



Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

GLOBAL KOMUNIKA

Jurnal ilmu sosial dan ilmu politik

Vol. 6 No. 2 (2023)

Analisis Resepsi *Followers* TikTok Dalam Membangun *Self Development* Pasca Pandemi Covid 19

Oleh Mara Zalfa Rachman, Puri Bestari Mardani dan Maria Febiana Christanti

Consent Study in Europe : A Study Case to Understand Developmnet of Digital Consent in UK

Oleh Asep Kamaluddin Nashir, I Nyoman Aji Suadhana Rai, Abdul Ghofur dan Sekarwati

Pengelolaan Konflik dan Perubahan Sosial di Desa Cikarawang, Bogor

Oleh Lusya Handayani, Vina Mahdalena dan Munawar Khalil

Elaboration Likelihood Model pada Tagline "Kresek" di Instagram Ads @Zanbodysoap.id

Oleh Sabelina Yulifia, Ratu Laura MBP dan Vinta Sevilla

Interaksi sosial Melalui Media Sosial Tik-Tok di Kalangan Siswa SMA PGRI 4 Jakarta

Oleh Yunita Aurelia Suwarno

Strategi Komunikasi Human SMESCO INDONESIA dalam Publikasi Program UMKM melalui Media Sosial Instagram

Oleh Nur Al Keyjia, Veranus Sidharta dan Resman Muharul Tambunan

Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas KPKNL Bekasi dalam Membangun Citra Institusi

oleh Akbar Saputro, Susana dan Veranus Sidharta

Perubahan Pola Komunikasi Keluarga di Era Digital

Oleh Adelia Putri Agustina

Editorial Team

Editor in Chief

Ahmad Zakki Abdullah, SIP.M,Si

(Program Studi S1 Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jakarta)

Editor

Dra. Siti Maryam, M.Si

(Program Studi S1 Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jakarta)

Ratu Laura M.B.P, S.Psi,M.Sc

(Program Studi S1 Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jakarta)

Jati Satrio, S.I.P., M.A

(Program Studi S1 Hubungan Internasional FISIP UPN Veteran Jakarta)

Putrawan Yuliandri M.Si

(Program Studi S1 Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jakarta)

Abdul Ghofur S.S. , M.IP.

(Program Studi S1 Ilmu Politik FISIP UPN Veteran Jakarta)

Hasbi Asyidiqi, S.Sos, M.Si

(Program Studi Hubungan Internasional FHSIP Universitas Mataram)

Reviewer (Mitra Bestari)

Melly Ridaryanthi Ph.D (scopus ID : 57718459300)

(Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana)

Dr. Drs.R. Dudy Heryadi, M.Si. (scopus ID : 57211599468).

(FISIP Universitas Padjajaran)

Dr. Illona Vicenovie Oisina Situmeang.

(Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia YAI)

Dr. Ardli Johan Kusuma, M.HI (scopus ID: 57226766967)

(Program Studi S2 Ilmu Politik Veteran Jakarta)

Graphic Designer

Rizky Davic S.Ds

Photographer

M. Farchan Febrianto, S.IKom

Secretary

Pardi

Framing Politik Identitas oleh Media IDNTimes.com

oleh solihin, Maulana Irfan

.pdf

Pengaruh Pemanfaatan Akun Instagram @menjadimania.id Terhadap Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers

Devara Helya Tahani, Vinta Sevilla

pdf

UPAYA PENCEGAHAN POLITIK UANG OLEH PENYELENGGARA PEMILU MELALUI MEDIA SOSIAL: PROGRAM PODCAST “CIPEDAK” BAWASLU

Abdul Ghofur

pdf

Komunikasi Interpersonal Teman Sebaya dalam Recovery Toxic Love Relationship

Ratu Laura Baskara

pdf

Framing Politik Identitas oleh Media IDNTimes.com

¹Olih Solihin, ²Fajar Adi, ³Efendi Agus Waluyo, ⁴Farida Hariati, ⁵Maulana Irfan

¹Universitas Komputer Indonesia, Bandung , Indonesia

^{2,4}Universitas Muhammadiyah Prof. Hamka, Jakarta, Indonesia

³Badan Riset dan Inovasi Nasional, Jakarta, Indonesia

⁵Universitas Padjajaran, Jatinangor, Indonesia

E-mail: olih.solihin@email.unikom.ac.id

Abstrak

Saat ini, beragam media hadir untuk menyajikan berbagai informasi dan berita kepada pembacanya, salah satunya adalah media IDNTimes.com. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana framing politik identitas yang dilakukan oleh media IDNTimes.com dengan menggunakan analisis framing Robert N. Etman. Mendekati pemilu 2024 isu politik identitas semakin mencuat. Isu ini pertama kali mulai ramai mencuat semenjak pemilu DKI pada 2017 lalu. Media memiliki peran dan tanggungjawab untuk mengatasi ancaman dari politik identitas ini, salah satunya seperti yang dilakukan oleh IDNTimes.com. Penelitian ini diteliti dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan proses pengumpulan data-data melalui wawancara mendalam dan kajian pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menyajikan berita, IDNTimes berkomitmen untuk menyajikan berita yang sesuai dengan fakta-fakta di lapangan serta sangat menghindari *clickbait*. Karena, hal tersebut dapat membodohi dan menyesatkan para pembacanya. Sesuai dengan tugas dari media, IDNTimes.com terus berkomitmen untuk menyajikan berita dan informasi yang dapat mengedukasi dan memberikan manfaat yang positif. *Penelitian* ini juga melihat peran media massa dan media online dalam menghadapi politik identitas. Penelitian ini menunjukkan bahwa media massa dan media online sangat berpengaruh dalam framing politik identitas serta kuatnya pengaruh hal-hal tertentu terhadap pencapaian politik khususnya pada saat pemilu

Kata kunci: IDNTimes.com; framing; politik identitas; analisis isi

PENDAHULUAN

Kesamaan ideologi, wilayah, etnisitas, dan agama berfungsi sebagai fondasi politik identitas dan kemudian digunakan untuk memenangkan dukungan dan legitimasi dari publik (Ikasari et al. 2020). Politik identitas mulai ramai semenjak pilkada DKI Jakarta berlangsung pada 2017 lalu. Semenjak politik identitas semakin ramai, membuat masyarakat menjadi terporalisasi ke dalam beberapa kelompok tertentu. Bahkan hal tersebut masih bergulir sampai sekarang ini dan akan menjadi semakin ramai saat mendekati waktu-waktu pemilu (Solihin 2019).

Media bukanlah sumber yang tidak memihak ketika meliput suatu peristiwa. Tidaklah mengherankan jika melihat bagaimana peristiwa yang sama diliput secara berbeda oleh media setiap hari karena tampaknya media memproduksi realitas dengan cara ini. Beberapa kejadian dipublikasikan sementara yang lain tidak; beberapa penting sementara yang lain tidak dianggap sebagai berita. Semua realitas ini mengakui betapa berita itu bersifat arbitrer karena berbagai orang melihat peristiwa yang sama secara berbeda dan dari sudut pandang yang berbeda (Tansal, Latief, and Sanusi 2020).

Sebelum pandemi konglomerasi media dan dampaknya terhadap sektor pers nasional,

IDNTimes.com merupakan salah satu sumber berita online yang terkenal di negara ini, termasuk untuk liputan berita politik dengan bahasanya yang khas serta keakuratan informasi yang disampaikannya. Selain itu, IDNTimes.com juga dikenal dengan informasi-informasi anti *clickbait* nya yang sampai ini menjadi pembeda dan daya tarik utama dari berita-berita yang dimuat. *Clickbait* adalah istilah yang merujuk pada jenis konten media yang dirancang untuk menarik perhatian pembaca atau pemirsa melalui judul, gambar, atau deskripsi yang sensasional, hiperbolis, atau menyesatkan (Solihin, et al 2022). Akibat kebebasan media untuk menyebarkan berita apa pun, keterlibatan mereka dalam politik memiliki dampak yang luar biasa bagi konsumen media. Konten media online bagaimanapun juga tidak dibatasi oleh hukum yang harus dipatuhi. Pemberitaan media belum membedakan antara berita politik dan berita ideologi(Chan, Chen, and Lee 2019).

Maka, dalam hal ini diyakini bahwa media, dapat membuat berita dan merepresentasikan kepribadian, perilaku, sifat, dan kepercayaan orang, yang kemudian isi berita tersebut dapat memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk dan menyajikan citra pribadi individu tertentu (Siregar, et al, 2022). Media massa adalah suatu media yang memiliki tanggung jawab mengumpulkan dan menyebarkan informasi kepada khalayak umum. Media massa sangat penting bagi keberhasilan kampanye dan kepentingan politik karena memungkinkan terciptanya dan menyebarkan citra publik seorang individu atau kandidat. Berita yang di muat dalam media massa kemudian didistribusikan kepada khalayak umum. Proses komunikasi yang dilakukan untuk menciptakan citra politik sering kali terjadi secara tidak langsung melalui pemberitaan di media massa(Hasyim 2017). Media massa memiliki dampak yang signifikan terhadap upaya untuk mempengaruhi opini publik dan bahkan tindakan para pialang kekuasaan politik (Pahlevi 2019).

Politik identitas diyakini sebagai sebuah gerakan yang berfungsi untuk membela dan memperjuangkan kepentingan-kepentingan suatu kelompok tertentu yang dianggap tertindas karena identitasnya. Dalam beberapa tahun ini, politik identitas yang sering mencuat di Indonesia sering diklasifikasikan ke dalam politik identitas berdasarkan agama. Padahal politik identitas bukan hanya mengenai suatu kelompok agama tertentu, bisa juga mengenai kedaerahan, latar belakang, suku dan lain sebagainya.

Definisi lain dari politik identitas menurut Touraine adalah gerakan-gerakan yang memiliki kecenderungan eksklusif, bukan gerakan-gerakan yang terorganisir di sekitar berbagai identitas status yang mungkin bergantian antara eksklusivitas dan inklusivitas. Gerakan berbasis status bersifat eksklusif dan yang lainnya inklusif dan bagaimana orientasi ini dapat berubah dari waktu ke waktu, melainkan mendefinisikan politik identitas sekali lagi dengan cara politik normatif(Béland 2017).

Penelitian lain seputar politik identitas dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa Kisah politik identitas diceritakan oleh Kompas.com ditulis dengan mengikatkan sebab dan akibat yang terorganisir secara metodis dan rapi serta menampilkannya sebagai bahaya bagi keharmonisan dan kebersamaan bangsa Indonesia yang multietnis. Menurut Kompas.com, berita politik identitas disajikan sebagai straight news dan dipandang negatif dalam lanskap politik lokal dan nasional. Berita biasanya dikemas dengan menekankan hubungan antara populisme dan kebohongan yang mudah disebarkan. Kompas.com tampaknya berusaha mempromosikan kerukunan dan persatuan di tengah-

tengah bangsa yang multietnis (Tansal, Latief, and Sanusi 2020).

Hasil penelitian lain juga menunjukkan hasil penelitian bahwa Acara siaran dengan judul Presiden Pilihan Rakyat (TV One) dan Presiden Pilihan Kita, yang mengupas hasil Pemilu 2014 pada 9 Juli 2014, melupakan pentingnya keseimbangan dan netralitas dalam institusi berita dan media (Metro Tv). Industri media saat ini ditandai dengan persaingan baik di bidang komersial maupun politik. Hal ini terjadi sebagai akibat dari partisipasi pemilik media dalam iklim politik saat ini. Secara umum, media massa tidak hanya tampil politis, tetapi juga gagal memenuhi fungsinya selama pemilihan umum terakhir. Masyarakat umum tidak memiliki kemampuan untuk membedakan antara berita yang memiliki reputasi baik dan yang tidak dapat diandalkan (Anggoro 2014).

Penelitian serupa juga menunjukkan hasil mengenai framing agama yang dilakukan oleh salah satu partai politik yaitu PKS, dengan mendapatkan hasil penelitian bahwa identitas politik PKS mungkin tampak ambigu bagi sebagian pihak. Hal ini masuk akal, terutama bila dievaluasi dari sudut pandang pengetahuan Islam yang terbatas. Sebenarnya, tujuan Khilafah Semua kader PKS harus memendam keinginan dan niat untuk membangun Khilafah Islamiyah di dalam hati mereka. Penafsiran PKS tentang Khilafah Islamiyah berbeda dengan bagaimana Khilafah Islamiyah dipersepsikan dan dikembangkan di harokah-harokah lain. Prinsip-prinsip inti Khilafah Islamiyah yang ingin dipertahankan PKS adalah keadilan global, kesejahteraan global, perdamaian global, dan kesejahteraan global. Membangun keadilan, kerukunan, dan kesejahteraan nasional adalah yang utama (Yuniartin 2019).

Koordinator pemilihan dalam situasi ini dituntut untuk memberikan kebebasan kampanye kepada setiap kandidat yang mengikuti kontestasi politik. Namun, minimnya regulasi yang mengatur pelaksanaan kampanye politik melalui media akan mempengaruhi kualitas pemilih dalam pemilihan kandidat. Akibatnya, Komisi Pemilihan Umum (KPU) harus menetapkan peraturan untuk mengelola kampanye media. Ketika masyarakat menerima materi dari media, khususnya media online, aturan ini dimaksudkan untuk mencegah mereka melihat banyak hal yang tidak menyenangkan dan menjadi terlalu gelisah (Kreiss 2016).

Framing merupakan proses memilih dan menekankan berbagai aspek atau peristiwa atau masalah dengan menghubungkannya dengan cara mendukung interpretasi, penilaian, dan atau memberikan solusi tertentu (Boykoff and Carrington 2020). Dengan kata lain, framing adalah bagaimana informasi disajikan atau dibingkai yang kemudian nanti akan mempengaruhi skema dalam proses untuk memproses informasi tersebut (Cacciatore, Scheufele, and Iyengar 2016).

Melihat politik identitas yang masih sering diklasifikasikan ke dalam beberapa kepentingan suatu kelompok tertentu, membuat IDNTimes.com terus berusaha untuk menghindari dan selalu membuat berita yang tidak akan menyebabkannya terjadinya politik identitas saat berita tersebut sudah di muat, terutama pada saat dimuat di media online. Karena, politik identitas dapat memunculkan kelompok masyarakat yang terpisah karena klasifikasi identitas tersebut. Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk meninjau dan mengetahui bagaimana framing politik identitas yang dilakukan oleh IDNTimes.com dengan menggunakan analisis framing Robert N. etman.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini didapatkan dengan melakukan wawancara mendalam dengan informan dari IDNTimes.com, serta mengkaji kajian-kajian terdahulu. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengkaji beberapa berita yang telah dimuat di website IDNTimes.com yaitu berita mengenai politik identitas. Untuk batasan penelitian, peneliti mengambil berita-berita yang dimuat dari bulan Juni 2022 sampai dengan Desember 2022.

Analisis framing Robert N. Etman melihat proses framing berdasarkan seleksi isu dan penonjolan aspek-aspek dari realitas. Framing yang digunakan wartawan dalam melaporkan berita dipilih agar pembaca dapat melihat dan memahami perspektif atau sudut pandang yang digunakan wartawan. Agar pembaca dapat memahami maksud wartawan yang ingin membujuk pembaca untuk mengadopsi sudut pandang atau perspektif tertentu, maka hal ini akan membeberkan dan menentukan fakta yang dipilih dan sisi yang ditekankan atau dihilangkan.

Dalam analisis framing Robert N. Etman melalui empat proses analisis yaitu *problem identification* (mendefinisikan permasalahan yang terjadi), *causal interpretation* (siapa atau apa sumber yang menjadi penyebab permasalahan terjadi), *moral evaluation* (nilai moral yang disajikan untuk menjelaskan permasalahan yang terjadi) dan *treatment recommendation* (memberikan penyelesaian permasalahan bisa dari tokoh yang diwawancarai dalam berita atau pernyataan dan solusi yang diberikan oleh pihak media). Data yang telah didapat kemudian diolah dengan melalui beberapa tahapan yaitu menyeleksi berita mana yang akan dianalisis menggunakan analisis framing, tahap analisa data yaitu berupa naskah berita dan tahap menginterpretasi berita

PEMBAHASAN

Hasil penelitian diperoleh setelah melalui proses wawancara yang mendalam dengan para informan yaitu editor dari IDNTimes.com. Investigasi berfokus kepada bagaimana politik identitas dilakukan oleh IDNTimes yang kemudian dianalisis dengan menggunakan framing yang berdasarkan Robert N. Etman.

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan melakukan metode wawancara kepada para informan. Wawancara yang dilakukan berupa tanya jawab antara peneliti dengan para informan penelitian sesuai dengan identifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya beserta beberapa pertanyaan penelitian.

Komunikasi Politik**Media Massa**

Selain berfungsi sebagai media penyaluran pesan, media massa juga berfungsi untuk mempengaruhi bahkan dapat membentuk opini di masyarakat luas terhadap isu-isu dan informasi yang disebarluaskan melalui media massa dan portal berita. Dalam dunia politik media massa juga memiliki peran dalam keberhasilan suatu tujuan politik dari suatu pihak politik tertentu. Media juga dapat mempengaruhi dan membentuk suatu opini (Fadhlorrohman and Purnomo 2020).

Penyajian peristiwa oleh media dikenal dengan istilah framing. Dengan menyoroti detail tertentu, menekankan elemen-elemen tertentu, dan mendorong metode

tertentu untuk menggambarkan suatu realitas, presentasi dibuat. Tujuan menghubungkan dan menekankan peristiwa di media adalah untuk membantu khalayak mengingat kembali signifikansinya.

Media massa saat ini sedang mengalami perubahan yang signifikan. Media massa kini berada dalam tahap pertumbuhan baru. Sejak munculnya jurnalisme online, memproduksi dan mendistribusikan berita kepada publik menjadi lebih mudah. Berita yang dulunya dibuat selama beberapa hari, sekarang dapat ditemukan secara online dalam beberapa detik karena jurnalisme ini (Siregar and Qurniawati 2022).

Media massa memiliki peran yang penting dalam menciptakan suatu iklim di dalam masyarakat melalui informasi dan berita yang disebarkannya. Jika informasi dan berita yang disebar sesuai fakta dan informatif maka iklim yang akan tercipta juga akan menjadikan masyarakat perlahan menjadi masyarakat yang melek informasi dan informatif mengenai suatu permasalahan yang tengah terjadi salah satunya mengenai politik identitas. Penelitian serupa menyatakan bahwa secara keseluruhan, literatur menemukan bahwa politisi menggunakan media sosial untuk terhubung dengan para pemilih dan bahwa kemunculan media sosial mempengaruhi perilaku pemilih, hal tersebut kerap kali dimanfaatkan sebagai media untuk berinteraksi. Tetapi, tidak jarang hal tersebut justru dimanfaatkan dengan cara yang negatif (Zhuravskaya, Petrova, and Enikolopov 2020).

Dalam politik identitas, para kandidat menciptakan mekanisme baru untuk mengkampanyekan diri mereka sendiri untuk memenangkan pemilihan politik. Kandidat menggunakan teknologi yang secara signifikan dapat mempengaruhi atau menggiring opini massa. Misalnya, pada tahun 2013, media memiliki peran yang sangat signifikan dalam kampanye politik. Hal ini memungkinkan partai atau kandidat tertentu melakukan kampanye politik atau komunikasi politik. Kampanye-kampanye tersebut bertujuan untuk menggiring opini publik untuk memilih kandidat tertentu dalam pemilu (Alami 2014).

Jika media massa melakukan framing negatif terhadap suatu permasalahan, hal tersebut juga akan berakibat negatif kepada iklim dalam masyarakat yang terbentuk. Salah satunya adalah iklim mengenai keagamaan yang pernah terjadi di Amerika mengenai framing berita terorisme. Media secara tidak langsung memainkan perannya dalam menciptakan iklim islamofobia di Amerika yang mengakibatkan pandangan negatif kepada para orang-orang muslim disana (Powell 2018).

Maka, penting bagi media untuk memberikan informasi dan berita yang nantinya akan memberikan dampak dan iklim yang positif bagi para pengguna dan media dan masyarakat. Karena, selain tugas media massa untuk menyiarkan informasi dan berita tugas lain yang juga tidak boleh dilupakan adalah tugas untuk mengedukasi, salah satunya adalah edukasi yang dilakukan oleh IDN Times.com melalui berita-berita serta program yang mereka laksanakan.

Politik Identitas

Politik identitas dalam arti sempit, politik dan kebijakan publik dengan melihat lebih sistematis pada hubungan antara identitas dan politik, sebagaimana terkait dengan kebijakan publik. Merujuk pendapat Glendon dalam (Béland 2017), menyatakan bahwa politik identitas sering dikaitkan dengan "pembicaraan tentang hak" dan persepsi

demokrasi yang terfragmentasi di Amerika Serikat, di mana menjadi lebih sulit bagi warga negara untuk bersatu dan mengorganisir diri sebagai warga negara di luar identitas individu mereka.

Sedangkan menurut salah satu informan, politik identitas adalah politik yang menggunakan simbol-simbol tertentu yang digunakan untuk kepentingan politik. Politik Indonesia tidak bisa terlepas dari *background* Indonesia sendiri yaitu adanya perbedaan budaya, demografis, pendidikan dan sejarah yang secara tidak langsung juga mempengaruhi bagaimana kondisi politik Indonesia pada saat ini.

Pada generasi milenial, politik identitas adalah taktik politik yang digunakan oleh suatu kelompok seperti etnis, suku, budaya, agama, atau kelompok lain untuk tujuan tertentu, seperti sebagai bentuk protes atau sebagai alat untuk menunjukkan identitas suatu kelompok, yang membuatnya lebih mudah bagi remaja untuk berkomunikasi dan memahami simbol-simbol berdasarkan pola pikir dan sudut pandang masyarakat yang sesuai dengan pemahaman mereka (Soenjoto 2019).

Kandidat untuk Pemilu 2019 secara aktif menggunakan media selama kampanye mereka. Dalam kampanyenya, mereka lebih mengedepankan menyerang kandidat lain daripada ide dan orisinalitas. Karena mereka dapat lebih baik menjaga jaringan mereka dengan pemilih, para kandidat dapat berkomunikasi dengan pemilih secara langsung dan melewati gatekeeper media tradisional, yang mengarah pada kondisi ini (Kurrahman 2015).

Krisis politik identitas juga terjadi di negara lain seperti negara Eropa. Salah satunya adalah mengenai kontroversi dan krisis euro yang pernah terjadi dilihat dari politik identitas. Dikatakan hasil penelitian tersebut bahwa krisis tersebut adalah tentang politik identitas, yang bagaimanapun berubah. Kontroversi politik dalam krisis euro telah, dan masih, sebagian besar dibingkai dalam hal pertanyaan tentang tatanan, yaitu, apa yang membentuk Eropa sebagai komunitas dan seberapa besar solidaritas anggota komunitas berutang satu sama lain di bawah kondisi apa. Masuknya migran dan pengungsi mengubah politik identitas, karena kekuatan populis membingkai krisis Schengen dalam istilah 'kita' vs 'mereka' dan mempropagandakan 'benteng Eropa' yang eksklusif, dan hasil yang paling dramatis sejauh ini adalah 'Brexit'. Konsekuensi dari perubahan dalam politik identitas ini tidak hanya menantang kebebasan bergerak sebagai salah satu prinsip inti integrasi Eropa. Populisme sayap kanan menentang dasar-dasar liberal proyek Eropa secara keseluruhan, menganjurkan Eropa yang tidak liberal, eksklusif, dan nasionalis, yang selama ini dipikirkan oleh Uni Eropa untuk diatasi (Börzel and Risse 2018).

Sedangkan di Indonesia, seperti yang kita ketahui bahwa politik identitas yang terjadi kebanyakan digunakan dan ditunggangi oleh oknum atau aktor politik yang menggunakan simbol-simbol agama atau masyarakat tertentu. Penyebab semakin maraknya politik identitas di Indonesia berdasarkan wawancara yang telah peneliti lakukan adalah masih kurangnya literasi dan edukasi politik bagi masyarakat Indonesia termasuk para pemilih pemula. Hal tersebut dimanfaatkan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggungjawab untuk memecah belah dan membuat polarisasi terutama menjelang pemilu.

Dalam hasil wawancara dikatakan juga bahwa kenapa politik identitas masih dijadikan pilihan dan masih digunakan adalah karena kemungkinan hal tersebut pernah

berhasil dalam pemilu-pemilu sebelumnya. Sebut saja pemilu DKI 2017 yang menjadi awal mula maraknya politik identitas sampai pemilu pada tahun 2019.

“Kami sedang menjaga sekali jangan sampai terjadi politik identitas di pemilu 2024 nanti karena dampaknya masih terasa hingga saat ini. Poilitik identitas memunculkan kelompok masyarakat yang terpisah karena identitas tersebut.”

Namun, dalam inisiatif inovasi otoriter lainnya, partai-partai beroperasi melawan satu sama lain daripada membela kepentingan bersama. Pola ini menjadi sangat jelas dalam instrumentalisasi politik identitas sebagai alat pemilihan oleh beberapa aktor politik terhadap aktor lainnya. Oleh karena itu, inovasi otoriter di Indonesia berawal dari aktor-aktor politik dan konstelasi kekuasaan tertentu di negara ini, tetapi jelas tertanam dalam filosofi illiberalisme yang lebih luas yang merongrong pemerintahan demokratis di seluruh dunia(Mietzner 2020).

IDNTimes.com

The Voice Of Millenial and Genz, itulah *tagline* dari IDNTimes.com. Sesuai dengan *tagline* target utama dari berita yang mereka muat adalah para generasi *Millenial and Genz*. IDN Times adalah media digital multi-platform terkemuka yang mencakup berita dan hiburan untuk Millennials dan Gen Z di Indonesia. Didirikan pada 8 Juni 2014, IDN Media telah berkembang menjadi perusahaan platform media terkemuka yang berdampak positif bagi lebih dari 70 juta Millennials dan Gen Z di Indonesia.

Semuanya dimulai pada suatu sore yang cerah. Winston Utomo, yang saat itu masih bekerja di Google Singapura, mengajukan pertanyaan kepada dirinya sendiri, "Generasi Milenial dan Gen Z adalah mayoritas populasi di Indonesia, namun, mengapa tidak ada media yang menargetkan kedua generasi ini? Bagaimana Indonesia bisa menjadi kekuatan dalam ekonomi global? Mengapa Indonesia sangat terpusat di Jakarta? Bagaimana kita mengatasi kesenjangan informasi dan memberikan akses informasi yang sama kepada semua orang di Indonesia, dari Aceh hingga Papua?"

IDN Media sekarang menjadi perusahaan platform media terkemuka untuk Milenial dan Gen Z di Indonesia dengan visi untuk mendemokratisasi informasi dan membawa dampak positif bagi masyarakat. IDN Media saat ini mengoperasikan 2 platform: IDN dan Yummy, 6 media digital: IDN Times, Popbela.com, Popmama.com, Duniaku.com, GGWP.ID, dan Fortune; sebuah agensi digital: IDN Creative; sebuah agensi experiential marketing: IDN Event; platform pemasaran kreator: IDN Creator Network; sebuah programmatic out-of-home media: IDN Programmatic OOH; perusahaan film berbasis teknologi: IDN Pictures; sebuah bank fakta independen: IDN Research Institute; dan organisasi sosial nirlaba: IDN Foundation.

Seiring dengan pertumbuhan IDN Media, tujuan kami untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat tetap sama. Mendorong bisnisnya ke arah ekspansi yang lebih berdampak telah menjadi salah satu cara yang dilakukan IDN Media untuk mengimplementasikannya. IDN Media percaya bahwa ini hanyalah awal dari perjalanannya ini baru menggores permukaan dari keseluruhan visinya. Selangkah demi selangkah, untuk Indonesia yang lebih baik.

Analisis framing politik identitas IDNTimes.com

Dalam pengembangan konsep framing ini, Gamson menyatakan bahwa framing

lazimnya sering digunakan dalam situasi wacana publik berlangsung yang dimana strategi framing ini dibuat oleh pihak atau orang yang ingin mendominasi pemikiran dan gagasan ke atas pihak lain. Gamson menemukan fakta bahwa keberhasilan dan kegagalan dalam pergerakan sosial tergantung bagaimana mereka memenangkan dominasi framing mereka dibandingkan dengan pihak lain. Dengan mempelajari frame yang ada dalam suatu masyarakat akan memandu seseorang mampu bersosialisasi dan menyatu dengan masyarakat tersebut. mendapatkan makna yang tersembunyi dalam berita dan membantu membongkar pesan yang tersembunyi di balik berita (Butsi 2019).

Setiap media memiliki kevijakan masing-masing dalam proses kerja untuk menghasilkan suatu berita sesuai dengan apa yang diinginkan. Begitu halnya dengan yang telah dilakukan oleh IDNTimes.com.

Sejarawan media menggunakan istilah "framing" untuk menggambarkan metode yang digunakan wartawan untuk memilih tindakan dari lanskap realitas yang dinamis dan memberinya makna (Boykoff and Carrington 2020). Framing dalam penelitian inia adalah menekankan suatu peristiwa yaitu politik identitas dan kemudian menghungkannya dengan cara yang dapat mendukung interpretasi, penilaian, sampai kepada memberikan solusi terkait politik identitas yang masih marak terjadi hingga saat ini.

Model yang dibuat oleh Robert N. Entman dapat dimanfaatkan untuk menerapkan analisis framing untuk meneliti bagaimana konstruksi yang digunakan oleh media yang bersangkutan karena Entman membentuk kerangka analisis framing untuk studi isi media (Siregar and Qurniawati 2022).

Merujuk kepada teori agenda setting khususnya agenda mengenai media, IDNTimes.com mengagendakan setiap pemberitaan yang akan mereka muat. Agenda setting menekankan apa yang menjadi agenda dalam suatu media juga akan menjadi agenda di masyarakat (Fabiana Meijon Fadul 2019).

Beberapa media dengan sengaja menggunakan framing politik identitas untuk mengubah sikap dan perilaku para pembacanya (Börzel and Risse 2018). Begitu pula dengan yang dilakukan oleh IDNTimes.com yang memiliki tujuan utama untuk mengedukasi para pembaca dan memberikan hasil yang positif setelah para pembaca selesai mendapatkan informasi dari berita-berita yang dimuat di IDNTimes.com.

Politik identitas kerap kali dikaitkan dengan kelompok agama atau kelompok organisasi tertentu. Contoh ini relevan karena menunjukkan bagaimana identitas dapat menjadi bagian integral dari mobilisasi politik dan memberikan dampak langsung pada hasil politik dan kebijakan (Bernstein 2005). Hubungan antara identitas politik berkaitan dengan isu-isu kebijakan dan permasalahan di negara yang menjadi bidang kajian dalam politik identitas, dimana dalam penelitian ini adalah politik identitas yang terjadi di Indonesia.

Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumsi media online yang terlalu sering dapat menghasilkan pendapat dari para pembaca yang memiliki pemikiran yang sama (Galpin and Trenz 2017). Disebutkan juga dalam wawancara, bahwa berdasarkan survei sebenarnya generasi muda sangat tertarik dengan informasi mengenai dunia politik. Tetapi, mereka sudah terlanjur apatis karena sudah kehilangan kepercayaan dengan para politisi melihat banyak fakta yang terjadi di lapangan. Maka, IDNTimes.com terus berusaha mengajak mereka untuk melek politik melalui informasi-informasi menarik

yang dimuat dalam berita, serta informasi-informasi dasar seputar politik agar nantinya mereka dapat belajar secara perlahan untuk kembali meningkatkan minat bahkan partisipasi yang baik untuk dunia politik Indonesia. Sejalan dengan hasil wawancara tersebut, penelitian lain juga membuktikan hal yang sama bahwa terjadi penurunan penurunan yang kuat dalam kepercayaan publik terhadap outlet berita(Turcotte et al. 2015).

Berdasarkan beberapa berita dari IDNTimes.com terhitung sejak bulan Juni 2022- Desember 2022 diambil secara acak beberapa berita yang kemudian akan dianalisis framingnya. Proses pencarian dan pengumpulan berita dilakukan dengan cara *browsing and search* di website IDNTimes.com dengan menggunakan *keyword* “Politik identitas”.

Tabel 1.1 Berita Politik Identitas Pada IDNTimes.com

No	Tanggal Rilis Berita	Judul Berita
1	28 November 2022	Menag Ingatkan Masyarakat Mewaspadaai Politik Identitas di Tahun Pemilu
2	22 November 2022	NasDem Minta Jangan Kaitkan Politik Identitas dengan Anies Baswedan
3	22 November 2022	Gandeng SocDem, NasDem Diskusi Soal Politik Identitas Jelang 2024
4	12 November 2022	Publik Diimbau Waspadaai Sosok di Balik Politik Identitas Jelang 2024
5	29 Oktober 2022	Kapolri Ingatkan Bahaya Narkoba dan Politik Identitas
6	28 Oktober 2022	PDIP Minta Pemuda Jadi Kekuatan Singkirkan Politik Identitas Pada 2024
7	22 Oktober 2022	Pengamat Ingatkan Ancaman Politik Identitas Jelang Pemilu 2024
8	20 Oktober 2022	3 Pemuka Agama Soroti Politik Identitas-Polarisasi di Indonesia
9	17 September 2022	Nyapres, Anies Baswedan Disebut Tokoh Hasil Politik Identitas
10	2 September 2022	PDIP : Pihak yang Gunakan Politik Identitas, Mereka Tak Punya Prestasi
11	28 Agustus 2022	Kapolri : Pemilu 2019 Kita

		Hampir Dipecah akibat Politik Identitas
12	20 Agustus 2022	Ganjar Pranowo Ingatkan Bahayanya Politik Identitas Jelang 2024
13	5 Agustus 2022	Depan Cak Imin, Gus Yahya Minta Tak Pakai Identitas NU Untuk Politik
14	18 Juni 2022	Pemilu 2024, Moderasi Beragama Jadi Kunci Cegah Politik Identitas
15	17 Juni 2022	Cegah Polarisasi dan Politik Identitas Hadapi Pilpres 2024

Berdasarkan tabel di atas, bahwa terdapat 15 berita yang telah dimuat oleh IDNTimes berkaitan dengan politik identitas yang terjadi di Indonesia selama kurang lebih enam bulan terakhir. Maka, berdasarkan analisis framing Robert N. Etman dapat dianalisis sebagai berikut.

Tabel 1.2 : Menag Ingatkan Masyarakat Mewaspadaai Politik Identitas di Tahun Pemilu

<i>Problem Identification</i>	Menag mengingatkan masyarakat untuk mewaspadaai penggunaan politik identitas menjelang pemilu 2024
<i>Causal Interpretation</i>	Banyak aktor politik yang menggunakan simbol-simbol agama dalam politik identitas
<i>Moral Evaluation</i>	Yaqut meminta para kader GP untuk terus mengencangkan koordinasi
<i>Treatment Recommendation</i>	Persatuan yang sudah terjaga kuat harus selalu dirawat dan dijaga

Pembahasan

Problem Identification. Di dalam berita yang telah dimuat oleh IDNTimes.com diketahui bahwa permasalahan yang sedang terjadi adalah upaya imbauan yang diberikan oleh kemenag kepada masyarakat mengenai penggunaan politik identitas menjelang pemilu 2024.

"Memasuki tahun politik, banyak aktor politik yang berpikiran sempit demi memuluskan kepentingannya. Bahkan, ada yang licik dengan mengusung isu atau simbol keagamaan. Ini harus kita waspadaai bersama karena sangat berbahaya bagi kesatuan bangsa."

Causal Interpretation. Pada naskah berita dijelaskan bahwa yang menjadi penyebab dari maraknya penggunaan politik identitas menjelang pemilu 2024 adalah karena banyak aktor atau oknum yang menunggangi politik identitas dengan memanfaatkan simbol-

simbol agama.

Yaqut meminta para kader GP Ansor dan Barisan Ansor Serbaguna (Banser) tidak lengah, karena para pemakai politik keagamaan itu sangat mungkin juga menyasar kader-kader Nahdlatul Ulama (NU) untuk tujuan praktis.

Moral Evaluation. Nilai moral yang disajikan dalam naskah berita untuk menjelaskan permasalahan mengenai politik identitas adalah sudah banyak ditemui upaya-upaya pemecah bela dan adu domba dari beberapa oknum menjelang pemilu 2024. Maka, diinstruksikan untuk terus mengencangkan koordinasi dalam upaya menangani politik identitas ini.

Yaqut juga meminta para kader GP Ansor untuk terus mengencangkan koordinasi di semua level, karena perkembangan politik di Tanah Air akan semakin dinamis menjelang Pemilihan Umum (Pemilu) Serentak 2024.

Treatment Recommendation. Diakhir naskah beritanya, IDNTimes.com tidak memberikan penyelesaian terhadap isu politik identitas, namun berita ini seolah-olah mengatakan bahwa mengapa isu politik identitas patut diwasdai utamanya menjelang pemilu berlangsung.

Tabel 1.3 : Pengamat Ingatkan Ancaman Politik Identitas Jelang Pemilu 2024

<i>Problem Identification</i>	Politik identitas akan marak terjadi menjelang pemilu 2024
<i>Causal Interpretation</i>	Politik identitas semakin marak sejak pemilu DKI 2017 berlangsung
<i>Moral Evaluation</i>	Seharusnya politik identitas tidak masuk ke dalam rumah ibadah
<i>Treatment Recommendation</i>	Politik identitas akan semakin rumit jika Anies maju sebagai capres

Problem Identification. Di dalam berita yang telah dimuat oleh IDNTimes.com diketahui bahwa permasalahan yang sedang terjadi adalah ancaman yang akan mengancam kita semua mengenai politik identitas yang semakin marak terjadi menjelang pemilu 2024 akan berlangsung.

Direktur Lembaga Pemilihan Indonesia (LPI), Boni Hargens, mengingatkan, "Politisasi identitas berlangsung marak yang digunakan untuk kepentingan politik sesaat. Maraknya fenomena itu, berdampak pada faksionalisasi kelompok masyarakat yang tidak hanya terjadi di media sosial, lebih jauh menjalar hingga ke ruang publik menggunakan instrumen agama, suku maupun ras," ujar Beni.

Causal Interpretation. Pada naskah berita dijelaskan bahwa yang menjadi penyebab dari maraknya penggunaan politik identitas menjelang pemilu 2024 adalah didsari oleh gerakan awal politik identitas yang terjadi saat pemilu DKI 2017 silam dan efeknya masih terasa sampai sekarang menjelang pemilu 2024 akan berlangsung.

Boni menyinggung politik identitas marak terjadi saat Pilkada DKI Jakarta 2017. "Fenomena Pilkada 2017 silam tidak terulang kembali pada Pemilu 2024," kata dia.

Moral Evaluation. Nilai moral yang disajikan dalam naskah berita untuk menjelaskan permasalahan mengenai politik identitas yang selalu menggunakan simbol dan mengatasnamakan agama.

Dia mengatakan, Pemilu 2024 seharusnya tidak menggunakan politik identitas untuk meraih kursi kemenangan. "Nah yang menarik, sejak 2017 dinamika politik identitas terus menguat sampai hari ini dan Pak Anies Baswedan salah satu tokoh yang dihasilkan secara sempurna oleh gerakan populis sayap kanan ini," sambungnya.

Treatment Recommendation. Diakhir naskah beritanya, IDNTimes.com tidak memberikan penyelesaian atau pernyataan terhadap isu politik identitas, namun berita ini seolah-olah mengatakan bahwa mengapa isu politik identitas akan semakin menguat saat Anies mencalonkan dirinya sebagai capres.

"Kami punya keresahan seandainya Pak Anies Baswedan memperoleh kendaraan politik dan masuk ke gelanggang Pilpres. Indonesia ke depan akan mengalami dinamika yang lebih rumit karena politik identitas akan menjadi strategi *mainstream* dalam Pemilu 2024," ujar dia.

Tabel 1.4 : Kapolri : Pemilu 2019 Kita Hampir Dipecah akibat Politik Identitas

<i>Problem Identification</i>	Kapolri mengingatkan publik agar tidak terpecah belah menjelang pemilu 2024
<i>Causal Interpretation</i>	Polarisasi politik identitas 2019 hampir memecah belah dan efeknya masih terasa sampai sekarang
<i>Moral Evaluation</i>	Seharusnya tidak ada lagi politik yang menyebabkan polarisasi dan perpecahan
<i>Treatment Recommendation</i>	Berharap pemilu 2024 akan menghasilkan pemimpin yang punya semangat membangun bangsa

Pembahasan

Problem Identification. Di dalam berita yang telah dimuat oleh IDNTimes.com diketahui bahwa permasalahan yang sedang terjadi adalah ancaman terpecah belahnya publik karena politik identitas yang semakin marak terjadi.

"Sebentar lagi kita juga akan menghadapi Pemilu 2024. Tahun 2019 kita mengalami bagaimana bangsa kita ini hampir dipecah-belah karena adanya hoaks, adanya ujaran kebencian, adanya polarisasi yang muncul dari politik identitas," ujar Sigit

Causal Interpretation. Pada naskah berita dijelaskan bahwa yang menjadi penyebab dari maraknya penggunaan politik identitas menjelang pemilu 2024 adalah polarisasi akibat politik identitas yang terjadi saat pemilu 2019 dan sekarang menjelang pemilu 2024 hal tersebut menjadi semakin sering mencuat.

Kapolri Jenderal Listyo Sigit Prabowo mengingatkan kepada publik agar tidak terpecah belah menjelang Pemilu 2024. Sebab, menurutnya, pada Pemilu 2019 masyarakat hampir terpecah belah karena adanya polarisasi yang muncul akibat politik identitas.

Moral Evaluation. Nilai moral yang disajikan dalam naskah berita untuk menjelaskan seharusnya dalam berpolitik tidak ada lagi politik yang menyebabkan terjadinya polarisasi dan perpecahan yang menyebabkan semakin sulitnya persatuan karena adanya

kelompok-kelompok tertentu yang mengatasnamakan politik identitas.

Kapolri berpesan kepada semua pihak agar tidak lagi berpolitik yang bisa menyebabkan polarisasi atau perpecahan. Sebab, Indonesia tetap harus menjunjung persatuan dan kesatuan. "Kita harus ingat bahwa di atas semuanya, persatuan dan kesatuan harus kita jaga. Di atas semuanya yang namanya Pancasila harus tetap kita pertahankan," ujarnya.

Treatment Recommendation. Diakhir naskah beritanya, IDNTimes.com tidak memberikan penyelesaian atau pernyataan terhadap isu politik identitas, namun berita ini seolah-olah mengatakan bahwa ancaman politik identitas itu nyata adanya, dan sebagai masyarakat kita harus mewaspadai hal tersebut untuk menghindari perpecahan dan polarisasi.

"Kita semua sepakat bahwa di tahun 2024, kita ingin para pemimpin nasional nanti akan membawa semangat untuk bisa membangun, akan mau mewujudkan, menunjukkan program-programnya untuk bisa menyejahterakan masyarakat," ujar Kapolri.

Maraknya politik identitas dan pemberitaan hoax atau negatif mengenai suatu isu dapat berdampak penting bagi desain pemerintahan demokratis dan cara rutin perwakilan politik mencari publisitas dan berinteraksi dengan jurnalis (Galpin and Trenz 2017). Maka, untuk menghindari dan mengurangi hal tersebut IDNTimes.com berkomitmen untuk terus memberikan informasi yang benar adanya sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara IDNTimes.com juga berkomitmen untuk terus mengedukasi pembacanya bukan hanya dengan memuat berita aktual dan terbaru tetapi juga memuat berita pelengkap dari berita aktual dan terbaru. Seperti contohnya, menjelang pemilu IDNTimes.com akan mengajak para pembacanya untuk berdiskusi di kolom diskusi salah satunya mengenai politik identitas yang tengah marak terjadi. Melalui hasil diskusi tersebut kemudian akan dibuat menjadi naskah berita yang naskah berita tersebut juga berasal dari pertanyaan para pembaca sendiri, tujuan dilakukannya diskusi ini adalah untuk mengajak para pembacanya menjadi aktif bukan hanya pasif sebagai pembaca saja.

Untuk menjaga kredibilitas dan netralitas dari media IDNTimes.com, biasanya berita dan informasi terkait para paslon akan diberitakan secara seimbang. Hal tersebut untuk menjaga kenetralan dari media sendiri kepada para pembacanya. Jika hanya salah satu paslon yang sering diberitakan khawatir hal tersebut malah akan membuat media kehilangan komitmen yang telah ditetapkan sebelumnya. Hal tersebut selalu dijaga oleh IDNTimes.com.

Merujuk pada pernyataan informan, bahwa pada saat para reporter akan menyerahkan informasi dan berita kepada tim tetapi informasi dan berita tersebut tidak disertai dan dilengkapi dengan fakta-fakta dan bukti yang mendukung, maka tim IDNTimes.com tidak akan memuat berita tersebut untuk bisa diterbitkan menjadi sebuah berita. Karena, jika informasi dan berita tersebut dipaksa untuk diterbitkan menjadi sebuah berita dengan memberikan judul yang *clickbait* dengan isi dan judul yang tidak ada kaitannya hanya akan membodohi dan menyesatkan para pembaca saja dan IDNTimes.com sangat menghindari hal tersebut terjadi.

Dalam wawancara disebutkan juga, bahwa menjelang pemilu 2024 IDNTimes.com memiliki telah melakukan suatu program yaitu dengan mencari dan mengumpulkan suara-suara masyarakat dan generasi muda khususnya dari kalangan bawah yang

kemudian nanti suara-suara tersebut akan ditanyakan atau dimuat dalam berita. Untuk pertanyaan yang akan ditanyakan kepada perwakilan politik atau tokoh politik, nantinya IDNTimes.com akan mempertemukannya dengan perwakilan pembaca terpilih khususnya dari kalangan generasi muda untuk bertanya dan berdiskusi secara langsung. Selain itu, harapan lain dari adanya kegiatan mencari dan menghimpun suara-suara ini akan menjadi bahan pertimbangan untuk lebih diperhatikan kembali atau mungkin dapat masuk ke dalam rencana program kerja dari para paslon yang nanti akan maju pada pemilu 2024.

Untuk menghindari dan menghilangkan politik identitas bukan merupakan hal yang mudah. Tetapi menurut informan hal tersebut dapat diwujudkan secara perlahan salah satunya dengan memberikan edukasi politik dan literasi dalam frekuensi yang lebih sering kepada masyarakat secara luas. Selain dari media sendiri yang menjaga agar kredibilitas informasi dan berita yang disampaikan dapat mengedukasi, diperlukan juga tanggungjawab dan kerjasama dari pihak-pihak lain yang terkait. Seperti para pelaku politik, pemerintahan bahkan saat ini diketahui ada beberapa partai politik yang sudah memberikan edukasi politik ke lembaga-lembaga pendidikan dan masyarakat secara berangsur. Jika kegiatan-kegiatan tersebut dapat terus berjalan, informan mengatakan bahwa secara perlahan dan sendirinya politik identitas akan bisa menghilang..

KESIMPULAN

IDNTimes.com dalam pandangannya menegenai isu politik identitas sebagai ancaman keutuhan persatuan dan keharmonisan bangsa Indonesia, deretan pemberitaan politik identitas sepanjang Juni 2022 hingga Desember 2022 dinarasikan oleh IDNTimes.com dengan menghubungkan sebab akibat yang sistematis serta testruktur rapi. Selain itu, keakuratan dan fakta yang disajikan adalah fakta yang sebenar-benarnya terjadi. Sesuai dengan prinsip dari IDNTimes.com sendiri yaitu menghindari penggunaan judul yang *clickbait* yang sebenarnya judul tersebut tidak ada kaitannya dengan isi dalam berita. Tetapi, judul-judul dan isi berita yang disajikan oleh IDNTimes benar adanya dimana diantara judul dan isi memiliki kesatuan dan pemahaman yang sama. Sehingga, para pembaca yang membaca berita tersebut tidak merasa dibodohi atau bahkan terbuang waktunya secara percuma karena judul *clickbait*.

IDNTimes.com dalam mengemas dan menyebarkan beritanya selalu berusaha untuk menghindari bersinggungan dengan politik identitas yang selama ini menjadi ancaman besar terutama menjelang pemilu berlangsung. Teks-teks diksi yang disampaikan cenderung menggunakan pemilihan kata yang mudah dipahami, tidak bertele-tele dan berusaha menjaga keseimbangan muatan berita dari setiap tokoh politik yang diberitakan. Menjelang pemilu berlangsung, frekuensi pemberitaan mengenai politik identitas semakin sering dimuat dalam berita dengan tujuan utamanya untuk mengedukasi para pembacanya dalam mempersiapkan diri menjelang pemilu 2024 berlangsung agar dapat menghindari perpecahan yang disebabkan politik identitas.

Bagaimana media massa dan media online saat ini sangat mempengaruhi akuntabilitas salah satunya dalam pemanfaatan selama pemilu sebagai media untuk menyampaikan informasi dan visi misi. Informasi ini kemudian dapat digunakan oleh pemerintah untuk memantau sikap warga negara dan kinerja dari para pejabat terkait.

Media IDNTimes.com dalam memberikan informasi dan berita kepada para
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

pembacanya selalu berusaha untuk berhati-hati agar nantinya tidak dimanfaatkan untuk menjadi simbol-simbol dalam penggunaan politik identitas yang semakin marak terjadi terutama menjelang pemilu. Perbedaan media IDNtimes.com dengan beberapa media lain seperti Kompas.com dan Republika .co.id adalah bahwa media Republika.co.id biasanya selalu identik dengan konsep agama yaitu agama islam, Kompas.com biasanya bersifat politik sedangkan IDNtimes.com berusaha memuat berita dan informasi senetral mungkin untuk menghindari terjadinya pemanfaatan karena penggunaan politik identitas. Tetapi, terlepas dari berbagai perbedaan cara pandang dan berita yang biasa dimuat, ketiga media tersebut sama-sama memberikan informasi dan solusi mengenai ancaman politik identitas sebagai tujuan dari media sendiri yaitu sebagai edukasi bagi para pengguna dan pembacanya.

Maka, penelitian yang telah dilakukan juga menunjukkan bahwa kredibilitas dari suatu berita dan informasi lebih penting daripada hanya untuk menarik minat, penting juga untuk menarik kepercayaan sikap dari para pelaku pencari informasi dan para pembaca. Hal tersebut selalu menjadi komitmen dan prinsip bahwa penting untuk memberikan dampak yang positif bagi para pembaca karena itu merupakan fungsi dan tanggungjawab dari media.

REFERENSI

- Alami, Athiqah Nur. 2014. “Menakar Kekuatan Media Sosial Menjelang Pemilu 2014 Measuring the Power of Social Media Ahead of the 2014 Election.” *Jurnal Penelitian Politik Lipi* 10 No. 1(January 2013): 85–99.
- Anggoro, Ayub Dwi. 2014. “Media, Politik Dan Kekuasaan.” *Jurnal Aristo* 2(2): 25–52. file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/16-1355-1-PB.pdf.
- Béland, Daniel. 2017. “Identity, Politics, and Public Policy.” *Critical Policy Studies* 11(1): 1–18.
- Bernstein, Mary. 2005. “Identity Politics.” *Annual Review of Sociology* 31(2005): 47–74.
- Börzel, Tanja A., and Thomas Risse. 2018. “From the Euro to the Schengen Crises: European Integration Theories, Politicization, and Identity Politics.” *Journal of European Public Policy* 25(1): 83–108.
- Boykoff, Jules, and Ben Carrington. 2020. “Sporting Dissent: Colin Kaepernick, NFL Activism, and Media Framing Contests.” *International Review for the Sociology of Sport* 55(7): 829–49.
- Butsi, Febry Ichwan. 2019. “Mengenal Analisis Framing: Tinjauan Sejarah Dan Metodologi.” *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique* 1(2): 52–58.
- Cacciatore, Michael A., Dietram A. Scheufele, and Shanto Iyengar. 2016. “The End of Framing as We Know It ... and the Future of Media Effects.” *Mass Communication and Society* 19(1): 7–23.
- Chan, Michael, Hsuan Ting Chen, and Francis L.F. Lee. 2019. “Examining the Roles of Political Social Network and Internal Efficacy on Social Media News Engagement: A Comparative Study of Six Asian Countries.” *International Journal of Press/Politics* 24(2): 127–45.
- Fabiana Meijon Fadul. 2019. “PEMBINGKAIAN SOSOK BASUKI TJAHAJA PURNAMA DARI SUDUT PANDANG POLITIK IDENTITAS PADA PILKADA DKI JAKARTA 2017 DALAM ERAMUSLIM.COM DAN TIRTO.ID Abstrak.”
- Fadhilrohman, Mochammad Iqbal, and Eko Priyo Purnomo. 2020. “The Role of Online Mass Media as a Tool for the 2019 Political Campaign in Indonesia.” *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)* 4(2): 311.
- Galpin, Charlotte, and Hans-jörg Trenz. 2017. “Euroscpticism, Democracy and the Media.”

Euroscpticism, Democracy and the Media: 49–72.

- Hasyim, Nanang Mizwar. 2017. "KONSTRUKSI CITRA MASKULINITAS CALON PRESIDEN (Study Analisis Framing Model Gamson Dan Modigliani Pada Pemberitaan Koran Harian Kompas Dan Jawa Pos Edisi Juni 2014)." *Profetik: Jurnal Komunikasi* 9(1).
- Ikasari, Prinsia Nurul, Anisa Setya Arifina, Universitas Tidar, and Jalan Kapten Suparman. 2020. "Framing Joko Widodo Dan Prabowo Subianto Di Harian Kompas Dalam Pemilihan Presiden 2019." *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media* 4(1): 73–83. <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/2390>.
- Kreiss, Daniel. 2016. "Seizing the Moment: The Presidential Campaigns' Use of Twitter during the 2012 Electoral Cycle." *New Media and Society* 18(8): 1473–90.
- Kurrahman, Taufiq. 2015. "Penempatan Pegawai Negeri Sipil (PNS) Dalam Jabatan Struktural Pada UPTD Dinas Perkebunan Provinsi Kalimantan Timur." *Perspective* 4(2): 116–26.
- Mietzner, Marcus. 2020. "Authoritarian Innovations in Indonesia: Electoral Narrowing, Identity Politics and Executive Illiberalism." *Democratization* 27(6): 1021–36. <https://doi.org/10.1080/13510347.2019.1704266>.
- Pahlevi, Akhmad Fathur. 2019. "Hegemoni Harian Fajar Menjelang Pilpres 2019 (Studi Wacana Kritis, Norman Fairclough)." *Jurnal Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam* V(2): 142–57.
- Powell, Kimberly A. 2018. "Framing Islam/Creating Fear: An Analysis of U.S. Media Coverage of Terrorism from 2011–2016." *Religions* 9(9).
- Siregar, Ade Kurniawan, and Eka Fitri Qurniawati. 2022. "Analisis Framing Pemberitaan Buzzer Di Tempo.Co." *Journal of New Media and Communication* 1(1 SE-Articles): 1–15. <https://journal.sinergiinstitute.com/index.php/JNMC/article/view/1>.
- Siregar, B., Abdullah, A. Z., & Solihin, O. (2022). Resepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Anies Baswedan Sebagai Calon Presiden. *Jurnal Common*, 6(2), 135-145.
- Soenjoto, Wening Purbatin Palupi. 2019. "Eksplorasi Isu Politik Identitas Terhadap Identitas Politik Pada Generasi Milenial Indonesia Di Era 4.0." *Journal of Islamic Studies and Humanities* 4(2): 187–217.
- Solihin, Olih. 2019. "Make Moral Judgment of Political Figures In The Election of The Governor of West Java." 225(Icobest 2018): 416–21.
- Solihin, O., Widyaningrum, R., Hariyati, F., Nurhadi, Z. F., & Waluyo, E. A. (2022). TINJAUAN TENTANG CLICKBAIT DI MEDIA. *Commed Jurnal Komunikasi dan Media*, 7(1), 74-84.
- Tansal, Epi Aresih, Rahmawati Latief, and Hartina Sanusi. 2020. "Representasi Politik Identitas Dalam Pemilihan Presiden 2019 Pada Pemberitaan Kompas. Com." *Jurnal Washiyah* 1(1): 181–95. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/washiyah/article/view/13341>.
- Yuniartin. 2019. "Framing Agama Dalam Politik Praktis." *Jurnal Studi Agama-Agama* 2(1): 59–70.
- Zhuravskaya, Ekaterina, Maria Petrova, and Ruben Enikolopov. 2020. "Political Effects of the Internet and Social Media." *Annual Review of Economics* 12: 415–38.