

PERJUANGAN MAKNA DAN KEKUASAAN: TINJAUAN ERIC LOUW TERHADAP MEDIA TV PEMBERITAAN DAN PERTARUNGAN POLITIK DI INDONESIA

Hayatun Nufus¹, Udi Rusadi²

Email : 2024630021@usahid.com

^{1,2} Department of Communication Science Sahid University Indonesia, Indonesia

Abstrak

Artikel ini mengkaji analisis kesenjangan dan dinamika hubungan antara media berita dan politik di Indonesia melalui kacamata teori komunikasi politik Eric Louw. Dalam kerangka Louw, media massa, dalam hal ini TV News, bukan hanya saluran informasi yang netral secara politik, tetapi juga arena perebutan makna dan kekuasaan, tempat para aktor politik, pemilik media, dan jurnalis berinteraksi satu sama lain untuk membentuk persepsi publik. Di tengah sistem demokrasi yang semakin terbuka, lanskap media di Indonesia menunjukkan gejala mediasi politik yang kuat, di mana kepentingan politik-ekonomi elit sering membingkai narasi berita. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan tinjauan pustaka, artikel ini menganalisis bagaimana media memainkan peran ideologis dalam mengkonstruksi realitas sosial-politik dan bagaimana kekuasaan disalurkan dan diperebutkan melalui praktik berita. Studi ini menemukan bahwa, seperti yang ditunjukkan Louw, media di Indonesia beroperasi dalam logika pasar dan logika politik, yang menghasilkan medan diskursif yang penuh dengan kontestasi dan hegemonisasi makna. Oleh karena itu, tulisan ini menyoroti pentingnya kesadaran kritis terhadap peran media dalam demokrasi dan perlunya penguatan etika jurnalistik dan literasi media publik guna menyeimbangkan struktur kekuasaan di ruang publik.

Kata Kunci : TV, Media, Berita, Makna, Kekuasaan, Eric Louw

Abstract

This article examines the gap analysis and dynamics of the relationship between news media and politics in Indonesia through the lens of Eric Louw's political communication theory. In Louw's framework, mass media, in this case TV News, is not only a politically neutral channel of information, but also an arena of struggle for meaning and power, where political actors, media owners, and journalists interact with each other to shape public perception. In the midst of an increasingly open democratic system, the media landscape in Indonesia shows symptoms of strong political mediation, where elite political-economic interests often frame news narratives. Using a qualitative approach and literature review, this article analyzes how the media plays an ideological role in constructing socio-political reality and how power is channeled and contested through news practices. The study finds that, as Louw points out, the media in Indonesia operates within a market logic as well as a political logic, resulting in a discursive field full of contestation and hegemonization of meaning. Thus, this article highlights the importance of critical awareness of the role of the media in democracy and the need to strengthen journalistic ethics and public media literacy to balance the power structure in the public sphere.

Keywords: TV, Media, News, Meaning, Power, Eric Louw

PENDAHULUAN

Dalam era demokrasi kontemporer, media massa seperti TV pemberitaan, selain peran media sosial sebagai media baru saling berinteraksi dan terkait, memainkan peran sentral dalam membentuk opini publik dan menjadi jembatan komunikasi antara negara, masyarakat, dan kekuatan politik. Di Indonesia, pasca reformasi 1998, terjadi liberalisasi media yang signifikan, ditandai dengan maraknya kepemilikan media oleh konglomerasi bisnis-politik serta meningkatnya dinamika antara aktor media dan kekuasaan (Druskienė & Šarkiūnaitė, 2018). Fenomena ini menimbulkan pertanyaan mendasar

Hayatun Nufus, Udi Rusadi | Perjuangan Makna dan Kekuasaan: Tinjauan Eric Louw terhadap Media TV Pemberitaan dan Pertarungan Politik di Indonesia tentang independensi media dan sejauh mana ia mampu menjadi ruang publik yang netral (Niedlich et al., 2020).

Eric Louw, dalam kajian komunikasi politiknya, menyoroti peran media sebagai arena ideologis tempat berlangsungnya perjuangan makna antara berbagai kepentingan. Media tidak netral, tetapi menjadi bagian dari medan kuasa yang saling berkelindan dengan ekonomi politik, ideologi, dan praktik simbolik (Hutabarat, 2020). Dengan latar tersebut, tulisan ini mencoba membaca ulang dinamika pemberitaan politik di Indonesia dengan menggunakan kerangka pemikiran Louw, khususnya dalam melihat bagaimana media bukan hanya menyampaikan realitas, melainkan turut memproduksi dan mereproduksi makna demi kepentingan tertentu (Andrijanto et al., 2022).

Di era Reformasi pasca Orde Baru, media relatif tak lagi dikekang negara, tetapi bukan berarti bebas dari kekuasaan. Justru kini, perebutan makna berlangsung lebih halus melalui framing, afiliasi politik, dan kontrol modal (Md Atikur et al., 2023). Metro TV, milik Surya Paloh (NasDem), sering membingkai isu pembangunan dengan sudut pandang pro-pemerintah dan elite teknokrat. Aksi protes buruh dan mahasiswa kerap direduksi menjadi “gangguan ketertiban”. TV One, berafiliasi dengan Golkar dan Bakrie Group, cenderung mengusung narasi populis-konservatif (Aminulloh & Fianto, 2023). Tokoh seperti Prabowo Subianto diberi pencitraan simpatik sebagai “pemimpin tegas”, namun kasus elite nyaris tak diulik secara kritis. Kompas, cenderung berperan menjadi simbol media moderat, berusaha netral tapi terjebak kompromi struktural. Dalam isu Papua, liputan lebih menonjolkan “stabilitas” ketimbang ketidakadilan (Li, 2023).

Permasalahan

Tulisan ini bertujuan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: Pertama, bagaimana media TV pemberitaan di Indonesia berperan dalam konstruksi makna politik?. Kedua, dalam konteks Indonesia, bagaimana media menjadi arena perjuangan antara kepentingan kekuasaan, ideologi, dan ekonomi-politik?. Ketiga, bagaimana relevansi teori Eric Louw dalam menjelaskan relasi antara media, makna, dan kekuasaan di Indonesia?

Tujuan Penulisan

Tulisan ini bertujuan untuk: Pertama, menganalisis peran media dalam pembentukan makna dan distribusi kekuasaan di ranah politik Indonesia. Kedua, mengkaji dinamika relasi antara media dan kekuasaan menggunakan perspektif Eric Louw. Ketiga, memberikan pemahaman kritis terhadap fungsi ideologis media dalam sistem demokrasi yang bercorak oligarkis.

Kerangka Teoretik

Kerangka teoretik artikel ini berlandaskan pada pemikiran Eric Louw (Kreiss et al., 2018) dalam bidang komunikasi politik dan ekonomi politik media. Louw memandang media sebagai institusi yang tidak netral, melainkan sebagai bagian dari struktur kekuasaan yang memediasi relasi antara kepentingan politik, ekonomi, dan publik. Ia menekankan bahwa media merupakan ruang ideologis tempat terjadinya kontestasi makna antara aktor dominan dan subordinat.

Dalam hal ini, teori hegemoni Gramscian turut digunakan untuk memperkuat analisis, di mana media dipahami sebagai alat untuk membangun dan mempertahankan dominasi kelas berkuasa melalui normalisasi ideologi tertentu dalam narasi berita. Selain itu, konsep "mediatization of politics" turut dijadikan pijakan untuk melihat bagaimana politik menyesuaikan diri dengan logika media, baik dalam bentuk simbolik, representasi, maupun strategi komunikasi. Mediasi politik merujuk pada proses di mana praktik politik, lembaga, dan aktor-aktor politik semakin dipengaruhi, dibentuk, dan dimodifikasi oleh logika dan kebutuhan media. Dalam konteks ini, media tidak hanya menjadi saluran informasi, tetapi juga membentuk cara politik dipersepsikan, dipraktikkan, dan dikomunikasikan kepada publik. Berdasarkan hal tersebut, Eric Louw (2005) menyebutkan:

“...Media are not neutral transmitters of information; they are actively involved in the construction of social and political reality...”. Media bukanlah penyampai informasi yang netral; mereka terlibat secara aktif dalam konstruksi realitas sosial dan politik.

Sebagai pembanding, Stuart Hall (Saragih et al., 2024) menyebutkan: “...There is no one-to-one relationship between the message as sent and the message as received. Meaning is not fixed, but contested...”. Tidak ada hubungan satu-ke-satu antara pesan yang dikirim dan pesan yang diterima. Makna bukan sesuatu yang tetap, melainkan diperebutkan. . Berikutnya, Herman & Chomsky (Ming & Wang, 2022) mengatakan: “...The mass media serve as a system for communicating messages and symbols to the general populace, shaped by filters that privilege elite interests...”. Media massa berfungsi sebagai sistem untuk menyampaikan pesan dan simbol kepada masyarakat luas, yang dibentuk oleh penyaring-penyaring yang mengutamakan kepentingan elite. .

Robert McChesney (Alfiyani, 2018) menekankan bahwa “A functioning democracy requires a diverse and independent media system. What we now have is a media oligopoly...”. Sebuah demokrasi yang berjalan dengan baik memerlukan sistem media yang beragam dan independen. Namun yang kita miliki sekarang adalah oligopoli media. Tapsell (Farkas & Bene, 2021) menyoroti bahwa “...In Indonesia, media ownership is not just a matter of economics, but a political strategy to maintain influence and power...”. Di Indonesia, kepemilikan media bukan semata soal ekonomi, tapi merupakan strategi politik untuk mempertahankan pengaruh dan kekuasaan. Ini bukan hanya tentang siapa yang punya saham, tapi siapa yang mengontrol narasi publik. Selanjutnya, Curran & Seaton (Syahputra & Ritonga, 2019) melihat bahwa “...The press often presents itself as an independent watchdog. In reality, it is frequently aligned with economic and political interests...” . Pers atau media sering kali menampilkan dirinya sebagai pengawas independen. Namun dalam kenyataannya, ia kerap berpihak pada kepentingan ekonomi dan politik.

Media TV Indonesia sebagai Arena Perjuangan Makna dan Kekuasaan

Dalam konteks Indonesia, media pemberitaan tidak dapat dilepaskan dari pengaruh kepentingan politik dan ekonomi (Aminulloh & Fianto, 2023). Sejak liberalisasi media pascareformasi, muncul fenomena konsentrasi kepemilikan media oleh segelintir elite bisnis yang juga memiliki afiliasi politik. Hal ini menciptakan medan komunikasi yang timpang, di mana narasi politik yang diusung media sangat mungkin dipengaruhi oleh afiliasi dan kepentingan struktural pemiliknya. Dalam kerangka pemikiran Eric Louw, media bukanlah ruang kosong yang netral, melainkan arena di mana aktor-aktor dominan berusaha memproduksi dan mempertahankan hegemoni makna politik tertentu (Thorburn, 2014).

Sebagai contoh, dalam pemberitaan mengenai pemilihan umum, beberapa media arus utama cenderung menampilkan kandidat tertentu secara positif, sementara kandidat lain digambarkan secara negatif atau diabaikan. Hal ini dapat dilihat dalam pola framing berita, pemilihan narasumber, hingga pemilihan isu yang diangkat. Konten-konten tersebut bukan sekadar representasi fakta, melainkan bentuk dari apa yang disebut Louw sebagai “konstruksi makna yang terideologisasi”. Media menyampaikan realitas versi tertentu yang menguntungkan kelompok atau individu tertentu, sekaligus meminggirkan wacana alternatif (Thahara et al., 2024).

Dalam studi kasus pemberitaan pemilu 2019 dan 2024, misalnya, terlihat bagaimana media yang dimiliki oleh konglomerat tertentu memposisikan diri bukan hanya sebagai pengamat, tetapi juga sebagai pemain dalam kontestasi politik. Sikap redaksional mereka dalam menyikapi calon presiden atau partai tertentu tidak bisa dilepaskan dari jaringan kekuasaan yang lebih luas. Ini selaras dengan penekanan Louw bahwa media adalah bagian dari infrastruktur kekuasaan simbolik. Melalui pembentukan citra politik, media tidak hanya memengaruhi persepsi publik, tetapi juga ikut menentukan siapa yang memiliki legitimasi untuk berbicara dan berkuasa.

Di sisi lain, munculnya media alternatif berbasis digital dan jurnalisme warga

memperlihatkan adanya perlawanan terhadap dominasi wacana arus utama. Namun, kekuatan media alternatif masih terbatas, baik dari segi jangkauan maupun sumber daya. Louw menyebut bahwa pertarungan makna dalam media bukan hanya soal konten, tetapi juga struktur distribusi, akses, dan kontrol terhadap audiens. Dalam hal ini, aktor hegemonik tetap memiliki keuntungan struktural yang sulit ditandingi oleh media independen (Novi Indah Sari, 2020).

Dengan demikian, realitas media Indonesia mencerminkan dinamika yang digambarkan Louw: media sebagai arena ideologis tempat makna diproduksi, dinegosiasikan, dan diperebutkan. Fungsi media sebagai watch-dog atau pengawas demokrasi cenderung tereduksi menjadi alat propaganda kekuasaan, terutama ketika tidak disertai dengan literasi media publik yang kritis dan sistem regulasi yang adil (Fitrianti, 2021a).

METODE

Penulisan artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (library research). Data dikumpulkan melalui telaah literatur yang meliputi karya-karya Eric Louw, kajian teori komunikasi politik, serta analisis kritis terhadap pemberitaan politik di media arus utama Indonesia. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami secara mendalam dinamika relasi media dan kekuasaan dalam konteks diskursif dan ideologis (Hamdi et al., 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengkaji bagaimana pergulatan makna dan kekuasaan dalam media terjadi pasca Orde Baru di Indonesia, kita dapat melakukan studi kasus terhadap peran beberapa media utama di Indonesia seperti Metro TV, TV One, dan Kompas. Dengan melalui lensa kritis ekonomi-politik dan diskursus ideologis, saya berargumen bahwa dinamika media Indonesia merupakan representasi konkret dari apa yang Eric Louw sebut sebagai “perjuangan makna” dalam ranah hegemonik. Media bukan sekadar saluran netral informasi, melainkan sebuah medan simbolik tempat aktor-aktor dominan membingkai wacana untuk memperkuat posisi kekuasaan mereka (Saktisyahputra, 2019). Dalam konteks ini, studi kasus Metro TV, TV One, dan Kompas memperlihatkan bagaimana kepentingan ekonomi-politik, ideologi redaksional, dan relasi struktural antara media dan elite politik menghasilkan konfigurasi makna yang berbeda—dan sering kali bertentangan (Savolainen & Ylä-Anttila, 2021).

Berikut adalah contoh lead atau pembuka berita dari tiga media utama—Metro TV, TV One, dan Kompas TV—dalam memberitakan Omnibus Law Cipta Kerja. Analisis ini didasarkan pada dokumentasi siaran berita yang tersedia:



Gambar 1. Perbandingan Framing Media

Sejak disahkan pada tahun 2020, Omnibus Law Cipta Kerja menjadi salah satu kebijakan paling kontroversial di Indonesia. Media memainkan peran sentral dalam membentuk persepsi publik terhadap undang-undang ini. Namun, alih-alih menghadirkan narasi tunggal, pemberitaan justru memperlihatkan wajah beragam yang mencerminkan afiliasi kekuasaan, preferensi politik, dan strategi framing masing-masing media.

Metro TV, yang berada di bawah kendali politisi dan pemilik Partai NasDem Surya Paloh, secara konsisten membingkai Omnibus Law dalam narasi pembangunan. Berita-berita mereka menonjolkan potensi deregulasi sebagai instrumen untuk mempercepat investasi dan memacu pertumbuhan ekonomi. Dalam konteks ini, demonstrasi buruh dan mahasiswa kerap digambarkan sebagai gangguan ketertiban umum, alih-alih sebagai ekspresi sah dari demokrasi partisipatoris. Pendekatan ini sejalan dengan narasi teknokratik yang mengedepankan stabilitas ekonomi sebagai prioritas utama (Fitrianti, 2021b).

Sementara itu, TV One yang memiliki afiliasi historis dengan kelompok politik konservatif seperti Partai Golkar dan Aburizal Bakrie—menawarkan sudut pandang yang lebih populis. Pemberitaan mereka cenderung memberi ruang bagi narasi buruh, LSM, dan kelompok sipil yang menentang undang-undang tersebut. Isu-isu seperti pemotongan upah, penghilangan hak cuti, serta ancaman terhadap jaminan sosial, diangkat secara empatik. Dalam hal ini, TV One menggunakan strategi emotive framing untuk menekankan dimensi penderitaan pekerja. Strategi emotive framing dalam komunikasi adalah teknik penyampaian pesan yang mengutamakan emosi untuk memengaruhi cara audiens memahami suatu isu, peristiwa, atau tokoh (Nieborg & Poell, 2018). Alih-alih hanya menyampaikan fakta secara netral, pesan dikemas dengan narasi emosional—misalnya dengan menonjolkan penderitaan, ketakutan, harapan, atau kemarahan—untuk membangun kedekatan psikologis dan menggiring opini publik. Dalam liputan penolakan terhadap Omnibus Law, TV One menggunakan emotive framing dengan menampilkan wawancara buruh yang menangis karena takut kehilangan pekerjaan, alih-alih fokus pada teks hukum atau analisis ekonomi.

Di sisi lain, Kompas berupaya tampil sebagai penengah yang berimbang. Dalam beberapa tajuk

dan berita utamanya, Kompas menyajikan kedua sisi argumen: antara kebutuhan reformasi struktural ekonomi dan perlindungan terhadap hak-hak pekerja. Meskipun demikian, pendekatan ‘netral’ ini tak sepenuhnya bebas nilai. Kompas lebih banyak menyandarkan diri pada narasumber resmi—seperti menteri dan pejabat pemerintah—dibandingkan suara akar rumput, sehingga tetap mencerminkan bias struktural dalam jurnalisme arus utama (Aryee & Hansen, 2022).

Selanjutnya ada data berisi perbandingan lead berita dan isi pemberitaan dari Metro TV, TV One, dan Kompas TV terkait kasus korupsi e-KTP, yang mencerminkan dinamika relasi antara media dan kekuasaan dalam perspektif Eric Louw:

■ Metro TV: Fokus pada Proses Hukum dan Stabilitas

1. Lead Berita: "Presiden Prabowo Diharapkan Beri Perhatian pada Kasus Korupsi KTP-el"KOMPAS.com+5<https://www.metrotvnews.com>+5<https://www.metrotvnews.com>+5
2. Analisis: Metro TV menyoroti permintaan masyarakat agar Presiden Prabowo Subianto memberikan perhatian khusus terhadap penanganan kasus korupsi e-KTP. Pemberitaan ini menunjukkan fokus pada proses hukum dan stabilitas politik, dengan menekankan peran pemerintah dalam menyelesaikan kasus tersebut. <https://www.metrotvnews.com>
3. Interpretasi Louw: Dalam perspektif Eric Louw, Metro TV berperan sebagai instrument of power, memperkuat narasi pemerintah dan elite politik dengan menekankan stabilitas dan proses hukum yang sedang berlangsung.

■ TV One: Menyoroti Dampak Sosial dan Emosional

1. Lead Berita: "Ekstradisi Buron Korupsi e-KTP Paulus Tannos"YouTube+13TvOne News+13KOMPAS.com+13
2. Analisis: TV One lebih menyoroti dampak sosial dari kasus korupsi e-KTP, terutama terhadap masyarakat dan kepercayaan publik terhadap pemerintah. Dalam pemberitaannya, TV One sering menampilkan kisah-kisah individu yang terdampak, dengan fokus pada proses ekstradisi dan penegakan hukum terhadap buron kasus korupsi. TvOne News
3. Interpretasi Louw: TV One berperan sebagai site of struggle, memberikan ruang bagi suara-suara kritis terhadap kebijakan pemerintah, meskipun tetap dalam batasan yang tidak sepenuhnya menantang struktur kekuasaan yang ada.

■ Kompas TV: Pendekatan Moderat dan Berimbang

1. Lead Berita: "Lagi, Koruptor Kasus E-KTP Setya Novanto Dapat Remisi Khusus Idulfitri"Wikipedia+12Kompas.tv+12KOMPAS.com+12
2. Analisis: Kompas TV berusaha menyajikan pemberitaan yang seimbang dengan menghadirkan berbagai sudut pandang. Dalam pemberitaannya, Kompas TV menyoroti pemberian remisi kepada narapidana kasus korupsi e-KTP, termasuk Setya Novanto, dan dampaknya terhadap persepsi publik terhadap penegakan hukum. Wikipedia+10KOMPAS.com+10Kompas.tv+10
3. Interpretasi Louw: Kompas TV berperan sebagai mediator, berusaha menjaga keseimbangan informasi antara kepentingan pemerintah dan suara publik, meskipun dalam praktiknya tetap dipengaruhi oleh struktur kekuasaan yang ada.

Perbedaan ini menunjukkan bahwa media cenderung tidak pernah netral, dan berita bukan sekadar cermin realitas, melainkan hasil dari proses seleksi, konstruksi, dan penafsiran yang dipengaruhi oleh kekuatan politik dan ekonomi. Dalam kerangka teori Gramsci, kita menyaksikan bagaimana hegemoni naratif bekerja melalui berbagai bentuk framing yang berusaha mengamankan persetujuan publik terhadap makna-makna dominan. Framing adalah proses seleksi dan penekanan informasi untuk menciptakan konteks tertentu. Melalui framing, media: Menentukan “masalah

utama”. Contoh: Demonstrasi mahasiswa diberi bingkai “ancaman keamanan” alih-alih “aspirasi demokratis”. Memilih “tokoh utama” dan “musuh”. Contoh: Dalam isu BBM, pemerintah digambarkan “berani mengambil risiko”, sedangkan pengkritik digambarkan “tidak paham ekonomi”. Mengatur bahasa dan metafora. Contoh: “Reformasi birokrasi” (framing positif) vs. “pemangkasan hak” (framing negatif) untuk isu yang sama. Mengarahkan emosi audiens. Contoh: Menampilkan wajah ibu-ibu menangis dalam liputan pengusuran untuk memunculkan simpati atau, sebaliknya, menampilkan kerusuhan agar muncul ketakutan (Galan et al., 2020).

Hegemoni naratif adalah dominasi suatu cara bercerita, memaknai, dan memandang dunia yang mewakili kepentingan kelompok tertentu (biasanya elite), namun dikonstruksi seolah-olah mewakili “kepentingan umum”. Media menjadi alat utama untuk menanamkan hegemoni ini dengan mengulang-ulang cara pandang tertentu melalui framing, sehingga publik menginternalisasi narasi tersebut sebagai “kebenaran umum”. Hegemoni naratif bekerja melalui framing sebagai teknik simbolik media dengan cara: Menata realitas sosial agar menguntungkan pihak dominan. Menyingkirkan atau melemahkan narasi tandingan. Menginternalisasi nilai-nilai tertentu tanpa kekerasan. Dengan demikian, media tidak hanya melaporkan kenyataan, tetapi menciptakan kenyataan sosial-politik melalui pengulangan narasi hegemonik yang diserap sebagai “normalitas”. Berikut ini peran yang dimainkan oleh 3 TV Pemberitaan:

1. Metro TV: Media dan Politik sebagai Alat Koalisi Ideologis

Metro TV, yang sejak awal dimiliki oleh Surya Paloh, seorang tokoh politik yang juga mendirikan Partai NasDem, merupakan contoh paling jelas dari hibriditas antara media dan kekuasaan politik. Dalam kerangka Eric Louw, ini menunjukkan bentuk konkret dari media capture oleh elite politik—di mana ruang redaksional diselaraskan dengan agenda politik pemilik. Pemberitaan Metro TV selama periode pemilu 2014 dan 2019 menunjukkan kecenderungan mendukung kandidat yang didukung oleh NasDem, dengan representasi positif yang konsisten, pemilihan narasumber yang setujuan, dan pembingkaihan oposisi secara reduktif. Dalam terminologi Louw, ini adalah bentuk dari produksi makna hegemonik—yakni menyajikan narasi politik sebagai “kebenaran bersama”, padahal secara ideologis sarat kepentingan.

Metro TV merupakan contoh konkret dari apa yang disebut Louw (Farkas & Bene, 2021) sebagai *instrumentalization of media*, di mana media dimobilisasi secara langsung untuk kepentingan politik pemiliknya. Dimiliki oleh Surya Paloh, pendiri Partai NasDem, Metro TV secara sistematis mengangkat narasi yang mendukung calon dan kebijakan yang sejalan dengan agenda partainya, khususnya dalam pemilu 2014 dan 2019. Pemilihan narasumber yang homogen, framing isu yang konsisten positif terhadap aktor tertentu, dan pengaburan isu-isu kontroversial terhadap tokoh yang diuntungkan adalah bagian dari praktik hegemonik media. Ini bukan sekadar bias, melainkan produksi makna politis dalam konteks *political branding* yang terlembaga. *Political branding* dalam komunikasi media adalah proses strategis membangun, membentuk, dan menyampaikan citra politik (*image*, identitas, dan nilai-nilai) dari tokoh, partai, atau kebijakan kepada publik—dengan menggunakan teknik komunikasi dan pemasaran yang mirip dengan branding produk komersial (Iswardhana, 2021).

Political branding Metro TV terhadap kandidat presiden, terutama sejak era pasca-Reformasi, dapat dilihat sebagai bagian dari strategi komunikasi media yang terafiliasi secara ideologis dan struktural dengan pemiliknya. Metro TV, yang dimiliki oleh Surya Paloh, juga pendiri Partai NasDem, memiliki rekam jejak yang kuat dalam mengonstruksi citra politik kandidat presiden yang sejalan dengan visi nasionalis-modernis dan teknokratis.

1. Kandidat yang Di-Branding: Joko Widodo

Selama dua periode pemilihan presiden, Metro TV secara konsisten mem-branding Joko Widodo sebagai:

1. Pemimpin yang merakyat namun modern.
2. Reformis yang ramah investor.
3. Simbol stabilitas dan keberlanjutan pembangunan.

Framing Berita:

Metro TV banyak menampilkan Jokowi dalam kegiatan infrastruktur, kunjungan ke daerah tertinggal, serta forum-forum internasional yang menunjukkan kompetensinya sebagai kepala negara global. Bahasa visual dan naratif cenderung positif dan heroik.

Narasi khas: “Presiden kerja,” “Pemimpin dengan hati,” “Pembangun Indonesia dari pinggiran”

Tujuan branding:

Menguatkan persepsi bahwa Jokowi adalah produk ideal dari kombinasi rakyat biasa dan pemimpin efektif—brand politik yang mendukung agenda politik NasDem sebagai partai teknokrat-reformis.

2. Perspektif Eric Louw: Media sebagai Aktor Politik

Menurut Eric Louw, media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengonstruksi makna dan memobilisasi dukungan politik melalui teknik seperti:

1. Agenda-setting: Metro TV memberi porsi besar terhadap liputan prestasi Jokowi.
2. Framing: Kritik terhadap Jokowi minim; jika ada, dibingkai sebagai tantangan yang bisa diatasi.
3. Selective amplification: Tokoh oposisi seperti Prabowo atau Anies sering diliput dalam konteks konflik, bukan prestasi.

Dengan begitu, Metro TV berfungsi sebagai instrumen kekuasaan elite yang mencoba mempertahankan hegemoninya melalui media.

3. Setelah Jokowi: Branding Anies atau Ganjar?

Dalam Pilpres 2024, arah political branding Metro TV menunjukkan simpati kepada Ganjar Pranowo, yang secara ideologis lebih dekat dengan proyek keberlanjutan Jokowi. Pemberitaan Anies Baswedan lebih netral-kritis, dengan porsi sorotan pada kontroversi, bukan gagasan.

2. TV One: Ideologisasi Kekuasaan dalam Pemberitaan Populis-Konservatif

TV One, yang dimiliki oleh Grup Bakrie, memperlihatkan pola yang berbeda namun serupa secara struktural. Selama masa kepemilikan Aburizal Bakrie yang juga merupakan Ketua Umum Partai Golkar, TV One secara intens mengusung narasi yang cenderung konservatif dan populis, khususnya dalam isu-isu yang menyangkut ekonomi dan stabilitas nasional. Misalnya, pada pemilu 2014, TV One memperlihatkan keberpihakan yang lebih besar kepada kubu Prabowo Subianto, terutama melalui segmentasi berita yang memainkan dikotomi “nasionalis vs asing” serta penyajian berita yang memberi ruang luas pada suara-suara kritis terhadap pemerintah saat itu. Dalam teori Louw, hal ini menunjukkan bagaimana media berperan dalam memanipulasi frames untuk menciptakan resonansi emosional pada khalayak—terutama dengan menggunakan strategi populis yang menempatkan “rakyat” sebagai korban elite atau musuh asing (Prayitno et al., 2019).

Sementara Metro TV merepresentasikan mediasi kekuasaan melalui artikulasi elite-koalisi, TV One menampilkan model populisme konservatif dalam penyajian berita. Dimiliki oleh Grup Bakrie, media ini kerap menempatkan narasi nasionalisme ekonomi, stabilitas, dan “ancaman asing” sebagai pusat pemberitaan politik. Louw menyebut strategi ini sebagai bentuk dari emotional political communication, yaitu mengonstruksi realitas politik berdasarkan emosi publik alih-alih rasionalitas demokratis. Dalam beberapa momen kritis politik, TV One terlihat memberikan panggung pada narasi “kerakyatan” yang antielit namun secara paradoks justru menopang kepentingan elite bisnis-politik (Alfiyani, 2018).

Emotional political communication adalah strategi komunikasi politik yang menekankan: Perasaan (marah, takut, bangga, sedih) ketimbang argumen logis, Identifikasi personal dan

pengalaman emosional audiens, Penciptaan ikatan emosional antara media dan publik terhadap isu atau tokoh tertentu. Teori ini erat dengan gagasan "emotive framing", yakni bagaimana media memilih bingkai cerita yang menyentuh emosi untuk membentuk opini politik (Hill et al., 2018). Selanjutnya, bagaimana TV One menerapkan emotive framing ?

1. Menonjolkan Isu-isu Sosial yang Dekat dengan Masyarakat Bawah. TV One secara konsisten menampilkan: Buruh yang menangis karena PHK (Pemutusan Hubungan Kerja), petani yang tergusur oleh proyek pemerintah, nelayan yang kesulitan mendapat akses bahan bakar, ibu-ibu yang khawatir kehilangan subsidi. Dalam pemberitaan penolakan terhadap Omnibus Law atau isu BBM, TV One sering membuka berita dengan testimoni warga kecil, bukan analisis kebijakan teknokrat.
2. Framing Konflik sebagai Cerita Rakyat Melawan Elite. TV One menggunakan narasi emosional seperti: "Suara rakyat yang tak didengar", "Rakyat kecil terjepit kebijakan besar", "Teriakan buruh, tangis ibu-ibu, dan desakan dari desa" Hal ini menciptakan kesan bahwa media berpihak pada "rakyat biasa", sekalipun tetap dalam batas sistem dominan.
3. Menghadirkan Tokoh dengan Gaya Maskulin dan Militan. Dalam pemberitaan politik, TV One cenderung mempromosikan tokoh-tokoh dengan citra tegas, nasionalis, dan konservatif, seperti: Prabowo Subianto (citra militer, maskulin, "pemimpin penyelamat"); Fadli Zon, Rocky Gerung, dan tokoh-tokoh dengan gaya oposisi vocal. Mereka diberi ruang lebih banyak dalam talkshow seperti Indonesia Lawyers Club (ILC) untuk memobilisasi emosi kritik dan resistensi.
4. Dramatisasi Visual dan Naratif. TV One sering menyajikan: Footage dengan musik dramatis. Slow motion pada adegan unjuk rasa atau tangis warga. Narasi suara berat yang membangun ketegangan ("Kini mereka tak tahu lagi harus ke mana."). Tujuannya: menciptakan efek emosional intens yang menumbuhkan rasa marah atau simpati. Menurut Eric Louw, media seperti TV One berperan sebagai "site of struggle"—arena pertarungan wacana, tetapi juga aktor politik yang menyusun makna melalui teknik simbolik dan afektif. Dengan menyentuh emosi, media mengarahkan preferensi politik tanpa harus eksplisit berpihak.

Strategi emotional political communication TV One adalah cara untuk mengkomunikasikan isu politik melalui pengalaman emosional rakyat bawah. Juga membangun solidaritas simbolik dengan kelompok konservatif-populis. Kemudian menghadirkan oposisi sebagai ekspresi keresahan masyarakat, bukan elitisme ideologis (Lu et al., 2022). Media ini bukan sekadar pengamat, tapi juga arsitek emosi kolektif politik yang sangat efektif di tengah demokrasi yang emosional dan berbasis persepsi visual.

3. Kompas: Upaya Moderasi dan Daya Tahan terhadap Tekanan Hegemonik

Berbeda dari dua media televisi TV One dan Metro TV tersebut, Kompas TV dan Group Kompas, meski dimiliki oleh kelompok usaha yang didirikan oleh jurnalis P.K. Ojong dan Jacob Utama, media ini memiliki sejarah jurnalisme yang relatif lebih independen dan moderat karena tidak terafiliasi langsung dengan partai politik tertentu. Namun demikian, dalam praktiknya, Kompas tetap tidak steril dari dinamika kekuasaan. Sikap redaksionalnya cenderung berusaha menjaga posisi tengah, yang sering kali dibaca sebagai strategi bertahan dalam struktur kekuasaan media-politik yang penuh tekanan. Dalam analisis Louw, Kompas dapat diposisikan sebagai media yang memainkan "negosiasi makna"—yakni berupaya meredam pertarungan ideologis melalui pendekatan yang tampak seimbang, namun tetap harus berkompromi dalam pemilihan isu, bahasa, dan narasumber. Dengan kata lain, Kompas beroperasi dalam kerangka hegemoni yang lebih halus, di mana konsensus diproduksi melalui moderasi, bukan polarisasi (Kulkarni & Mishra, 2022).

Berbeda dari dua media sebelumnya, posisi Kompas TV memperlihatkan strategi moderasi redaksional, yakni upaya menjaga keseimbangan narasi di tengah tekanan struktural dari pasar dan kekuasaan. Kompas berupaya memainkan peran middle ground dengan narasi yang lebih deskriptif dan jarang mengambil posisi eksplisit. Namun, dalam kerangka Louw, ini bukanlah indikasi

netralitas, melainkan bentuk negosiasi hegemonik yang disebut *consensual journalism*—di mana media meredam ketegangan ideologis melalui penyajian yang tampak seimbang, namun pada dasarnya tetap berada dalam batas diskursif yang ditentukan oleh struktur dominan.

Ketiga media tersebut secara kolektif menggambarkan lanskap media Indonesia sebagai arena perjuangan makna yang tidak setara, sebagaimana digambarkan Eric Louw. Media tidak bebas dari relasi kekuasaan—justru menjadi instrumen utama dalam reproduksi ideologi dan legitimasi politik. Metro TV dan TV One menunjukkan bentuk artikulasi ideologi secara terbuka melalui pembingkai politik yang partisan, sedangkan Kompas memperlihatkan bentuk kompromi ideologis dalam format moderat. Dalam kerangka hegemonik Gramscian yang juga diadopsi Louw, kita dapat melihat bahwa media tidak hanya mewartakan politik, tetapi melakukan politik melalui konstruksi realitas yang mereka sajikan kepada publik.

Apa yang ditunjukkan oleh ketiga media ini adalah bagaimana media Indonesia berfungsi sebagai arena pertarungan simbolik, tempat di mana makna politik diproduksi, dinegosiasikan, dan direproduksi. Dalam perspektif Gramscian, media menjadi alat hegemoni kultural yang menyerap dan menetralkan resistensi terhadap kekuasaan dengan menyajikannya dalam format diskursif yang dapat dikendalikan. Louw mengafirmasi bahwa media modern beroperasi sebagai ruang pertarungan wacana yang tidak netral, di mana yang “terlihat rasional dan masuk akal” sesungguhnya adalah hasil dari proses hegemonisasi yang panjang dan sistemik (Sri Indah Yulia Dewi et al., 2021).

Dalam tradisi komunikasi politik kritis, media dipandang sebagai medan ideologis tempat pertarungan makna dan kekuasaan berlangsung secara sistematis. Eric Louw (2005) menekankan bahwa media bukan sekadar alat penyampai pesan, melainkan *agent of political socialization* yang secara aktif mengonstruksi wacana, membentuk persepsi publik, dan mempertahankan dominasi kelas penguasa. Melalui kerangka inilah, kita dapat membaca dinamika pemberitaan politik di Indonesia sebagai representasi konkret dari logika ekonomi-politik yang mengikat media, kekuasaan, dan makna dalam satu jaringan relasi hegemonik. Dalam perspektif Gramsci dan Loew

Dalam perspektif Gramsci, hegemoni tercipta saat ideologi dominan berhasil diserap sukarela oleh publik melalui institusi seperti media. Sedangkan dalam perspektif Eric Louw, Media adalah agen politik yang memproduksi makna dan membantu stabilisasi kekuasaan melalui bahasa simbolik. Berikut ini ilustrasi contoh nyata bagaimana perspektif Gramsci dan Louw (Kamal et al., 2021) di 3 media TV Pemberitaan yang menjadi focus artikel ini:

► Metro TV (Pro status quo):

Framing: Kebijakan pemerintah = stabilitas; demonstrasi = ancaman.

Narasi hegemonik: “Pembangunan lebih penting daripada kegaduhan politik”

Efek: Publik menyetujui pembungkaman protes atas nama ekonomi.

► TV One (Populis-konservatif):

Framing: Pemerintah pusat = elite yang jauh; rakyat kecil = korban.

Narasi hegemonik: “Negara telah meninggalkan wong cilik”

Efek: Membentuk resistensi berbasis identitas emosional.

► Kompas TV (Moderasi struktural):

Framing: Kedua belah pihak punya sudut pandang; tetapi narasumber elite lebih dominan

Narasi hegemonik: “Stabilitas dan reformasi perlu kompromi”

Efek: Masyarakat cenderung menerima ketimpangan sebagai keniscayaan sistemik.

Sebagian besar kajian tentang media di Indonesia masih bersifat deskriptif dan institusional, menekankan isu netralitas, kode etik jurnalistik, atau kepemilikan media tanpa menyentuh dimensi ideologis secara mendalam. Padahal, sebagaimana ditegaskan oleh Stuart Hall (Rashid et al., 2019), media adalah “tempat di mana makna diproduksi dan disirkulasikan”—yakni melalui proses encoding/decoding yang melibatkan kekuasaan simbolik. Begitu pula, model propaganda Herman

Hayatun Nufus, Udi Rusadi | Perjuangan Makna dan Kekuasaan: Tinjauan Eric Louw terhadap Media TV Pemberitaan dan Pertarungan Politik di Indonesia

dan Chomsky (Zubaidah & Putra, 2022) mengungkap bagaimana kepemilikan media, iklan, sumber berita, dan ideologi dominan membentuk bias struktural dalam pemberitaan (Petrou et al., 2018).

Kajian ini menawarkan kontribusi teoritis dengan menggabungkan pendekatan Louw terhadap komunikasi politik dengan studi kasus empirik media Indonesia. Dengan membandingkan Metro TV, TV One, dan Kompas, tulisan ini menunjukkan bagaimana logika kekuasaan dan ideologi beroperasi secara berbeda namun saling melengkapi dalam membingkai realitas politik di mata publik.

KESIMPULAN

Pertama, studi ini menegaskan bahwa media pemberitaan di Indonesia tidak dapat dipahami secara terpisah dari struktur kekuasaan politik dan ekonomi yang melingkupinya. Dengan menggunakan kerangka teoretik Eric Louw, diperkuat oleh pemikiran Stuart Hall serta Herman dan Chomsky, artikel ini menunjukkan bahwa media memainkan peran sentral dalam perjuangan makna, yakni melalui proses produksi, distribusi, dan legitimasi wacana politik yang sarat kepentingan.

Kedua, melalui studi kasus Metro TV, TV One, dan Kompas, tampak bahwa setiap institusi media membawa karakter ideologis masing-masing: Metro TV merepresentasikan model mediasi kekuasaan berbasis koalisi politik; TV One memainkan populisme konservatif dalam rangka melanggengkan kepentingan ekonomi-politik; sementara Kompas mencoba mempertahankan posisi moderat yang pada dasarnya merupakan bentuk negosiasi hegemonik terhadap tekanan struktural pasar dan kekuasaan.

Ketiga, temuan ini memperkuat asumsi bahwa media di Indonesia tidak hanya melaporkan realitas, tetapi turut serta dalam membentuk dan merekayasa realitas politik, melalui apa yang disebut Louw sebagai *ideological framing*. Proses ini tidak terjadi dalam ruang hampa, melainkan dalam konfigurasi relasi kuasa yang kompleks antara kepemilikan media, struktur ekonomi-politik, serta kalkulasi komersial dan politik redaksional. Dalam konteks ini, publik tidak lagi sekadar konsumen informasi, tetapi menjadi subjek yang secara terus-menerus dibentuk oleh narasi hegemonik yang didistribusikan melalui media massa.

Refleksi Teoretis dan Implikasi Praktis

Secara teoretis, kajian ini mengonfirmasi validitas pendekatan kritis dalam studi media dan komunikasi politik, terutama dalam konteks negara demokrasi pasca-otoritarian seperti Indonesia. Gagasan Louw mengenai media sebagai *ideological site* bersifat aplikatif dalam menganalisis praktik jurnalisme dan pemberitaan yang terikat pada agenda kekuasaan. Selain itu, kerangka Gramscian tentang hegemoni dan teori propaganda model dari Herman dan Chomsky semakin relevan dalam menelaah bagaimana media beroperasi bukan sebagai kekuatan keempat yang independen, melainkan sebagai bagian dari blok historis dominan.

Kajian ini secara praktis menyoroti pentingnya melihat media bukan hanya dari sisi konten, tetapi juga dari sisi struktur kepemilikan, relasi dengan elite politik, serta pola produksi narasi yang membentuk kesadaran kolektif publik. Dalam kerangka ini, studi media tidak cukup hanya mengaudit isi berita, tetapi harus membongkar relasi kuasa yang membentuknya.

Rekomendasi

1. Reformasi Kepemilikan Media: Pemerintah dan masyarakat sipil perlu mendorong desentralisasi kepemilikan media dan mencegah konsentrasi media di tangan elite yang juga berkepentingan secara politik. Regulasi yang menjamin keberagaman kepemilikan media harus ditegakkan dalam UU Persaingan Usaha yang Sehat.
2. Penguatan Jurnalisme Independen dan Alternatif: Dukungan terhadap media independen dan jurnalisme berbasis komunitas perlu diperluas, baik dalam bentuk insentif fiskal, pelatihan kapasitas kritis, maupun dukungan teknologi, untuk menyeimbangkan dominasi wacana arus

utama.

3. Literasi Media Kritis untuk Publik: Masyarakat harus dibekali dengan kemampuan literasi media yang kritis agar dapat membedakan informasi yang bersifat propaganda, framing ideologis, dan konten yang mendalam. Literasi ini menjadi alat perlawanan terhadap hegemoni simbolik.
4. Perlunya penegakkan Etika dan Kode Jurnalistik Berbasis Akuntabilitas Publik.
5. Media harus dikembalikan pada etika jurnalistik yang berpihak pada kebenaran publik, bukan pada kekuasaan ekonomi-politik. Dewan Pers dan lembaga pengawas lainnya perlu memperkuat instrumen akuntabilitas redaksional.**

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyani, N. (2018). Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik. *Potret Pemikiran*, 22(1). <https://doi.org/10.30984/Pp.V22i1.762>
- Aminulloh, A., & Fianto, L. (2023). Wacana Dan Citra Politik Kandidat Presiden 2024 Di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (Jisip)*, 12(3), 425–436. <https://doi.org/10.33366/Jisip.V12i3.2837>
- Andrijanto, Itoh, M., & Sianipar, F. S. (2022). Behavioral Aspects Of Safety Culture: Identification Of Critical Safety-Related Behaviors Of Motorcyclists In Indonesia's Urban Areas Via The Application Of Behavioral-Based Safety Programs. *Iatss Research*, 46(3), 353–369. <https://doi.org/10.1016/J.Iatssr.2022.04.001>
- Aryee, J., & Hansen, A. S. (2022). De-Politicization Of Digital Systems For Trade Facilitation At The Port Of Tema: A Soft Systems Methodology Approach. *Case Studies On Transport Policy*, 10(1), 105–117. <https://doi.org/10.1016/J.Cstp.2021.11.009>
- Druskienė, A., & Šarkiūnaitė, I. (2018). Motivational Incentives Of Civil Servants In Lithuanian Municipalities. *Public Policy And Administration*, 17(3), 344–370. <https://doi.org/10.5755/J01.Ppaa.17.3.21952>
- Farkas, X., & Bene, M. (2021). Images, Politicians, And Social Media: Patterns And Effects Of Politicians' Image-Based Political Communication Strategies On Social Media. *The International Journal Of Press/Politics*, 26(1), 119–142. <https://doi.org/10.1177/1940161220959553>
- Fitrianti, R. (2021a). Simulacrum Media Di Era Postmodern: Analisa Semiotika Jean Baudrillard Dalam Narasi Iklan Kecantikan Dove Edisi 'Dove Real Beauty Sketches'. *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal Of Law And Social-Political Governance*, 1(2), 92–117.
- Fitrianti, R. (2021b). Simulacrum Media Di Era Postmodern. *Bureaucracy Journal : Indonesia Journal Of Law And Social-Political Governance*, 1(2), 92–117. <https://doi.org/10.53363/Bureau.V1i2.29>
- Galan, J., Bourgeau, F., & Pedroli, B. (2020). A Multidimensional Model For The Vernacular: Linking Disciplines And Connecting The Vernacular Landscape To Sustainability Challenges. *Sustainability*, 12(16), 6347. <https://doi.org/10.3390/Su12166347>
- Hamdi, S., Munawarah, M., & Hamidah, H. (2021). Revitalisasi Syiar Moderasi Beragama Di Media Sosial: Gaungkan Konten Moderasi Untuk Membangun Harmonisasi. *Intizar*, 27(1), 1–15. <https://doi.org/10.19109/Intizar.V27i1.8191>
- Hill, T., Canniford, R., & Millward, P. (2018). Against Modern Football: Mobilising Protest Movements In Social Media. *Sociology*, 52(4), 688–708. <https://doi.org/10.1177/0038038516660040>
- Hutabarat, A. N. V. (2020). The Persuasion In Joko Widodo's Speech: A Comparison Between The Indonesian Source Text And Its Annotated Translation In Mandarin. *Madah*, 11(2), 231–248. <https://doi.org/10.31503/Madah.V11i2.310>

- Hayatun Nufus, Udi Rusadi | Perjuangan Makna dan Kekuasaan: Tinjauan Eric Louw terhadap Media TV Pemberitaan dan Pertarungan Politik di Indonesia
- Iswardhana, M. R. (2021). Cyber Diplomacy And Protection Measures Against Threats Of Information Communication Technology In Indonesia. *Journal Of Islamic World And Politics*, 5(2), 343–367.
- Kamal, A. M., Darmawan, W. B., & Agustino, L. (2021). Strategi Komunikasi Politik Pks Jawa Barat Dalam Meningkatkan Perolehan Suara Pada Pemilu 2019. *Journal Of Education, Humaniora And Social Sciences (Jehss)*, 3(3), 1184–1192. <https://doi.org/10.34007/Jehss.V3i3.519>
- Kreiss, D., Lawrence, R. G., & Mcgregor, S. C. (2018). In Their Own Words: Political Practitioner Accounts Of Candidates, Audiences, Affordances, Genres, And Timing In Strategic Social Media Use. *Political Communication*, 35(1), 8–31. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1334727>
- Kulkarni, A., & Mishra, M. (2022). Aspects Of Women’s Leadership In The Organisation: Systematic Literature Review. *South Asian Journal Of Human Resources Management*, 9(1), 9–32. <https://doi.org/10.1177/23220937211056139>
- Li, F. (2023). Blue Economy To Boom Economy: Eu’s Experience And Asean-China’s Path. *Open Journal Of Political Science*, 13(02), 240–254. <https://doi.org/10.4236/Ojps.2023.132015>
- Lu, J. G., Swaab, R. I., & Galinsky, A. D. (2022). Global Leaders For Global Teams: Leaders With Multicultural Experiences Communicate And Lead More Effectively, Especially In Multinational Teams. *Organization Science*, 33(4), 1554–1573. <https://doi.org/10.1287/Orsc.2021.1480>
- Md Atikur, R., Md Sayed, U., & Wasib Bin, L. (2023). Effects Of Training And Development, Organizational Culture, Job Satisfaction, And Career Development On Employee Retention In Commercial Banks In Bangladesh. *The Journal Of Asian Finance, Economics And Business*, 10(2), 91–97.
- Ming, L., & Wang, G. (2022). An Introduction To The Special Issue On “Language, Politics And Media: The Hong Kong Protests”. *Journal Of Language And Politics*, 21(1), 1–16. <https://doi.org/10.1075/Jlp.21056.Liu>
- Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The Platformization Of Cultural Production: Theorizing The Contingent Cultural Commodity. *New Media & Society*, 20(11), 4275–4292. <https://doi.org/10.1177/1461444818769694>
- Niedlich, S., Kummer, B., Bauer, M., Rieckmann, M., & Bormann, I. (2020). Cultures Of Sustainability Governance In Higher Education Institutions: A Multi - Case Study Of Dimensions And Implications. *Higher Education Quarterly*, 74(4), 373–390. <https://doi.org/10.1111/Hequ.12237>
- Novi Indah Sari. (2020). Politik Simulacra Dalam Ekstasi Media Sosial Di Indonesia. *Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika, Sosial Dan Budaya*, 1(1), 40–51. <https://doi.org/10.55623/Ad.V1i1.21>
- Petrou, P., Demerouti, E., & Schaufeli, W. B. (2018). Crafting The Change: The Role Of Employee Job Crafting Behaviors For Successful Organizational Change. *Journal Of Management*, 44(5), 1766–1792. <https://doi.org/10.1177/0149206315624961>
- Prayitno, H. J., Kusmanto, H., Nasucha, Y., Rahmawati, L. E., Jamaluddin, N., Samsuddin, S., & Ilma, A. A. (2019). The Politeness Comments On The Indonesian President Jokowi Instagram Official Account Viewed From Politico Pragmatics And The Character Education Orientation In The Disruption Era. *Indonesian Journal On Learning And Advanced Education (Ijolae)*, 1(2), 52–71. <https://doi.org/10.23917/Ijolae.V1i2.8785>
- Rashid, A. A., Yunus, M. M., & Wahi, W. (2019). Using Padlet For Collaborative Writing Among Esl Learners. *Creative Education*, 10(03), 610–620. <https://doi.org/10.4236/Ce.2019.103044>
- Saktisyahputra, S. (2019). Pemanfaatan Media Komunikasi Humas Partai Keadilan Sejahtera (Pks) Dki Jakarta Dalam Meningkatkan Citra. *Lugas Jurnal Komunikasi*, 1(2), 119–128. <https://doi.org/10.31334/Ljk.V1i2.441>
- Saragih, A., Khairina, Y., & Br. Batubara, K. (2024). Political Contestation: Ideology And Linguistic Realization By 2024 Prospective Indonesian Presidential Candidates. *Joall (Journal Of Applied*

Hayatun Nufus, Udi Rusadi | Perjuangan Makna dan Kekuasaan: Tinjauan Eric Louw terhadap Media TV Pemberitaan dan Pertarungan Politik di Indonesia

Linguistics And Literature), 9(1), 182–200. <https://doi.org/10.33369/Joall.V9i1.31677>

Savolainen, S., & Ylä-Anttila, T. (2021). The Climate Change Movement And Political Parties: Mechanisms Of Social Media And Interaction During The 2019 Electoral Period In Finland. *Nordic Journal Of Media Studies*, 3(1), 40–60. <https://doi.org/10.2478/Njms-2021-0003>

Sri Indah Yulia Dewi, P., Kurniati, N., & Wahidaturrahmi, W. (2021). Pengaruh Kepercayaan Diri Dan Kemampuan Komunikasi Matematika Terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa. *Griya Journal Of Mathematics Education And Application*, 1(2), 122–131. <https://doi.org/10.29303/Griya.V1i2.41>

Syahputra, I., & Ritonga, R. (2019). Citizen Journalism And Public Participation In The Era Of New Media In Indonesia: From Street To Tweet. *Media And Communication*, 7(3), 79–90. <https://doi.org/10.17645/Mac.V7i3.2094>

Thahara, Y., Firdaus, A. Y., Amelia, F., Lailiyah, S., Novitasari, N. F., Mila, D. T., & Khissoga, R. H. (2024). Attitude And Political Ideology Of 2024 Indonesian Presidential Candidates Reported In [Jakartapost.Com](https://www.jakartapost.com). *Register Journal*, 17(1), 123–145. <https://doi.org/10.18326/Register.V17i1.123-145>

Thorburn, E. D. (2014). Social Media, Subjectivity, And Surveillance: Moving On From Occupy, The Rise Of Live Streaming Video. *Communication And Critical/ Cultural Studies*, 11(1), 52–63. <https://doi.org/10.1080/14791420.2013.827356>

Zubaidah, Z., & Putra, R. S. (2022). Model Kepemimpinan Digital Kepala Sekolah Di Era Teknologi. *Jurnal Mudarrisuna: Media Kajian Pendidikan Agama Islam*, 12(4), 803. <https://doi.org/10.22373/Jm.V12i4.17206>