

RINGKASAN

Perkembangan media yang menyediakan semakin banyak konten, memberikan akses kepada khalayak untuk memilih media sesuai dengan preferensinya. Sejak Pemilu Presiden 2014, peta politik maupun kondisi sosial di Indonesia mengalami polarisasi yang terbagi menjadi dua kelompok yakni partisan Jokowi dan partisan Prabowo. Polarisasi kelompok ini juga diperuncing oleh munculnya media partisan, dimana media partisan melebarkan segmen dari program media yang mereka hadirkan menjadi khusus untuk kelompok tertentu. Dampaknya, munculah kelompok partisan tertentu yang mendukung salah satu kandidat dan karenanya menolak segala informasi yang berkaitan dengan kandidat lainnya. Situasi ini memungkinkan munculnya fenomena *hostile media effect* yakni suatu kondisi dimana partisan suatu kelompok mempersepsi sebuah liputan media yang netral, sebagai liputan yang bias dan menyerang kelompoknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah keanggotaan partisan kelompok yang melekat pada penerima maupun pada sumber pesan (media), akan membentuk perbedaan penerimaan yang memicu *hostile media effect*. Penelitian ini menggunakan metode eksperimental desain faktorial dengan memanipulasi berita terkait Pemilihan Presiden 2019 dan mengujinya terhadap keanggotaan partisan penerima maupun media. Hasil penelitian membuktikan adanya pengaruh sumber media partisan, penerima partisan, dan interaksi antara sumber dan penerima partisan terhadap *hostile media effect*. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengantisipasi dampak lanjutan dari *hostile media effect* yang dapat mempengaruhi opini publik, perilaku politik dan berdampak pula pada perubahan iklim media dan praktik jurnalisisme.

Kata Kunci: *bias, hostile media, liputan media, partisan, polarisasi*

ABSTRACT

Media development has increased the amount of media channels and content that provide audience to choose media based on their preference and avoid media that against their preferences. Since Presidential Election in 2014, political maps and social conditions in Indonesia have been polarized. This political polarization was divided into two groups, Jokowi and Prabowo. The polarization sharpened by the emergence of partisan media. Partisan media expands segments of the media programs to be specific towards a particular group. In effect, a particular partisan group that supports one of candidates will rejects any information relating to the other candidate. This is called hostile media effect, the tendency for individual with a strong preexisting attitude on an issue to perceive media coverage as biased against their side and in favour of their antagonist point of view. This study aims to determine whether partisanship will form a different level of acceptance that triggers hostile media effect. This research uses experimental factorial design method by manipulating the related news of 2019 Presidential Election and testing it against partisan. The results of this study prove that the influence of partisan media, partisan recipients, and the interaction between the partisan media and partisan recipients to the hostile media effect. This research is important to anticipate the impact of hostile media effect that can influence public opinion, political behaviour and media and journalism practices.

Keywords: *bias, hostile media, media coverage, partisan, polarization*