

BAB V

PENUTUP

Bab ini memberikan kesimpulan serta rekomendasi pada penelitian analisis *framing* yang bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana *Media Indonesia* membingkai pemberitaan agenda politik identitas yang dicanangkan oleh Timnas Amin pada pasangan Anies Baswedan dan Iskandar Muhaminin pada Pilpres 2024.

5.1 Implikasi Teoritis

Analisis pemberitaan pasangan Anies-Muhaimin di *Media Indonesia* dengan sampel sebanyak 60 berita menunjukkan bahwa Media Indonesia melakukan pembingkai politik identitas terhadap pasangan Amin dalam Pilpres 2024. Penelitian ini mendukung pemahaman teori *co-orientation* dengan menunjukkan bagaimana kesepahaman dan akurasi dalam penyampaian pesan politik identitas dapat memengaruhi persepsi audiens. Hal ini tercermin melalui tiga struktur pembangun berita langsung, yaitu judul, teras, dan tubuh berita, yang secara eksplisit menggunakan politik identitas dalam pemberitaannya terkait pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar.

Adanya pembingkai tersebut menandakan bahwa praktik politisasi pada pemilu di Indonesia masih tergolong tinggi, lantaran digunakan oleh para elit politik untuk memperoleh serta melanggengkan kekuasaan dengan memanfaatkan identitas di tengah bangsa yang bersifat plural atau majemuk. Mengacu pada teori *Co-Orientation*, organisasi pemenangan pasangan Amin atau disebut Timnas Amin, yang terdiri dari partai-partai pengusung maupun anggota pemenangan, saling berinteraksi untuk mengarahkan pandangan mereka dalam mencapai kesepahaman bersama mengenai agenda politik identitas yang dicanangkan dalam pemberitaan di *Media Indonesia*.

Kesepahaman para partai, kelompok, dan anggota pemenangan dalam *Co-Orientation* berhasil dicapai, yang dapat diketahui melalui tingginya praktik politisasi isu identitas yang tercermin dalam berita yang dipublikasikan oleh *Media Indonesia* mengenai pasangan Amin selama Pilpres 2024. Setiap indikator yang dianalisis melalui proses koding menunjukkan bahwa struktur pembangun berita, yang terdiri dari judul, teras, dan tubuh berita pada berita langsung atau *straight news*, menunjukkan bahwa berita di *Media Indonesia* menggunakan isu SARA untuk mendukung, melegitimasi, memihak, serta menarik massa melalui diksi, simbol, atribut, gambar, serta narasumber terhadap pasangan Anies dan Muhaimin.

Isu SARA politik identitas dalam pemberitaan pasangan Anies-Muhaimin paling banyak muncul melalui isu keagamaan, kemudian diikuti oleh isu golongan, dan terakhir isu kesukuan. Gambar sebagai unsur penguat pesan menunjukkan penonjolan berita dengan visualisasi gambar kegiatan pasangan Amin yang sedang berinteraksi dengan para tokoh identitas SARA, diikuti oleh gambar objek berupa pendukung dari golongan SARA untuk mendukung pasangan Amin, serta gambar simbol dan atribut keagamaan yang menggambarkan kedekatan pasangan Amin dengan identitas agama dan golongan tertentu.

5.2 Implikasi Praktis

Bagi tokoh politik, media merupakan sarana akselerasi citra politik. Sedangkan bagi media itu sendiri, ajang elektoral dipandang sebagai lahan untuk mendongkrak keuntungan maupun eksposur, sehingga timbul hubungan saling menguntungkan di antara keduanya. Oleh karena itu, media seharusnya bersifat independen sebagai angkatan kelima dan menjadi pengawas atau *watchdog* bagi pemerintah. Namun, sering terjadi campur tangan pemilik dan pemodal yang mengakibatkan konflik kepentingan, di mana ideologi pemilik akan lekat jika mereka memiliki agenda tertentu sehingga media bisa menjadi partisipan. Hasil analisis framing pemberitaan pasangan Anies-Muhaimin pada Pilpres 2024 di *Media Indonesia* menunjukkan bahwa dalam berita langsung atau *straight news* yang disusun dengan struktur piramida terbalik, ditemukan bahwa pada judul, teras, dan tubuh berita terdapat unsur politik identitas. Adanya afiliasi media dengan partai politik yang ditandai dengan keterlibatan kepemilikan media menyebabkan termuatnya agenda politik identitas yang dipublikasikan oleh *Media Indonesia*.

Oleh karena itu, media massa yang menjadi acuan masyarakat luas dalam menghadapi fenomena politik identitas harus dapat bersifat independen. Terlebih, dalam UU Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers dijelaskan bahwa Pers tidak hanya sekadar menjadi hiburan tetapi juga sebagai media pendidikan, informasi, dan kontrol sosial. Maka, *Media Indonesia* sebagai lembaga media harus terus berupaya untuk menjaga demokrasi yang sehat dengan menciptakan pemimpin-pemimpin yang berkualitas melalui gagasan, bukan hanya melalui identitas. *Media Indonesia* harus memperkuat prinsip independensi dalam pemberitaan dengan memastikan bahwa konten yang dipublikasikan tidak dipengaruhi oleh afiliasi politik atau kepentingan pemilik media.

Praktisi media perlu meningkatkan kualitas jurnalistik dengan melakukan verifikasi ketat terhadap sumber informasi dan menghindari penggunaan diksi, simbol, atau gambar yang dapat memicu politisasi isu identitas. Regulator dan pembuat kebijakan harus memperkuat

pengawasan dan penegakan regulasi untuk memastikan bahwa media beroperasi sesuai dengan prinsip independensi dan akurasi. Selain itu, program literasi media perlu dikembangkan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya mengkritisi informasi yang diterima dari media. Pendidikan tentang bagaimana mengidentifikasi bias dan *framing* dalam berita serta memahami dampak politik identitas dalam pemberitaan harus ditingkatkan. Dengan menerapkan implikasi praktis ini, diharapkan media massa, regulator, dan masyarakat dapat berkontribusi dalam menciptakan lingkungan politik yang lebih sehat dan demokratis, serta mendorong partisipasi pemilih yang didasarkan pada informasi yang akurat dan objektif.

5.3 Implikasi Sosial

Pesatnya perkembangan media saat ini memungkinkan masyarakat dengan mudah mengakses dan menerima informasi melalui berbagai sumber. Oleh karena itu, masyarakat Indonesia yang bersifat plural harus lebih kritis terhadap perpolitikan yang terjadi di tanah air. Peristiwa penyelewengan terhadap identitas di tengah kemajemukan bangsa Indonesia sering dimanfaatkan oleh aktor politik untuk mencapai tujuan mereka. Masyarakat harus bersikap dewasa dengan menilai informasi berdasarkan gagasan dan program kerja yang ditawarkan, bukan semata-mata berdasarkan identitas politik yang diangkat.

Untuk mencapai hal ini, penting bagi masyarakat untuk bijak dalam memilih sumber berita. Program literasi media harus ditingkatkan untuk membantu masyarakat memahami bagaimana mengidentifikasi bias dan *framing* dalam berita, serta untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam mengevaluasi kredibilitas sumber informasi. Dengan demikian, masyarakat dapat lebih sadar dan kritis dalam menerima informasi, yang pada akhirnya akan membantu menciptakan lingkungan politik yang lebih sehat dan demokratis, serta mendorong pemilihan pemimpin yang berkualitas berdasarkan kapabilitas dan visi mereka, bukan identitas semata.

5.4 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis framing politik identitas yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk melihat bagaimana Media Indonesia membingkai pemberitaan agenda politik identitas yang dicanangkan oleh Timnas Amin pada pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar pada Pilpres 2024, telah tercapai. Penelitian ini menggunakan proses koding yang melibatkan satu orang koder dan pemeriksaan kualitas data melalui uji reliabilitas Holsti dengan skor minimal 0,8 atau 80%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam judul berita yang mengandung politik identitas, isu SARA paling banyak muncul melalui isu agama (58,3%), diikuti oleh isu golongan (31,7%) dan isu suku (5,0%). Gambar dalam berita yang menampilkan simbol identitas SARA lebih sering menonjolkan kegiatan (36,7%), diikuti oleh objek (20,0%), simbol (13,3%), dan lokasi (5,0%). Penggunaan diksi untuk mendukung kebijakan SARA mencapai 13,3%, sementara diksi identitas SARA yang digunakan untuk menarik dukungan mencapai 76,6%. Penonjolan dukungan dan pandangan dari tokoh identitas SARA terhadap pasangan Amin mencapai 53,3%, dan penyebutan atribut SARA untuk mengambil simpati juga mencapai 53,3%.

Untuk teras berita, diksi yang mendukung kebijakan SARA muncul sebesar 5,0%, sedangkan diksi identitas SARA yang digunakan untuk menarik dukungan mencapai 85,0%. Penonjolan dukungan dan pandangan dari tokoh identitas SARA mencapai 55,0%, dan penyebutan atribut SARA untuk mengambil simpati mencapai 61,7%.

Pada tubuh berita, diksi yang mendukung kebijakan SARA muncul sebesar 13,3%, sementara diksi identitas SARA yang digunakan untuk menarik dukungan mencapai 90,0%. Penonjolan dukungan dan pandangan dari tokoh identitas SARA mencapai 53,3%, dan penyebutan atribut SARA untuk mengambil simpati mencapai 70,0%. Narasumber berita yang mendukung narasi politik identitas terdiri dari pemimpin politik (51,7%), tokoh agama (18,3%), dan pemimpin organisasi keagamaan (16,7%). Dengan demikian, hasil analisis membuktikan bahwa *Media Indonesia* tidak hanya memuat unsur politik identitas, tetapi juga secara unik menghadirkan narasumber yang mayoritas berasal dari kalangan pemimpin politik, yang berfungsi untuk memperkuat narasi politik identitas dalam pemberitaan Pilpres 2024. Keberadaan narasumber dari kalangan politisi ini menjadi salah satu ciri khas dalam *framing* yang dilakukan oleh *Media Indonesia*.