

## REPRESENTASI POLITIK IDENTITAS DALAM PEMILIHAN PRESIDEN 2019 PADA PEMBERITAAN KOMPAS.COM

EPI ARESIH TANSAL, RAHMAWATI LATIEF, HARTINA SANUSI

Jurusan Jurnalistik Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Alauddin Makassar

Email: aresihepi17@gmail.com;

rahma.latief@gmail.com;

tinasanusi@uin-alauddin.ac.id

### **Abstract:**

*This study aims to determine the representation of identity politics in the 2019 presidential election in Kompas.com. This scientific research approach uses framing analysis by Robert N Entman, who will look at what the mass media frame each report and also what journalists look at in selecting the issue and also the viewpoint used. the results show that Kompas.com in viewing the issue of identity politics as a threat to the unity and harmony of the multicultural Indonesian people. Kompas.com puts identity politics in the form of straight news.*

**Keywords:** Representative; identity politics; Robert N Entman.

### **PENDAHULUAN**

Pemberitaan beberapa media pers tanah air pada pertarungan *session* dua antara Joko Widodo dan Prabowo Subianto dinilai mayoritas para pengamat politik nasional diramaikan dengan multisegmentasi suara, sebut saja suara milenial dan suara emak-emak (ibu rumah tangga) yang diasimilasikan dengan kampanye blusukan dan politik identitas Islam. Peran media sangat signifikan dalam perolehan suara, media memiliki peranan penting dalam kesuksesan dan keberhasilan suatu tujuan politik, sebagai saluran penyampai pesan, media menjadi alat yang paling ampuh untuk mempengaruhi, meyakinkan bahkan membentuk suatu opini di

publik terkait isu-isu berita yang disajikan.<sup>1</sup>

Media bukanlah saluran yang bebas dari kepentingan dalam memberitakan suatu peristiwa. Media seperti yang terlihat justru mengonstruksi sedemikian rupa realitas, tidak mengherankan jikalau setiap hari secara terus menerus bisa disaksikan bagaimana peristiwa yang sama diperlakukan secara berbeda oleh media. Ada peristiwa yang diberitakan ada yang tidak diberitakan, ada yang dianggap penting, ada yang tidak dianggap sebagai berita. Ada peristiwa yang dimaknai secara

---

<sup>1</sup> Ayub Dwi Anggoro, *Analisis Framing Model Robert N. Entman tentang Pemberitaan hasil Pemilihan Presiden 9 juli 2014 di tvOne dan Metro TV*, Jurnal, (Ponorogo: Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2014)

berbeda, dengan titik pemberitaan yang berbeda, semua kenyataan ini menyadarkan betapa subyektifnya berita.

Mengetengahkan perbedaan semacam ini, tentu bukan menekankan bias atau distorsi dari pemberitaan media. Ini dipaparkan untuk memberikan ilustrasi bagaimana berita yang dibaca tiap hari telah melalui proses konstruksi.<sup>2</sup> Portal berita online adalah salah satu senjata yang secara tidak langsung menjadi peluruh masing-masing manuver pilpres 2019, berita *online* yang dewasa ini mudah dibagikan dan dipopulerkan oleh *netter*.

Kompas.com adalah media berita daring yang memiliki nama besar ditanah air, terutama dalam berita politik yang menyandang predikat sebagai media ideologis, sebelum konglomerasi media mewabah dan melanda industri pers tanah air. Kompas telah mengukir tapak tilas sejarah rivalitas sebelumnya, dikenal sangat santun dengan bahasanya yang apik dan khas.

Maka dari itu penelitian ini dimaksudkan untuk meninjau bagaimana Representasi isu politik identitas dalam pemberitaan pemilihan presiden 2019 pada Kompas.com, yang terkenal profesional dan ideologis dengan menggunakan analisis *framing* Robert N Entman. Politik Identitas yang meramalkan rivalitas elektoral masing-masing paslon, model analisis ini dibangun berdasarkan asumsi

bagaimana diskusi media merefleksikan atau memilih sudut pandang yang tepat untuk mengatakan sebuah kisah berita (*frame* berita).

## TINJAUAN TEORITIS

### **Komunikasi Politik**

Istilah komunikasi politik (*political communication*) terdiri dari dua leksikon yang berlainan makna, “komunikasi” dan “politik”. Komunikasi dipahami sebagai proses penyampaian pesan (informasi, ide, gagasan), sedang politik ialah ihwal yang berafiliasi dengan kekuasaan, pengaruh, atau kewenangan.

### **Media Massa Sebagai Propaganda Politik**

Propaganda dan media massa dua substansial yang saling berkorelasi, merujuk pada teori Laswell menghadirkan sebuah definisi mengenai propaganda: “kata itu mengacu semata-mata pada kendali atas pendapat dengan menggunakan simbol-simbol yang signifikan atau mengatakan secara konkret dan tidak terlampau akurat, dengan menghadirkan kisah, rumor, laporan, gambar dan bentuk-bentuk komunikasi sosial lainnya.”<sup>3</sup> Laswell memberi definisi yang agak berbeda sepuluh tahun kemudian : “Propaganda dalam arti yang seluas-luasnya adalah teknik memengaruhi tindakan manusia dengan cara memanipulasi atau melakukan representasi yang bisa menjadi ujaran,

<sup>2</sup> Eriyanto, *Analisis Framing*, Yogyakarta : LKiS, hal.2-3

<sup>3</sup>Laswell, Harold, *Propaganda Technique in the World War*, England, Oxford University, 1927, hlm.54

tulisan, gambar, atau bentuk-bentuk musical.<sup>4</sup>

### **Politik Identitas**

Menurut perpektif studi-studi gerakan sosial terminologi politik identitas mengacu pada gerakan yang berusaha membela dan memperjuangkan kepentingan kelompok-kelompok tertentu yang tertindas karena identitas yang dimilikinya. Politik identitas adalah politik yang didasari atas kesamaan bentuk sosial dalam masyarakat (etnis, suku, budaya, agama atau yang lainnya).

### **Persuasi Politik Identitas Melalui Media Massa**

Hubungan antara media dan masyarakat pada dasarnya akan tergantung pada waktu dan tempat dimana media massa itu berada. Media massa di berbagai negara pada dasarnya memiliki perkembangan yang berbeda-beda tergantung pada sistem ekonomi dan politik negara bersangkutan. Media masa di negara-negara yang memiliki sistem kemasyarakatan yang tidak terlalu individualistis, komunal, tidak terlalu sekuler, atau masyarakat yang lebih religius biasanya akan memiliki media massa yang berbeda dengan negara-negara barat dengan sistem politik dan ekonomi yang lebih liberal.

Media pers Indonesia sejak reformasi membumi tahun 1998, terlepas adari segala kekangan dalam unsur penayangan pemberitaan,

sensor pra tayang tidak adalagi seperti yang berlaku pada masa orde baru, media sebebaskan bebaskan mengangkat suatu isu *framing* sesuai kebijakan redaksi untuk mereplikasikan isu tersebut dalam berbagai angel pemberitaan. Meskipun demikian media pers tidak seleluasa itu menanamkan dan meyakinkan masyarakat melalui pemberitaan sesuatu teori jarum hipodermik atau kerap disebut teori jarum suntik oleh bapak komunikasi Lasswell, teori *uses and gratifications* gubahan Blimer dan Gurevitch pada 1974 membantah teori sebelumnya, bahwa masyarakat memiliki pilihan atas informasi yang dipublikasikan.

### **Teori Agenda Setting**

Maxwell McCombs dan Donald L. secara singkat menjabarkan teori penyusunan agenda ini mengatakan media (khususnya media berita) tidak selalu berhasil memberitahu apa yang kita pikir, tetapi media tersebut benar-benar berhasil memberitahu kita berpikir tentang apa.<sup>5</sup> Media massa selalu mengarahkan kita pada apa yang kita harus lakukan. Media memberikan agenda- agenda melalui pemberitaan sedangkan masyarakat akan mengikutinya. Menurut asumsi teori ini media mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu. Media mengatakan pada kita apa yang

---

<sup>4</sup> Nimmo, *Komunikasi Politik*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2008, hlm.119.

---

<sup>5</sup>Hendry Subiakto dan Rachmah Ida, *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2012 hlm. 195-199

penting dan apa yang tidak penting. Media pun mengatur apa yang harus kita lihat, tokoh siapa yang harus kita dukung.

1. Agenda media terdiri dari dimensi-dimensi
  - a) *Visibility* (visibilitas), yakni jumlah dan tingkat menonjolnya berita.
  - b) *Audience salience* (tingkat menonjol bagi khalayak), yakni relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak.
  - c) *Valence* (valensi), yakni menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa.
2. Agenda khalayak, terdiri dari dimensi-dimensi
  - a) *Familiarity* (keakraban), yakni derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu.
  - b) *Personal salience* (penonjolan pribadi), yakni relevansi kepentingan individu dengan ciri pribadi.
  - c) *Favorability* (kesenangan), yakni pertimbangan senang atau tidak senang akan topik berita.
3. Agenda kebijakan terdiri dari dimensi-dimensi berikut.
  - a) *Support* (dukungan), yakni kegiatan menyenangkan bagi posisi suatu berita tertentu.
  - b) *Likelihood of action* (kemungkinan kegiatan), yakni kemungkinan

pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan.

- c) *Freedom of action* (kebebasan bertindak), yakni nilai kegiatan yang mungkin dilakukan pemerintah.

### **Politik Identitas dalam Perspektif Islam**

Perspektif Islam sendiri menyebut aktivitas politik sebagai "*Muamalah Duniawi*", agama Islam adalah agama spiritual yang tidak hanya mengajarkan para penganutnya ihwal urusan peribadatan, Islam menawarkan suatu konsep tatanan kehidupan kompleks demikian secara spiritual dan realitas dalam segala aspek, tidak terkecuali dalam urusan hukum, pemerintahan dan kenegaraan, boleh dikatakan ajarkan Islam benar-benar *include* sebagai gaya hidup bukan sekadar keyakinan yang memberi jalan pendekatan kepada sang Maha Pencipta.

Dalam catatan sejarah perjuangan para sahabat Rasulullah Muhammad Saw. terdapat bukti-bukti yang menunjukkan bahwasannya agama Islam memang memiliki otoritas terhadap politik, salah satu yang menjadi bukti sejarah perpolitikan pada masa itu adalah ketika mengangkat seorang khalifah (kepala negara pengganti Rasulullah).

Sepak terjang Rasulullah ketika menjadi kepala negara Islam di Madinah, menunjukkan hal yang jelas bahwa Islam dan politik tidak bisa dipisahkan. Kemudian rasul juga pernah menjadi panglima perang dan mengatur keuangan lewat tata kelola baitul mal, juga mengutus sahabat-

sahabatnya untuk berdakwah ke luar negeri, termasuk menerima delegasi-delegasi dari pemerintah luar negeri yang ada di sekitar Madinah ketika itu. Inti dari ajaran Islam itu sendiri adalah mengajari kebaikan sesama manusia dan menyebar luaskan manfaat kepada lainnya.

Potensi itu sangat kuat melekat pada ranah kekuasaan karena dengan kepemimpinan segala macam kebijakan ada dalam kendali sang pemimpin dan tidak mustahil dengan kebijakan yang ia pegang dapat membangun dan memajukan suatu bangsa. Imam Ghazali pernah berkata “agama dan negara tidak bisa dipisahkan agama adalah pondasi, sedangkan pemerintahan adalah penjaga.

Politik (pesta demokrasi) ini adalah ajang mencari ridha ilahi sebagai investasi untuk hari akhirat.

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا الْيَهُودَ  
وَالنَّصَارَىٰ أَوْلِيَاءَ ۚ بَعْضُهُمْ  
أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ ۚ وَمَنْ يَتَوَلَّهُمْ مِنْكُمْ فإِنَّهُ  
مِنْهُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengambil orang-orang Yahudi dan Nasrani menjadi pemimpin-pemimpin(mu); sebahagian mereka adalah pemimpin bagi sebahagian yang lain. Barangsiapa diantara kamu mengambil mereka menjadi pemimpin, maka sesungguhnya orang itu termasuk golongan mereka. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang zalim. (Al-Maidah:(5):51)

Namun bukan berarti ajaran agama Islam bersikap keras dengan mengedepankan ego, namun ajaran

islam menjunjung tinggi perdamaian, persaudaraan, toleransi dan belas kasih diantara sesama manusia karena sejatinya ajaran Islam adalah *Rahmatan Lil Aalamin* yang tidak menyematkan kebajikan kepada pengikutnya saja tapi dalam skala universal “semesta alam” sebagaimana dalam QS. Al-Imran, firman Allah yang menyuruh Nabi Muhammad SAW. Bersikap lemah lembut sebagai seorang pemimpin.

﴿ فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ  
فَطَّاءُ غَلِيظٍ الْقَلْبِ لَأَنفَضْتُوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ  
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي  
الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ  
إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ.

- a. “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”

## METODE PENELITIAN

Menelisis *framing* yang difokuskan pada media *online* Kompas.com pada tajuknya atas pemberitaan politik dalam masa pemilihan presiden 2019 periode November 2018 sampai Juni 2019, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian

kualitatif dengan analisa *framing* Robert N. Entman yang membagi modelnya kedalam empat platform identifikasi masalah, penyebab masalah, evaluasi moral dan penawaran solusi atas masalah tersebut.

Pendekatan penelitian keilmuan ini menggunakan analisis *framing* oleh Robert N Entman, yang akan melihat seperti apa media massa membingkai setiap pemberitaan dan juga seperti apa wartawan dalam menyeleksi isu dan juga sudut pandang yang digunakan.

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

##### **Pembingkaiian berita politik Kompas.com berdasarkan analisis *framing* Robert N Entman.**

Metode *Framing* pada penelitian ini digunakan agar mampu melihat seperti apa pembingkaiian setiap pemberitaan politik identitas yang mewarnai pemilihan presiden 2019, politik identitas dalam portal Kompas.com dikategorikan dalam berita politik kampanye pilpres. *Framing* dipilih untuk melihat serta mengetahui cara pandang atau pespektif yang digunakan jurnalis saat menulis berita, yang akan menguak dan menentukan fakta apa yang dipilih serta sisi yang ditonjolkan ataupun dihilangkan, sehingga dapat diketahui maksud dari jurnalis yang berkeinginan membawa pembaca kepada *angle* atau pespektif tertentu. Sebanyak 15 berita politik yang menempatkan politik identitas sebagai obyek kritikus dalam pemberitaan, telah dianalisis sehingga terlihat sudut padangan apa yang dipilih jurnalis.

Proses pencarian dan pengumpulan berita ini dengan cara *browsing and search* pada aplikasi Kompas.com dengan menggunakan *keyword* "Politik identitas sepanjang Pilpres 2019". Penelitian ini bermaksud untuk melihat deretan berita politik tersebut pada Kompas.com, dalam mengemas dan membingkai pemberitaan terkait dengan kampanye pemilihan presiden 2019 dan pemberitaan dari panggung politik lainnya.

Mengerucut pada apakah pemberitaan tersebut menerapkan etika-etika dalam kepenulisan *cover both side* dan bagaimana konstruksi politik identitas sebagai berita politik yang direpresentasikan dalam pemberitaan pemilihan presiden 2019 pada Kompas.com, dengan melihat pada penggunaan diksi kata dan kalimat yang merugikan salah satu dari paslon Jokowi-Ma'aruf Amin dan Prabowo-Sandi. Sejumlah berita ini merupakan naskah yang ditayangkan pada bulan November 2018 sampai dengan Juni 2019, berita tersebut di antaranya:

**Tabel 1.1 Berita Politik Identitas Pada Kompas.com Periode November 2018 Sampai Dengan Juni 2019**

No	Tanggal Berita	Judul Berita
1	29/05/2019	Isu Ekonomi Capres-Cawapres Dinilai "Tenggelam" oleh Politik Identitas.
2	29/05/2019	Politik Identitas Dianggap Sebagai "Winning Template" di

		Pilpres 2019
3	23/05/2019	Narasi Politik Identitas, Menguntungkan Sekaligus Merugikan
4	13/05/2019	Kalah Telak di Sumbar, Prestasi Jokowi Tak Mampu Luluhkan Politik Identitas
5	13/05/2019	Gagal di Dapil Sumbar, PDI-P Dinilai Tersandung Politik Identitas
6	09/04/2019	Pengamat: Pemilu 2019 Tak Lepas dari Politik Identitas dan Hoaks
7	09/04/2019	SBY Sempat Ingatkan Prabowo agar Kampanye Akbar Tak Tunjukkan Politik Identitas
8	02/04/2019	Mahfud: Sudah Berkembang Politik Identitas, Serang Kelompok Lain tapi Klaim Penjaga Primordial
9	31/03/2019	Parpol Diminta Tak Mainkan Politik Identitas untuk Raup Suara
10	01/01/2019	Sandiaga Sebut Tes Baca Al Quran Permainan Politik Identitas
11	31/12/2018	Dua Kubu

		Diingatkan Tak Terpancing Mainkan Politik Identitas
12	30/12/2018	Politik Identitas Dinilai Berdampak ke Masyarakat, <i>Elite</i> Tak Pernah Siapkan Solusi
13	08/12/2018	Publik Diharap Belajar Dampak Permainan Politik Identitas di Masa Lalu.
14	15/11/2018	Kedua Paslon Dinilai Gunakan Politik Identitas untuk Raih Suara.
15	10/11/2018	SBY: Politik Identitas Makin Mengemuka Setelah Pilkada DKI Jakarta

Sumber: data primer peneliti 2019.

Setelah melakukan pemantauan selama delapan bulan sejak November 2018 sampai dengan Juni 2019 melalui tahap analisis untuk menyeleksi korpus penelitian, sebanyak 12 berita pilihan yang berdasarkan pertimbangan peristiwa dan narasumber pilihan Kompas.com berupa dialektika ilmiah yang bersifat komunal dan pandangan para pakar dan *exit poll* yang menanggapi dari beberapa akumulasi LSI yang terverifikasi, Kompas.com juga terlihat memilih komentar praktisi politik seperti Susilo Bambang Yudhoyono dan Sandiaga Salahuddin Uno

menanggapi isu politik identitas dalam perlehatan Pilpres 2019.

**Representasi isu politik identitas dalam pemberitaan pilpres 2019 pada Kompas.com**

**Problem Identification.** Kompas.com melihat politik identitas menggerus isu ekonomi yang dianggap lebih penting sebagai hal utama penentu elektabilitas. Kompas.com memilih Direktur Alvara *Research Center* Hasanuddin Ali sebagai narasumber saat diskusi yang bertajuk "Populisme Agama dan Demokrasi Elektoral" di Cikini Jakarta pusat.

"Isu ekonomi pada Pemilu 2019 dinilai tenggelam oleh isu-isu politik identitas. Efek ekonomi terhadap dampak elektoral salah satu kandidat calon presiden dan wakil presiden pun tak terlihat. "Efek ekonomi terhadap pilihan elektoral tak terlalu terlihat"

**Causal Interpretation.** Pada naskah berita dijelaskan bahwa Direktur Alvara *Research Center* Hasanuddin Ali menengarai politik identitas mengakibatkan polarisasi di tengah masyarakat, yang perlahan kemudian sulit mengangkat elektoral sebab menguatnya polarisasi politik. Sehingga menjadikan pemilih telah menentukan pilihannya jauh-jauh hari. "Polarisasi politik, tuturnya, sudah membuat pemilih menentuka pilihannya jauh-jauh hari. "Pemilih sudah memutuskan pilihan jauh sebelum masa kampanye terbuka dimulai. Jadi, tidak ada hubungan yang signifikan antara isu ekonomi dengan elektoral kedua paslon," paparnya."

**Moral Evaluation.** Berita ini menjadikan penilaian justru bukan mengarah kepada isu ekonomi yang tergerus, namun lebih kepada isu populisme agama yang mengarah kepada perpecahan di tengah masyarakat, menariknya pada sisi lain Kompas.com memandang politik identitas sebagai pengultusan animo baik dari para *elite* politik yang ambil bagian pada pilpres 2019 namun digambarkan dengan relaitas bahwa dampak terhadap elektoral tidak terlalu nampak.

"Efek ekonomi terhadap pilihan elektoral tak terlalu terlihat. Sebaliknya, efek populisme agama semakin kuat,"

Menarik, pada berita ini paslon nomor urut 01 Jokowi-Ma'aruf dikemas oleh Kompas.com dengan mempersoalkan tidak adanya korelasi antara perolehan suara indeks pembangunan manusia (IPM) dan persentase penduduk miskin.

**Treatment Recommendation.** Kompas.com tidak memberikan penyelesaian terhadap isu ekonomi yang disisihkan oleh politik identitas, namun berita ini seolah Kompas mengatakan mengapa isu ekonomi tidak dijadikan isu pokok terhadap persoalan bangsa, namun malah marak menyoroti identitas di kalangan kandidat paslon yang mengundang perselisihan.

**Tabel 1.2 : Perangkat *Framing* Berita Isu Ekonomi Capres-Cawapres Dinilai "Tenggelam" oleh Politik Identitas.**

<i>Problem Ide notification</i>	Isu Ekonomi kalah oleh isu politik identitas
<i>Causal Interpretation</i>	sulit mengangkat suara elektoral dikarenakan menguatnya polarisasi politik.
<i>Moral Evaluation</i>	Elektoral masing-masing paslon dipengaruhi oleh korelasi pemilih Muslim dan Non-Muslim
<i>Treatment Recommendation</i>	Kompas menayangkan isu politik identitas malah menjadi penentu elektoral paslon.

Sumber: data primer peneliti September 2019.

**1. Politik Identitas Dianggap Sebagai "Winning Template" di Pilpres 2019.**

Rabu 29 Mei 2019 [20:00 WITA]

Penulis/Editor: **Cristoforus Ristiano/Diamanty Meiliana**

**Problem Identification.** Kompas.com melihat politik identitas sebagai salah satu dari wahana politik praktis yang

diyakini para kalangan *elite* paling bertulah mendongkrak elektabilitas dibandingkan keabsahan data dan fakta yang ada, terlihat pada *lead* berita:

Data dan fakta dinilai tidak banyak meningkatkan suara elektoral. Menurut Direktur Eksekutif Indikator Politik Indonesia Burhanudin Muhtadi, politik identitas dengan strategi post truth lah yang ternyata lebih efektif dalam Pilpres 2019.

**Causal Interpretation.** Berita ini menempatkan Direktur Eksekutif Indikator Politik Indonesia Burhanuddin Muhtadi sebagai narasumber utama yang menengarai kelumpuhan data dan fakta menghadapi isu politik identitas pada pilpres 2019 tidak lepas dari dari gejala global akibat pasca kemenangan Donald Trum di Amerika Serikat dan kemenangan Brexit di Inggris pada *elections* 2016 lalu.

Maraknya isu-isu identitas yang membelah masyarakat, tuturnya, tidak bisa dilepaskan dari gejala global pasca kemenangan Victor Orban di Hungaria (2010), Brexit di Inggris (2016), Donald Trump di Amerika Serikat (2016), Milos Zeman di Ceko (2018), dan Jair Balsonaro di Brasil (2018).

**Moral Evaluation.** Kompas.com menilai politik identitas telah terbukti melahirkan polarisasi yang tajam. Hal ini diperkuat dengan menggambarkan bagaimana terbelahnya masyarakat Indonesia, dengan pemaparan data

empirik dan akademis dari hasil riset *exit poll* Indikator Politik Indonesia terhadap 2.975 responden yang baru saja mencoblos pada 17 April 2019.

**Treatment Recommendation.** Kompas.com memberikan penyelesaian dengan dua pernyataan sekaligus, bahwa politik identitas telah menjadikan pemilih sudah memutuskan pilihannya jauh-jauh hari sebelum masa kampanye dimulai, dan pernyataan kedua yakni perbandingan antara kelompok suara dari hasil temuan data lapangan LSI Indikator kelompok muslim tradisional dan non-muslim cenderung memilih Jokowi-Ma'aruf sedangkan kelompok muslim modernis cenderung memilih Prabowo-Sandiaga.

**Tabel 1.3 : Politik Identitas Dianggap Pilpres 2019 Sebagai "Winning Template" di Pilpres 2019**

<i>Problem Identification</i>	Politik identitas mengabaikan data dan fakta
<i>Causal Interpretation</i>	Gejala global yang mengakibatkan pilpres 2019 terpapar politik identitas

<i>Moral Evaluation</i>	Politik identitas melahirkan polarisasi tajam yang membelah masyarakat Indonesia.
<i>Treatment Recommendation</i>	Non-Muslim dan Muslim Tradisionalis yang lebih memilih Jokowi-Ma'aruf dan muslim modernis yang memilih Prabowo-Sandiaga.

Sumber: data primer primer peneliti September 2019.

**2.Narasi Politik Identitas, Menguntungkan Sekaligus Merugikan. Kamis 23 Mei 2019 [19:31 WITA] Penulis/Editor: Haryanti Puspa Sari/ Diamanty Meiliana**

**Problem Identification.** Kompas.com melihat narasi politik identitas berdampak pada kenaikan dan penurunan suara secara drastis dibagian barat Indonesia yakni Sumatera, Jawa dan sekitarnya. Pada berita ini Kompas.com menempatkan paslon nomor urut 02 menjadi sorotan utama yang mengalami penurunan elektabilitas yang drastis akibat politik identitas.

Arya memaparkan, pengaruh dari narasi politik identitas bagi calon presiden dan wakil presiden nomor urut 02 adalah kenaikan suara di beberapa provinsi di Indonesia bagian Barat.

**Causal Interpretation.** Kompas.com memilih Arya Fernandess Peneliti Departemen Politik dan Perubahan Sosial CSIS sebagai narasumber, yang

memaparkan dampak untung rugi politik identitas. Kompas.com dalam berita ini tidak memaparkan indeks dan skala waktu yang ditentukan untuk bisa membaca suguhan data yang dirumuskan dalam persentase oleh Arya Fernandess, sementara hasil riset tersebut menyinggung perubahan elektoral di beberapa daerah homogen.

**JAKARTA, Kompas.com** - Peneliti Departemen Politik dan Perubahan Sosial CSIS Arya Fernandes mengatakan, narasi politik identitas yang berkembang selama Pemilu 2019 membuat pemilih di beberapa daerah menjadi terkelompok, terutama di daerah homogen.

**Moral Evaluation.** Kompas.com memberikan penilaian kenaikan dan penurunan elektoral masing-masing paslon akibat praktek politisasi identitas sebagai momok dan boomerang. Politik identitas tidak terlepas dari rasisme yang berkecamuk ditengah masyarakat, Kompas.com menilai dengan cara menakar efektivitas penggunaan politik identitas dengan melihat indeks perolehan suara paslon 02 Prabowo-Sandiaga yang tertodong mengalami penurunan drastis terutama di daerah timur Indonesia.

"Penurunan tampak di Sulawesi Utara. Prabowo turun 23 persen, di Bali juga. NTT turun 22 persen. Gorontalo, Maluku Papua dan Papua

Barat turunnya 20 persen," tuturnya.

**Treatment Recommendation.**

Kompas.com tidak menyodorkan penyelesaian perihal dilematika praktek politik identitas yang dianggap menguntungkan namun berdampak serius terhadap penurunan elektoral. Berita ini ditutup dengan penekanan dan pengulangan oleh Kompas.com bahwa politik identitas disatu sisi memberi keuntungan, namun pada sisi lainnya juga mendatangkan pada penurunan jumlah suara yang tajam.

"Seperti pisau bermata dua sebenarnya dia (politik identitas) memberikan keuntungan pada satu sisi, tetapi pada sisi lain mendapat penurunan yang tajam," pungkasnya.

**Tabel 1.4 : Narasi Politik Identitas, Menguntungkan Sekaligus Merugikan**

<p><i>Problem Identification</i></p>	<p>Politik identitas mampu mendongkrak suara sekaligus mampu menurunkan suara dalam jumlah yang tajam.</p>
<p><i>Causal Interpretation.</i></p>	<p>Penurunan elektoral akibat politik identitas didukung karakterisasi homegen disejumlah wilayah.</p>

<i>Moral Evaluation</i>	Politik identitas menjadi momok sekaligus boomerang
<i>Treatment Recommendation</i>	Penekanan bahwa politik identitas berdampak pada penurunan elektoral yang tajam

Sumber: data primer peneliti September 2019.

### 3. Kedua Paslon Dinilai Gunakan Politik Identitas untuk Raih Suara.

Kamis 15 November 2018 [06:58 WITA]

Penulis/Editor : Cristoforus Ristiano/Dian Maharani

**Problem Identification.** Kompas.com pada berita ini memprediksikan bahwa kampanye politik identitas akan terus dijadikan isu oleh dua paslon pilpres 2019, sebab dianggap efektif oleh para *elite* merauk suara melalui media sosial.

**JAKARTA, Kompas.com** - Politik identitas dinilai akan menjadi isu yang terus digaungkan oleh kedua pasangan calon (paslon) calon presiden dan wakil presiden di Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019. Sebab, isu tersebut dianggap efektif guna meraih suara masyarakat melalui media sosial.

**Causal Interpretation.** Kompas.com memilih Ismail Fahmi seorang Analis media sosial sebagai narasumber tunggal dalam berita, mengatakan bahwa politik identitas melalui media sosial adalah trik yang paling mudah

ditengah kondisi masyarakat sebab mudah diviralkan untuk mendongkrak elektabilitas.

"Dugaan saya karena efektif, mudah viral, dan mendapatkan suara. Politik identitas adalah yang paling mudah dan akan terus dilakukan paslon selama kampanye," kata analisis media sosial Ismail Fahmi saat seminar nasional bertema "Panas di Medsos, Dingin di Kotak Suara" pada Perayaan HUT ke -19 The Habibie Center di Jakarta, Rabu (14/11/2018).

**Moral Evaluation.** Kompas.com pada berita ini menilai justru bukan mengarah kepada isu politik identitas yang akan terus digunakan oleh paslon pilpres, namun lebih kepada kepada karakter pemilih itu sendiri yang menyukai identitas personal paslon sehingga isu ini terus santer digunakan.

Pengelompokan suara, lanjut Ismail, paling mudah lewat politik identitas dengan isu agama, ideologi, dan nasionalisme. Jika tidak memiliki identitas, maka paslon akan susah mendapatkan suara.

**Treatment Recommendation.** Kompas.com melihat kondisi ini dan memberi penyelesaian dengan memaparkan hasil dari analisis pada media sosial bahwa kedua paslon sama-sama menggunakan politik identitas. Petahana Jokowi dimedia sosial santer di isukan memilih Ma'ruf Amin agar masyarakat menilai bahwa dirinya pro dengan agama Islam, ini dilakukan untuk meredam isu yang

menyatakan Jokowi anti-Islam. Sementara Capres Prabowo Subianto menggunakan politik identitas dengan merepresentasikan personal yang berlatar militer dan ketegasan, dan Sandiaga Uno menggunakan identitas milenial dan anak santri.

### **PENUTUP/SIMPULAN**

Kompas.com dalam memandang isu politik identitas sebagai ancaman keutuhan persatuan dan keharmonisan bangsa Indonesia yang multikultural, deretan pemberitaan politik identitas sepanjang pemilihan presiden 2019 dinarasikan oleh Kompas.com dengan menghubungkan sebab akibat yang sistematis serta terstruktur rapi. Pemaparan konsekuensi dari kesengajaan para *elite* dan keterlibatan partai politik yang melakukan tindakan pembiaran terhadap kampanye politik identitas telah mengharikan ancaman konflik babak baru, tanpa bertanggung jawab menyediakan peredam dari narasi populisme yang dilontarkan para *elite*. Olehnya politik identitas sebatas hanya dimanfaatkan sebagai prasarana dan wahana dalam aktivitas politik praktis demi mendulang elektoral, tanpa memikirkan nasib masyarakat yang terpapar polarisasi.

Kompas.com menempatkan pemberitaan politik identitas dalam bentuk *straight news*, sebagai hal yang buruk dalam konstalasi politik regional dan nasional, berita umumnya direpresentasikan dengan mengemas keterkaitan populisme dan hoax yang mudah diviralkan. Kompas.com tampak berusaha menjaga persatuan

dan keharmonisan ditengah kondisi negeri yang multikultur, teks-teks berita yang ditampilkan cenderung memilih diksi dan kata provokatif terhadap kelompok pemilih muslim, seolah menyangkan sikap masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim mengesampingkan fakta, data, dan nalar kritis, sehingga menonjolkan kesan konservatif. Frekuensi pemberitaan isu politik identitas lebih banyak dicanangkan pada paslon nomor urut 02 Prabowo-Sandiaga, sebagai eksekutor utama, dengan mengangkat alur berita dalam satu sudut pandang semata. Hanya memuat satu narasumber dari latar belakang akademisi dan para praktisi politik, yang mengulas pemberitaan dominan dari diskusi ilmiah.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agustin, Risa. *"Kamus Lengkap Bahasa Indonesia"*. Surabaya: Serba Jaya 2012. h.123.
- Anggoro, Ayub Dwi. "Analisis Framing Model Robert N. Entman tentang Pemberitaan hasil Pemilihan Presiden 9 juli 2014 di tvOne dan Metro TV)", *Jurnal*.<http://journal.umpo.ac.id/index.php/aristo/article/view/16>. (12 maret 2019).
- Bungin, Burhan, *Penelitian Kualitatif (Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya)*, <http://library.um.ac.id/free-contents/penelitian-kualitatif-komunikasi-ekonomi-kebijakan-publik-dan-ilmu-sosial-38076.html>. (5 Mei 2019).
- Djuyandi, Yusa. "Koalisi Partai Politik

- untuk Demokrasi : Membangun Demokrasi Kebangsaan dalam Nuansa Prulalisme". *Jurnal ilmu politik*.  
<https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/3153>. (18 mei 2019).
- Eriyanto, "Analisis Framing (Konstruksi, Ideologi dan Politik Media). Yogyakarta: 2019. h. 9.
- Ghanes Eka "Bingkai Media pada Pemberitaan Capres Jokowi pada Pilpres 2014 (Analisis Framing Media Online Kompas.com dan Detik.com)". *Skripsi*. (Semarang: Universi tas Diponegoro, 2014).h. 25.
- Habibi, Muhammad."Analisi Politik Identitas di Indonesia". *Jurnal*.  
[https://www.researchgate.net/publication/315338050 Analisis Politik Identitas di Indonesia a Identity Politics in Indonesia](https://www.researchgate.net/publication/315338050_Analisis_Politik_Identitas_di_Indonesia_a_Identity_Politics_in_Indonesia). (7 Mei 2019).
- Hadi,Idol Prijana. *Perkembangan Teknologi Komunikasi Dalam Era Jurnalistik Modern dalam Jurnal ilmiah Scriptura*. Volume 3 No.1, Januari, 2009.
- Hamka, *Tafsir Al-Ahzar*, Jakarta: Pustaka Panjimas, 2007.
- Iswara, Dana. *Mengangkat Peristiwa Ke Layar Kaca: Panduan Menjadi Jurnalis Televisi*. jakarta: Lembaga Studi Pers dan Pembangunan (LSPP), 2007.
- Junai, Romika,"Terorisme di Media Baru Indonesia (Analisis framing pemberitaan terorisme di portal berita republika.co.id dan Kompas.com tahun 2005-2013)", Bandung: *Thesis*, Unpad:Fisip, 2014. H. 21.
- KPU, "Info Pemilu" *situs resmi KPU* diakses dari <https://infopemilu.kpu.go.id/>, (21 Mei 2019).
- Laswell, Harold, *Propaganda Technique in the World War pdf*. <https://www.ijsr.net>. (22 Januari 2019).
- Mondry. *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*. Ghalia Indonesia: Bogor 2008.h 33.
- Muhtadi, Burhanuddin, *Populisme Politik Identitas dan Dinamika Elektoral*, (Cet.I Intrans Publishing;Jakarta, 2019). h. 75.
- M. Himawan Sutanto, "Political Propaganda a Candidate of Presidential of Indonesia Republic 2014 -2019 (The Analysis of the Campaign Content of Presid ential Election in 2014 KOMPAS Daily Edition June 4 to July 5, 2014)". *Skripsi*. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang, 2014.
- Mietzner, Marcus. "Reinventing Asian Populism: Jokowi's Rise, Democracy, and Political Contestation in Indonesia. *Jurnal East West Center*".  
<https://www.eastwestcenter.org/system/tdf/private/ps072.pdf?file=1&type=node&id=35018>. (4 mei 2019).
- Nastiti, Rena Rahayu, "Konstruksi Diskriminasi Perempuan Dalam Pemberitaan Kriminal di Kompas.com (Analisis Framing Robert N Entman)". *Skripsi* Makassar : UIN Alauddin

- Makassar, 2017, hlm. 84.
- Nimmo, *Komunikasi Politik*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2008.
- Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Yogyakarta: LKSI Pelangi Aksara, 2007.
- Poltracking Indonesia, *Elektabilitas Kandidat Simulasi 4 Nama Pasangan. Temuan Survei Nasional Poltracking Indonesia 2018*. Jakarta: Poltracking Indonesia 2018.
- Rizal, Muhammad. "Analisis Framing Pemberitaan Politik Capres di media Sosial Pada Akun Detik.com (Analisis Framing)". *Laporan Hasil Penelitian*. (Semarinda: Universitas Mulawarman 2014). H. 30.
- Romli, Asep Syamsul M. "Jurnalistik Online," *Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia, 2012.
- Sedia, Wiling. "Jurnalistik", *Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Jakarta: Ciracas, 2005.
- Siagian, Haidir Fitra, "Pengaruh Kredibilitas Komunikator Politik untuk Mendapatkan Dukungan Khalayak Dalam Pemilihan Umum" *Jurnal*. (Malaysia: Universitas Kebangsaan Malaysia), 2012. <https://media.neliti.com/media/publications/76108-ID-pengaruh-kredibilitas-komunikator-politi.pdf> (7 Mei 2019).
- Sobur, Alex, *Analisis Teks Media (suatu pengantar analisis wacana, analisis semiotika, dan analisis framing)*, Jakarta: 2008.
- Susanto, Harry Susanto, *Komunikasi Politik :Pesan dan Khalayak*, Mitra Wacana Media. Jakarta: 2012.
- Wantona, Saradi, "Praktek Politik identitas dalam dinamika Politik Lokal Masyarakat Gayo", *Jurnal*. <https://journal.ipb.ac.id>. (28 Mei 2019).