



## Strategi Politik Media untuk Membangun Citra Positif Presiden Prabowo-Gibran, dalam Konten Seputar iNews RCTI

<https://doi.org/10.25008/caraka.v6i2.232>

AHAD ISNAINI  
M. HARISH ISHLAH  
USMAN MANSUR  
ABDURRAHMAN  
HARMONIS

*Universitas Muhammadiyah Jakarta - Indonesia*

### ABSTRACT

This study examines the media's political strategies in building a positive image of President Prabowo-Gibran through the Seputar iNews RCTI broadcast on YouTube. Media, particularly digital media such as YouTube, plays a strategic role in shaping public opinion and political legitimacy through engaging and persuasive audiovisual content. Using a qualitative approach and content analysis methods, this study reveals that Seputar iNews RCTI tends to present narratives that frame President Prabowo in a positive light, whether through coverage of policy achievements, international visits, or social activities. The framing strategy used strengthens personal branding and political legitimacy, but also blurs the line between objective reporting and political interests. This seemingly systematic media bias raises questions about the independence of journalism and violates journalistic codes of ethics. This study also shows that the media functions not only as a conveyor of information but also as a tool of power capable of massively influencing public perception. Therefore, it is important to reaffirm the media's role in maintaining integrity, objectivity, and balance in democracy. This research is expected to serve as an academic reference in the study of contemporary media politics.

**Kata Kunci:**Media Political Strategy, Framing, Political Image, Prabowo-Gibran, Around iNews RCTI.

### ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi politik media dalam membangun citra positif Presiden Prabowo-Gibran melalui tayangan *Seputar iNews RCTI* di platform YouTube. Media, khususnya media digital seperti YouTube, memiliki peran strategis dalam membentuk opini publik dan legitimasi politik melalui konten audiovisual yang menarik dan persuasif. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode analisis isi, penelitian ini mengungkapkan bahwa media *Seputar iNews RCTI* cenderung menampilkan narasi yang membingkai Presiden Prabowo dalam sorotan positif, baik melalui pemberitaan capaian kebijakan, kunjungan internasional, hingga kegiatan sosial. Strategi framing yang digunakan memperkuat personal branding dan legitimasi politik, namun juga mengaburkan batas antara pemberitaan objektif dan kepentingan politik. Keberpihakan media yang tampak sistematis ini menimbulkan pertanyaan mengenai independensi jurnanisme dan pelanggaran terhadap kode etik jurnalistik. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa media berfungsi bukan hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai alat kekuasaan yang mampu mempengaruhi persepsi publik secara masif. Oleh karena itu, penting untuk menegaskan kembali peran media dalam

menjaga integritas, objektivitas, dan keberimbangan dalam demokrasi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan akademik dalam kajian politik media kontemporer.

**Keywords:** Strategi Politik Media, Framing, Citra Politik, Prabowo-Gibran, Seputar iNews RCTI.

|                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Author's email correspondent: <a href="mailto:Ahadisnaini510@gmail.com">Ahadisnaini510@gmail.com</a>                                                                                                |
| The author declares that she/he has no conflict of interest in the research and publication of this manuscript                                                                                      |
| Copyright © 2025 (AHAD ISNAINI)<br>Licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 (CC BY-SA 4.0) Available at <a href="http://caraka.web.id">http://caraka.web.id</a> |
| Submitted: July 17, Revised: September 18, 2025 Accepted: December 1, 2025                                                                                                                          |

## PENDAHULUAN

Media sosial kini menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern, sehingga mengubah cara mereka berinteraksi, mengakses informasi, dan membentuk persepsi. Melalui media sosial, individu dan kelompok dapat menyampaikan pesan politik, memobilisasi dukungan, serta mengorganisir gerakan sosial dengan lebih cepat dan efisien (Ahmad, 2024).

Sistem politik demokratis, media berfungsi baik sebagai alat untuk menyebarkan komunikasi politik yang berasal dari luar organisasi media itu sendiri, dan sebagai pengirim pesan-pesan politik yang dibangun oleh wartawan dan produser dan lainnya seperti blogger. dengan kemudahan akses namun memiliki dampak yang besar terhadap tujuan yang ingin dicapai, menjadikannya bernilai ekonomis (Astria, 2022).

Politik media, dalam hal ini media sosial telah menjadi alat strategis dalam sistem politik demokratis, karena memungkinkan penyebaran komunikasi politik secara luas, cepat, dan efisien. Media tidak hanya berperan sebagai saluran distribusi pesan politik dari luar, tetapi juga sebagai aktor aktif yang membentuk narasi politik melalui produksi konten oleh jurnalis, produser, dan pengguna digital seperti blogger. Kemudahan akses dan jangkauan luas media sosial menjadikannya sarana yang bernilai dan berpengaruh dalam membentuk opini publik serta mengarahkan dukungan politik.

Media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram menawarkan bentuk penyampaian pesan ini. Namun, untuk video yang lebih panjang, Youtube menjadi pilihan baru bagi publik figur dan politisi untuk melakukan pencitraan (Pitaloka, 2024).

YouTube memanfaatkan kombinasi elemen audio-visual yang mampu menarik perhatian audiens lebih efektif dibanding media berbasis teks biasa. Hal ini menekankan bahwa kelebihan utama media sosial YouTube adalah kemampuannya dalam menjangkau audiens yang luas dan beragam, memperkaya diskusi dan memperluas dampak pesan politik melalui format video yang menggabungkan elemen audio dan visual. Ini memberikan pengalaman yang lebih mendalam dan memikat dibandingkan dengan teks biasa (Putri, 2024).

Seperti tayangan YouTube *Seputar iNews RCTI* bahwa YouTube menjadi platform strategis dalam politik media karena kemampuannya menyampaikan pesan secara mendalam dan menarik melalui format audio visual. Konten *Seputar iNews RCTI* memanfaatkan keunggulan ini untuk membangun citra, menyampaikan isu politik, dan menjangkau audiens yang luas dan beragam secara lebih efektif dibandingkan media berbasis teks. YouTube tidak hanya menjadi sarana pencitraan bagi figur publik dan politisi, tetapi juga memperkuat daya tarik dan pengaruh pesan yang disampaikan.

Keberhasilan media dalam membangun citra aktor politik ke publik. Jadi sangat sulit memisahkan politik dan media di era sekarang ini. dengan hubungan itu maka banyak aktor politik yang mencari media agar setiap kegiatannya bisa mendapat peliputan yang luas di masyarakat (Hamid, 2020).

Secara normatif, media merupakan sarana publik yang berfungsi memenuhi kebutuhan masyarakat dan demokrasi. Akan tetapi, dalam struktur industri, media tidak lagi dinilai berdasarkan nilai gunanya, tetapi dititik beratkan pada nilai tukar dalam memperoleh keuntungan ekonomi. Media sangat rentan terpengaruh dengan kondisi ekonomi dan politik pemerintah, menjadi alat berbisnis sekaligus berpolitik (Wahdan, 2023).

Media memainkan peran kunci dalam membentuk representasi aktor politik dan menjadi sarana strategis untuk menjangkau khalayak luas. Dalam dinamika kontemporer, keterkaitan antara media dan politik semakin menguat, di mana figur politik secara aktif memanfaatkan platform seperti *Seputar iNews RCTI* untuk memperoleh legitimasi dan visibilitas publik. Namun demikian, media tidak sepenuhnya netral; kepentingan ekonomi dan tekanan politik turut membentuk isi dan arah pemberitaan. Tayangan *Seputar iNews RCTI* menjadi cerminan dari dualitas fungsi media: sebagai kanal penyampaian informasi publik sekaligus sebagai medium konstruksi citra yang sarat kepentingan ideologis dan komersial.

Berita yang disajikan melalui media akan mudah menggiring opini publik dan memberikan citra tertentu atas suatu realitas. Namun pada kenyataannya, selalu ada kepentingan-kepentingan tertentu dibalik suatu pemberitaan. Oleh karena itu, dianggap wajar apa bila suatu realitas yang sama dapat dipahami secara berbeda jika hal itu dikonstruksi dengan bingkai berita yang berbeda (Sukarno, 2019).

Dalam pesta demokrasi tersebut diskursus paling aktual yang ramai diperbincangkan adalah persoalan posisi media massa atau persterlebihi khusus media online. Hal ini menyeruak akibat adanya stigmatisasi yang diperkuat oleh perilaku para pemilik media online yang secara terbuka menyatakan keberpihakan dan bahkan anggota dari partai politik (Lensun, 2021).

Media memiliki kekuatan besar dalam membentuk opini publik melalui cara mereka. Namun, framing tersebut tidak terlepas dari kepentingan tertentu, baik politik maupun ekonomi. Dalam konteks politik, posisi media terutama media online seperti *Seputar iNews RCTI* menjadi bahan analisis karena adanya kecenderungan keberpihakan, yang diperkuat oleh kedekatan emosional terhadap penguasa hari ini. *Seputar iNews RCTI* mencerminkan bagaimana satu realitas politik dapat dikonstruksi secara berbeda tergantung pada kepentingan yang melatar belakangi penyajian berita.

Sebagaimana, kembali dinyatakan (Lensun, 2021), terdapat dalam PKPU (Peraturan Komisi Pemilihan Umum) Nomor 7 Tahun 2015 pasal 52. Pasal tersebut mengungkapkan bahwa pelaksanaan pemberitaan dan penyiaran di media harus sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan kode etik jurnalisme. Pada Undang-Undang No.40 Tahun 1999 Tentang Pers Pasal 7 ayat (2) menyatakan bahwa wartawan memiliki dan menaati Kode Etik Jurnalistik, dan di dalam Kode Etik Jurnalistik Pasal (1) memuat ketentuan bahwa wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk.

Konten pemberitaan *Seputar iNews RCTI* yang menyoroti capaian Presiden Prabowo-Gibran dalam kinerjanya menunjukkan adanya upaya membangun citra positif di ruang publik. Namun, di sisi lain, terlihat secara mencolok keberpihakan media ini terhadap kekuasaan, yang memunculkan pertanyaan mengenai objektivitas dan independensi

jurnalisme yang dijalankan. Padahal, merujuk pada Undang-Undang Pers, jurnalis memiliki kewajiban untuk bersikap independen serta menyampaikan informasi yang akurat, berimbang, dan tidak berpihak. Ketika media menyimpang dari prinsip dasar tersebut, maka kredibilitasnya sebagai penyampai informasi publik yang netral menjadi dipertanyakan.

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah: “Bagaimana strategi tayangan *Seputar iNews* RCTI dalam membangun citra positif Presiden Prabowo-Gibran, dan sejauh mana keberpihakan media memengaruhi independensi serta objektivitas pemberitaan sesuai regulasi dan kode etik jurnalistik?

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi politik media dalam tayangan *Seputar iNews* RCTI dalam membangun citra positif Presiden Prabowo-Gibran melalui konten audiovisual yang disajikan di platform YouTube. Selain itu, mengkaji sejauh mana keberpihakan media dalam tayangan *Seputar iNews* RCTI memengaruhi independensi dan objektivitas pemberitaan berdasarkan regulasi pers dan kode etik jurnalistik yang berlaku.

## KERANGKA TEORI

### *Konsep Politik Media*

Politik dan media merupakan dua entitas yang saling berkaitan erat, terutama dalam sistem demokrasi modern. Media tidak lagi hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi telah menjadi aktor politik yang turut membentuk opini publik (Permono, 2025), memengaruhi persepsi, dan bahkan mengarahkan preferensi politik masyarakat. Dalam konteks ini, media menjadi arena pertarungan makna dan kekuasaan, sebagaimana dikemukakan oleh Manuel Castells bahwa *media is the space where power is decided* (Chadwick & Howard, 2017), media merupakan ruang di mana kekuasaan dipertarungkan dan diputuskan.

Fenomena ini menjadi semakin nyata ketika media digunakan sebagai alat untuk membangun citra politik tokoh atau pasangan calon dalam kontestasi politik. Konsep politik media menekankan pada cara-cara sistematis di mana informasi diproduksi, dikurasi, dan disebarluaskan demi kepentingan politik tertentu. Dalam praktiknya, media tidak lagi sepenuhnya netral, melainkan menjadi instrumen strategis yang dapat digunakan untuk membentuk narasi tertentu, membingkai isu-isu politik, hingga memoles citra kandidat agar diterima publik.

Pada era digital saat ini, bentuk media politik mengalami perluasan yang signifikan. Tidak hanya melalui media cetak dan televisi, media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok menjadi alat komunikasi politik yang sangat ampuh. Platform seperti YouTube, yang digunakan oleh saluran *Seputar iNews* RCTI, menjadi sarana untuk menyampaikan konten politik dalam format audio-visual yang lebih menarik dan persuasif. Dalam tayangan semacam itu, strategi politik media terletak pada bagaimana pesan disampaikan, siapa yang menjadi narator, bagaimana sudut pandang dibentuk, serta bagaimana emosi audiens dimainkan demi menghasilkan persepsi tertentu.

Dalam konteks penelitian ini, strategi politik media dapat dimaknai sebagai serangkaian pendekatan yang digunakan oleh *iNews* RCTI untuk menampilkan Presiden Prabowo-Gibran secara positif kepada publik, baik melalui pemilihan isu, narasi, gaya visual, maupun pengulangan tema tertentu. Strategi ini tidak hanya berperan dalam memperkuat citra, tetapi juga dalam menciptakan legitimasi politik di mata pemirsa.

### *Teori Framing*

Pembingkaian (*framing*) merupakan salah satu pendekatan utama dalam studi komunikasi media. Teori ini menjelaskan bagaimana media menyajikan suatu realitas melalui bingkai tertentu, yang pada akhirnya memengaruhi cara audiens memahami dan memaknai realitas tersebut. Dalam konteks pemberitaan politik, *framing* memainkan peran penting dalam membentuk persepsi publik terhadap aktor, kebijakan, maupun peristiwa politik.

Robert Entman menjelaskan bahwa *framing* melibatkan pemilihan aspek tertentu dari suatu realitas dan menonjolkannya dalam teks komunikasi, untuk mempromosikan definisi masalah (*problem definition*), penafsiran kausal (*causal interpretation*), evaluasi moral (*moral evaluation*), dan rekomendasi penyelesaian (*treatment recommendation*) (Entman, 1993). Dengan kata lain, melalui *framing*, media dapat menentukan apa yang dianggap penting, siapa yang dianggap bertanggung jawab, nilai apa yang disorot, dan tindakan apa yang layak diambil.

Praktiknya, media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk struktur naratif yang kompleks yang mencerminkan keberpihakan, ideologi, atau kepentingan ekonomi dan politik tertentu. Hal ini sangat relevan dalam tayangan politik seperti yang diproduksi oleh Seputar iNews RCTI, di mana *framing* digunakan untuk menyusun citra Prabowo-Gibran dalam cahaya yang positif, misalnya dengan lebih banyak menyoroti keberhasilan dan pencapaian, serta meminimalisasi kritik atau kontroversi.

*Framing* dapat diterapkan melalui berbagai teknik, seperti pemilihan diksi, sudut pandang kamera, pengeditan visual, narasi suara, maupun pengaturan urutan informasi. Dalam konteks audiovisual seperti YouTube, kekuatan *framing* menjadi semakin besar karena didukung oleh elemen gambar, suara, dan musik yang secara psikologis lebih memengaruhi emosi penonton dibandingkan teks semata.

Oleh karena itu, dalam analisis konten tayangan Seputar iNews RCTI, penting untuk menelisik bagaimana proses pembingkaian dilakukan. Isu apa yang ditonjolkan, bagaimana alur narasi dibentuk, serta siapa yang diberi ruang suara. Dengan memahami teknik *framing* yang digunakan, kita dapat menilai sejauh mana media menyusun realitas politik secara selektif demi mendukung kepentingan tertentu.

### *Teori Citra dan Personal Branding Politik*

Politik modern, citra (*image*) menjadi modal penting bagi para aktor politik. Citra bukan hanya tentang bagaimana seseorang terlihat di depan publik, tetapi lebih dalam lagi, tentang persepsi dan impresi kolektif yang dibentuk melalui interaksi simbolik dan komunikasi strategis. Oleh karena itu, pencitraan politik bukanlah proses yang terjadi secara alami, melainkan hasil dari rekayasa komunikasi yang disengaja dan sistematis.

Teori citra politik dapat dirujuk dari pendekatan *Image Restoration Theory* oleh William L. Benoit, yang menjelaskan bagaimana tokoh publik berusaha membangun, mempertahankan, atau memulihkan citra mereka melalui strategi komunikasi tertentu (Benoit, 2019). Dalam konteks kampanye atau eksposur media, strategi pencitraan meliputi teknik seperti penguatan reputasi, asosiasi positif, penghindaran isu negatif, hingga penggunaan simbol-simbol nasionalisme atau religiusitas untuk memperoleh legitimasi publik.

Sementara itu, konsep personal branding politik juga penting untuk dipahami. *Personal branding* adalah proses membentuk identitas politik seseorang yang khas dan mudah dikenali oleh publik (Khair, 2024). Seorang tokoh politik yang sukses membangun personal branding akan diasosiasikan dengan nilai-nilai atau karakter tertentu seperti tegas, merakyat, religius, atau progresif. *Branding* ini tidak hanya dibentuk melalui kata-kata, tetapi

juga lewat gestur, pakaian, gaya bicara, bahkan musik pengiring dalam video kampanye. Dalam konteks tayangan Seputar iNews RCTI, personal branding Presiden Prabowo-Gibran tampak dibentuk melalui narasi keberhasilan, kedekatan dengan rakyat, serta kepemimpinan yang visioner. Konten audiovisual memainkan peran kunci dalam membangun citra ini karena memungkinkan penyajian emosi, ekspresi, dan simbol secara lebih konkret dan memikat.

Proses ini tentu tidak netral, tetapi melibatkan strategi komunikasi politik yang terukur dan diarahkan untuk membentuk persepsi publik tertentu. Maka dari itu, analisis terhadap pencitraan politik dalam tayangan ini harus mempertimbangkan dimensi *branding personal* serta bagaimana media menjadi agen yang memfasilitasi pembentukan identitas politik tersebut.

## METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi (*content analysis*). Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam strategi politik media dalam membangun citra positif Presiden Prabowo-Gibran melalui konten audio visual Seputar iNews RCTI di YouTube.

Peneliti memilih untuk menggunakan pendekatan kualitatif agar dapat melakukan eksplorasi data secara mendalam selama melakukan penelitian. Menurut Sugiyono (2013) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Dari beberapa definisi di atas simpulan yang dapat ditarik bahwa metode penelitian adalah suatu cara kerja yang digunakan sebagai rancangan penelitian ilmiah yang dapat memecahkan permasalahan dalam penelitian.

Objek penelitian yang diidentifikasi adalah akun media sosial Seputar iNews RCTI di YouTube yang secara kontinyu mengekspos kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan membangun citra Positif Presiden Prabowo-Gibran melalui Strategi Politik Media.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Framing dalam Tayangan Seputar iNews RCTI*

Sejak munculnya media baru, masyarakat merasa bahwa media massa konvensional tidak lagi menyediakan informasi yang seimbang, bahkan sering kali menunjukkan dukungan pada pihak-pihak tertentu. Hal ini mendorong masyarakat untuk lebih memilih media baru dari pada media konvensional. Akses internet yang mudah di ruang kerja individu juga dapat digunakan untuk membentuk opini publik. Silalahi (2024) menegaskan kepemilikan media menjadi hambatan utama terhadap otonomi kerja jurnalistik, terkait apa yang harus diberitakan dan tidak diberitakan, serta bagaimana framing media dibuat (Cahyana, 2022).

Media dalam proses membangun citra positif Prabowo-Gibran memberikan inpect yang sangat besar. Data yang tersaji dalam media yang ditemukan dalam penelitian ini adalah Channel Youtube Seputar iNews RCTI memberikan gambaran dalam penelitian ini bahwa konten yang disajikan tentang Prabowo-Gibran mengarah pada hal-hal positif. Channel Youtube Seputar iNews RCTI melakukan langkah dengan menghadirkan konten-konten yang termuat dalam channel ini semua mengacu dan mengarah pada citra Prabowo-Gibran.



Gambar1. Tampilan Presiden Prabowo di Seputar iNews RCTI

*Framing* media Seputar iNews RCTI menunjukkan, media ini secara konsisten membentuk citra positif terhadap tindakan Presiden Prabowo, khususnya dalam kunjungan ke rumah sakit sesuai dengan tagar berita "Prabowo Mau "Nyamar" Berobat Gigi", jikalau kaitkan dalam konteks penyampaian misinya yang berfokus pada "*Jaminan Tersedianya Pelayanan Kesehatan Bagi Seluruh Rakyat: Meningkatkan BPJS Kesehatan dan Penyediaan Obat untuk Rakyat*".

Dalam tayangan tersebut, media menggambarkan upaya Presiden Prabowo sebagai langkah konkret dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui reformasi sistem kesehatan nasional. Namun, di balik narasi positif ini, perlu ada penekanan lebih lanjut dari Presiden kepada pimpinan rumah sakit agar meningkatkan intensitas kesiapsiagaan dalam pelayanan, sehingga misi tersebut tidak hanya menjadi retorika politik, tetapi benar-benar terimplementasi secara efektif di lapangan.

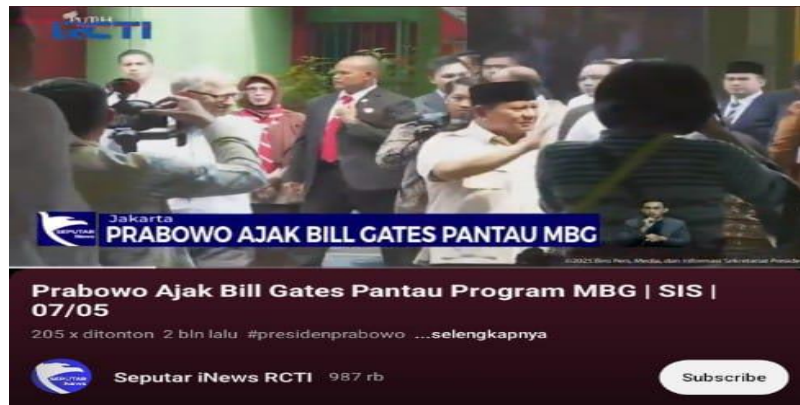
#### *Politik Media*

Berita merupakan suatu hal menarik yang ingin diketahui publik. Berita adalah hal yang mampu memenuhi kebutuhan manusia dalam kehidupan. Berita berupa laporan kejadian yang disampaikan berdasarkan apa yang dilihat di lapangan (Al Kafi, 2020).

Perspektif pluralis memandang pekerja media (wartawan, redaktur) dan pemilik (perusahaan) media sebagai entitas yang otonom (objektif), sehingga berita yang dihasilkan adalah reflikasi dari realitas faktual yang ada di lapangan. Sementara paradigma konstruktivis dan kritis memandang wartawan/pemilik media sebagai entitas yang tidak netral karena aktivitas media terkait erat dengan struktur sosial, budaya, dan konfigurasi kekuatan politik yang ada dalam masyarakat (Launa, 2020).

Media Seputar iNews RCTI, produksi berita tidak sepenuhnya merefleksikan realitas faktual secara netral sebagaimana pandangan pluralis, melainkan lebih selaras dengan paradigma konstruktivis dan kritis yang melihat media sebagai entitas yang terikat pada kepentingan tertentu. Hal ini tercermin dari bagaimana iNews membingkai tindakan Presiden Prabowo, seperti halnya mendukung dan memberikan narasi yang positif dan heroik setiap aktivitas Presiden Prabowo.

Tayangan tersebut menunjukkan bahwa aktivitas media tidak lepas dari pengaruh struktur kekuasaan dan agenda politik tertentu, sehingga berita yang disajikan cenderung membentuk konstruksi citra yang menguntungkan bagi aktor politik, bukan sekadar laporan objektif atas realitas di lapangan.



Gambar 2. Tayangan Presiden Prabowo Ajak Bill Gates Pantau MBG

Agenda kunjungan Bill Gates dapat dianalisis sebagai bagian dari dominasi politik media dalam membentuk persepsi publik terhadap setiap tindakan Presiden Prabowo. Jika dicermati lebih dalam, tindakan Presiden Prabowo dalam agenda tersebut yang disorot media tampak lebih menonjolkan aspek pencitraan dibandingkan substansi kebijakan. Program Makan Bergizi Gratis (MBG) seharusnya tidak hanya dijadikan sebagai sarana pencitraan semata, melainkan perlu dilaksanakan secara rasional dan terukur sesuai dengan standar dan misi Presiden.

Sebaliknya, media cenderung membingkai aktivitasnya dalam narasi yang selalu positif, tanpa memberikan ruang kritik atau analisis yang seimbang. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi media sebagai pengawas kekuasaan mulai bergeser menjadi alat legitimasi politik, sehingga objektivitas dan independensi dalam pemberitaan semakin terabaikan.

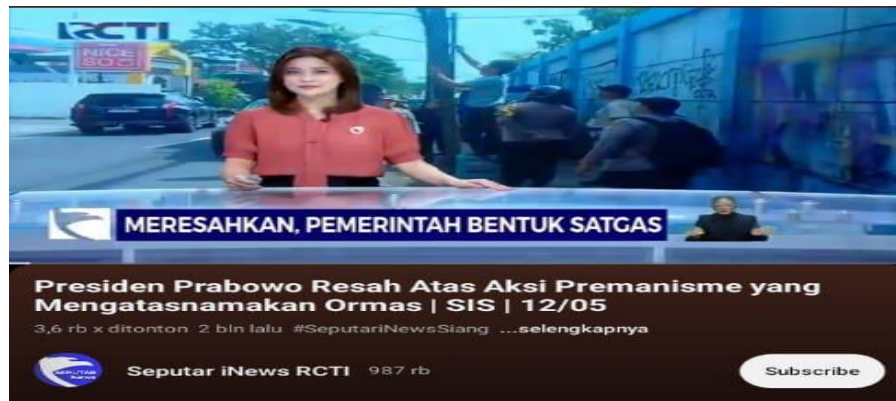
#### *Relasi Media*

Media benar-benar mampu memimpin dan mendominasi lapangan kekuasaan dalam berbagai bidang pembangunan dan kenegaraan. Dengan konsekuensi, para dalang sebagai kekuatan intelektual di masyarakat, dikendalikan negara untuk menyampaikan konsep, ideologi, dan kekuasaan yang telah ditata (Razali, 2021).

Media dalam fungsinya sebagai infrastruktur politik berperan sebagai media komunikasi politik. Kinerja media ini menuntut kualitas standar kelompok wartawan. Melalui berita-berita politik yang ditulis oleh kelompok wartawan, diharapkan terjadi proses pendidikan politik bagi publik (Deha, 2021).

Media Seputar iNews RCTI berperan tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai alat kekuasaan yang mampu mendominasi ruang publik dan membentuk wacana politik sesuai dengan kepentingan tertentu. Dalam konteks ini, media berfungsi sebagai infrastruktur politik yang menyampaikan ideologi dan narasi kekuasaan yang telah ditata, serta mengarahkan opini publik melalui framing yang terstruktur.

Meskipun idealnya media menjalankan peran edukatif melalui berita politik yang objektif, pada praktiknya, Seputar iNews RCTI cenderung menampilkan berita-berita yang memperkuat citra positif tokoh politik tertentu seperti Presiden Prabowo.



Gambar 3. Tayangan Presiden Prabowo Resah atas Aksi Premanisme  
Sumber: Seputar iNews RCTI

Analisis terhadap gambar 3 menunjukkan adanya keterkaitan yang sangat kuat antara media dan penguasa yang mencerminkan kepentingan media dalam membangun dan mempertahankan citra politik tertentu. Akibat dari kuatnya keterkaitan antara media dan penguasa, independensi media sebagai pilar demokrasi tidak lagi diterapkan secara ideal. Media yang seharusnya bersikap netral dan menjadi alat kontrol sosial justru terjebak dalam kepentingan politik praktis.

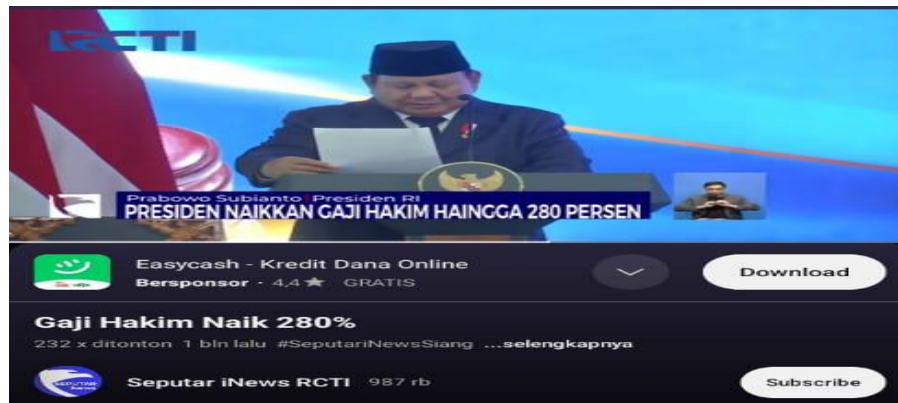
Mestinya media harus berpandangan objektivitas sebuah isu yang memangkas dari pikiran pera mahasiswa dan Ormas tertentu. Seharusnya, media memiliki pandangan yang objektif dalam memberitakan suatu isu, agar tidak memangkas ruang berpikir kritis dari kalangan mahasiswa maupun organisasi masyarakat (Ormas) tertentu. Objektivitas ini penting untuk menjaga keberimbangan informasi dan mendorong terbentuknya opini publik yang sehat dan rasional.

#### *Kepentingan Media*

Tudingan keberpihakan media kepada suatu kelompok sudah mulai meresahkan masyarakat lainnya. Ketidak-puasan masyarakat akan netralitas media sudah menjadi perhatian bagi kalangan akademisi. Pertanyaan yang timbul di masyarakat seberapa jauh independensi media saat ini (Musfialdy, 2019).

Media massa sudah memproklamirkan diri bawa prodak jurnalistik yang akan disampaikan kepada masyarakat adalah netral. Pro dan kontra keberpihakan media merupakan satu di antara ribuan kasus yang menimpa media massa Indonesia. Selain itu, tudingan keberpihakan yang sering ditunjukkan media massa Indonesia mulai meresahkan masyarakat (Wibawa, 2020).

Keberpihakan media, termasuk dalam tayangan Seputar iNews RCTI, telah memunculkan keresahan di kalangan masyarakat dan menjadi perhatian serius di ranah akademik. Meskipun media massa, termasuk iNews, mengklaim menyajikan produk jurnalistik yang netral, realitas di lapangan menunjukkan adanya kecenderungan keberpihakan terhadap kelompok atau tokoh tertentu, seperti Presiden Prabowo. Hal ini memunculkan pro dan kontra, serta mempertanyakan sejauh mana independensi media benar-benar diterapkan. Fenomena ini mencerminkan krisis kepercayaan publik terhadap media, karena netralitas yang dijanjikan sering kali tidak sejalan dengan praktik pemberitaan yang terjadi.



Gambar 4. Tayangan Presiden Prabowo Naikkan Gaji Hakim  
Sumber: Seputar iNews RCTI

Sikap media yang cenderung menguntungkan para politisi menunjukkan adanya penyimpangan dari fungsi ideal media sebagai pengawal demokrasi, masyarakat hanya menanggung rasa yang penuh dengan kerapuhan. Sebagai jurnalis, seharusnya memiliki sikap independen dalam menyikapi setiap tindakan Presiden Prabowo. Independensi ini penting untuk menjaga integritas profesi serta memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik bersifat objektif. J

ika dianalisis dari tagar berita yang ditayangkan oleh media Seputar iNews RCTI, dapat tergambar bahwa Presiden Prabowo diposisikan sebagai sosok yang memiliki kepedulian tinggi terhadap para pejabat di Indonesia. Padahal, dalam kondisi saat ini, rakyat sangat mengharapkan kepedulian nyata dari seorang pemimpin, terutama Presiden, terhadap permasalahan yang mereka hadapi. Harapan terbesar masyarakat adalah hadirnya sosok pemimpin yang tidak hanya peduli pada kalangan pejabat.

Tabel 1. Analisis Berita Seputar iNews RCTI

| Waktu        | Judul Berita                                  |
|--------------|-----------------------------------------------|
| 12 Juni 2025 | Presiden Naikkan Gaji Hakim Hingga 280 Persen |
| 26 Juni 2025 | Prabowo Mau Nyamar Berobat Gigi               |
| 7 Mei 2025   | Prabowo Ajak Bill Gates Pantau Program MBG    |
| 11 Juni 2025 | Prabowo Buka Pameran Indo Defence             |

Sumber: Hasil Berita Seputar iNews RCTI

Pemberitaan media Seputar iNews RCTI menunjukkan tingkat keberpihakan yang tinggi terhadap kekuasaan, khususnya terhadap Presiden Prabowo, sehingga menimbulkan krisis kepercayaan di tengah masyarakat. Politik media yang seharusnya memberikan kontrol dan kritik terhadap kekuasaan justru terjebak dalam narasi yang menguntungkan pihak tertentu. Oleh karena itu, media perlu menunjukkan independensinya dengan menghadirkan pemberitaan yang lebih seimbang dan berdampak nyata bagi publik, bukan sekadar memperkuat citra penguasa. Hal ini penting agar media tetap dipercaya sebagai sumber informasi yang objektif dan relevan bagi masyarakat.

### KESIMPULAN

Pemberitaan media Seputar iNews RCTI menunjukkan kecenderungan kuat terhadap keberpihakan kepada kekuasaan, khususnya dalam membingkai citra positif Presiden Prabowo. Hal ini mencerminkan bahwa politik media tidak lagi berorientasi pada fungsi kontrol sosial, melainkan lebih berperan sebagai alat pencitraan kekuasaan.

Akibatnya, muncul krisis kepercayaan publik terhadap independensi media. Seharusnya, media tetap menjunjung tinggi prinsip objektivitas dan menghadirkan pemberitaan yang memberikan dampak signifikan bagi masyarakat luas, bukan hanya memperkuat posisi penguasa. Dengan begitu, independensi media dapat tetap terjaga dan kredibilitasnya di mata publik tidak luntur.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N., Pohan, K., Alfira, S., Aufia, K., Paripurna, C., & Aji, M. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Politik Ridwan Kamil di Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Diri Menuju Pilgub DKI Jakarta 2024. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, 4(2), 17. <https://doi.org/10.53697/iso.v4i2.1992>
- Ayu, A., & Latuperode Pissa, A. (n.d.). *Pendekatan Public Relations Politik di Media Sosial dalam Pembentukan Citra Politik*.
- Cahyana, L. (2022). Konglomerasi Media Memperkuat Hegemoni Penguasa dan Oligarki pada Era New Media. *At-Tawasul*, 2(1), 20-28. <https://doi.org/10.51192/ja.v2i1.352>
- Chadwick, A & Philip, H. (2017). *Digital Media and Political Participation*. London: Routledge.
- De Putri, S., & Toni, A. (2024). Analisis Percakapan Netizen pada Channel Youtube @Totalpolitik sebagai Media Ruang Publik Komunikasi Politik. *Sosiologi: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial dan Budaya* 26(2), 133–150. <http://jurnalsosiologi.fisip.unila.ac.id/index.php/jurnal>
- Deha, D., & Syas, M. (2021). Relasi Media, Pemerintah, dan Publik (Analisis Framing Dan Strukturasi pada Majalah Tempo). *Jurnal Signal*. 9(1), 67-88.
- Geofakta, R. (2021). Kekuasaan dalam Hagemoni Media: Komunikasi Politik dan Eksistensi Meraih Massa. *Jurnal Akrab Juara*, 6(3), 141-155.
- Hamid, A. I., & Rusadi, U. (2020). Relasi Elite Politik dengan Media (Studi Representasi Proses Pencalonan Ahok sebagai Calon Gubernur di Pilkada DKI Jakarta 2017 di Tempo.Co). *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(2), 13–26. <https://akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/999Khair>,
- Permono, R.P. (2025). *Politik dan Konglomerasi Media, Kebebasan atau Kepentingan*. Medan: Suara USU.
- Pitaloka, H. A. (2024). Strategi Tutur Pejabat Negara dalam Wawancara Youtube Perspektif: Analisis Wacana Kritis. *FON: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 20(1), 151–165. <https://doi.org/10.25134/fon.v20i1.9349>
- Ritonga, R., & Syahputra, I. (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>
- Syahputra, I., Ritonga, R., Purwani, D.A., Rahmaniah, S.E. & Wahid, U. (2021). Pandemic politics and communication crisis: How social media buzzers impaired the lockdown

- aspiration in Indonesia. *SEARCH Journal of Media and Communication Research*. 13(1), 31-46.
- Sukarno, O. (2019). Konstruksi Mendukung dan Mengkritisi Realitas Prabowo Subianto Menjadi Menteri Pertahanan oleh Beberapa Media Online. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 3(2), 140–164.
- Wahdan, M., Linda S, D., & Febriana, B. (2023). Relasi Kuasa dan Dinamika Isi Media Studi Ekonomi Politik Media di Metro Tv Pada Program Metro Siang. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 55–67. <https://doi.org/10.30596%2Finteraksi.v7i1.13117>
- Wibawa, D. (2020). Wartawan dan Netralitas Media. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 185–206. <https://doi.org/10.15575/cjik.v4i2.10531>