



Hierarki Pengaruh Organisasional dalam Pemberitaan Calon Presiden-Wakil Presiden Pemilihan Umum 2024 (Studi Kasus pada Media Online *Sindonews.com*)

Syalahuddin Al-Ayubi Ramadhani^{1*}, Makroen Sanjaya²

^{1,2} Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

Jl. KH. Ahmad Dahlan, Cirendeu, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan 15419

Korespondensi penulis: syalahuddinalayubir@gmail.com

Abstract. *As the 2024 presidential election approaches, mass media widely disseminate information about presidential and vice-presidential candidates. The registration period, from October 19 to 25, 2023, became a major political event that attracted extensive media attention. Ideally, media outlets should report political events independently, without external influence. However, Sindonews.com shows signs of organizational influence in its coverage of the candidate registration process. This study examines the factors shaping news coverage using the Media Content Hierarchy Theory by Shoemaker & Reese (1996), which identifies five levels of influence: individual, media routines, organizational, extramedia, and ideological. Through a qualitative case study method, employing in-depth interviews, documentation, and observation, the findings reveal that organizational influence is the dominant factor affecting Sindonews.com's reporting. This is largely due to its affiliation with Harry Tanoesoedibjo, who owns Sindonews.com and leads Partai Perindo, a party that supported Ganjar Pranowo and Mahfud MD in the 2024 election. Consequently, the media coverage reflected this political alignment, underscoring how ownership and political affiliations impact journalistic objectivity in Indonesia's digital news landscape.*

Keywords: *Influence Hierarchy, Online Media, Sindonews.com, Reporting, 2024 Elections.*

Abstrak. *Menjelang Pemilihan Presiden 2024, media massa secara luas menyebarkan informasi tentang calon presiden dan wakil presiden. Periode pendaftaran yang berlangsung pada 19 hingga 25 Oktober 2023 menjadi peristiwa politik besar yang mendapat sorotan luas dari media. Secara ideal, media seharusnya melaporkan peristiwa politik secara independen tanpa pengaruh eksternal. Namun, Sindonews.com menunjukkan adanya pengaruh organisasional dalam pemberitaannya terkait proses pendaftaran calon. Penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi pemberitaan dengan menggunakan Teori Hierarki Pengaruh Isi Media oleh Shoemaker & Reese (1996), yang mengidentifikasi lima tingkat pengaruh: individu, rutinitas media, organisasi, ekstramedia, dan ideologi. Dengan metode penelitian kualitatif berbasis studi kasus, serta teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, dokumentasi, dan observasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh organisasional menjadi faktor dominan dalam pemberitaan Sindonews.com. Hal ini terutama disebabkan oleh keterkaitannya dengan Harry Tanoesoedibjo, pemilik Sindonews.com sekaligus ketua Partai Perindo, yang mendukung Ganjar Pranowo dan Mahfud MD pada Pemilu 2024. Akibatnya, pemberitaan media mencerminkan afiliasi politik tersebut, menegaskan bagaimana kepemilikan media dan hubungan politik dapat memengaruhi objektivitas jurnalistik dalam lanskap berita digital di Indonesia.*

Kata kunci: *Hierarki Pengaruh, Media Online, Sindonews.com, Pemberitaan, Pemilu 2024.*

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi, terutama internet, telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi, sosial, politik, dan pendidikan. Berbeda dengan media konvensional seperti televisi dan radio, media *online* memungkinkan pengguna untuk mengakses informasi tanpa batasan ruang dan waktu, serta memilih konten sesuai kebutuhan (Nuriadin, 2021). Konvergensi media yang menggabungkan teknologi komunikasi baru dengan media tradisional telah melahirkan platform digital yang interaktif dan lebih fleksibel dalam penyajian informasi (Romli, 2018).

Perkembangan ini sejalan dengan meningkatnya penetrasi internet di Indonesia. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet mencapai 215,63 juta orang pada 2022-2023, atau sekitar 78,19% dari total populasi (Kominfo, 2023). Waktu rata-rata penggunaan internet di Indonesia mencapai 7 jam 42 menit per hari, dengan 84% responden survei *Reuters Institute* menjadikan media *online* sebagai sumber utama berita (Katadata, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin mengandalkan media digital untuk mendapatkan informasi, termasuk berita politik.

Berita politik memiliki peran strategis dalam kehidupan demokrasi karena berkaitan dengan kebijakan pemerintah dan masa depan bangsa (Lubis, 2021). Namun, maraknya kepemilikan media oleh aktor politik menimbulkan kekhawatiran terhadap independensi dan objektivitas pemberitaan. Media sering kali digunakan sebagai alat politik untuk membentuk opini publik sesuai kepentingan pemiliknya (Wibawa, 2020). Padahal, menurut UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, media memiliki fungsi utama untuk menginformasikan, mendidik, menghibur, dan melakukan kontrol sosial.

Dalam konteks Pemilu 2024, dinamika pemberitaan politik semakin krusial, mengingat besarnya pengaruh media dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap calon presiden dan partai politik. Keterlibatan pemilik media dalam dunia politik dapat memengaruhi pemberitaan yang cenderung berpihak pada kepentingan tertentu. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana media berperan dalam demokrasi serta bagaimana masyarakat dapat menyikapi informasi politik secara kritis.

2. KAJIAN TEORITIS

Media Online

Media online merupakan bentuk media massa yang berkembang dengan kemajuan teknologi, mencakup portal berita, blog, media sosial, radio, dan TV online yang memanfaatkan internet untuk distribusi informasi. Media ini juga disebut media digital atau siber dan memiliki keunggulan dalam kecepatan serta aksesibilitas dibandingkan media cetak dan elektronik (Nur, 2021; Romli, 2014). Menurut Suryawati (2014), media online memiliki beberapa ciri khas, seperti *audience control* yang memungkinkan pengguna memilih berita yang diinginkan, *nonlinearity* yang memungkinkan berita dipahami tanpa harus membaca secara berurutan, *strong and retrieval* yang memudahkan penyimpanan dan akses ulang berita, *unlimited space* yang tidak dibatasi oleh ruang cetak, *immediacy* yang memungkinkan informasi disampaikan secara langsung, serta *interactivity* yang memungkinkan partisipasi aktif pengguna. Sementara itu, menurut MacBride (1993) dan Hikmat (2018), media online

memiliki fungsi utama dalam menyalurkan informasi yang harus bersifat aktual, akurat, dan relevan; mendidik dengan memberikan wawasan dan edukasi bagi masyarakat; menghibur melalui konten ringan seperti hiburan dan olahraga; mempengaruhi opini publik melalui iklan dan pemberitaan; serta menjalankan fungsi kontrol sosial dengan menjadi pengawas terhadap ketidakadilan dan penyimpangan sosial.

Berita

Berita adalah laporan aktual mengenai fakta atau opini yang menarik dan penting bagi masyarakat (Friedlander, 2019; Charnley, 2019). Berita tidak sekadar refleksi realitas, tetapi juga merupakan konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh sudut pandang media dan jurnalis (Eriyanto, 2019).

Hierarki Pengaruh Isi Media

Media massa dalam menyajikan berita dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Teori Hierarki Pengaruh yang dikemukakan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese dalam *Mediating The Message* menjelaskan lima level yang memengaruhi isi media. Pertama, *level individu*, yaitu pengaruh dari jurnalis sebagai pencari berita, termasuk latar belakang, nilai, dan orientasi mereka. Kedua, *level rutinitas media*, yang mencakup proses dan kebiasaan media dalam menentukan, membentuk, serta menyajikan berita berdasarkan sumber berita, organisasi media, dan audiens. Ketiga, *level organisasi*, di mana struktur manajemen, kebijakan, serta kepemilikan media menentukan arah pemberitaan, dengan pemilik media sering kali memiliki pengaruh besar terhadap isi berita. Keempat, *level luar media*, yang mencakup faktor eksternal seperti pengiklan, pemerintah, dan masyarakat yang dapat memengaruhi kebijakan serta konten media. Kelima, *level ideologi*, yang merujuk pada nilai-nilai dan kepentingan ideologis yang membentuk cara media membingkai realitas. Teori ini menegaskan bahwa media tidak netral, melainkan dipengaruhi oleh berbagai kepentingan yang menentukan bagian berita yang ditonjolkan atau dihilangkan.

3. METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Gedung Sindonews, Jakarta, dari Desember hingga Mei 2024. Selama periode tersebut, penelitian berlangsung secara sistematis, mulai dari perencanaan metodologis, pengumpulan data, hingga analisis.

Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif, yang bertujuan memahami fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data alamiah (Moleong, 2017). Penelitian ini

mengeksplorasi makna dan interpretasi terkait media *online Sindonews.com*, dengan meneliti dinamika di dalamnya secara holistik (Zuchri, 2021).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk menggambarkan fakta secara sistematis dan akurat tanpa menguji hubungan antar variabel (Hardani et al., 2020). Pendekatan ini membantu memahami karakteristik media *Sidonews.com* secara objektif (Nazir, 2014).

Operasional Konsep

Operasionalisasi konsep dilakukan dengan mengurai variabel ke dalam indikator terukur berdasarkan Hierarki Pengaruh Isi Media yang dikemukakan oleh Shoemaker dan Reese (1996). *Individual level* mengacu pada latar belakang pekerja media yang dapat memengaruhi cara mereka dalam mengemas berita. *Routine level* mencerminkan kebiasaan media dalam menyajikan berita, termasuk pola kerja dan prosedur yang diterapkan dalam produksi informasi. *Organization level* berkaitan dengan struktur internal media, seperti kebijakan redaksi dan hierarki manajemen yang menentukan arah pemberitaan. *Extra media level* mencakup faktor eksternal seperti kontrol pemerintah, respons pembaca, serta pengaruh pengiklan yang dapat membentuk kebijakan editorial. Terakhir, *ideological level* merujuk pada visi dan misi media yang memengaruhi perspektif dalam membingkai suatu isu atau peristiwa.

Teknik Penentuan Informan

Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling (Sugiyono dalam Mamik, 2015), yaitu metode pemilihan individu yang memiliki wawasan mendalam tentang proses pemberitaan di *Sidonews.com*. Kriteria informan yang ditetapkan mencakup individu yang memiliki pengetahuan rinci tentang media online *Sidonews.com* serta mereka yang terlibat langsung dalam produksi berita. Pendekatan ini memastikan bahwa data yang diperoleh relevan dan mendalam dalam memahami dinamika penyajian berita di platform tersebut.

Table 1 Tabel Informan

No	Nama Informan	Jabatan	Alasan Dipilih Sebagai Informan	Masa Kerja
1	Pung Purwanto	Pemimpin Redaksi <i>Sidonews.com</i>	Mengetahui informasi secara rinci dan tentang <i>Sidonews.com</i>	2010 - sekarang
2	Dzikry Subhanie	Redaktur Pelaksana <i>Sidonews.com</i>	Merupakan Redaktur Pelaksana yang turut berkontribusi secara aktif pada pemberitaan pendaftaran capres-cawapres Pemilu 2024	2014 - sekarang

Teknik Penentuan Informan

Teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis untuk memperoleh informasi yang relevan dan valid. Penelitian ini menggunakan tiga teknik utama, yaitu *observasi*, *wawancara*, dan *dokumentasi*. *Observasi* melibatkan pengamatan langsung terhadap objek penelitian, baik secara terstruktur maupun tidak terstruktur, sehingga dapat membantu memahami perilaku serta pola yang tidak selalu disadari oleh subjek penelitian (Raco, 2020, hlm. 112-115). *Wawancara* dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali informasi mendalam mengenai sikap, perilaku, dan harapan responden (Atwar, 2015, hlm. 101). Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan terhadap pemimpin redaksi *Sindonews.com*. Sementara itu, *dokumentasi* digunakan untuk menganalisis dokumen tertulis, audiovisual, atau artefak lain yang relevan guna melengkapi serta memverifikasi data dari observasi dan wawancara (Yusuf, 2021, hlm. 391-395).

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan metode induktif, yang dimulai dari fakta-fakta spesifik untuk memperoleh pemahaman umum. Analisis kualitatif dilakukan melalui tiga tahap sesuai dengan model Miles dan Huberman (Sugiyono, 2018). Tahap pertama adalah *reduksi data*, yaitu proses menyaring dan menyederhanakan informasi agar lebih fokus serta mudah dipahami. Tahap kedua adalah *penyajian data*, di mana data ditampilkan dalam bentuk tabel, grafik, atau visualisasi lain untuk mempermudah interpretasi. Tahap terakhir adalah *penarikan kesimpulan*, yaitu menghasilkan temuan baru berdasarkan data yang telah diverifikasi, sehingga memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena yang diteliti.

Uji Keabsahan Data

Keabsahan data diuji dengan triangulasi, yaitu membandingkan data dari berbagai sumber (observasi, wawancara, dokumentasi) untuk meningkatkan validitas temuan.

Table 2 Daftar Informan Triangulasi

No	Nama Informan	Profesi	Alasan Dipilih Sebagai Informan
1.	Dr. Bagus Sudarmanto, S.Sos, M.Si.	Ahli Media	Informan berperan sebagai pelaku komunikasi media dan ahli media

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum *Sindonews.com*

Sindonews.com merupakan portal berita yang didirikan pada tahun 2011 dan awalnya merupakan bagian dari *Okezone.com*. Seiring perkembangan, portal ini bergabung dengan Sindo Media di bawah PT Sindonews Portal Indonesia (SPI) dan menjadi bagian dari MNC

Group. *Sindonews.com* bersinergi dengan berbagai media dalam ekosistem MNC, termasuk Koran Sindo, *iNews*, *RCTI*, dan *GTV*. Pada tahun 2020, tagline "Sumber Informasi Terpercaya" diubah menjadi #BukanBeritaBiasa, mencerminkan komitmennya dalam menyajikan berita yang lebih beragam dan mendalam.

Sebagai bagian dari Media Nusantara Citra (MNC), *Sindonews.com* berlokasi di Gedung Sindo Lt. 4, Jakarta Pusat. Portal ini memiliki visi untuk memberikan akses informasi yang akurat, cepat, dan berkualitas kepada masyarakat luas. Misinya adalah menjadi referensi berita yang mendalam bagi pengambil keputusan, termasuk pemerintah, pebisnis, politisi, dan mahasiswa. Struktur organisasi media ini dipimpin oleh Harry Tanoesoedibjo sebagai pembina, dengan Pung Purwanto sebagai Pemimpin Redaksi, serta didukung oleh tim redaksi, reporter, fotografer, dan editor.

Sindonews.com menyajikan berita dalam berbagai kategori, termasuk Nasional, Internasional, Metronews, Daerah, *Lifestyle*, Ekonomi & Bisnis, Teknologi & Sains, Otomotif, serta Edukasi. Selain itu, terdapat rubrik khusus seperti Kalam, yang membahas isu-isu keislaman, serta Gen Sindo, yang menyajikan konten bagi generasi milenial. Dengan sinergi bersama media cetak, radio, dan televisi di bawah naungan MNC Group, *Sindonews.com* terus berkembang sebagai salah satu portal berita terbesar di Indonesia.

Hasil Penelitian

Pemberitaan Pendaftaran Capres-Cawapres Pemilu 2024 di *Sindonews.com*

Sindonews.com menerapkan prosedur ketat dalam produksi berita untuk memastikan akurasi, keseimbangan, dan etika jurnalistik. Prosesnya dimulai dengan pengumpulan informasi oleh wartawan dari minimal dua sumber tepercaya atau tiga untuk topik sensitif. Setelah penulisan, berita diperiksa secara berlapis oleh editor junior dan senior sebelum dipublikasikan. Evaluasi mingguan dan mekanisme koreksi cepat juga diterapkan untuk menjaga kredibilitas berita.

Dari pemberitaan pendaftaran Capres-Cawapres Pemilu 2024, ditemukan bahwa pasangan Ganjar-Mahfud memperoleh liputan paling banyak (11 berita), mencakup seluruh rangkaian kegiatan dari persiapan hingga pasca-pendaftaran. Pasangan Prabowo-Gibran mendapat lima berita dengan fokus pada pertemuan tokoh dan proses pendaftaran. Sementara pasangan Anies-Muhaimin hanya mendapat satu berita yang membahas doa restu sebelum pendaftaran.

Pekerja Media

Sindonews.com tidak membatasi perekrutan reporter berdasarkan jurusan akademik tertentu, asalkan kandidat memiliki kemampuan jurnalistik yang baik. Wartawan diharuskan

bekerja dengan menjunjung tinggi prinsip independensi, kebenaran fakta, serta mengikuti kode etik jurnalistik. Mereka menjalani proses pelatihan dan supervisi ketat agar dapat menghasilkan berita yang berimbang dan akurat.

Aktivitas Organisasi Redaksi

Proses produksi berita di *Sindonews.com* mengikuti rutinitas redaksi yang terstruktur, mulai dari pengumpulan berita oleh reporter, rapat redaksi, seleksi berita, hingga publikasi. Setiap hari, redaktur dan editor menentukan isu utama yang akan diangkat, serta mengevaluasi pemberitaan sebelumnya untuk meningkatkan kualitas berita.

Menurut Bagus Sudarmanto, seorang ahli media, rutinitas media seperti rapat redaksi dan seleksi berita berperan besar dalam menentukan arah pemberitaan. *Sindonews.com* juga menerapkan verifikasi berlapis, memastikan berita diperiksa oleh tim editorial dan diuji dengan perangkat plagiarisme sebelum dipublikasikan.

Mekanisme pemberitaan yang diterapkan menggabungkan kecepatan media *online* dengan ketelitian media cetak, dengan verifikasi ketat pada setiap berita. SOP redaksi menekankan prinsip keberimbangan, pengecekan fakta, serta kepatuhan terhadap kode etik jurnalistik untuk menjaga integritas media.

Kelompok Korporasi Media Online *Sindonews.com*

Sindonews.com merupakan bagian dari MNC Group, konglomerasi media terbesar di Indonesia yang juga menaungi *RCTI*, *MNCTV*, *Global TV*, *iNews.id*, *Okezone*, dan berbagai media lainnya. Keberadaan *Sindonews.com* dalam struktur korporasi ini memberikan keuntungan dalam berbagi konten dan jangkauan audiens yang luas.

Pemilik MNC Group, Hary Tanoesoedibjo (HT), juga merupakan Ketua Partai Perindo. Meskipun HT memiliki posisi penting dalam dunia politik, Pemimpin Redaksi *Sindonews.com* menegaskan adanya pemisahan antara redaksi dan kepentingan politik pemilik. Namun, pengaruh organisasi tetap tidak bisa dihindari, sebagaimana disampaikan ahli media Bagus Sudarmanto, bahwa sebagian besar media mainstream di Indonesia memiliki keterkaitan dengan kepentingan tertentu.

Peran Pemasok Korporasi

Proses jurnalistik di *Sindonews.com* menekankan verifikasi ketat terhadap sumber berita. Wartawan diwajibkan mengonfirmasi informasi dari minimal dua sumber terpercaya atau tiga untuk berita sensitif. Pemimpin redaksi juga menekankan bahwa sumber harus transparan dan bersedia dikutip untuk memastikan akurasi dan integritas berita. *Sindonews.com* juga memastikan bahwa konten pemberitaan politik bukanlah advertorial, meskipun mereka

menerima kerja sama iklan dalam bentuk brand content atau advertorial yang tetap mengikuti norma jurnalistik.

Ideologi Sindonews.com

Sebagai perusahaan media, *Sidonews.com* mengedepankan prinsip jurnanisme berkualitas sesuai dengan visi misinya yang terangkum dalam tagline #BukanBeritaBiasa. Mereka berkomitmen untuk menyajikan informasi yang akurat, cepat, dan mendalam bagi masyarakat. Menurut ahli media Bagus Sudarmanto, setiap media memiliki ideologi tertentu yang memengaruhi isi pemberitaannya, baik dari aspek kepemilikan, sejarah, maupun orientasi politiknya. Oleh karena itu, literasi media menjadi penting agar masyarakat dapat memahami bias dan kecenderungan pemberitaan di berbagai media.

Pembahasan

Pemberitaan Pendaftaran Capres-Cawapres Pemilu 2024 di Sindonews.com

Proses produksi berita di *Sidonews.com* mengikuti mekanisme umum media, namun memiliki kecepatan unggah yang lebih tinggi dibandingkan media konvensional. Produksi dimulai dari rapat redaksi, arahan kepada koordinator liputan, penugasan reporter, wawancara dengan narasumber, hingga penyuntingan oleh editor sebelum berita dipublikasikan.

Sebagai bagian dari MNC Group, *Sidonews.com* tidak terlepas dari pengaruh berbagai faktor, baik internal seperti organisasi media maupun eksternal seperti kepentingan politik dan ekonomi. Berita yang ditampilkan merupakan hasil kompromi berbagai elemen dalam Teori Hierarki Pengaruh Isi Media oleh Shoemaker & Reese.

Individu Pekerja Media (Individual Level)

Wartawan memiliki peran penting dalam menentukan isi berita, tetapi di *Sidonews.com*, mereka tetap mengikuti aturan redaksi. Kode etik jurnalistik diterapkan untuk menjaga keseimbangan dalam pemberitaan, meskipun analisis menunjukkan bahwa pengaruh individu tidak dominan dibandingkan faktor organisasi.

Rutinitas Media (Media Routine Level)

Rutinitas redaksi, seperti rapat harian dan evaluasi isu, menjadi faktor utama dalam menentukan arah pemberitaan. Jurnalis mengikuti kebijakan editorial dalam memilih dan mengolah berita, memastikan bahwa berita tetap faktual dan terpercaya.

Organisasi Media (Organizational Level)

Level organisasi memiliki pengaruh besar terhadap isi berita. *Sidonews.com* sebagai bagian dari MNC Group, yang dipimpin oleh Hary Tanoesoedibjo, memiliki hubungan dengan Partai Perindo, yang mendukung pasangan tertentu dalam Pemilu 2024. Struktur kepemilikan ini berpotensi memengaruhi kebijakan redaksional dan prioritas pemberitaan.

Luar Media (*Extra Media Level*)

Pengiklan dan audiens memiliki pengaruh terhadap keberlangsungan media. *Sindonews.com* mempertimbangkan minat pembaca dan strategi pemasaran dalam memilih berita yang disajikan. Jurnalis berperan dalam menjaga objektivitas, tetapi tekanan dari pengiklan dan kepentingan bisnis tetap menjadi faktor yang mempengaruhi pemberitaan.

Ideologi Media (*Ideological Level*)

Ideologi media memengaruhi perspektif dan penyajian berita. Visi dan misi *Sindonews.com* berfokus pada penyampaian informasi yang cepat dan berkualitas, tetapi tetap mencerminkan kepentingan pemilik media. Ideologi media ini dapat memengaruhi framing berita dan menentukan isu yang menjadi prioritas pemberitaan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam lima hierarki pengaruh isi media, level organisasional paling dominan dalam memengaruhi konten pemberitaan *Sindonews.com* terkait pendaftaran capres-cawapres Pemilu 2024. Pengaruh individu, seperti pekerja media dan pemimpin redaksi, ada tetapi tidak dominan. Hal ini dikarenakan hubungan *Sindonews.com* sebagai media milik Harry Tanoesoedibjo dengan Partai Perindo yang mendukung Paslon 03, Ganjar Pranowo dan Mahfud MD.

Saran

Saran Akademik

Peneliti disarankan untuk lebih mendalami Teori Hierarki Pengaruh Isi Media atau menggunakan metode berbeda agar memperoleh hasil yang lebih variatif. Teknik observasi partisipatif, seperti magang di objek penelitian, dapat memperkaya data.

Saran Praktis

Pengaruh kekuasaan dalam organisasi media tidak dapat dihindari, tetapi dapat dimanfaatkan untuk edukasi politik bagi masyarakat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media memiliki cara tersendiri dalam menyampaikan fakta. Oleh karena itu, pembaca disarankan untuk menyaring berita secara kritis dan analitis guna memahami fakta secara lebih objektif dan bijak dalam menanggapi pemberitaan.

DAFTAR REFERENSI

- Absussamad, Z. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Ade Nuriadin, Y. D. N. H. (2021). Sejarah perkembangan dan implikasi internet pada media massa dan kehidupan masyarakat. *Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi dan Dakwah*, 1(1), 1–25. <https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/selasar/index>
- Bajari, A. (2015). *Metode penelitian komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Databoks Katadata. (2023, 16 Juni). Meski trennya turun, media online tetap jadi sumber berita utama masyarakat Indonesia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/16/meski-trennya-turun-media-online-tetap-jadi-sumber-berita-utama-masyarakat-indonesia>
- DataReportal. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Hardani, et al. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Grup.
- Hikmat, M. M. (2018). *Jurnalistik: Literary journalism*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (n.d.). Memenuhi layanan digital hingga pelosok. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/49482/memenuhi-layanan-digital-hingga-pelosok/0/artikel>
- Lubis, F. (2021). Mini tinjauan pemberdayaan internet sebagai media baru dari segi politik, ekonomi, dan pendidikan. *OSF Preprints*. <https://osf.io/njfmk/>
- Mamik. (2015). *Metodologi kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Nazir, M. (2014). *Teori komunikasi massa* (Edisi VI). Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nur, E. (2021). Peran media massa dalam menghadapi serbuan media online. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(1), 52. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/view/4198>
- Raco, J. R. (2020). *Metode penelitian kualitatif: Jenis, karakteristik dan keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik online: Panduan praktis mengelola media online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). *Mediating the message: Theories of influences on mass media content*. New York: Longman Publisher.
- Sugiono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryawati, I. (2014). *Jurnalistik: Suatu pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Wibawa, D. (2020). Wartawan dan netralitas media. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 185–206. <https://doi.org/10.15575/cjik.v4i2.10531>
- Yusuf, A. M. (2021). *Metode penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan*. Jakarta: Kencana.