilis pada setiap platform (Mediawave, 2022).

Selanjutnya, salah satu indikator pengukuran dari terjadinya percakapan yang terjadi di media sosial adalah “sentimen percakapan” yang merupakan identifikasi kecenderungan nada pembicaraan terkait suatu topik. Secara umum sentimen terbagi menjadi tiga jenis yaitu positif, negatif, dan netral. Sentimen positif berarti suatu topik tersirkulasi di media sosial dengan nada pembicaraan positif. Sementara sentimen negatif merupakan kebalikannya. Lalu, sentimen netral terhadap satu topik berarti dibicarakan tanpa kecenderungan positif atau negatif (Mediawave, 2022).

Melalui *SML Tools*, kita dapat melihat topik-topik pembicaraan secara umum melalui *Word cloud* yang secara harafiah berarti kumpulan kata-kata dalam jumlah besar. Pada konteks SML, kata-kata yang ditangkap oleh *SML Tools* akan dimunculkan dalam bentuk grafis di mana kata yang paling sering muncul akan ditampilkan dalam huruf lebih besar. Melalui tampilan *word cloud*, peneliti dapat melihat secara umum hal-hal apa saja yang menjadi pembicaraan dalam satu topik tertentu (Mediawave, 2022).

## METODE PENELITIAN

Paradigma dalam penelitian ini diambil dari pendekatan positivis menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian ini, data diperoleh dari pantauan konten-konten yang dirilis oleh akun twitter resmi dari stasiun televisi TV One bernama @TVOneNews. Dari 3 televisi berita di Indonesia yang terafiliasi politisi yaitu TV One, Metro TV, dan I-News (Sapitri & Nurafifah, 2019), pantauan terhadap TV One dipilih karena akun media sosial twitter terpantau paling aktif dalam merilis konten dibandingkan Metro TV dan I-News selama periode 1 Oktober s.d. 31 Desember 2021 (Mediawave, 2021).

Periode penelitian dilakukan mulai tanggal 1 Januari s.d. 31 Maret 2022. Periode ini diambil karena mulai terjadi peningkatan secara masif terkait manuver politik menjelang Pemilu 2024 (Taher, 2022). Pengumpulan data akan dilakukan menggunakan *social media listening tools (SML Tools)* berupa aplikasi berbasis web dari Mediawave Interaktif. Aplikasi ini dapat mengambil data berupa konten berbasis teks yang dirilis di beberapa platform media sosial, antara lain Twitter, Facebook, Instagram, dan Youtube. Pengerukan data (*data crawling*) diperoleh melalui identifikasi teks dari masing-masing konten yang dirilis pada setiap platform.

Platform media sosial yang dipilih adalah twitter karena platform ini paling relevan dengan teknik pengerukan data berbasis teks yang dilakukan aplikasi Mediawave. Twitter merupakan media sosial dengan fokus kepada bentuk teks (Zaskya, et.al, 2021). Parameter data yang diambil diatur

berdasarkan kata kunci. Secara spesifik, pengguna tertentu yang ingin ditelaah dapat diatur pada penyaringan sehingga konten yang ditangkap hanya berasal dari pengguna tertentu.

Melalui *SML Tools*, kita dapat melihat topik-topik pembicaraan secara umum melalui *Word cloud* yang secara harafiah berarti kumpulan kata-kata dalam jumlah besar. Selanjutnya, salah satu indikator pengukuran dari terjadinya percakapan yang terjadi di media sosial adalah “sentimen percakapan” yang merupakan identifikasi kecenderungan nada pembicaraan terkait suatu topik. Secara umum sentimen terbagi menjadi tiga jenis yaitu positif, negatif, dan netral. Sentimen positif berarti suatu topik tersirkulasi di media sosial dengan nada pembicaraan positif. Sementara sentimen negatif merupakan kebalikannya. Lalu, sentimen netral terhadap satu topik berarti dibicarakan tanpa kecenderungan positif atau negatif (Mediawave, 2022).

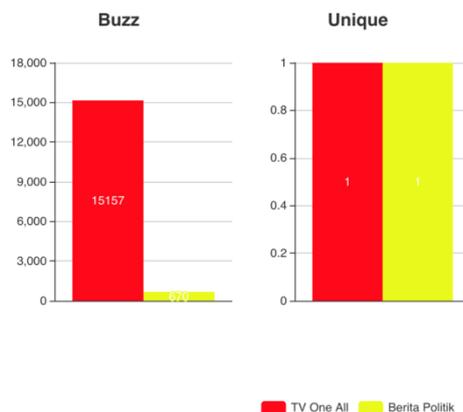
Teknik analisis data pada penelitian ini akan dilakukan sebagai berikut:

1. Identifikasi total konten yang dirilis oleh akun twitter TVOneNews selama periode penelitian.
2. Identifikasi konten berita politik menggunakan kata kunci di antaranya “politik”, “pemerintah”, “partai”, dan tokoh-tokoh politisi. Selanjutnya dibuat proporsi konten-konten berita politik dibandingkan total konten yang dirilis secara keseluruhan selama periode penelitian.
3. Identifikasi topik-topik dari konten berita politik serta membuat proporsi dari topik-topik tersebut selama periode penelitian.

Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data melalui alat *social media listening* (SML) dari Mediawave. Crawling data spesifik ditujukan pada konten-konten yang dirilis akun twitter @TVOneNews selama periode 1 Januari s.d. 31 Maret 2022. Pemahaman lebih dalam terkait pemetaan konten dilakukan dengan memasukkan kata kunci terkait berita politik pada alat SML tersebut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

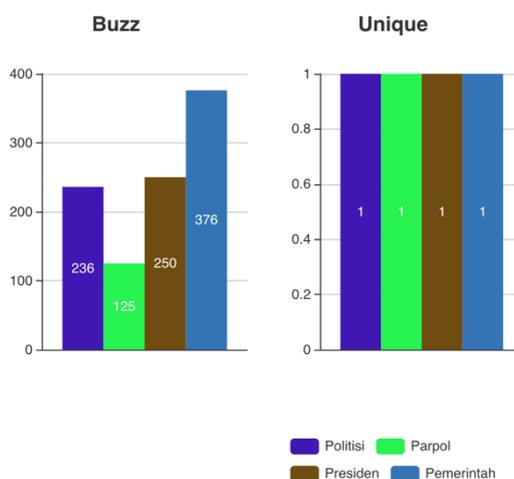
Total konten akun twitter @TVOneNews periode 1 Januari – 31 Maret 2022 dirilis sebanyak 15.157 postingan atau dinotasikan sebagai “buzz” dalam alat SML. Sementara berita politik yang dirilis pada periode tersebut sejumlah 670 postingan. Ini berarti berita politik yang dirilis pada periode tersebut tercatat sebanyak 4.4 persen dibandingkan dari total konten yang dirilis.



**Gambar 1. Komposisi konten berita politik di twitter @TVOneNews periode 1 Januari – 31 Maret 2022.**  
 Sumber: Perangkat SML Mediawave, 2022

Dari 670 postingan berita politik tersebut, ditemukan empat topik umum pemberitaan yaitu presiden, pemerintah, politisi, dan partai politik. Lebih lanjut, topik-topik mengenai pemerintah terbagi dua yaitu pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Terkait dengan topik pemerintah pusat, beberapa konten terjadi overlap dengan topik terkait presiden.

Dari empat topik umum tersebut, ditemukan “pemerintah” diposting sebanyak 376 konten, disusul dengan “Presiden” sebanyak 250 konten, “politisi” sebanyak 236 konten” dan “parpol” sebanyak 125 konten.



**Gambar 2. Komposisi Posting Berita Politik Berdasarkan Topik, 1 Jan – 31 Mar 2022.**  
 Sumber: Perangkat SML Mediawave, 2022

Berdasarkan sudut pandang sentimen pemberitaan terhadap keempat topik tersebut, secara keseluruhan didominasi dengan sentimen netral. Secara rinci dapat dilihat pada gambar berikut di mana pada topik mengenai pemerintah, sentimen netral mendominasi hingga lebih dari 91% sementara sentimen positif sebanyak 6.6% dan sentimen negatif sebanyak 2,1%. Komposisi yang sama juga ditemukan pada topik “presiden” di mana sentimen netral menguasai hingga 88%, sentimen



	Joko	48	
	Widodo	36	
IKN	IKN	21	67
	Kota	13	
	Otorita	11	
	Ibu	9	
	Nusantara	8	
	Kemah	5	
Minyak Goreng	Harga	8	24
	Pasar	6	
	Minyak	5	
	Goreng	5	
Mandalika	Mandalika	9	21
	Sirkuit	5	
	MotoGP	7	
Covid-19	Vaksin	7	14
	Covid-19	7	
	Vaksinasi	3	

Sumber: Perangkat SML Mediawave, 2022

Topik “IKN” mengacu pada berita-berita terkait Ibukota Negara baru, Nusantara. Presiden Joko Widodo pada 14 Maret 2022 mengumpulkan kepala daerah dari semua provinsi di Indonesia untuk berkemah di titik nol ibukota negara baru. Kegiatan inti perkemahan ditandai dengan proses penyatuan tanah dan air yang dibawa masing-masing kepala daerah ke IKN untuk disatukan di titik nol sebagai simbol persatuan sekaligus persemian pembangunan ibukota baru.

Topik tentang IKN juga memuat tentang berita Kepala Otorita IKN yang mulai disirkulasi pada bulan Februari 2022 terkait siapa yang akan diberi tanggung jawab oleh Presiden hingga dilantiknya Bambang Susantono pada 10 Maret 2022 untuk memegang posisi tersebut.

Secara umum pemberitaan mengenai IKN dari TVOne menunjukkan sentimen positif. Namun terdapat satu topik pemberitaan dengan sentimen negatif mengenai diskusi tertutup di grup pada aplikasi pesan “Whatsapp” TNI-Polri yang bocor tentang wacana penolakan pembentukan ibukota negara baru. TVOneNews merilis ajakan menonton program diskusi berjudul “TNI-Polri Disusupi Penceramah Radikal? Jokowi Sentil WA Grup TNI Bahas IKN” pada 1 Maret 2022. Namun dari sudut pandang redaksi, topik ini dapat dipandang cukup netral karena tidak menyerang kebijakan pemerintah terkait IKN.

### Topik Pemberitaan tentang Pemerintah

Selanjutnya hasil penelitian terkait berita-berita dengan topik “Pemerintah” terbagi menjadi dua yaitu “Pemerintah Pusat” dan “Pemerintah Daerah”. Pada gambar 5 tampak pemberitaan dengan topik “Pemerintah Pusat” mendominasi. Kedua topik secara umum menunjukkan sentimen netral dengan sebagian kecil sentimen positif disusul dengan sentimen negatif.







Beberapa nama politisi lain yang terpampang jelas antara lain “Prabowo”, “Erick Thohir”, dan “AHY” yang mengacu pada Agus Harimurti Yudhoyono, politisi dari Partai Demokrat. Berdasarkan beberapa kata yang mengiringi nama-nama tersebut, tampak cukup menonjol kata “capres” yang mengacu pada “calon presiden” terkait dengan diselenggarakannya pemilihan presiden (pilpres) pada tahun 2024. Beberapa pemberitaan mengenai beberapa politisi tersebut berkenaan dengan dukungan kepada mereka sebagai calon presiden RI mendatang.

Dalam tabel 4, dapat dilihat sebagian pemberitaan mengenai Anies Baswedan dan Ridwan Kamil mengangkat topik tentang kemungkinan kedua politisi tersebut maju pada Pilpres 2024. Hal yang sama juga tersemat pada pemberitaan tentang Ganjar Pranowo mengenai tingkat elektibilitas sebagai calon presiden RI mendatang berdasarkan survei serta dukungan dari beberapa kelompok masyarakat. Pemberitaan pada umumnya didominasi oleh sentimen netral bahkan dapat dikatakan positif dari sudut pandang masing-masing politisi.

**Tabel 4. Topik-topik pemberitaan terkait “Politisi” periode 1 Jan – 31 Mar 2022.**

Topik	Kata Kunci	Jumlah	Total
Anies Baswedan	Anies	59	70
	Pilpres	11	
Ridwan Kamil	Ridwan Kamil	47	54
	Presiden	4	
	Pilpres	3	
Ganjar Pranowo	Ganjar	41	48
	Dukung	5	
	Elektabilitas	2	
Prabowo Subianto	Prabowo	28	31
	Pilpres	2	
	Presiden	1	
Erick Thohir	Erick	19	23
	Presiden	2	
	Capres	1	
	Survei	1	
Agus Harimurti Yudhoyono (AHY)	AHY	16	24
	Pilpres	5	
	Duet	3	

Sumber: Perangkat SML Mediawave, 2022

Ketiga politisi tersebut pada saat pengumpulan data penelitian ini masih aktif sebagai Gubernur. Terkait dengan wacana pencalonan mereka sebagai capres, TVOneNews merilis berita berjudul “Pemilihan Presiden 2024 tinggal dua tahun lagi. Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan, Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo, dan Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil melakukan safari ke luar daerah kerjanya” pada 22 Januari 2022. Walaupun berita ini memiliki sentimen netral, bagi para politisi tersebut dapat ditangkap sebagai sentimen negatif karena mengarah pada kritik kepada para politisi tersebut sebagai kepala daerah.

### Topik Pemberitaan tentang Parpol



TVOneNews sebagai media terafiliasi politisi Aburizal Bakrie dari Golkar juga merilis berita mengenai partai tersebut. Namun bisa dilihat komposisi pemberitaan berjumlah lebih sedikit dibandingkan PDIP dan Demokrat. Isi pemberitaan juga terkait dengan isu pencalonan Ketua Golkar, Airlangga Hartarto sebagai presiden pada Pemilu 2024. Porsi pemberitaan yang sama terkait topik calon presiden juga diberikan kepada Ketua Partai Demokrat, Agus Harimurti Yudhoyono. Melalui komposisi dan sentimen pemberitaan yang cenderung netral, masih terlihat netralitas pemberitaan dari TVOneNews.

Melalui pemetaan topik-topik berita politik yang dirilis oleh akun twitter TVOneNews pada periode 1 Januari hingga 31 Maret 2022, dapat terlihat bagaimana media tersebut terlihat berimbang dalam mengangkat wacana berbagai isu yang bersentuhan dengan para elit politik. Hal ini terungkap lewat kecenderungan sentimen pemberitaan serta proporsi topik-topik yang diberitakan selama periode penelitian.

Mengacu pada penelitian sebelumnya dari Sapitri & Nurafifah (2019) di mana ditemukan keberpihakan dari stasiun televisi terkait pemberitaan calon Presiden dan Wakil Presiden pada masa pemilihan presiden (Pilpres) RI di tahun 2019, penelitian ini menemukan TVOneNews yang berafiliasi dengan politisi masih menunjukkan netralitasnya. Penelitian ini secara khusus dilakukan pada masa 2 tahun menjelang Pemilu pada tahun 2024. Berdasarkan pemberitaan yang dirilis oleh TVOneNews, partai-partai politik dan para politisi sudah tampak mempersiapkan diri.

Keberpihakan pemberitaan media juga terungkap pada penelitian oleh Kamim (2016) di mana terlihat sudut pandang yang berbeda dari Kompas.com, Detik.com, dan Merdeka.com dalam memberitakan kasus penistaan agama oleh mantan Gubernur DKI, Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) pada tahun 2016. Jika membandingkan temuan riset Sapitri & Nurafifah (2019) terkait keberpihakan pemberitaan media pada calon presiden tertentu dengan paparan dari Kamim (2016) mengenai kasus Ahok, dapat ditemukan momentum yang selaras ketika pemberitaan disirkulasikan.

Kedua penelitian baik dari Sapitri & Nurafifah (2019) maupun Kamim (2016) dilakukan pada periode di mana peristiwa sedang berlangsung. Penelitian tentang keberpihakan kontestan Pilpres dilakukan pada rentang waktu kampanye tahun 2019 sementara pemberitaan mengenai kasus Ahok dilakukan pada masa terjadinya persidangan di tahun 2019.

Konten-konten berita politik yang dirilis oleh TVOneNews dalam periode Januari – Maret 2022 masih terlihat belum signifikan dengan proporsi sebesar 4.4% dari keseluruhan berita yang dirilis pada periode tersebut.

Penelitian akan pemberitaan TVOneNews mengenai peristiwa-peristiwa politik dilakukan pada periode yang masih cukup panjang menuju pesta politik pemilihan umum 2024. Satu hal yang tergambar pada penelitian ini tampak jelas bahwa pada masa 2 tahun menjelang Pemilu, TVOneNews sebagai media terafiliasi politisi masih menjaga netralitas pemberitaannya.

Lebih lanjut penelitian dari Sophia & Noviwinarti (2019) memetakan pilihan-pilihan media yang paling diminati dalam kampanye politik di mana media sosial termasuk di dalamnya. Hal ini selaras dengan Pureklolon (2020) yang mengungkapkan media menjadi sarana pilihan bagi persebaran konten politik. Media sendiri menurutnya memiliki *agenda setting* yang berasal dari pesanan kelompok tertentu hingga bisa membentuk propaganda. Mengacu kepada kedua pendapat tersebut, TVOneNews melalui akun Twitter-nya sangat potensial menjadi sarana propaganda bagi politisi yang berafiliasi dengan media ini. Namun berdasarkan pemetaan berita politik pada penelitian, tidak ditemukan indikasi *agenda setting* yang menguntungkan kelompok tertentu.

Kembali kepada kasus Cambridge Analytica di mana media sosial dapat menjadi sarana ampuh membentuk opini publik, kecenderungan tidak tampak digunakan oleh TVOneNews yang terafiliasi politisi pada masa 2 tahun menjelang Pemilu. Begitu juga dengan kekuatan media massa sebagai sarana propaganda, TVOneNews sebagai bagian dari media televisi dan media online masih menjaga keberimbangan pemberitaan tercatat dari sentimen netral hingga 90% pada distribusi konten-konten beritanya di media sosial Twitter.

## SIMPULAN DAN SARAN

Pemetaan konten-konten berita politik dapat dilakukan secara kuantitatif menggunakan perangkat *Social Media Listening* (SML) dengan mengidentifikasi konten yang dirilis oleh media melalui akun twitter. Keberimbangan pemberitaan tercermin melalui kecenderungan dominasi sentimen serta proporsi topik-topik dari konten yang dirilis. TVOneNews melalui akun Twitter-nya, menunjukkan dominasi negatif terkait persebaran berita-berita politik. Potensi aktivitas propaganda dan pembentukan opini publik lewat media sosial oleh media massa tidak ditemukan pada TVOneNews yang terafiliasi politisi Partai Golkar, Aburizal Bakrie pada periode 2 tahun menjelang Pemilu.

Terkait dengan hal tersebut, diperlukan studi lebih lanjut pada periode 1 tahun menjelang Pemilu serta pada periode berlangsungnya masa kampanye untuk mengetahui apakah media terafiliasi politisi dapat mempertahankan netralitasnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hamad, Ibnu. (2004). *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi critical discourse analysis terhadap Berita-berita Politik*. Yayasan Obor Indonesia.
- Kamim, A. (2017). 'Sikap Media Daring Dalam Kontestasi Pilkada DKI 2017 (Analisis terhadap Sikap Media Daring dalam Isu Dugaan Penghinaan Kitab Suci Al-Qur'an oleh Cagub Ahok dalam Rentang Pemberitaan 5 Oktober S.D. 20 Oktober 2016).' *Jurnal Komunikasi*. Vol. 11, No. 2, hh. 189-200.
- Mediawave Interaktif. (2021). Distribusi Konten Twitter Akun Resmi TV One, Metro Tv, & I-News Periode 1 Oktober s.d. 31 Oktober 2021. Diakses pada 8 Februari 2022 dari <https://analyticv4.mediawave.co.id/>
- Mediawave Interaktif. (2022). *Mengenal Sentimen dan World Cloud pada Social Media Listening Tools*. Diakses pada 3 Agustus 2022 dari <https://mediawave.co.id/>
- Nimmo, Dan. (1989). *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung: Remadja Karya W

- Noujaim, J. & Amer K. (Director). (2019). *The Great Hack* [Film]. The Othrs Production.
- Pureklolon, T. (2020). 'Komunikasi Politik: Kajian Substansial dalam Pendekatan Politik.' *Jurnal Visi Komunikasi, Universitas Mercu Buana*. Vol 19, No. 2, hh 205-222
- Rosenberg, M., Confessore, N, & Cadwalladr, C. (4 April 2018). 'Cambridge Analytica and Facebook: The Scandal and the Fallout So Far.' *Nytimes.com* Diakses pada 1 Januari 2022 dari: <https://www.nytimes.com/2018/04/04/us/politics/cambridge-analytica-scandal-fallout.html>
- Sapitri, H. & Nurafifah, NL. (2019). 'Media Televisi Swasta dan Politik dalam Pemilihan Presiden 2019 Ditinjau dari Perspektif *Agenda Setting*'. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* Vol. 24, No. 2, hh. 113-122.
- Sophia, U., & Noviwintarti. (2019). 'Pemetaan Media Massa dan Media Sosial sebagai Saluran Komunikasi Politik pada Pilkada Kota Tanjungpinang 2018.' *Jurnal Riset Komunikasi*. Vol . 2, No. 2, hh. 104-201.
- Taher, AP. (2 Februari 2022). 'Pemilu Serentak 2024: Di Balik Manuver Anies, Ganjar, dan Ridwan Kamil Jelang Pemilu 2024.' *Tirto.id*. Diakses pada 8 Februari 2022 dari <https://tirto.id/di-balik-manuver-anies-ganjar-ridwan-kamil-jelang-pemilu-2024-gooU>.
- Tabroni, Roni. (2014). *Komunikasi Politik pada era Multimedia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Zaskya, M., Leviane, AB., Lotulung, JH. (2021) 'Twitter Sebagai Media Mengungkapkan Diri Pada Kalangan Milenial' *Jurnal Acta Diurna Komunikasi*. Vol. 3, No. 1, hh 1.