

## Pemanfaatan Media Sosial Youtube MetroTV Sebagai Media Kampanye Anies Baswedan Menjadi Calon Presiden 2024

Muhammad Rifki Setiawan<sup>1</sup>, Farida Hariyati<sup>2</sup>, Yulia Rahmawati<sup>3</sup> Olih Solihin<sup>4</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, Jakarta  
<sup>4</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Komputer Indonesia, Bandung

*E-mail :*

<sup>1</sup>muhammadrifki19072002@gmail.com, <sup>2</sup>farida@uhamka.ac.id, <sup>3</sup>yuliarahmawati@uhamka.ac.id,  
<sup>4</sup>olih.solihin@email.unikom.ac.id

### **Abstract**

*The current elections are heavily influenced by the advancements in information technology, one of which is the emergence of the video-sharing application YouTube. The research aims to analyze the utilization of MetroTV's social media platform YouTube as a campaign medium for Anies Baswedan, focusing on the roles of media, neutrality, openness, and ethics. This qualitative research employs content analysis methodology. The findings are as follows: Role: Metro TV utilizes the YouTube platform to enhance political content, particularly related to Anies Baswedan, strengthening the role of social media in shaping public opinion; Neutrality: Concerns arise regarding Metro TV's neutrality in presenting political content, especially with the increase in Anies Baswedan-related content, raising questions about fair access in delivering political messages; Openness: Metro TV demonstrates openness by uploading "urge Anies" content, bolstering Anies Baswedan's positive image in the eyes of the public; Ethics: In presenting political content, Metro TV needs to adhere to broadcasting ethics to ensure content aligns with its original context and does not deviate from the intended message substance. In conclusion, Metro TV utilizes the YouTube social media platform while observing broadcasting ethics in delivering political content on social media.*

*Keywords: Elections, Social media, YouTube*

### **Abstrak**

Pemilihan umum masa kini sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi, salah satunya dengan munculnya aplikasi berbagi video Youtube. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis Pemanfaatan media sosial Youtube MetroTV sebagai media kampanye Anies Baswedan dengan mengambil fokus kepada peran media, netralitas, keterbukaan, dan etika. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi. Hasil penelitian sebagai berikut: Peran: Metro TV menggunakan platform YouTube untuk meningkatkan konten politik, khususnya terkait Anies Baswedan, memperkuat peran media sosial dalam membentuk opini publik; Netralitas: Ada kekhawatiran terkait netralitas Metro TV dalam menampilkan konten politik, terutama dengan peningkatan konten yang berkaitan dengan Anies Baswedan, yang menimbulkan pertanyaan tentang keadilan akses dalam menyampaikan pesan politik; Keterbukaan: Metro TV menunjukkan keterbukaan dengan menaikkan konten "desak Anies", memperkuat citra positif Anies Baswedan di mata publik; Etika: Dalam menampilkan konten politik, Metro TV perlu memperhatikan etika penyiaran agar konten tetap sesuai dengan konteks aslinya dan tidak menyimpang dari substansi pesan yang ingin disampaikan. Kesimpulannya, Metro TV memanfaatkan media sosial Youtube dan memperhatikan etika penyiaran dalam menyajikan konten politik di media sosial.

**Kata Kunci:** Pemilu, Media sosial, Youtube

## 1. Pendahuluan

Pemilihan Umum atau biasa disingkat “Pemilu” adalah suatu proses demokratis dimana warga memilih wakil atau pemimpin untuk pemerintahan atau lembaga lainnya. Secara umum pemilihan umum dilakukan dengan memilih calon tertentu yang mereka anggap memiliki visi dan misi sesuai dengan apa yang diinginkan masyarakat. Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017, pemilihan umum dilaksanakan berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, adalah sarana kedaulatan rakyat untuk melakukan pemilihan secara langsung, terbuka, bebas, rahasia, jujur, dan adil terhadap anggota DPR, presiden, dan wakil presiden, serta anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah. (Fahrudin & Billah, 2023)

Media sosial berkembang dengan cepat seiring dengan pertumbuhan dan kemudahan akses informasi yang didorong oleh kemajuan teknologi komunikasi. Dengan jumlah pengguna aktif mencapai 79 juta, Indonesia menduduki salah satu peringkat tertinggi di dunia dalam hal aktivitas media sosial (Wischenbart, 2016).

Berkembangnya teknologi internet dan banyak penduduk di Indonesia menggunakan internet, hal ini membuat media sosial yang menggunakan internet bisa dapat memainkan peran untuk membentuk opini publik serta membuat salah satu produk bisa menjadi lebih

dikenal khalayak karena sangat mudah untuk diakses. Media sosial sebagai salah satu sarana informasi yang sangat banyak dimanfaatkan oleh masyarakat dimasa sekarang.

Beberapa penelitian terdahulu maupun buku kajian mengenai media masa dan media sosial sudah banyak dilakukan peneliti sebelumnya. Faktanya media sosia banyak dimanfaatkan dalam urusan politik, seperti kampanye pada dasarnya adalah penyampaian pesan – pesan dari pengirim kepada khalayak, pesan tersebut dapat disampaikan dalam berbagai bentuk mulai dari poster, spanduk, papan reklame, pidato, iklan diskusi, sehingga selebaran(Berliani Ardha, 2014). Ada juga penelitian mengenai Gibran Sebagai Kandidat Walikota Surakarta Di Solopos.com. (Andhita, 2021).

Merujuk pada latar belakang serta penelitian terdahulu, maka tujuan penelitian adalah untuk mengalisa Pemanfaatan media sosial Youtube MetroTV sebagai media kampanye Anies Baswedan dengan mengambil fokus kepada peran media, netralitas, keterbukaan, dan etika. Untuk menjawab fokus tersebut, maka penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis isi, menekankan penjelasan fenomena secara rinci melalui pengumpulan data yang membedakannya dengan fenomena lain.

## 2. Kajian Pustaka

Media baru atau media online merupakan sebuah alat komunikasi yang memungkinkan interaksi, berbagi pendapat, pertukaran informasi, dan akses berita melalui internet. Media ini menyajikan informasi terbaru dengan cepat dan efisien, serta memberikan informasi secara ringkas kepada pembaca atau penggunanya. (Ready, 2016), Youtube adalah media yang menyediakan audio dan visual dan sangat mudah untuk bertukar informasi antara satu dengan lainnya.

Pemanfaatan media, seiring perkembangan zaman sudah banyak khalayak yang memanfaatkan media untuk menjadi bagian dari kehidupannya, karena dari media khalayak mudah untuk mengeksplor atau mempublikasikan sebuah informasi. Kita perlu memahami karakteristik khusus dari setiap jenis media agar bisa memilih media yang cocok dengan situasi dan kebutuhan yang dihadapi. (dalam Sutejo, 2015)

Hierarki media. Selain faktor internal yang berkaitan dengan manajerial dan editorial, faktor eksternal seperti kekuasaan dan pengiklan juga bisa mempengaruhi konten berita. disini lah berita yang disinyalir tidak netral, berita yang disampaikan oleh media tidak terlepas dari tujuan tertentu. ada nilai dan muatan pesan yang ingin disampaikan oleh media kepada masyarakat (Andhita, 2021). Metro TV adalah media yang dimiliki oleh

Surya Paloh yang juga menduduki kursi ketua umum partai Nasdem. Anies Baswedan adalah seorang Capres yang diusung oleh partai Nasdem yang berarti ada keterikatan antara Metro TV dengan Nasdem karena di nahkodai oleh satu kepala yaitu Surya Paloh.

## 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi, menekankan penjelasan fenomena secara rinci melalui pengumpulan data yang membedakannya dengan fenomena lain (Sandu. Siyoto; & Ali, 2015).

Tahapan analisis isi, antara lain: menentukan permasalahan, menyusun kerangka pemikiran, menyusun perangkat metodologi, analisis data, dan interpretasi data. Analisis data kualitatif digunakan bila data-data yang terkumpul dalam riset adalah data kualitatif. Data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat-kalimat, atau narasinarasi, baik yang diperoleh dari observasi maupun wawancara (Suyanto, 2014).

Penelitian ini menggunakan sampling akun Youtube Metro TV, alasan penulis menggunakan akun Youtube Metro TV yaitu terdapat konten yang mempengaruhi netralitas sebuah media dengan menggunakan metode analisis isi, maka penulis akan memilih beberapa konten yang melambangkan ketidaknetralan di akun Youtube Metro TV dengan kategorisasi yang sudah ditentukan.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh secara langsung berupa soft file yang bersangkutan dengan akun Youtube Metro TV.

Adapun penelitian ini akan menggunakan wawancara untuk mendukung argumen peneliti dengan populasi penelitian ini merupakan pekerja media di divisi Youtube Metro TV, adapun sampelnya ditentukan melalui kriteria tertentu yang relevan.

#### 4. Hasil dan Pembahasan

##### a. Gambaran Umum dan Temuan

Pemilu 2024, merupakan suatu proses demokrasi yang dilaksanakan setiap lima tahun sekali, Pemilu ini diselenggarakan guna mencari pemimpin baru di Indonesia. Penulis menemukan ada suatu kesengajaan di akun Youtube Metro TV yang dimana selalu menaikkan konten yang berisikan kampanye Anies Baswedan untuk menjadi Presiden 2024.

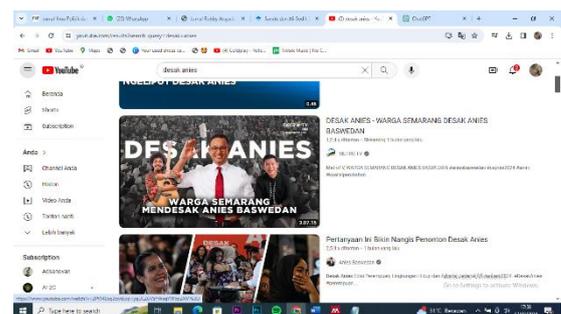
METRO TV merupakan televisi berita pertama di Indonesia yang mulai mengudara sejak 25 November 2000. Metro TV adalah anak perusahaan dari MEDIA GROUP yang dimiliki oleh Surya Paloh, tokoh pers Indonesia yang telah merintis usaha di bidang pers sejak ia mendirikan Harian PRIORITAS.

Metro TV bertujuan untuk menyebarkan berita dan informasi ke seluruh pelosok Indonesia. Selain bermuatan berita, Metro TV

juga menayangkan beragam program informasi mengenai kemajuan teknologi, kesehatan, pengetahuan umum, seni dan budaya, dan lainnya guna mencerdaskan bangsa. Yang unik, Metro TV memiliki program berita yang ditayangkan dalam 3 bahasa, yaitu Indonesia, Inggris, dan Mandarin.

Berawal dari media untuk televisi Metro TV mengembangkan sayapnya dengan membuat akun Youtube dan me reupload konten yang berasal dari televisi mulai dari berita hingga program yang berasal dari televisi. Fokus Metro TV adalah pemberitaan untuk dunia politik di Indonesia oleh karena itu Metro TV selalu mengawal jalannya Pemilu sejak tahun 2004.

Peneliti menemukan kejanggalan terhadap netralitas dari akun Youtube Metro TV karena selalu menayangkan agenda kampanye Anies Baswedan karena ada maksud dan tujuan dari Metro TV dengan mengutamakan Anies Baswedan dibanding paslon lainnya, lebih rinci pada Gambar 1,2,3,4 dan 5.



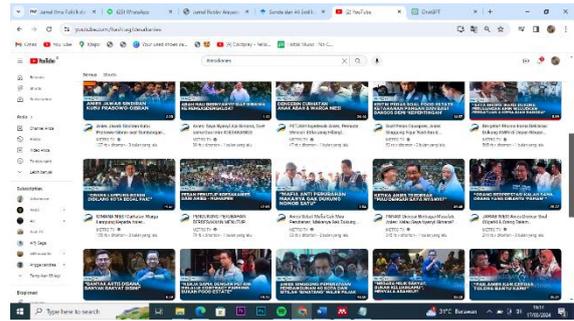
Gambar 1 Tangkapan Layar youtube Metro TV full durasi Anies Baswedan

Temuan pertama peneliti adalah, Metro TV menaikkan konten Full durasi “Desak Anies” di Semarang, yang dimana ini adalah suatu program kampanye Anies Baswedan yang dibuat oleh Anies Baswedan dan tayang di Youtube Anies secara live streaming, akan tetapi akun Youtube Metro TV menaikkan juga dan program Desak Anies adalah salah satu program kampanye yang berdialog dengan para masyarakat di beberapa daerah untuk mengemukakan visi dan misinya dan memikat hati masyarakat agar memilihnya, video “Desak Anies” ini di Semarang sudah ditonton oleh 1,2 juta orang.



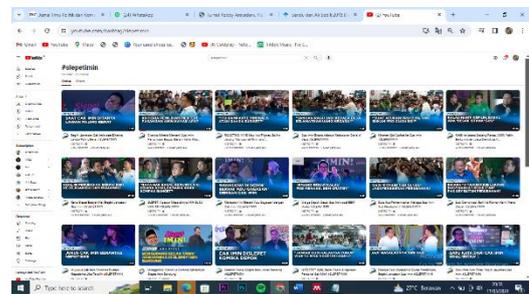
Gambar 2 Tangkapan Layar youtube Metro TV mengenai thumbnail Anies Mundur

Temuan kedua, Youtube Metro TV memotong beberapa cuplikan Desak Anies contohnya dengan judul thumbnail ‘jika janji tak terlaksana, Anies Berani mundur?’ tujuan dari memotong cuplikan ini ialah agar khalayak bisa menonton ucapan Anies Baswedan tanpa harus menonton full video dari Desak Anies, dan video potongan tersebut ditonton hingga 600 ribu orang lebih.



Gambar 3 Tangkapan Layar youtube Metro TV mengenai #desakanies

Temuan ketiga, ketika kita mencari dengan hashtag #desakanies di Youtube maka mayoritas yang akan muncul adalah potongan video dari akun Youtube Metro TV, dari sini sudah bisa dilihat bahwa Metro TV menggunakan nama besarnya untuk menaikkan salah satu program kampanye dari Anies Baswedan karena akan dapat jumlah penonton yang besar.

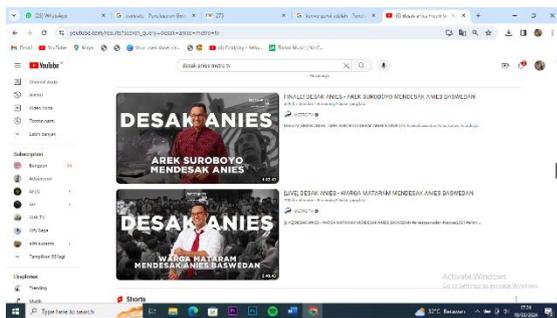


Gambar 4 Tangkapan Layar youtube Metro TV mengenai #Slepetimin

Begitupun dengan Calon Wakil Presiden dari Anies Baswedan yaitu Muhaimin Iskandar yang mengadakan program kampanye bernama “Slepet Imin”. Ketika mencari hashtag #slepetimin di Youtube maka

akan keluar potongan video maupun full dengan mayoritas yang mengupload video tersebut dari akun Youtube Metro TV, hal ini sama dengan temuan ketiga yang dimana Youtube Metro TV mereupload dan memotong beberapa cuplikan dari program kampanye Muhaimin sebagai Calon Wakil Presiden dari Anies Baswedan.

**Gambar 5.**



Gambar 5 Tangkapan Layar Youtube Metro TV mengenai *reupload* konten

Pada temuan ini, peneliti mencatat bahwa tidak hanya terjadi mereupload konten di satu daerah, tetapi juga terjadi di beberapa daerah lainnya seperti Surabaya dan Mataram. Fenomena ini menunjukkan bahwa penayangan agenda kampanye "Desak Anies" oleh YouTube Metro TV tidak terbatas pada satu lokasi atau wilayah tertentu, tetapi dilakukan secara luas di berbagai daerah. Hal ini menandakan adanya strategi yang terkoordinasi dan terencana dari pihak Metro TV untuk mengangkat konten politik terkait Anies Baswedan secara serentak di berbagai

platform YouTube mereka di seluruh Indonesia.

Keputusan mereupload konten kampanye yang sama di beberapa daerah, Metro TV secara efektif memperluas jangkauan pesan politik tersebut, mencapai audiens yang lebih luas di berbagai wilayah. Ini menunjukkan upaya yang terencana untuk mempengaruhi opini publik dan memperkuat citra politik Anies Baswedan di berbagai lapisan masyarakat.

Penayangan konten kampanye Desak Anies di berbagai daerah juga menunjukkan adanya kesinambungan dan konsistensi dalam pendekatan Metro TV terhadap pemberitaan politik. Ini dapat mengindikasikan adanya dukungan atau kesepakatan tertentu antara Metro TV dengan pihak terkait, seperti partai politik atau kandidat yang diusung, dalam mempromosikan agenda politik tertentu.

**b. Sikap Media Metro TV**

Pada sub bab ini peneliti akan mengalisis temuan dari hasil wawancara dengan Kepala Divisi Media Sosial Metro TV, Rezahra Nurjannah Ekaputri. Data tersebut selanjutnya dianalisis sesuai kajian media. Analisa ini juga sebagai bentuk konfirmasi pihak Metro TV terkait dugaan peneliti pada konten media Youtube dengan isu sosok Anies Baswedan.

Media massa selalu memiliki sikap dalam setiap pemberitannya (Siregar et al., 2022). Saat ini media massa memiliki sub pemberitaan melalui sosial media yang salah satunya Youtube (Garmabrata et al., 2014). Menurut (Olayinka & Odunayo, 2024), sikap suatu media melalui media sosial miliknya dapat tercermin dari empat hal utama, yaitu peran media tersebut, netralitasnya, keterbukaannya, dan etika yang diterapkan dalam penyiaran konten, lebih rinci pada Tabel 1.

Tabel 1 Sikap Media Massa dalam Pemberitannya.Politik

No.	Sikap	Penjelasan
1.	Peran	Peran media dalam konteks ini merujuk pada bagaimana media tersebut menggunakan platform media sosialnya untuk berinteraksi dengan publik dan menyebarkan informasi. Apakah media tersebut aktif dalam mempromosikan partisipasi publik, menyajikan konten informatif, atau lebih cenderung untuk mengikuti agenda politik tertentu.
2.	Netralitas	Netralitas merupakan prinsip penting dalam menjaga

		integritas media. Media yang netral akan memberikan ruang yang sama untuk semua pihak dalam menyampaikan pandangan dan informasi, tanpa adanya bias atau kecenderungan politik yang jelas.
3.	Keterbukaan	Keterbukaan media melalui media sosial dapat dilihat dari seberapa responsif dan transparan media tersebut dalam berinteraksi dengan publik. Media yang keterbukaan cenderung memberikan ruang bagi publik untuk berpartisipasi dan berkontribusi dalam proses penyiaran konten politik.
4.	Etika	Etika dalam penyiaran konten politik melalui media sosial mengacu pada kepatuhan media terhadap prinsip-prinsip moral dan profesional dalam menjalankan tugasnya. Ini termasuk menjaga

		kejujuran, menghormati privasi individu, menghindari sensationalisme, dan menghindari menyebarkan informasi yang tidak terverifikasi.
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber :adaptasi (Olayinka & Odunayo, 2024)

**c. Peran**

Metro TV memanfaatkan platform YouTube dengan strategi yang terfokus untuk menaikkan konten-konten terkait kampanye politik, khususnya yang berkaitan dengan Anies Baswedan. Dengan memilih platform media sosial seperti YouTube, Metro TV mengakui kekuatan dan jangkauan luas yang dimiliki oleh platform tersebut dalam mencapai audiens yang lebih besar dan beragam. Dengan demikian, Metro TV secara tidak langsung juga memperkuat peran media sosial dalam membentuk opini publik terhadap seorang kandidat atau partai politik. Hal ini menunjukkan bahwa dalam era digital ini, media sosial bukan hanya menjadi alat pendukung, tetapi juga menjadi bagian integral dari strategi kampanye politik yang efektif. Dalam konteks Indonesia, di mana penetrasi internet dan penggunaan media sosial semakin meningkat, langkah Metro TV untuk memanfaatkan platform-platform digital ini menjadi semakin relevan dalam menghadapi

tantangan dan peluang dalam dunia politik modern.

Metro TV melalui media youtubena menyadari betul peran strategis media sosial dalam mempengaruhi publik. Media sosial telah menjadi alat yang sangat vital dalam strategi kampanye politik di era modern. Kandidat dan partai politik secara luas memanfaatkan platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube untuk menjangkau pemilih potensial secara langsung dan interaktif. Mereka menggunakan media sosial ini sebagai sarana untuk menyebarkan pesan-pesan kampanye, mempromosikan agenda politik, membangun citra diri atau partai, serta menggalang dukungan dan partisipasi masyarakat (Muzaffar et al., 2020).

Namun, di tengah pemanfaatan yang luas ini, muncul kekhawatiran terkait dengan netralitas dan kredibilitas informasi yang disajikan melalui media sosial. Seiring dengan kecepatan dan jangkauan yang dimiliki oleh platform-platform ini, ada risiko bahwa pesan-pesan politik dapat disajikan secara bias atau tidak akurat. Hal ini dapat mempengaruhi opini publik dengan cara yang tidak sehat dan merusak proses demokrasi secara keseluruhan.

Oleh karena itu, penting bagi media sosial dan pengguna politiknya untuk menjaga integritas dan netralitas dalam menyajikan informasi politik. Para kandidat dan partai politik harus bertanggung jawab dalam

menyebarkan informasi yang faktual dan tidak memanipulasi opini publik. Di sisi lain, platform media sosial perlu meningkatkan upaya mereka dalam memerangi penyebaran informasi palsu dan konten yang merugikan, serta memberikan lebih banyak transparansi tentang bagaimana algoritma mereka bekerja.

Dengan menjaga integritas dan netralitas dalam pemanfaatan media sosial untuk kampanye politik, masyarakat dapat mengakses informasi yang objektif dan akurat, yang merupakan elemen kunci dalam proses pengambilan keputusan politik yang sehat dan berkelanjutan. (Muzaffar et al., 2020)

#### **d. Netralitas**

Netralitas media dalam menayangkan konten politik merupakan prinsip yang sangat penting untuk dipertahankan oleh setiap media massa, termasuk Metro TV. Prinsip ini menjamin bahwa setiap paslon dan ideologi politik memiliki akses yang sama untuk menyampaikan pesan dan visi mereka kepada publik. Meskipun demikian, data yang disajikan menunjukkan adanya kecenderungan peningkatan konten yang berkaitan dengan Anies Baswedan, yang menimbulkan kekhawatiran akan netralitas Metro TV dalam menyajikan konten politik.

Keberpihakan yang tersirat dalam penayangan konten politik dapat merusak kepercayaan publik terhadap integritas media tersebut. Pada saat yang sama, pelanggaran

terhadap netralitas media dapat mengancam keseimbangan demokrasi dan menciptakan distorsi dalam proses pemilihan umum.

Oleh karena itu, penting bagi Metro TV dan media lainnya untuk secara konsisten memastikan bahwa penayangan konten politik dilakukan secara adil dan seimbang, tanpa adanya preferensi atau keberpihakan terhadap salah satu paslon atau partai politik. Hal ini diperlukan agar masyarakat dapat mengakses informasi yang objektif dan berkualitas dalam proses pembentukan opini dan pengambilan keputusan politik.

Sebagaimana dalam penuturan pihak Metro di atas, mereka mentadari Netralitas media sangat penting untuk memastikan bahwa publik menerima informasi yang akurat dan seimbang tentang berbagai isu politik. Sikap ini sejalan dengan yang dikemukakan (Dimitrova & Matthes, 2018), netral membantu memperkuat integritas media dan membangun kepercayaan publik terhadap informasi yang disajikan. Ketika media mempertahankan netralitas, ini juga membantu mendorong diskusi yang sehat dan berimbang tentang isu-isu politik di masyarakat.

Media memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan memengaruhi persepsi masyarakat terhadap isu politik dan tokoh-tokoh politik. Namun, ketika media menunjukkan bias atau keberpihakan terhadap faksi politik tertentu, mereka berisiko

menggerus kepercayaan publik terhadap kredibilitas dan integritas mereka. Erosi kepercayaan ini dapat memiliki dampak yang luas, meningkatkan skeptisisme di kalangan audiens dan mengurangi efektivitas media sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan.

Selain itu, pemberitaan yang bias oleh media dapat berkontribusi pada polarisasi masyarakat berdasarkan garis politik. Ketika individu secara konsisten terpapar pada narasi dan pandangan yang satu sisi, itu dapat memperdalam perpecahan ideologis dalam komunitas, membentuk mentalitas "kami versus mereka". Polaritas ini tidak hanya menghambat diskusi yang konstruktif tetapi juga memperburuk ketegangan dan konflik politik. Akibatnya, kegagalan media untuk menjaga netralitas dalam liputannya dapat secara signifikan menggoyahkan koheksi dan stabilitas sosial.

Mengakui pentingnya menjaga netralitas dalam liputan politik, organisasi media harus memprioritaskan prinsip objektivitas dan ketidakterikatan dalam praktik jurnalistik mereka. Dengan menyajikan berbagai perspektif yang seimbang dan beragam tentang isu politik, media dapat mendorong diskusi publik yang terinformasi dan mempromosikan pemahaman yang lebih nuansa tentang tantangan-tantangan sosial yang kompleks. Dengan melakukan hal ini,

mereka dapat memenuhi peran penting mereka sebagai penjaga demokrasi, memfasilitasi pertukaran gagasan dan memberikan kontribusi positif pada proses demokratis (Dimitrova & Matthes, 2018).

#### **e. Keterbukaan**

Keterbukaan dan keterlibatan paslon dalam berkomunikasi dengan publik menjadi aspek penting dalam proses demokrasi. Metro TV, dengan memutuskan untuk menaikkan konten "desak Anies" di platform YouTube, telah menunjukkan komitmen untuk memperlihatkan transparansi dalam interaksi antara Anies Baswedan dan masyarakat. Dengan memunculkan konten tersebut, Metro TV memberikan kesempatan kepada Anies Baswedan untuk secara langsung merespons pertanyaan dan desakan dari publik, sehingga menciptakan kesan bahwa Anies Baswedan mendengarkan dan responsif terhadap aspirasi masyarakat.

Langkah ini dapat dianggap sebagai strategi yang bertujuan untuk memperkuat citra positif Anies Baswedan di mata publik. Dengan memperlihatkan keterlibatan dan responsifnya terhadap masukan dari masyarakat, Anies Baswedan dapat meningkatkan kepercayaan dan dukungan publik terhadap dirinya dan program-programnya. Hal ini juga mencerminkan pentingnya interaksi dua arah antara para kandidat dan masyarakat dalam proses politik,

di mana masyarakat memiliki kesempatan untuk memberikan masukan dan pertanyaan kepada calon pemimpin mereka.

Keterbukaan media dalam pemberitaan sangat penting untuk menjaga transparansi, akuntabilitas, dan kepercayaan publik. Keterbukaan media mencakup berbagai hal, seperti memberikan informasi yang jelas dan komprehensif tentang berita dan sumbernya, memberikan kesempatan bagi berbagai sudut pandang untuk diungkapkan, serta memberikan responsif terhadap umpan balik dan pertanyaan dari public (Yoedtadi, 2020).

Keterbukaan media tidak hanya memungkinkan akses yang lebih luas terhadap informasi, tetapi juga memberikan wawasan yang lebih mendalam kepada masyarakat tentang proses produksi berita. Dengan mengetahui bagaimana berita dipilih, disusun, dan disajikan, masyarakat menjadi lebih sadar akan faktor-faktor yang memengaruhi narasi yang mereka terima. Hal ini membantu meningkatkan tingkat kritisitas dan kecerdasan dalam menafsirkan informasi yang diterima dari media.

Selain itu, keterbukaan juga memainkan peran penting dalam memperkuat hubungan antara media dan publiknya. Ketika media bersikap terbuka tentang proses kerja mereka, masyarakat merasa lebih terlibat dan dihargai. Mereka merasa memiliki pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana media

mengambil keputusan dan bagaimana mereka dapat berkontribusi dalam membentuk berita. Hal ini menciptakan ikatan yang lebih kuat antara media dan publiknya, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas masyarakat terhadap lembaga media tersebut.

Namun, meskipun keterbukaan memiliki banyak manfaat, tantangannya adalah untuk memastikan bahwa informasi yang disajikan tetap akurat dan tidak terdistorsi. Dalam upaya untuk menjadi lebih terbuka, media harus tetap berpegang pada standar kejujuran dan integritas jurnalistik. Mereka harus memastikan bahwa informasi yang mereka bagikan terverifikasi dan tidak disajikan secara bias. Ini adalah langkah yang penting dalam menjaga kepercayaan publik dan memastikan bahwa keterbukaan yang dimiliki oleh media benar-benar bermanfaat bagi masyarakat.

Karenanya, keterbukaan media bukan hanya tentang memberikan akses yang lebih besar terhadap informasi, tetapi juga tentang membangun hubungan yang lebih kuat antara media dan masyarakat. Dengan keterlibatan yang lebih besar dari publik, media dapat menjadi lebih responsif terhadap kebutuhan dan kepentingan mereka, sementara masyarakat dapat menjadi lebih kritis dan cerdas dalam menafsirkan informasi yang mereka terima (Yoedtadi, 2020).

**f. Etika**

Dalam menghadapi konten politik di media sosial, seperti yang terjadi dengan konten "desak Anies" yang dipotong dan diunggah di YouTube Metro TV, penting bagi Metro TV untuk memperhatikan etika penyiaran. Potongan konten politik tersebut mungkin dibuat dengan tujuan untuk menyampaikan pesan yang lebih jelas dan singkat kepada penonton, namun demikian, perlu diingat agar potongan tersebut tetap sesuai dengan konteks aslinya dan tidak menyimpang dari substansi utama pesan yang ingin disampaikan.

Hal ini menunjukkan bahwa Metro TV menyadari pentingnya memberikan informasi yang akurat dan representatif kepada penonton, terutama dalam konteks politik yang rentan terhadap penyimpangan dan manipulasi informasi. Sebagai media yang bertanggung jawab, Metro TV harus memastikan bahwa konten politik yang diunggah di platform media sosialnya tetap mematuhi standar etika penyiaran, seperti kejujuran, keseimbangan, dan keterbukaan.

Dalam konteks media sosial, di mana informasi dapat dengan cepat tersebar dan tersebar luas, Metro TV juga perlu mempertimbangkan dampak potongan konten politik tersebut terhadap opini publik dan proses demokrasi secara keseluruhan. Dengan memastikan bahwa potongan konten politik tersebut tetap sesuai dengan etika penyiaran,

Metro TV dapat memainkan peran yang konstruktif dalam membentuk opini publik yang berdasarkan informasi yang akurat dan kredibel.

Sejauh ini MetroTV memahami etika sebagai suatu hal yang harus tetap dijaga. Peran etika dalam media sangat penting dalam menjaga integritas, kepercayaan publik, dan kualitas informasi yang disampaikan kepada masyarakat. Etika media mencakup berbagai aspek, termasuk kejujuran, objektivitas, menghormati privasi individu, menghindari sensasionalisme, dan memastikan bahwa informasi yang disampaikan adalah akurat, terverifikasi, dan seimbang. Salah satu prinsip utama dalam etika media adalah kejujuran. Media harus memberikan informasi yang jujur dan akurat kepada publik tanpa ada upaya untuk menyesatkan atau memanipulasi fakta. Hal ini membantu membangun kepercayaan publik terhadap media sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya (Arnus & Sulfikar, 2014).

Pentingnya menjaga etika dalam penyiaran tidak dapat dilebih-lebihkan karena memiliki dampak yang luas dan mendalam pada masyarakat, demokrasi, dan integritas profesi jurnalistik. Pertama-tama, etika dalam penyiaran merupakan fondasi dari kepercayaan publik terhadap media. Saat masyarakat yakin bahwa media bertindak dengan integritas dan mengikuti standar etika

yang tinggi, mereka lebih cenderung mempercayai informasi yang disampaikan dan menganggapnya sebagai sumber yang dapat diandalkan untuk membentuk opini dan pengambilan keputusan.

Kedua, menjaga etika dalam penyiaran adalah prasyarat untuk menjaga pluralisme dan kebebasan pers dalam masyarakat demokratis. Ketika media mengikuti kode etik yang ketat, mereka dapat memberikan ruang bagi berbagai pandangan dan sudut pandang yang beragam, sehingga masyarakat dapat terpapar pada berbagai informasi dan pemikiran yang berbeda. Ini penting dalam memastikan bahwa demokrasi tetap hidup dan kuat, karena masyarakat memiliki akses yang luas dan berimbang terhadap informasi.

Selanjutnya, etika dalam penyiaran juga penting untuk melindungi hak-hak individu dan kelompok dalam masyarakat. Media yang menjunjung tinggi nilai-nilai etika akan menghindari pelanggaran privasi, penghinaan, atau diskriminasi terhadap kelompok-kelompok tertentu. Hal ini memastikan bahwa setiap individu atau kelompok memiliki hak yang sama untuk dihormati dan diwakili secara adil dalam ruang publik.

Selain itu, menjaga etika dalam penyiaran juga merupakan jaminan untuk menghindari penyebaran informasi palsu atau

disinformasi. Media yang mengutamakan kejujuran dan keakuratan akan melakukan verifikasi yang cermat terhadap informasi sebelum disiarkan, sehingga mencegah penyebaran berita palsu yang dapat merugikan masyarakat. Ini sangat penting dalam menghadapi tantangan dari fenomena disinformasi yang semakin merajalela di era digital saat ini.

Selanjutnya, etika dalam penyiaran juga membantu memelihara integritas profesi jurnalistik secara keseluruhan. Profesi jurnalistik memiliki peran penting dalam menjaga akuntabilitas pemerintah, mengungkap kebenaran, dan memperjuangkan keadilan. Dengan memegang teguh nilai-nilai etika, jurnalis dapat menjalankan tugas mereka sebagai penjaga demokrasi dengan penuh tanggung jawab dan keberanian. Etika dalam penyiaran menciptakan lingkungan yang sehat dan profesional bagi para praktisi media. Dengan memiliki pedoman yang jelas dan konsisten dalam bertindak, wartawan dan profesional media dapat bekerja dengan keyakinan dan integritas. Hal ini juga membantu mendorong pengembangan budaya kerja yang inklusif dan berorientasi pada nilai-nilai moral, sehingga menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi dan kualitas dalam penyampaian informasi kepada masyarakat. Dengan demikian, menjaga etika dalam penyiaran tidak hanya penting untuk

membangun kepercayaan publik, melindungi nilai-nilai demokrasi, dan menghormati hak-hak individu, tetapi juga untuk memelihara integritas profesi jurnalistik dan menciptakan lingkungan kerja yang profesional dan produktif bagi para praktisi media (Kustiawan et al 2022).

## 5. Kesimpulan

Metro TV menggunakan platform media sosial, terutama YouTube, untuk meningkatkan konten terkait kampanye politik, terutama yang berkaitan dengan Anies Baswedan, mengakui peran penting media sosial dalam membentuk opini publik. Namun, kekhawatiran terkait netralitas muncul karena adanya kecenderungan peningkatan konten yang berkaitan dengan Anies Baswedan. Meskipun demikian, Metro TV menunjukkan keterbukaan dan keterlibatan Anies Baswedan dengan menaikkan konten "desak Anies" di YouTube, yang dapat memperkuat citra positifnya di mata publik. Penting bagi Metro TV untuk tetap memperhatikan etika penyiaran dalam menghadapi konten politik di media sosial, untuk memastikan informasi yang disampaikan tetap akurat dan sesuai dengan standar etika.

## REFERENSI

- Andhita, P. R. (2021). Hierarki Pengaruh Dalam Pemberitaan Gibran Sebagai Kandidat Walikota Surakarta Di Solopos.com. *Avant Garde*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.36080/ag.v9i1.1242>
- Arnus, S. H., & Sulfikar, A. (2014). Industrialisasi media massa dan etika jurnalistik. *Al-Munzir*, 7(2), 101–114.
- Berliani Ardha. (2014). Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 Di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(01), 105–120.
- Dimitrova, D. V, & Matthes, J. (2018). Social media in political campaigning around the world: Theoretical and methodological challenges. In *Journalism & mass communication quarterly* (Vol. 95, Issue 2, pp. 333–342). SAGE Publications Sage CA: Los Angeles, CA.
- Fahrudin, A., & Billah, A. (2023). Modeling manajemen informasi dan verifikasi berita menjelang pemilu dan pemilihan 2024: Sebuah studi preliminary tentang upaya mencegah black champaign dan hoax. *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia*, 4(2), 212–232. <https://doi.org/10.46874/tkp.v4i2.672>
- Garmabrata, G., Dimiyati, I., & Yusanto, Y. (2014). *Realitas KOMPAS TV Dalam Menggunakan Youtube Sebagai Sarana Menyebarkan Berita*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Kustiawan, W., Bahri, Z. H., Siregar, A. A. P., Sabilla, S., Daulay, S. P., Brutu, N., ... & Nasution, A. P. (2022). Etika dalam Penyiaran dan aturannya. *Jutkel: Jurnal Telekomunikasi, Kendali dan Listrik*, 3(2), 30-40.
- Muzaffar, M., Yaseen, Z., & Safdar, S. (2020). Role of social media in political campaigns in Pakistan: A case study of 2018 elections. *J. Pol. Stud.*, 27, 141.

- Olayinka, A. P., & Odunayo, S. (2024). The Role of Media Ethics in Shaping Public Perception: A Critical Analysis of Biased Reporting and Its Impact on Public Opinion. *Journal of African Innovation and Advanced Studies*.
- Ready, A. (2016). Rummyeni, S.Sos, M.Sc. *PENGGUNAAN MEDIA ONLINE SEBAGAI SUMBER INFORMASI AKADEMIK MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS RIAU Oleh*, 3(1), 3.
- Sandu. Siyoto;, M. K., & Ali. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. In : *Literasi Media Publishing* (Vol. 1).
- Siregar, B., Abdullah, A. Z., & Solihin, O. (2022). Resepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Anies Baswedan Sebagai Calon Presiden. *Jurnal Common*, 6(2), 135–145.
- Sutejo, A. P. (2015). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Mahasiswa (Study Deskriptif Tentang Pemanfaatan Grup Facebook IIP-PSTP Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Mahasiswa Prodi IIP dan Prodi PSTP Universitas Airlangga)*. 1–52.
- Suyanto, B. (2014). *Sosiologi ekonomi: Kapitalisme dan konsumsi di era masyarakat post-modernisme*. Prenada Media.
- Wischenbart, R. (2016). IPA global publishing statistics. *World*, 114(12,189), 7–46.
- Yoedtadi, M. G. (2020). Pemanfaatan media sosial di televisi grup MNC. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1).