

ANALISIS FENOMENA KEPEMILIKAN METRO TV OLEH SURYA PALOH TERKAIT NETRALITASNYA PADA SAAT PEMILU PRESIDEN 2024

ADHAM RAMADHAN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membahas tentang analisis fenomena kepemilikan Metro TV oleh Surya Paloh terkait dengan netralitasnya pada saat Pemilu Presiden 2024. Penelitian ini menggunakan teori Hierarki Pengaruh Isi Media dan Teori *Agenda Setting* sebagai dasar dalam menganalisis fenomena tersebut. Penelitian ini merupakan metode penelitian kombinasi yang bertujuan untuk menggali dan memahami suatu gejala sentral. Pengumpulan sumber data Primer pada penelitian ini menggunakan hasil dari penelitian data dan wawancara oleh ahli yang berkompeten dibidang komunikasi politik. Selain itu, data sekunder penelitian ini didapatkan dari buku, jurnal, dan website. Hasil akhir penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan media Metro TV oleh aktor politik dalam hal ini Surya Paloh dapat mempengaruhi isi dari pemberitaan. Keberpihakan Metro TV sangat terlihat pada jumlah pemberitaan para pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden 01 Anies-Muhaimin lebih banyak daripada pasangan calon 02 dan 03. Fenomena tersebut terjadi dikarenakan adanya dukungan pemilik media yang juga pendukung pasangan calon Anies-Muhaimin. Surya paloh menjadikan Metro TV sebagai alat kampanye untuk pasangan yang didukung. Isi dari pemberitaan yang dikeluarkan oleh Metro TV msmpu membuat citra lawan politiknya buruk karena adanya pengarahannya isu berita didalam organisasi Metro TV. Adanya pengaruh didalam organisasi Metro TV untuk mengatur berita yang akan diterbitkan.

Kata Kunci : Keberpihakan Metro TV, Isi Pemberitaan, Surya Paloh

ANALYSIS OF SURYA PALOH'S OWNERSHIP OF METRO TV IN RELATION TO ITS NEUTRALITY DURING THE 2024 PRESIDENTIAL ELECTION

ADHAM RAMADHAN

ABSTRACT

This study aims to discuss the analysis of the phenomenon of Metro TV ownership by Surya Paloh in relation to its neutrality during the 2024 Presidential Election. This study uses the Media Content Influence Hierarchy Theory and Agenda Setting Theory as the basis for analyzing this phenomenon. This study is a combination research method that aims to explore and understand a central phenomenon. The collection of primary data sources in this study uses the results of data research and interviews by experts competent in the field of political communication. In addition, the secondary data for this study was obtained from books, journals, and websites. The final results of this study show that the ownership of Metro TV by political actors, in this case Surya Paloh, can influence the content of the news. Metro TV's bias is evident in the number of news reports on the presidential and vice presidential candidate pair 01, Anies-Muhaimin, which is greater than that of candidate pairs 02 and 03. This phenomenon occurs because the media owner also supports the Anies-Muhaimin candidate pair. Surya Paloh uses Metro TV as a campaign tool for the pair he supports. The content of the news coverage released by Metro TV can tarnish the image of its political opponents due to the manipulation of news issues within the Metro TV organization. There is influence within the Metro TV organization to control the news that will be published.

Keywords: Metro TV's Bias, News Content, Surya Paloh