

## ANALISIS KUALITAS KONTEN BERITA PRA PEMILIHAN PRESIDEN PEMILU TAHUN 2024 PADA AKUN TWITTER NARASI NEWS ROOM

Ahmad Yusron<sup>1</sup>, Ida Ri'aeni<sup>2</sup>, Laela Mutia Munura<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Muhammadiyah Cirebon  
JI Fatahillah No.40, Cirebon, Jawa Barat

Corresponding author: [ahmad.yusron@umc.ac.id](mailto:ahmad.yusron@umc.ac.id)

Submitted: 22 Juni 2024 | Accepted: 29 Juni 2024 | Published: 30 Juni 2024

Website: <https://e-journal.umc.ac.id/index.php/jike/index>

DOI: <https://doi.org/10.32534/jike.v7i2.5982>

### Abstract

*The 2024 Indonesian Presidential Election is an important agenda for the Indonesian people in determining the future for the next five years. Considering that this agenda is an important agenda, many media, both conventional media and social media, reported on this event. The news is not only reported during the presidential election, but also reported before the presidential election. Among the media that reported news around the presidential election was Narasi Newsroom. This media does not only report on one platform but on various platforms, including via the social media Twitter. The important thing in reporting is the quality of information which refers to the standard of news values. This research aims to produce an analysis of the quality of pre-presidential election content in 2024 on the Narasi News Room twitter account. The research results of eleven news content containing pre-stages of the presidential election, all news has news quality or content based on news values. Among the news content that dominates is news with news value that contains the consequences/impact of the news, the tension it causes and the conflict. Meanwhile news values that have sexual nuances are not found in the content of the Narasi Newsroom Twitter account.*

*Keywords: Presidential Election, Twitter, News Quality*

### Abstrak

*Pemilihan Presiden Indonesia 2024 merupakan agenda penting bangsa Indonesia dalam menentukan masa depan lima tahun ke depan. Mengingat agenda ini merupakan agenda penting, maka banyak media baik media konvensional dan media sosial memberitakan peristiwa ini. Pemberitaan tidak hanya pada saat pemilihan presiden dilakukan, tetapi juga diberitakan sebelum pemilihan presiden. Di antara media yang memberitakan berita sekitar pemilihan presiden adalah Narasi Newsroom. Media ini tidak hanya memberitakan dalam satu platform melainkan beragam platform di antaranya adalah melalui media sosial Twitter. Hal penting dalam pemberitaan adalah kualitas informasi yang merujuk pada pakem nilai-nilai berita. Penelitian ini bertujuan menghasilkan sebuah analisis mengenai kualitas konten pra pemilihan presiden tahun 2024 pada akun twitter Narasi News Room Hasil penelitian dari sebelas konten berita yang berisikan pra tahapan pemilihan presiden, seluruh berita memiliki kualitas berita atau konten berdasarkan pakem nilai-nilai berita. Di antara konten berita yang mendominasi adalah berita dengan nilai berita yang mengandung akibat/dampak yang*

*ditimbulkan berita, ketegangan yang ditimbulkan dan pertentangan (conflict). Sedangkan nilai berita yang memiliki nilai berita bernuansa seks tidak ditemukan dalam konten akun twitter Narasi Newsroom.*

Kata Kunci: Pilpres, Twitter, Kualitas Berita

## A. Pendahuluan

Pada tahun 1962 Mc Luhan menyampaikan sebuah tesisnya yang tertuang dalam buku *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, yang menyatakan bahwa di antara fase cara manusia berkomunikasi adalah dengan menggunakan teknologi komunikasi yang berbasis komputer. Tesis ini tidak terbantahkan dengan hadirnya *platform-plattform* digital yang digunakan manusia dalam berkomunikasi. Saat sekarang manusia memiliki banyak pilihan dalam berkomunikasi termasuk komunikasi massa. Saat sekarang komunikasi massa tidak hanya mengandalkan medium televisi, radio, Koran, majalah, Bahkan medium tersebut sudah banyak ditinggalkan oleh manusia, dan beralih pada *Platform* berbasis *computerize*.

Implikasi dari hal ini, berita atau informasi tidak melulu menjadi dominasi konten media-media konvensional seperti halnya televisi, radio dan lain-lain, tetapi sekarang bergeser ke media berbasis internet. Pada awalnya produksi informasi dilakukan oleh korporasi padat modal, namun saat sekarang ini telah bergeser pada perseorangan atau badan hukum yang tidak memiliki modal yang sangat besar. Di antara institusi yang memproduksi informasi adalah *narasi newsroom*. *Platform* ini merupakan *platform* digital dalam memproduksi informasi-informasi mengenai sosial politik yang berdiri sejak tahun 2022 yang didirikan oleh Najwa Shihab, dan kedua rekannya, Catharina Davy dan Dahlia Citra.

*Narasi newsroom* tidak hanya menggunakan satu *platform* tetapi menggunakan beragam *platform* di antaranya adalah *twitter*. Dilihat dari aktivitas *ber twitter nya narasi newsroom* memiliki antusiasme yang sangat baik, dilihat dari yang berkomentar, *me repost* dan menyukai konten-konten dari *narasi newsroom*. Ini menunjukkan bahwa *narasi newsroom*, merupakan kanal berita informasi yang kredibel yang memiliki kepercayaan publik.

## B. Landasan Teori

### Komunikasi dan Media Baru (*New Media*)

Menurut Richard L. Wiseman, dia mengatakan bahwa komunikasi sebagai proses yang melibatkan dalam pertukaran-pesan dan penciptaan makna. Makna yang tersimpan dalam definisi ini memberikan pengertian bahwa komunikasi efektif apabila orang tersebut menafsirkan pesan yang sama seperti apa yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (Nurdin, 2013)

Salah satu fungsi terpenting dalam kehidupan manusia adalah komunikasi. Di antara ragam komunikasi adalah komunikasi massa. Menurut Cangara (2018) komunikasi massa yakni komunikasi yang luas dan proses penyampaian pesan dari sumber institusi kepada khalayak luas melalui media mekanis seperti radio, televisi, dan surat kabar.

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak, elektronik, dan internet). Komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of communication* (media komunikasi massa). Media massa yang digunakan adalah media massa yang dihasilkan oleh teknologi modern.

Hal ini perlu ditekankan sebab ada media yang bukan media massa yakni media tradisional seperti kentongan, angklung, gamelan, dan lain-lain. Media massa menunjuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa (Nurudin, 2007).

Dalam perkembangannya, pemahaman komunikasi massa mengalami perluasan makna, sehingga sekarang muncul istilah media baru. Media baru atau new media merupakan istilah yang digunakan untuk berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011).

Lev Manovich dalam bukunya yang berjudul *The New media Reader* mengatakan bahwa bahwa media baru adalah objek budaya dalam sebuah paradigma baru dari dunia media masaa dalam masyarakat. New media memungkinkan adanya penyebaran yang dilakukan oleh teknologi komputer dan data digital yang dikendalikan oleh model-model aplikasi. Media baru mengalami pembaharuan dalam model penyebaran informasi yang memanfaatkan teknologi jaringan perangkat lunak (Wardrip-Fruin and Nick Montfort 2003)

### **Konten dan News Value**

Konten adalah topik, jenis, atau unit informasi digital. Konten dapat berupa teks, gambar, grafik, video, audio, dokumen, laporan, dan lainnya. Dengan kata lain, konten adalah segala sesuatu yang dapat dikelola dalam bentuk elektronik (Simarmata, 2010).

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia menjelaskan konten adalah sebuah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Sehingga dapat digunakan untuk menampilkan berurut sedemikian rupa lewat penyampaian konten dilakukan melalui berbagai media sosial seperti internet, televisi, CD audio, bahkan sekarang sudah dapat melalui telepon genggam (handphone). Sedangkan menurut Ikapi dalam kutipan yang ditulis Finy F. Basarah dan Gustina (2020), juga menjelaskan pengertian konten adalah struktur informasi yang terdapat pada halaman situs atau informasi yang tersedia melalui media. Istilah ini digunakan untuk mengidentifikasi dan menguantifikasi beragam format dan genre informasi sebagai komponen nilai tambah media.

Mengutip dari buku *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media* (2002) karya Eriyanto, nilai berita menyediakan standar dan ukuran bagi para wartawan untuk digunakan sebagai kriteria dalam praktik kerja jurnalistik. Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa nilai berita adalah standar dan ukuran bagi para wartawan dalam menekuni praktik kerja jurnalistik, yakni proses produksi berita. Nilai berita merupakan unsur dan kriteria yang dijadikan ukuran terhadap fakta yang layak diberitakan, untuk disebarluaskan kepada khalayak melalui media massa, baik cetak maupun elektronik. Menurut Mondry (2008) nilai-nilai berita yang dimuat antara lain:

1. Termasa (Aktual, Terhangat, Baru)  
Berita menarik perhatian orang. Ketika informasi baru digunakan dalam berita, segala upaya dilakukan untuk menyebarkannya sesegera mungkin. Namun, penting untuk diingat bahwa informasi baru tersebut, selain bersifat baru, juga merupakan kejadian baru-baru ini yang terjadi di masa lalu. waktu sebelumnya. sebelumnya, namun mempelajari sesuatu yang baru tentang kejadian tersebut dapat dianggap sebagai informasi baru sekali lagi.
2. Tokoh (Seberapa Ternama Orang Yang Diberitakan)

Nama bagi seseorang merupakan suatu identitas, maka apabila terjadi suatu hal yang membuat nama seseorang menjadi tersohor, maka hal tersebut bisa saja akan menjadikan sebuah informasi atau berita, terlebih lagi jika nama tersebut dikenal banyak orang. Misalnya dari kalangan artis, pejabat dan para orang ternama lainnya yang menyangkut kehidupan orang-orang tersebut.

3. Jarak (Jauh/Dekat Lingkungan dari Berita tersebut)  
Karena berita hanya dapat disebarluaskan di satu lokasi, latar tempat pemberitaan kejadian tersebut akan mempengaruhi persepsi pembaca; semakin menarik beritanya, semakin besar latar yang diberitakan. Sementara itu, Nurudin (Ibid: 62–63) menjelaskan bahwa kedekatan dapat menandakan dua hal yang berbeda. baik kedekatan secara fisik maupun emosional. Kedekatan emosional didasarkan pada perasaan pembaca terhadap suatu peristiwa, sedangkan kedekatan geografis adalah kedekatan yang berkaitan dengan wilayah.
4. Keluarbiasaan  
Berita yang dirilis secara publik akan menarik perhatian jika berita tersebut penting, khususnya jika kejadian tersebut belum pernah terjadi sebelumnya. Nilai berita yang dihasilkan meningkat seiring dengan besarnya peristiwa yang diberitakan.
5. Akibat/Dampak yang Ditimbulkan dari Berita  
Ekonomi merupakan topik berita yang sampai saat ini masih banyak diberitakan, terutama harga bahan-bahan kebutuhan pokok dan juga bahan bakar minyak. Informasi tersebut sangat menarik masyarakat untuk mengetahui bagaimana perkembangan yang terjadi pada hal-hal yang menyangkut kehidupan sehari-hari.
6. Ketegangan yang Ditimbulkan  
Kondisi atau situasi yang menegangkan bisa menimbulkan rasa penasaran dan menjadi bahan berita yang menarik, dengan kondisi tersebut maka berita yang akan diterbitkan akan mengundang rasa ingin tahu dan menarik bagi para pembaca.
7. Pertentangan (*Conflict*)  
Konflik berarti peseteruan antara dua atau beberapa pihak yang berada dalam situasi kurang baik. Dalam konflik bisa konflik fisik, cekcok bahkan perang. Hal itu dapat membuat berita menjadi menarik karena memiliki efek terhadap emosional masyarakat.
8. Seks  
Peranan seks dalam berbagai zaman selalu ada dan pelaku dari persoalan seks ini bisa merambah ke persoalan lain, bahkan mengakibatkan hal buruk seperti pertikaian atau hal yang lebih buruk seperti pembunuhan. Maka dari itu pemberitaan mengenai seks ini bisa menarik terlebih lagi pelakunya adalah orang ternama seperti kalangan artis dan pejabat.
9. Keanehan atau Fenomena  
Hal yang unik dan tidak biasa tentu akan membuat manusia lebih tertarik untuk mencari tahu lebih banyak, karena dianggap sebagai hal yang tidak umum terjadi dan bahkan belum pernah ditemukan sebelumnya, maka hal tersebut akan menjadikan nilai berita yang bagus.
10. *Human Interest*

Suatu peristiwa yang membangkitkan emosi pembaca dianggap sebagai human interest; hal ini dapat melibatkan orang-orang biasa dalam situasi luar biasa atau orang-orang terkemuka dalam keadaan biasa. Menjadi manusia, secara harafiah, berarti cukup tertarik pada seseorang hingga bisa merasakan sesuatu.

## Twitter

Twitter atau yang sekarang telah berganti nama menjadi X yang pada tahun 2006 didirikan oleh Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone dan Evan Williams di San Francisco, kemudian pada bulan Juli 2023, Elon Musk resmi membeli Perusahaan tersebut yang kemudian mengganti nama Twitter menjadi X.

Sebagai platform social media, Twitter dimanfaatkan untuk menyebarluaskan informasi secara cepat dan singkat, saat ini pengguna aktif yang memiliki akun Twitter mencapai lebih dari 217 juta. Dalam penggunaannya Twitter ini memiliki banyak fitur guna memudahkan para pengguna dalam mengakses informasi yang diterima, fitur – fitur tersebut antara lain:

1. Nama Pengguna/*Username*  
Pengguna yang memiliki akun di Twitter haruslah mempunyai akun, akun tersebut bisa dengan bebas dikreasikan sesuai keinginan pengguna, bagi pengguna yang memiliki pengikut yang banyak seringkali akan mendapatkan akun yang terverifikasi dengan diberi tanda centang biru.
2. Gambar  
Gambar merupakan salah satu fitur pelengkap yang disediakan oleh Twitter, gambar bisa digunakan sebagai identitas suatu akun, pada beranda profil gambar dapat diatur sesuai keinginan, istilah untuk gambar di Twitter ini adalah *Avatar*.
3. Bio  
Bio merupakan deskripsi singkat pemilik akun yang dapat diisi sesuai keinginan pemilik, dari tulisan yang terdapat di bio pengguna lain dapat mengetahui karakter identitas pemilik akun.
4. *Header*  
*Header* merupakan tampilan foto pada latar belakang, selain digunakan untuk *avatar* foto juga dapat diletakkan di *header* guna mempercantik tampilan profil dan memperkuat bio yang ditulis.
5. *Follow*  
*Follow* atau mengikuti adalah istilah untuk ‘berlangganan’ suatu akun Twitter. Ketika pengguna *follow* suatu akun, maka akun termasuk disebut *following* dan pengikutnya disebut follower.
6. Mention  
Aktivitas menyebut akun lain di Tweet dengan memasukkan tanda @ diikuti langsung dengan nama pengguna (*username*) misalkan “@namapengguna”.
7. *Hashtag*  
Kata atau frasa yang diawali langsung dengan simbol # untuk memudahkan pencarian topik dan kata kunci.
8. *Reply*  
Komentar atau tanggapan terhadap suatu twit yang dilakukan oleh *follower* ataupun bukan. Kumpulan komentar ini biasa disebut dengan *replies*.
9. *ReTweet*

Tindakan menyebarkan Twit akun lain dengan mengeklik atau menyentuh tombol *reTweet*.

10. *Thread*

*Thread* atau utas adalah rangkaian twit yang terhubung dari satu orang.

11. *Direct Message*

Merupakan fasilitas mengirimkan pesan antar pengguna Twitter secara privat dan rahasia.

12. *Trending Topics*

Topik yang sedang populer atau ramai diperbincangkan oleh pengguna Twitter dalam kurun waktu tertentu.

### C. Metode Penelitian

Kredibilitas sebuah kanal informasi dan berita, salah satunya ditentukan oleh kualitas informasi dan berita. Terkait hal ini *news value* atau *information value* adalah bagian penting dalam sebuah pemberitaan. Merujuk pada hal di atas penelitian ini bertujuan untuk menganalisis nilai berita dari isi konten akun *Narasi Newsroom* di media sosial Twitter. Pendekatan penelitian adalah pendekatan kualitatif dengan cara melakukan analisis terhadap konten-konten yang disajikan oleh *Narasi Newsroom* di media sosial Twitter

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis isi, yaitu data yang terkumpul diperiksa terlebih dahulu sebelum diteliti. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif. Untuk mengumpulkan data komprehensif yang mencakup informasi ini, digunakan metode kualitatif. Data nyata, informasi konkrit, dan sesuatu yang memiliki nilai tersembunyi di balik data yang terlihat merupakan komponen makna yang penting. Menemukan atau menjelaskan hubungan, menguji teori, atau membuat prediksi bukanlah tujuan penelitian ini. Penelitian ini hanya mendeskripsikan jenis berita yang digunakan; Analisis selanjutnya mengungkap nilai berita apa yang diterapkan untuk menarik kesimpulan dan apakah berita tersebut layak diklasifikasikan sebagai berita atau tidak.

### D. Hasil Pembahasan

#### Temuan Data Konten Pemilu pada Akun *Narasi Newsroom* di Twitter

Berdasarkan penelusuran pada akun *Narasi Newsroom* di Twitter ditemukan data konten terkait Pemilu 2024 sebagai berikut

1. Jumat, 25 Agustus 2023, 19.51 WIB judul konten *Anies dan Ganjar Tanggapi Wacana duet untuk Pilpres 2024*.
2. Jumat, 25 Agustus 2023, 11.08 WIB judul konten: *Jaksa Agung Tunda Pengusutan Peserta Pemilu Yang Terkena Kasus Korupsi*
3. Sabtu, 26 Agustus 2023, 13.08 WIB judul konten: *Bacapres Diundang Debat Di Kampus UI*
4. Senin, 14 Agustus 2023, 19.19 WIB judul konten: *Projo Bali Suarakan Ganjar Jadi Cawapres Prabowo, PDIP: Etika Politiknya Harus Benarlah*
5. Senin, 14 Agustus 2023, 16.26 WIB judul konten: *Golkar dan PAN Dukung Prabowo, Ganjar Singgung Koalisi Parpol di Pilpres 2014*.
6. Minggu, 13 Agustus 2023, 15.57 WIB judul konten: *Partai Golkar Dan PAN Resmi Melabuhkan Dukungannya Pada Prabowo Subianto Sebagai Bakal Calon Presiden (Bacapres) Di Pilpres 2024*.

7. Jumat, 11 Agustus 2023, 18.44 WIB judul konten: *Yenny Wahid Berkelakar Sebut AHY Cawapres Paling Pas Untuk Anies*
8. Senin, 7 Agustus 2023, 14.55 WIB judul konten: *Survey Elektabilitas LSI, Senny Ja: Prabowo Melejit, Ganjar Punya Blunder, Kok Nama Anies Gak Ada.*
9. Jumat, 4 Agustus 2023, 10.37 WIB judul konten: *Banyak Masyarakat Tidak Percaya pemilu Mempengaruhi Ekonomi, Ini Kata Pakar*
10. Kamis, 3 Agustus 2023, 11.25 WIB judul konten: *Main ke PSI, Punya Kesamaan Visi Misi. Prabowo ajak Gabung ke Koalisi Pendukungnya.*
11. Selasa, 1 Agustus 2023, 09.19 WIB judul konten: *Membandingkan Pikiran Prabowo dan Anies Mengenai Desa*

### **Klasifikasi Konten Berdasarkan Analisis Kualitas Konten**

Konten adalah topik, jenis, atau unit informasi digital. Konten dapat berupa teks, gambar, grafik, video, audio, dokumen, laporan, dan lainnya. Dengan kata lain, konten adalah segala sesuatu yang dapat dikelola dalam bentuk elektronik (Simarmata, 2010).

Tahap pembuatan konten digital melewati berbagai proses mulai dari pengembangan ide, transformasi ide, pengemasan hingga penyimpanan konten jadi, kunci suksesnya adalah kreativitas, yang dapat memastikan kualitas produk dan inovasi yang berkelanjutan. Mengenai konten digital, kreativitas tidak hanya bergantung pada keterampilan individu, tetapi juga pada integrasi keterampilan individu yang berbeda ke dalam proses kerja interaktif (Jung 2007). Hal ini menunjukkan bahwa industri konten berita digital adalah industri yang hanya bisa digarap dengan kekuatan tim.

Hal terpenting dalam membuat sebuah konten berita harus mengacu pada beberapa pakem diantaranya adalah pakem nilai berita. Berikut konten-konten berita pada twitter *Narasi newsroom* berdasarkan klasifikasi nilai berita.

1. Termasa (Aktual, Terhangat, Baru)  
Seluruh konten yang berkenaan dengan pemilu merupakan konten yang memiliki nilai aktualitas yang tinggi, dan kebaruan fakta atau informasi.
2. Tokoh (Seberapa Ternama Orang Yang Diberitakan)  
Seluruh konten yang disajikan berkenaan dengan Pemilu 2024 banyak membicarakan tokoh atau kelompok (partai) yang berada pada pusaran Pemilu 2024 termasuk Pilpres 2024. Diantara nama tokoh yang sering disebut adalah Anies, Prabowo dan Ganjar. Begitupun dengan nama-nama organisasi, banyak disebutkan dari kelompok partai-partai besar.
3. Jarak (Jauh/Dekat Lingkungan dari Berita tersebut)  
Pemaknaan jarak tidak hanya dalam bentuk fisik ruang. Dalam aspek ini kedekatan adalah merupakan gambaran rentang waktu pelaksanaan Pemilu 2024. Membicarakan Pemilu satu tahun sebelumnya adalah merupakan jarak yang biasa digunakan masyarakat dalam membahasa pemilu. Dengan demikian pembahasan pemilu di Twiter narasi Newsroom merupakan waktu yang ideal membahas Pemilu 2024.
4. Keluarbiasaan  
Di antara konten yang mengandung unsur keluarbiasaan adalah konten yang berjudul: *Survey Elektabilitas LSI, Senny Ja: Prabowo Melejit, Ganjar Punya Blunder, Kok Nama Anies Gak Ada.* Dianggap keluarbiasaan, karena setiap partai memiliki versi-versi tersendiri dalam survey elektabilitas. Dan

ketika disandingkan dengan data dari LSI banyak ketimpangan hasil survey yang dirilis oleh tiap-tiap partai.

5. Akibat/Dampak yang Ditimbulkan Berita  
Di antara konten yang mengandung unsur dampak yang ditimbulkan berita adalah konten yang berjudul: *Survey Elektabilitas LSI, Senny Ja: Prabowo Melejit, Ganjar Punya Blunder, Kok Nama Anies Gak Ada*. Konten ini akan memiliki implikasi terhadap kebijakan dan strategi partai terutama dalam menentukan calon wakil presiden. Selain itu, konten yang berjudul *Banyak Masyarakat Tidak Percaya pemilu Mempengaruhi Ekonomi, Ini Kata Pakar*. Konten ini secara langsung atau tidak langsung akan memiliki pengaruh terhadap partisipasi masyarakat dalam pemilu 2024.
6. Ketegangan yang Ditimbulkan  
Di antara konten yang mengandung unsur ketegangan adalah konten yang berjudul: *Jaksa Agung Tunda Pengusutan Peserta Pemilu Yang Terkena Kasus Korupsi* dan konten berjudul *Projo Bali Suarakan Ganjar Jadi Cawapres Prabowo, PDIP: Etika Politiknya Harus Benarlah*. Penundaan pengusutan peserta yang terkena kasus korupsi, jelas akan bertentangan dengan apa yang diharapkan masyarakat yang menginginkan pengusutan harus dilakukan segera mungkin. Begitupun dengan adanya kelompok Projo Bali yang menginginkan Ganjar menjadi Cawapres Prabowo, mengakibatkan kelompok Projo dengan PDIP. Dalam kaitan ini PDIP sebagai partai pemenang tentu merasa direndahkan jika kader terbaiknya seperti Ganjar Pranowo dijadikan Cawapres.
7. Pertentangan (*Conflict*)  
Di antara konten yang mengandung unsur konflik adalah konten yang berjudul: *Jaksa Agung Tunda Pengusutan Peserta Pemilu Yang Terkena Kasus Korupsi* dan konten berjudul *Projo Bali Suarakan Ganjar Jadi Cawapres Prabowo, PDIP: Etika Politiknya Harus Benarlah*. Penundaan pengusutan peserta yang terkena kasus korupsi, jelas akan menciptakan konflik wacana antara masyarakat dengan penyelenggara Negara dalam hal Kejaksaan Republik Indonesia. Dalam hal ini bisa saja menimbulkan ketidakpercayaan masyarakat kepada penyelenggara Negara. Begitupun dengan adanya kelompok Projo Bali yang menginginkan Ganjar menjadi Cawapres Prabowo, mengakibatkan kelompok Projo berhadapan langsung dengan PDIP. Lebih luasnya hal ini bisa memicu ketidkharmonisan antara Presiden Jokowi Widodo dengan partai pengusung yakni PDIP.
8. Keanihan atau Fenomena  
Konten yang menyajikan keanehan atau fenomena adalah *Projo Bali Suarakan Ganjar Jadi Cawapres Prabowo, PDIP: Etika Politiknya Harus Benarlah*. Hal ini dianggap fenomena dilihat dari dua aspek. Pertama adalah Projo yang menyuarakan Ganjar Pranowo sebagai Cawapres Prabowo. Diketahui bersama pada saat PDIP mengusung Jokowi Widodo sebagai calon presiden Projo merupakan kelompok sentral dalam pemenangan Jokowi Widodo. Hal ini pada akhirnya menjadi stigma bahwa Projo memiliki afiliasi pada PDIP. Dengan dukungan Projo pada Prabowo untuk menjadi Capres, menunjukkan sesuatu yang ganjil, karena mereka mendukung Capres bukan dari PDIP. Kedua Bali, diketahui bersama bahwa Bali merupakan basis dari PDIP yang jelas dan tegas akan mengusung kader



terbaiknya sebagai Capres. Tentu sikap Projo Bali ini menjadi sesuatu hal yang aneh.

9. Human Interest

Konten yang mengandung *human interest* adalah konten yang berjudul *Membandingkan Pikiran Prabowo dan Anies Mengenai Desa*. Konten ini menyiratkan pentingnya perhatian presiden yang akan datang pada masyarakat pedesaan. Sebelum adanya UU No. 6 tahun 2014 masyarakat pedesaan merupakan masyarakat yang kurang mendapat perhatian dari pemerintah.

### E. Kesimpulan

Konten-konten yang disajikan pada twitter *narasi newsroom* terkait dengan dengan Pemilu tahun 2024 disimpulkan sebagai berikut:

1. Dilihat aspek nilai berita hampir seluruh konten yang sudah sesuai dengan dengan nilai-nilai sebuah berita, terutam nilai aktual dan faktual.
2. konten berita yang mendominasi adalah berita dengan nilai berita yang mengandung akibat/dampak yang ditimbulkan berita, ketegangan yang ditimbulkan dan pertentangan (conflict).
3. Narasi news room tidak menurunkan berita-berita politik yang berkaitan dengan skandal seks.

### Daftar Pustaka

- Cangara, H. Hafied. 2018. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Edisi Ketiga. Cetakan 18. Depok: Rajawali.
- Eriyanto. 2022. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Jung, Nanji. 2007. *Source Of Creativity and Strength in the Digital Content Industry in Seoul: Place, Social Organization And Public Policy*. Cornell University.
- Finy F. Basarah dan Gustina. 2020. Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial [J] Jurnal Abdi Masyarakat 5, No. 2 (2020): 24
- McQuail, D. 2011. *Teori Komunikasi Massa* McQuail. Jakarta: Salemba. Humanika.
- Mondry. 2018. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nurdin, Ali dkk,. 2013. *Pengantar Ilmu Komunikasi: Buku Perkuliahan Program S-1 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya*. Sidoarjo: CV Mitra Media Nusantara.
- Nurudin. 2007. *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Simarmata, J. 2010. *Rekayasa Web*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Wardrip F. *etall*. 2003. *The New Media Reader*.pdf. ed. Noah Wardrip-Fruin. London, England: The MIT Press.