

Vol. 4, No. 2, July - December 2019

ISSN : 2527- 5704 (P)

ISSN : 2527- 5682 (E)

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi



Dinamika Prasangka Sosial Penyebaran Agama
Terhadap Pihak Rumah Khalwat Oasis Sungai Kerit
Musmuallim

Menanggulangi Hoaks dan Ujaran Kebencian Bermuatan Isu Suku,
Agama, Ras, dan Antargolongan Di Tahun Politik
Syamsul Bakri, Abraham Zakky Zulhazmi, Krisbowo Laksono

Dakwah Milenial Era Digital: Analisis Linguistik Kognitif
Pada Lagu Balasan Jaran Goyang
Dwi Kurniasih



Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Surakarta

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)

Vol. 4, No. 2, July - December 2019

Editorial Team

Editor-In-Chief

Akhmad Anwar Dani, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Indonesia

Editor

Imam Mujahid, (SCOPUS ID : 57208214175); Institut Agama Islam Negeri
Surakarta, Central Java, Indonesia

Waryono Abdul Ghafur, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga,
Yogyakarta, Indonesia

Soiman, Asosiasi Profesi Dakwah Indonesia (APDI)

Diajeng Laily Hidayati, Institut Agama Islam Negeri Samarinda, Indonesia

Ahmad Saifuddin, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Indonesia

Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta,
Indonesia

Abraham Zakky Zulhazmi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Indonesia

Alamat Redaksi :

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Surakarta

Jl. Pandawa No. 1, Pucangan, Kartasura,

Sukoharjo, Jawa Tengah 57168

Phone : +62 271 - 781516

Fax : +62 271 - 782774

Surel : journal.albalagh@gmail.com, journal.albalagh@iain-surakarta.ac.id

Laman : <http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/al-balagh>

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)

Vol. 4, No. 2, July - December 2019

Daftar Isi

- Dinamika Prasangka Sosial Penyebaran Agama Terhadap Pihak Rumah
Khalwat Oasis Sungai Kerit
Musmuallim 169 - 198
- Menanggulangi Hoaks dan Ujaran Kebencian Bermuatan Isu Suku,
Agama, Ras, Dan Antargolongan Di Tahun Politik
Syamsul Bakri, Abraham Zakey Zulhazmi, Krisbowo Laksono 199 - 234
- Dakwah Milenial Era Digital: Analisis Linguistik Kognitif
Pada Lagu Balasan Jaran Goyang
Dwi Kurniasih 235 - 262
- Pengelolaan Isu Pemilihan Umum Presiden Republik Indonesia
Tahun 2019 Pada Media Di Jawa Tengah
Agung Wibiyanto, Wahyu Tri Hastiningsih 263 - 292
- Belajar Islam Melalui Literatur Visual:
Pembentukan Identitas Moderat Anak Muslim Milenial
Kirana Nur Lyansari 293 - 316
- Metode Dakwah Gus Dur dan Revolusi Industri 4.0
Faizatul Khasanah 317 - 336



PENGELOLAAN ISU PEMILIHAN UMUM PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2019 PADA MEDIA DI JAWA TENGAH

Agung Wibiyanto
Wahyu Tri Hastiningsih
Politeknik Indonusa Surakarta

Abstract

Keywords:
*issue management;
media in Central
Java; 2019
presidential election*

This study is to review the political issues that arise in Central Java and analyze several issues based on framing analysis and the media agenda. The type of this research is descriptive qualitative. The data are analyzed from five journalists, that are Solopos, Tribun Jawa Tengah, and Kedaulatan Rakyat in interviews session. The results of this study mention the issues that arise, include the issue of identity politics, the issue of the president profile 2019, the policy issue of three magic cards and single card, the tagline of #2019GantiPresiden, the issue of total war, the issue of moving the Prabowo-Sandi winning headquarters to Java Middle, people power and coup issue. These issues are detailed by framing and also the media setting agenda to be taken into consideration the news material. The contribution in this research is to review the detailed management of issues that have arisen around the 2019 presidential election.

Abstrak

Kata Kunci:

media di Jawa Tengah; pemilu presiden 2019; pengelolaan isu

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengulas sejumlah isu politik yang muncul di Jawa Tengah dan menganalisis isu-isu tersebut berdasarkan analisis *framing* dan agenda media. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Analisis data yang dilakukan melalui data hasil wawancara kepada lima jurnalis, yakni Solopos, Tribun Jawa Tengah, dan Kedaulatan Rakyat. Hasil penelitian ini menyebutkan isu yang muncul, antara lain: isu politik identitas, isu profil presiden dan wakil presiden 2019, isu kebijakan tiga kartu sakti dan *single card*, isu *tagline* #2019GantiPresiden, isu perang total, isu pemindahan markas pemenangan Prabowo-Sandi ke Jawa Tengah, serta isu *people power* dan kudeta. Isu-isu tersebut dianalisis dengan *framing* dan juga *agenda setting* media untuk diangkat menjadi pertimbangan bahan pemberitaan. Kontribusi dalam penelitian ini adalah mengulas secara detail pengelolaan isu yang muncul di seputaran pemilihan umum presiden 2019.

How to cite (APA 6th style):

Wibiyanto, A. & Hastiningsih, W. T. (2019). Pengelolaan Isu Pemilihan Umum Presiden Republik Indonesia Tahun 2019 pada Media di Jawa Tengah. *al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 4(2). 263-292. <http://dx.doi.org/10.22515/balagh.v4i2.1832>

PENDAHULUAN

Berbicara mengenai panggung politik di Indonesia, keberadaan pemilihan umum (pemilu) Presiden 2019 tampaknya menjadi salah satu ajang kontestasi politik yang cukup menarik untuk dibahas. Bersamaan dengan berlangsungnya sejumlah upaya kampanye untuk menarik perhatian masyarakat agar mau memilih para calon yang diusung, media turut muncul sebagai aspek penentu dalam mengemas sosok-sosok tertentu dimunculkan dalam pemilu presiden tersebut.

Keberadaan media pada dasarnya turut menentukan dinamika informasi dan komunikasi politik bertarung dalam panggung perpolitikan pemilu. Hal ini sejalan dengan beberapa unsur pendukung dalam

komunikasi politik, yakni organisasi politik, media, serta warga (McNair, 2016). Berpijak pada konsep ini, melalui beberapa penelitian terdahulu tentang Politik Identitas dalam Pemilu 2019: Proyeksi dan Efektivitas, diperoleh fenomena mengenai adanya politik identitas yang dipandang tidak mempunyai efek yang besar dalam pemilu presiden (Fernandes, 2018). Asumsinya, hampir dua tahun setelah digelarnya Aksi 212 pada 2 Desember 2016, sampai saat ini tidak terjadi perubahan dukungan yang signifikan terhadap Joko Widodo dan Prabowo Subianto. Suara Joko Widodo tidak mengalami penurunan setelah digelarnya Aksi 212, begitu juga suara Prabowo Subianto yang cenderung mengalami stagnasi.

Adanya keserentakan antara pemilu legislatif dan pemilu presiden pada akhirnya membelah preferensi dari konsentrasi elit dan pemilih. Sedangkan, mengenai pertarungan isu ekonomi antara kedua pasangan calon (paslon) justru menjadi lebih banyak dibahas dan mewarnai diskursus kampanye di tingkat pemilih. Selain itu, preferensi politik pada pendukung dan peserta massa Aksi 212 pada dasarnya tidak bersifat homogen, melainkan tersebar ke sejumlah partai politik dan calon presiden. Lebih lanjut, dari sisi tokoh, baik Joko Widodo dan Prabowo Subianto mendapatkan suara dari pendukung massa aksi 212. Dari sisi partai, distribusi suara pendukung massa Aksi 212 juga tersebar kepada partai berbasis nasionalis dan agama, serta partai pendukung koalisi ataupun oposisi pemerintah.

Beragamnya penelitian dan pembahasan mengenai ranah politik, salah satunya dapat dilihat pada penelitian tentang Narasi Kampanye dan Media Sosial dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2019 (Perdana & Wildianti, 2019). Penelitian ini menyebutkan hasil survei, yakni sebanyak 57,3% masyarakat menginginkan kampanye yang dinamis. Maksud kampanye yang dinamis tersebut adalah kampanye yang dilakukan dalam bentuk antarkubu bersaing dan publik atau masyarakat yang menjadi sasaran kampanye diharuskan mampu memahami program yang ditawarkan.

Mengenai penelitian terdahulu tersebut, adanya narasi kampanye terhadap sejumlah peran media sosial dalam penyebarannya juga berimbas pada belum munculnya perdebatan programatik dan cenderung berimplikasi pada lahirnya isu-isu lain yang hadir di tengah masyarakat. Sejumlah isu ini merujuk pada isu yang menyentuh politisasi perkara Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan (SARA), kategorisasi masyarakat yang tidak substantive, seperti munculnya istilah “kampret”, “cebong”, “politik genderuwo”, “politisi sontoloyo”, dan sebagainya, yang mengiringi persaingan panggung politik. Nyatanya, hal ini tidak terlepas dari adanya peran media sosial sebagai ruang baru efektif bagi penyebaran konten-konten kampanye politik tersebut. Lebih lanjut, melalui literatur *review*, kajian ini juga menunjukkan bahwa perlunya sinergi dan komitmen yang kuat dari peserta pemilu, penyelenggara pemilu, dan media, untuk selanjutnya dapat memanfaatkan kampanye politik sebagai upaya dalam melakukan pendidikan politik dan komunikasi politik yang baik.

Penelitian lainnya yang juga membahas mengenai isu politik dapat dilihat pada tulisan berjudul Penggunaan Internet Sebagai *Public Sphere* dalam Demokrasi Deliberatif (Analisis Penggunaan *Hashtag* terkait Isu Politik menjelang Plipres 2019) (Achsa, 2018). Inti dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa internet memberikan kontribusi bagi demokrasi deliberatif di Indonesia, yakni berupa terbentuknya ruang publik virtual yang bersifat universal, terbuka, dan dapat diakses oleh siapa saja. *Twitter* sebagai ruang publik virtual mampu menjadi tren tersendiri dalam menghadirkan suasana politik dan arena kontestasi politik ketika menjelang pemilu pergantian Presiden. Dalam konteks politik pun, internet turut memberdayakan rakyat akar rumput (*grassroot*) dalam menyuarakan pendapat dan sikap politiknya sendiri.

Meninjau dari beberapa hasil penelitian tersebut, apabila dibandingkan dengan arahan dalam artikel ini, fokus penelitian terletak pada pengelolaan isu politik yang berkembang di Jawa Tengah oleh sejumlah

media. Lebih lanjut, apabila didasarkan pada konteks, konteks media yang melingkupi pada dasarnya dapat memengaruhi opini publik. Opini publik di sini muncul karena adanya isu yang mampu membangkitkan persepsi (Malik, 2017). Hal ini senada dengan yang dikemukakan dalam penelitian *Online Political Participation: A Study of Youth Usage of New Media*, dengan memberikan pandangan bahwa media juga memiliki peranan penting dalam membangkitkan aspirasi kaum muda guna menanggapi berbagai permasalahan, khususnya permasalahan politik (Salman & Saad, 2015). Walaupun demikian, di dalam penelitian ini juga menitikberatkan pada adanya pengelolaan media. Yang membedakan adalah mengenai konteks yang diangkat, yaitu isu-isu nasional yang secara tidak langsung memiliki hubungan dengan isu daerah di dalam pemilu Presiden 2019.

Seperti yang diketahui, beberapa isu yang berkembang selama pemilihan umum 2019 dirasa cukup kompleks. Sebut saja untuk isu-isu sepanjang tahun politik 2019, sejumlah isu berjalan cukup keras dan cenderung agak “brutal”, mengingat pemilu pada tahun 2019 dilakukan secara bersamaan dan serempak untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden, DPR Pusat, DPR Provinsi, DPD, serta DPR Kota dan Kabupaten. Dengan demikian, berdasarkan ulasan tersebut, fokus penelitian ini ditempatkan pada beberapa isu yang muncul secara nasional, yang selanjutnya berpengaruh di daerah, sekaligus menitikberatkan terhadap pengelolaan media di Jawa Tengah di dalam mengelola beberapa isu perpolitikan tersebut.

Guna melakukan analisis dalam penelitian ini, data diambil dari pemberitaan berskala nasional disertai hasil wawancara dari lima narasumber yang berasal dari sejumlah media cetak harian, yaitu *Kedaulatan Rakyat*, *Solopos*, dan *Tribun Jawa Tengah*. Berbagai media terkait dipandang memiliki peranan pemberitaan yang dapat mewakili wilayah Jawa Tengah sehingga konteks wawancara terhadap para jurnalis ketiga media tersebut ditekankan dalam penelitian ini guna mendukung pemerolehan data serta kedalaman analisis.

Melalui hasil wawancara terhadap para jurnalis, beberapa isu yang muncul menjadi pertimbangan media untuk memaparkan bahwa sebuah fakta dalam berita pada dasarnya akan mengalami proses analisis—sekaligus konstruksi tersendiri—terlebih dahulu sebelum disajikan menjadi berita yang seutuhnya. Dalam hal ini, apabila mengacu pada hal tersebut, dapat dijelaskan bahwa adanya pertarungan dalam pemilu Presiden telah menyiratkan sejumlah tokoh yang ditonjolkan, yakni calon *incumbent*, Joko Widodo, dan pesaingnya, Prabowo Subianto. Terlebih, keduanya tercatat pernah bersaing dalam ajang kontestasi politik yang sama di tahun 2014.

Guna mengulas data, fokus penelitian akan diarahkan pada *framing* atau bingkai yang digunakan oleh ketiga media yang dipilih dalam penelitian. *Framing* dinyatakan oleh Entman sebagai cara untuk mengungkapkan *the power of a communication text* (West & Turner, 2007). Konsep *framing* ini ditulis untuk membahas secara lebih lanjut tentang cara media memberitakan informasi sehingga pemberitaan media tersebut mampu memiliki sisi tersendiri untuk menganalisis permasalahan dalam *political communication* (Entman, 1993), maupun sejumlah studi kasus mengenai pemberitaan media (Entman, 1991). Dengan demikian, *framing* dinyatakan dapat memberikan gambaran tentang aspek realitas yang cenderung ditonjolkan oleh media sehingga mampu memosisikan informasi dalam konteks tertentu yang khas, (Eriyanto, 2011) di atas isu lainnya yang dianggap kurang menonjol ataupun kurang penting.

Frame pada dasarnya penting bagi media untuk membatasi pengemasan berita. Dalam hal ini, *frame* adalah bagian dari upaya media untuk mengonstruksi fakta apa saja yang mungkin dan dapat dimunculkan sesuai dengan ideologi media serta kebutuhan masyarakat sebagai khalayak. Tak terkecuali tentang isu politik yang dibahas dalam artikel ini, *framing* media sebelumnya telah menjadi bahasan tersendiri dalam sejumlah penelitian isu politik di Indonesia, baik yang berkenaan dengan pemilu, korupsi, maupun permasalahan politik lainnya. Beberapa di antaranya

adalah *framing* isu yang dibahas dan dianalisis dalam sejumlah media konvensional (Hutapea, 2013; Anggoro, 2014; Damayanti, Mayangsari, & Putra, 2016; Fauzi, 2019; Hartono & Purti, 2019) serta sejumlah media *online* (Gaio, Mondry, & Diahloka, 2015; Soetedjo, 2017; Samosir, Azhar, & Akbar, 2018; Ramdani & Wahyudin, 2018; Nasution & Fadilla, 2019; Anshori, 2019; Hakim, 2019; Ridho, 2019; Nasution, 2019; Tarigan & Atnan, 2019; Pratiwi, 2018).

Melalui pemaparan tersebut, dapat dikatakan bahwa sejumlah penelitian mengenai media dan isu politik merupakan bahasan yang cukup menjadi perhatian dalam dunia komunikasi. Namun demikian, sejumlah penelitian tersebut lebih merujuk pada cara media bertindak sebagai aktor yang membingkai isu yang dimunculkan. Sedangkan, dinamika isu ini dikelola sebagai bagian dari topik penting yang diangkat, hingga kemudian melakukan klarifikasi pada beberapa pelaku media pencari berita secara langsung—dalam hal ini adalah para jurnalis—dipandang perlu sebagai langkah tindak lanjut dalam membahas sejumlah isu politik di Indonesia, terutama dalam ajang kontestasi pemilu Presiden 2019.

Aspek pengelolaan isu berangkat dari cara sebuah isu dimunculkan, dikonstruksi, kemudian dikelola, dan selanjutnya dibawa ke sudut pandang tertentu berdasarkan perspektif media. Media dalam hal ini tentu harus bersifat netral. Terlebih, isu yang dimunculkan cenderung bersifat sensitif dan memuat adanya persaingan berdasarkan pertarungan beberapa kepentingan. Isu dapat memiliki deskripsi yang cukup variatif. Akan tetapi di sisi lain, isu juga dikenal memiliki *image* yang negatif. Apabila dikaji ulang, isu merupakan bagian dari pengelolaan media massa. Sedangkan, media massa memiliki peranan yang besar di dalam membangun opini publik terhadap perspektif dan pemaknaan publik mengenai isu yang dimunculkan.

Jean Baudrillard menjelaskan bahwa pencitraan mendiskualifikasi kategori kebenaran sehingga tidak bisa dibedakan lagi antara realitas,

representasi, simulasi, dan hiperralitas (Malik, 2017). Hal ini untuk memperjelas adanya *agenda setting*, yang dinyatakan McCombs dan Shaw bahwa khalayak pada dasarnya tidak hanya mempelajari isu publik dan berbagai hal lainnya yang diberitakan di media (McQuail, 2009; Scheufele & Tewksbury, 2007). Di sisi lain, khalayak juga mempelajari seberapa penting sebuah isu atau topik dimunculkan serta dikonstruksi berdasarkan penekanan yang diberikan media terhadap topik-topik tersebut. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa media mampu melahirkan sejumlah agenda melalui topik yang diangkat, yang selanjutnya merujuk pada tiga bentuk agenda, yakni agenda publik, agenda media, dan agenda kebijakan (Setyowati, 2011).

Berbicara mengenai agenda yang dimunculkan oleh media, konsep ini berkaitan dengan konteks yang melingkupi media dan isu yang dibahas. Dalam hal ini, konteks yang muncul tidak dapat dipisahkan dari keberadaan media, salah satunya bahwa media mencoba melakukan *branding* terhadap tema berita tersebut (Tapsell, 2018). Dapat dikatakan, konstruksi *branding* dari media mengacu pada kedua kubu yang saling bersaing, yang selanjutnya menonjolkan sejumlah hal spesifik mengenai koalisi politik dari masing-masing partai politik yang mengusung kedua calon, program yang akan diangkat oleh kedua calon, maupun profil beserta *track record* dari masing-masing calon.

Terdapat beberapa tujuan khusus dari penelitian ini. *Pertama*, adalah untuk membedah isu-isu yang digulirkan melalui sejumlah media mengenai pemilu Presiden 2019. Dalam hal ini, isu secara sekunder diramu pada beberapa pemberitaan yang dimuat serta diramaikan dalam media konvensional maupun media *online* terkait dengan pemilu Presiden 2019. Dalam hal ini, beberapa isu yang muncul, dipengaruhi oleh isu nasional seputar profil presiden, isu ekonomi dan sosial, sekaligus isu polarisasi yang cukup kuat terhadap calon Presiden. Mengingat Jawa Tengah sendiri merupakan wilayah yang cukup potensial bagi kubu petahana Jokowi, sekaligus juga kubu Prabowo untuk mendulang suara.

Kedua, fokus penelitian diarahkan untuk mengetahui pengelolaan isu yang ditampilkan oleh media di Jawa Tengah, yang nantinya akan memunculkan beberapa bentuk persepsi di kalangan publik Jawa Tengah guna menilai apakah isu-isu tersebut akan berpengaruh pada pemilihan umum presiden 2019. Melihat hal tersebut, adanya ragam bahasa di dalam kemasan media dirasa cukup signifikan dalam memengaruhi psikologi publik pembaca, khususnya masyarakat di Jawa Tengah. Melalui analisis bahasa yang dideskripsikan, hasil penelitian selanjutnya akan memunculkan alur berpikir secara sistematis dan terstruktur dalam memengaruhi opini publik yang dipersepsikan.

Melalui uraian tersebut, lazim apabila tulisan ini berupaya untuk melihat kecenderungan isu yang digulirkan. Seiring dengan dinamika *frame* yang terjadi dan agenda media dalam pengelolaan isu yang diangkat, menyebabkan hal ini menarik untuk diteliti sehingga menjadi fokus dalam penelitian. Terlebih mengenai muatan politik yang dibalut dengan nuansa lain, seperti sosial, ekonomi, dan budaya, dengan asumsi bahwa isu yang diangkat akan bersifat berbobot, atau justru berbalik dan merusak suasana kondusif di masyarakat.

Terdapat beberapa penelitian tentang *framing* dan agenda *setting*, di antaranya penelitian Azpíroz (2014); Borah (2011); Brugman & Burgers (2018); Entman (2007); Gronemeyer & Porath (2017); Hänggli & Kriesi (2010); Matthes (2012); Alonso (2014); Rempoutzakos (2017); Scheufele (2004); Scheufele (1999); Scheufele & Tewksbury (2007); Valenzuela, Piña, & Ramírez (2017); Wilken, Kennedy, Arnold, Gibbs, & Nansen (2015). Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang telah disebutkan tersebut. Perbedaan mendasar terletak pada lokasi penelitian dan tema penelitian yang dibingkai. Penelitian ini mengambil lokasi penelitian di Indonesia sedangkan berbagai penelitian terdahulu tersebut memilih lokasi penelitian di luar Indonesia. Selain itu, pihak jurnalis yang menjadi responden atau sumber data juga berbeda. Perbedaan terakhir adalah

terkait tema, yaitu penelitian ini memfokuskan pada pembingkai berita pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2019.

Terkait tema tersebut, terdapat penelitian yang juga meneliti tema yang sama, yaitu penelitian Handayani & Junaidi (2018) dan Siregar (2019). Kedua penelitian terakhir ini juga meneliti tema berita pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2019. Meskipun demikian, penelitian ini tetap memiliki perbedaan dengan kedua penelitian tersebut. Perbedaan tersebut terdapat pada sumber informasi. Penelitian ini menggunakan sumber informasi yang berasal dari pihak surat kabar *Tribun Jateng*, *Solopos*, dan *Kedaulatan Rakyat*. Adapun penelitian Siregar (2019) melibatkan pihak surat kabar *Republika* dan *Koran Tempo* dan penelitian Handayani & Junaidi (2018) memilih sumber informasi dari *okezone.com* dan *suara.com*. Dengan demikian, penelitian ini dapat dianggap orisinal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada penggunaan data primer berupa teks pemberitaan media serta hasil transkrip wawancara. Sedangkan untuk data sekunder, data diperoleh dari sejumlah rujukan buku, jurnal, dan sebagainya. Terkhusus untuk wawancara yang dilakukan, informan yang diambil berasal dari lima jurnalis surat kabar atau harian di Jawa Tengah, yaitu *Solopos*, *Kedaulatan Rakyat*, dan *Tribun Jawa Tengah*. Dalam hal ini, guna mengklarifikasi data dan memperdalam analisis, *interview guide* yang digunakan dalam proses wawancara secara utama diarahkan pada beberapa isu yang dibangun pada masa pemilu Presiden dan Wakil Presiden pada tahun 2019, khususnya di wilayah Jawa Tengah.

Analisis data akan diarahkan pada analisis teks mengenai *framing* beberapa media massa yang dipilih sebagai objek penelitian. Dalam hal ini, konteks *framing* yang digunakan sebagai pisau utama pengulas data adalah model Entman yang dibagi ke dalam beberapa perangkat bingkai, yakni

define problem, diagnose causes, make moral judgement, dan treatment recommendation (Eriyanto, 2011; Wibiyanto, 2017; Entman, 1993).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sejumlah isu politik yang beredar dan berputar melingkupi pemilu Presiden 2019 pada dasarnya berkenaan dengan isu-isu lokal yang bermunculan. Dilihat dari hasil transkrip wawancara (“Personal Interview AK (Tribun Jateng),” 2019; “Personal Interview BS (Kedaulatan Rakyat),” 2019; “Personal Interview AKS (Kedaulatan Rakyat),” 2019; “Personal Interview BJ (Solopos),” 2019; “Personal Interview RE (Tribun Jateng),” 2019) misalnya, kelima narasumber menyebutkan beberapa isu yang dibahas, antara lain adalah terkait isu politik identitas, isu profil calon presiden dan wakil presiden 2019, isu *tagline* #gantipresiden2019, isu kebijakan ekonomi tiga kartu sakti versus *single card*, isu perang total, isu pemindahan markas pemenangan Prabowo-Sandi ke wilayah Jawa Tengah, serta isu *people power* dan makar.

Menilik pada beberapa isu tersebut, memang untuk di Jawa Tengah sendiri, pengaruh politik yang muncul, dipandang cukup multidimensional. Hal ini bisa dilihat dari ragam isu yang berkembang dalam pemilu 2014 dan 2019, yang sebenarnya relatif tidak banyak berubah, yakni mengedepankan isu yang menyangkut politik identitas. Hal ini bisa dimengerti bahwa setiap pasangan calon yang bersaing pada akhirnya mencari titik lemah yang berpotensi terhadap berkurangnya dukungan pemilih untuk pasangan calon lawan, serta dapat beralih dukungan kepada dirinya. Oleh karenanya, isu identitas yang menjadi pusat perhatian para pasangan calon menjadi penting dimobilisasi dalam rangka meraih dukungan.

Pada pemilu 2014 misalnya, isu yang diarahkan adalah terkait dengan status Prabowo dalam kaitannya sebagai mantan Jenderal Angkatan Darat, isu kepemilikan usaha asing, kedekatan Jokowi dengan Cina ataupun hal yang menyangkut kadar keislaman seseorang dalam aktivitas ibadahnya.

Selanjutnya, menjelang pemilu 2019 ini, beberapa isu tersebut kembali diproduksi dengan melihat tema-tema yang telah dipaparkan tersebut.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Kompas di 16 kota menunjukkan bahwa sebanyak 24,5% mengatakan bahwa masa kampanye diisi dengan isu menghina seseorang, terkait dengan perbedaan Suku, Agama, Ras, dan Golongan (SARA). Selain itu, sebanyak 27,1% mengatakan bahwa masa kampanye diisi dengan menghasut atau mengadu domba. Oleh sebab itu, dalam hal ini ikatan identitas dari kedua pasangan calon tetap dipilih sebagai bagian dari strategi politik yang dilakukan.

Meski alur politik identitas dipandang masih menjadi isu turut mewarnai konteks pemilu Presiden tahun 2019, tetapi pada kenyataannya, apabila dibandingkan dengan pemilu tahun 2014, adanya narasi yang dibangun sebagai bentuk kampanye politik dirasa berbeda. Pemilu Presiden 2019 memberikan warna berbeda karena posisi Jokowi adalah *incumbent* sehingga narasi yang digambarkan merujuk seputar sukses atau tidaknya pembangunan yang dilakukan oleh Jokowi sebagai petahana, yang selanjutnya menjadikan sejumlah isu pembangunan infrastruktur menjadi program unggulan yang terus ditawarkan.

Sementara itu, berdasarkan wawancara dengan AKS (Personal Interview AKS (Kedaulatan Rakyat), 2019) dan RE (Personal Interview RE (Tribun Jateng), 2019), pasangan penantang, yakni Prabowo-Sandi, lebih banyak dilekatkan dengan isu perbaikan ekonomi dengan berbagai macam wacana. Kecenderungan ini dapat dianalisis melalui beberapa diksi yang digunakan, antara lain: *tampang boyolali* dan *tempe setipis kartu ATM*. Hal inilah yang selanjutnya memunculkan perdebatan sekaligus menjadi ajang saling serang dan saling bantah melalui ujaran diksi yang menjadi perhatian public. Alhasil, publik justru lebih banyak mempersoalkan perihal diksi dalam kampanye, dibandingkan program kerja yang akan diusung. Oleh sebab itu, apabila diulas kembali, isu seperti *tampang Boyolali* dan *tempe setipis kartu ATM* khususnya di Jawa Tengah menuai kontroversi yang mewarnai kontestasi pilpres 2019.

Melalui dinamika isu terkait, media tentu merespons hal tersebut sebagai bentuk komponen penyusun pemberitaan. Lebih jelas, berdasarkan hasil wawancara yang telah diolah, terlihat ciri spesifik terhadap isu yang muncul, salah satunya mengenai isu yang didasarkan politik identitas, meliputi isu politik mengenai sosok ataupun profil tokoh calon serta munculnya *tagline* khusus #2019GantiPresiden. Selain itu, turut muncul isu lain dalam hal taktis strategis, yakni terkait dengan isu kebijakan ekonomi, perang total, pemindahan markas pemenangan Prabowo-Sandi ke wilayah Jawa Tengah, serta isu mengenai *people power* dan kudeta.

Isu Politik Identitas: Profil Tokoh dan Tagline #2019GantiPresiden

Isu mengenai politik identitas pada dasarnya mengarah pada profil kedua calon presiden, Jokowi dan Prabowo, isu tersebut turut mewarnai pergerakan opini publik. Dalam hal ini, tingkat preferensi dari masyarakat pada akhirnya tidak terlepas dari ulasan media mengenai sosok kedua calon yang sedang bersaing dalam kontestasi politik pemilu Presiden 2019. Lebih lanjut, guna mempertajam analisis tentang isu politik identitas, pbingkai media yang dilakukan dapat dijabarkan dengan menggunakan model Entman, yakni *define problem, diagnose causes, make moral judgement, dan treatment recommendation* (Eriyanto, 2011; Wibiyanto, 2017; Entman, 1993):

Tahap *pertama* adalah identifikasi sekaligus mendefinisikan permasalahan (*define problem*). Sejumlah permasalahan ini dapat dimunculkan dan merujuk pada isu-isu mengenai politik identitas yang digulirkan dalam pemilu Presiden 2019. Hal ini juga berkaitan dengan profil kedua pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden yang bersaing. Selain itu, muncul isu turunan yang cenderung menjadikan ajang persaingan semakin terlihat, yakni dengan adanya *tagline* #2019GantiPresiden yang beredar di masyarakat.

Identifikasi masalah mengenai adanya politik identitas pada akhirnya memungkinkan sosok tokoh politik memperoleh eksistensinya, sekaligus menentukan besarnya persaingan yang terjadi. Baik itu berbicara mengenai profil kedua tokoh—Jokowi maupun Prabowo—yang bersaing secara langsung, maupun membahas tentang latar belakang pendukung kedua tokoh sehingga mampu dikonsepsi dengan profil yang demikian.

Ditinjau melalui terbentuknya isu, isu mengenai politik identitas mengindikasikan bahwa citra tokoh memiliki peran penting terhadap pembentukan persepsi masyarakat. Misalnya saja, ketika muncul isu bahwa Jokowi anti Islam dan ulama, selain juga Prabowo adalah pihak yang dipandang pro-Khilafah. Hal ini memengaruhi preferensi masyarakat selanjutnya ketika mereka memilih calon yang akan dipercaya menjadi Presiden dan Wakil Presiden Indonesia. Terlebih, dalam isu politik identitas ini, muncul pula negasi kampanye lain dalam bentuk ujaran (*tagline*) 2019#GantiPresiden. Hal ini yang mengindikasikan bahwa muncul persepsi mengenai pemerintahan Jokowi yang dirasa kurang memuaskan sehingga terbentuk seruan melalui *tagline* 2019#GantiPresiden. Menurut Reese, Gandy, & Grant (2001), pembingkaiian atau *framing* terhadap sebuah topik, baik individual, kelompok, maupun organisasi, dapat menciptakan persepsi masyarakat terhadap topik dan tokoh tersebut sebagai tokoh yang baik atau dianggap negatif.

Tahap *kedua* adalah dengan melakukan *diagnose causes*. Dalam tahap awal ini, adanya permasalahan yang muncul menyiratkan bahwa terdapat pengelompokan terhadap sejumlah identitas yang pada akhirnya disertai dengan pertentangan konflik. Adapun konflik yang muncul mencuat tajam dalam sejumlah postingan di media sosial dan di dalam realitas masyarakat senyatanya. Selain itu, isu permasalahan ini juga berkaitan erat dengan pengelompokan ragam politik yang ditandai dengan adanya sentimen politik terhadap lawan politik yang menjadi rivalnya. Terlebih, sentimen ini selanjutnya dijadikan alat untuk mendiskreditkan sekaligus menjatuhkan

lawan politik. Salah satunya, isu yang menonjolkan konten agama—dalam hal ini Islam—seolah menjadi kendaraan politik identitas. Menurut Eriyanto (2011), informasi yang mengandung konflik dan kontroversi dianggap lebih potensial dianggap sebagai berita oleh masyarakat.

Uraian tersebut semakin mempertajam isu politik yang mengiringi persaingan kedua kubu calon pasangan. Sebut saja tambahannya, ketika persaingan di pemilu Presiden 2019 ini kembali terjadi antara kedua calon pemimpin yang berbeda latar belakang (antara sipil dan militer). Meski demikian, yang membedakan adalah konteks pasangan calon Wakil Presiden yang diusung. Terdapat calon Wakil Presiden berlatar belakang santri dan menguasai konsep ekonomi syariah, serta calon Wakil Presiden yang berlatar belakang basis usaha. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa konteks pasangan, khususnya Maruf Amin sebagai pasangan Jokowi, dapat dipahami bertujuan untuk meredam isu Islam politik yang saat itu gencar dipaparkan semenjak kontestasi pilkada DKI Jakarta 2017. Hal ini turut dianalisis sebagai tindakan nyata untuk meredam gerakan ujaran #2019GantiPresiden yang semakin mencuat pada saat itu.

Tahapan *ketiga* adalah *make moral judgement*. Konteks *make moral judgement* memungkinkan adanya tahapan analisis untuk menjawab *define problem*. Hal ini dapat terlihat pada sejumlah isu politik identitas yang berkenaan dengan sosok calon Presiden dan Wakil Presiden, sekaligus seruan ujaran *tagline* #2019Gantipresiden. Sejumlah isu tersebut pada akhirnya memunculkan reaksi, baik yang bersifat personal maupun kelompok atau publik. Sebut saja, ketika muncul sejumlah reaksi publik dalam menanggapi permasalahan isu “tampang Boyolali” yang disampaikan dalam pernyataan pidato Prabowo Subianto. Adapun hal ini cukup memicu tanggapan tersendiri dari sejumlah warga Boyolali, tak terkecuali Bupati Boyolali sendiri. Selain itu, adanya seruan dan postingan lengkap dengan *tagline* #2019GantiPresiden juga turut ditanggapi balik dengan reaksi pro dan kontra dalam memberikan dukungan masing-masing pada

setiap kubu yang bersaing, yakni dengan membuat *tagline* tandingan. Pada titik ini, terlihat jelas bahwa *framing* dapat memengaruhi skema berpikir, emosi, sikap, dan pengambilan keputusan masyarakat (Scheufele, 2004) Bahkan, *framing* dapat menyebabkan terbentuknya konstruksi sosial dalam masyarakat (Scheufele, 1999).

Tahap *keempat* adalah *treatment recommendation*. *Treatment recommendation* menjelaskan adanya arahan dan fokus media melalui tulisan jurnalisnya dalam mempertimbangkan aspek isu yang dikaji. Dalam hal ini, *framing* dari media merupakan batasan ataupun bingkai yang digunakan untuk memberikan arahan terhadap fokus isu yang diberitakan. Tentunya, bingkai yang digunakan ini dimunculkan berdasarkan adanya pertimbangan atas penting atau tidaknya isu yang disampaikan.

Adanya politik identitas dirasa masih menjadi sisi “manis” dalam isu perpolitikan Indonesia. Namun demikian, konteks ini juga menyiratkan bahwa seharusnya tidak ada pemantik dari isu tersebut, seperti halnya dalam Pilkada DKI Jakarta 2017, yang ditunjang dengan bermunculannya isu-isu lainnya, seperti salah satunya isu primordial. Begitu pula dengan Pemilu 2019 ini, dalam konteksnya muncul politik identitas yang berkenaan dengan profil calon Presiden dan Wakil Presiden. Dalam konteks ini, diharapkan profil calon Presiden dan Wakil Presiden mampu memberikan edukasi bagi publik, khususnya ketika dihadapkan pada isu-isu sensitif yang melanda pasangan calon presiden dan wakil presiden 2019. Demikian pula dengan isu *tagline* #2019GantiPresiden yang notabene juga merupakan wujud ranah kebebasan publik dalam menciptakan iklim demokrasi, hal tersebut bersifat wajar dan sesuai, yakni dengan tidak menyalahi konstitusi yang ada. Terkhusus untuk viralnya seruan *tagline* #2019GantiPresiden misalnya, diharapkan muncul arahan kebijakan yang dapat diambil agar *tagline* tersebut tidak bersifat bias bagi keberlangsungan opini publik ke depannya.

Isu Taktis Strategis

Analisis dalam hal isu taktis strategis pada dasarnya berkenaan dengan isu mengenai permasalahan rancangan strategis, kebijakan, dan perang politik yang terjadi. Dalam hal ini, isu berputar terkait dengan kebijakan ekonomi, perang total, pemindahan markas pemenangan Prabowo-Sandi, serta *people power* dan kudeta. Adapun beberapa isu permasalahan yang dimunculkan dalam media massa tersebut saling terkait satu sama lain, terutama membahas tentang dinamika persaingan antarkubu pasangan calon terhadap sejumlah langkah strategis yang diambil. Lebih lanjut, guna mempertajam analisis, pbingkai media yang dilakukan dapat dijabarkan dalam konteks berikut menggunakan beberapa perangkat bingkai berupa *define problem*, *diagnose causes*, *make moral judgement*, dan *treatment recommendation* (Eriyanto, 2011; Wibiyanto, 2017; Entman, 1993):

Tahap *pertama* adalah *define problem*. Identifikasi dan definisi masalah dalam konteks ini dinyatakan sebagai bentuk analisis pertama mengenai *framing* isu permasalahan pada sejumlah media. Adapun salah satu isu taktis strategis yang dimunculkan berkenaan dengan strategi kebijakan, yakni tentang pembuatan kartu. Hal ini dipandang sebagai isu makro sebagai hasil dari kebijakan yang ditempuh pada masa pemerintahan Jokowi-JK. Masa pemerintahan Jokowi-JK telah terlebih dahulu menerbitkan beberapa kartu ketika pemerintahan sedang berlangsung. Program tentang kartu yang sudah diterapkan oleh Jokowi-JK tersebut akan memengaruhi pbingkai pihak Prabowo. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh Merz (2014) bahwa informasi dari pemerintah dapat berpengaruh pada pbingkai pihak lawan.

Sementara itu, dari pihak oposisi, kebijakan penerbitan kartu yang ditambah dengan tiga kartu sakti, seperti kartu pra-kerja, sembako murah, dan kartu untuk meneruskan ke perguruan tinggi, dipandang sebagai sebuah pemborosan dan tidak efisien. Maka dari itu, kelompok oposisi yang dalam hal ini adalah Prabowo-Sandi berupaya mengeluarkan solusi

dengan menggunakan *single card*, yakni e-KTP untuk semua layanan publik. Sasarannya adalah secara nasional dan juga publik di daerah, termasuk di Jawa Tengah. Tentunya hal ini bertujuan untuk memperoleh simpati dan dukungan dari publik, sekaligus mendulang suara dalam pemilu Presiden 2019.

Isu permasalahan tersebut selanjutnya merupakan pemantik dari isu selanjutnya, yaitu mengenai perang total dan pemindahan markas pemenangan Prabowo-Sandi ke wilayah Jawa Tengah. Hal ini dapat ditinjau dari adanya strategi perang total yang dilancarkan dan dinilai bertujuan untuk membendung usaha dari kubu Prabowo-Sandi, salah satunya mengenai pemindahan markas pemenangan Prabowo-Sandi ke Jawa Tengah. Namun demikian, upaya ini cukup menuai kontroversi setelah pernyataan Prabowo yang berbicara mengenai “tampang Boyolali” viral dalam pidatonya. Meski demikian, secara tidak langsung hal ini dipandang sebagai upaya kampanye strategis yang menasar ke wilayah Jawa Tengah yang notabene merupakan kandang pasangan Jokowi-Ma’ruf.

Keberlanjutan dari semua isu terkait berakhir pada isu *people power* dan makar, meskipun untuk wilayah Jawa Tengah dirasa tidak begitu keras seperti di daerah lainnya. Namun demikian, yang sempat menjadi perhatian publik adalah wilayah Boyolali. Wilayah Boyolali sempat dipermasalahkan oleh kubu Prabowo-Sandi karena hampir semua area di wilayah tersebut, suara dimenangkan oleh pasangan Jokowi-Ma’ruf. Oleh sebab itu, pihak Prabowo-Sandi menganggap bahwa terdapat indikasi kecurangan di wilayah itu dan dipandang sebagai bagian dari rencana isu perang total yang sebelumnya dihembuskan oleh kubu Jokowi-Ma’ruf.

Kedua adalah tahap *diagnose causes*. *Diagnose causes* mengenai sejumlah isu ditunjukkan dalam berbagai macam sentimen politik yang digunakan untuk menekan lawan politik lain. Dalam konteks ini, salah satu upaya dalam melancarkan sentimen politik tersebut dapat dilihat pada upaya untuk menonjolkan warna Islam sebagai bagian dari politik identitas yang

ada. Namun demikian, dirasa bahwa di wilayah Jawa Tengah, isu ini justru kurang mendapatkan respon yang berarti karena organisasi Islam besar, seperti NU dan Muhammadiyah dinilai cukup berhasil dalam meredam permasalahan politik identitas tersebut.

Isu kedua adalah mengenai isu kebijakan ekonomi tentang penerbitan tiga kartu sakti versus *single card* versi e-KTP. Dalam analisis kasusnya, adanya pemecahan permasalahan ekonomi di satu sisi menurut pandangan Prabowo dipandang sebagai bentuk pemborosan ketika diantisipasi dengan tiga kartu sakti *ala* kebijakan Jokowi. Dengan demikian, program Prabowo selanjutnya adalah dengan menawarkan adanya fungsi multiganda e-KTP sebagai bentuk usulan kebijakan ekonomi.

Diagnose causes selanjutnya berangkat dari isu permasalahan perang total dan pemindahan markas Prabowo-Sandi ke Jawa Tengah sebagai bentuk kesinambungan. Adapun perang total dipandang sebagai salah satu *grand strategy* dari pasangan Jokowi-M'aruf. Hal ini merupakan wadah untuk memaparkan beberapa kebijakan penting yang diambil, dan khususnya Jawa Tengah, wilayah ini adalah salah satu prioritas penting dari implementasi wujud strategi tersebut. Sementara itu, apabila dilihat dari pemindahan markas Prabowo-Sandi ke Jawa Tengah, hal ini juga merupakan wujud dari strategi nasional kelompoknya guna menghadapi strategi dari Jokowi-Ma'ruf. Selain itu, langkah ini juga diyakini sebagai upaya untuk menindaklanjuti kekalahan Prabowo di tahun 2014 di Jawa Tengah.

Diagnose causes isu lainnya yang juga menjadi perhatian adalah tentang *people power* dan upaya makar. Konteks ini dapat dianalisis sebagai benang merah yang merupakan lanjutan dari seruan Amien Rais di dalam menanggapi hasil pemilu Presiden 2019. Gagasan *people power* tersebut dimunculkan sebagai respons apabila Prabowo tidak memenangkan pemilu karena praktik kecurangan, maka massa akan digerakkan untuk tidak mengakui hasil pemilu 2019. Seruan ini serupa dengan pernyataan

Eggi Sudjana yang menyebutkan hal yang sama. Sedangkan untuk konteks makar, hal ini dapat ditinjau melalui pernyataan Wiranto dan Tito Karnavian selaku Kapolri yang akan menindak tegas sejumlah aksi yang berhubungan dengan tindakan inkonstitusional. Secara garis besar, isu ini pada akhirnya memang tidak berdampak secara luas di Jawa Tengah.

Ketiga adalah make moral judgement. Melihat konteks *make moral judgement*, permasalahan yang dapat dianalisis adalah terkait dengan penilaian serta evaluasi dari masyarakat terkait isu yang dimunculkan dan dibingkai oleh media. Pada tataran ini, isu mengenai kebijakan kartu sakti dan kartu tersistem yang dipaparkan oleh kedua pasangan calon pada akhirnya memicu adanya evaluasi publik terhadap efektivitas dari kedua strategi tersebut.

Adanya isu mengenai kebijakan penerbitan kartu sakti nyatanya tidak terlepas dari dinamika sosial yang terjadi di masyarakat, termasuk pula di area Jawa Tengah. Bagaimanapun juga, konteks kebijakan ini merujuk pada perpaduan dalam ranah teknologi dan konvensional yang memungkinkan masyarakat ataupun publik untuk memilih bentuk pelayanan yang nantinya akan mereka terima selama lima tahun ke depan setelah pemilu Presiden 2019 selesai dan menentukan pihak calon pasangan yang memenangkan kontestasi.

Melalui uraian tersebut, isu kebijakan ekonomi turut menjadi pemantik ataupun pemicu isu selanjutnya juga dianggap mempunyai signifikansi dalam persaingan politik pemilu Presiden 2019, yaitu mengenai perang total dan pemindahan markas pemenangan Prabowo-Sandi. Hal ini dapat terlihat pada rancangan strategis yang dilakukan, baik dari perang total maupun pemindahan markas pemenangan Prabowo-Sandi ke wilayah Jawa Tengah yang dijadikan medan area pertempuran untuk memenangkan kandidat yang akan diusung.

Dinamika permasalahan ini dianggap cukup mempunyai relasi yang rumit karena beberapa media mencoba untuk menyoroiti permasalahan

di dalam sejumlah isu yang berkembang dan saling terkait satu sama lain. Selanjutnya, untuk isu mengenai *people power* dan makar, banyak sejumlah media konvensional maupun *online* yang membahas mengenai permasalahan ini. Muncul sejumlah asumsi melalui kubu Prabowo-Sandi yang menganggap bahwa hasil pemilu 2019 dianggap penuh kecurangan, terutama di wilayah Jawa Tengah. Namun demikian, isu ini dipandang kurang berpengaruh karena asumsi yang disampaikan memang tidak terbukti pada saat persidangan di Mahkamah Konstitusi.

Keempat adalah *treatment recommendation*. Untuk mengulas beberapa isu yang telah dibicarakan tersebut, baik dari isu kebijakan ekonomi yang diimplementasikan ke dalam alih fungsi kartu, isu perang total, isu pemindahan markas pemenangan Prabowo-Sandi ke Jawa Tengah, serta isu *people power* dan makar, dapat dinyatakan bahwa *treatment* yang diambil dari sejumlah isu tersebut adalah berupa himbauan.

Mengenai himbauan tentang isu kebijakan ekonomi terkait dengan pergulatan kebijakan antara *single card* dengan tiga kartu sakti tentunya harus disesuaikan arahan kebijakan yang akan diambil. Hal ini bertujuan untuk dapat menilai efektivitas dan efisiensi dari sejumlah kebijakan tersebut ke depannya ketika diimplementasikan kepada masyarakat secara nyata agar nantinya tidak terjadi bias dalam penggunaannya.

Uraian tersebut juga berkenaan dengan adanya *treatment* dari isu lain, yakni isu perang total dan pemindahan markas pemenangan Prabowo-Sandi. Dalam hal ini, permasalahan diksi nyatanya menjadi perhatian khusus dalam bentuk harus ada penyesuaian tentang yang dimaksud dengan isu perang total dan pemindahan markas. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi perbedaan persepsi yang mampu melibatkan sejumlah pihak dalam konsolidasi perang secara mutlak dalam pengertiannya. Terlebih hal ini merujuk pada situasi rawan persaingan politik yang tentunya mampu memicu sejumlah konflik urat syaraf antara kedua kubu calon pasangan yang bersaing. Hal ini dapat ditinjau pada permasalahan apel kebangsaan

serta adanya dampak penangkapan Bowo Sidiq yang merupakan salah satu politisi dalam kubu Jokowi-Ma'ruf yang tertangkap KPK akibat praktik suap dalam pemilu. Lebih lanjut, konteks ini juga berhubungan erat dengan pemindahan markas Prabowo-Sandi ke wilayah Jawa Tengah, yang seharusnya hal ini dapat ditanggapi secara wajar dan biasa, mengingat kondisi Jawa Tengah cukup beragam dan kondusif tidak seperti wilayah lainnya.

Agenda Setting dan Pengelolaan Isu

Menilik pada uraian analisis tersebut, dapat digariskan bahwa pengelolaan isu politik dalam pemilu Presiden 2019 pada dasarnya berkenaan dengan cara media melakukan pumbingkai berita guna menonjolkan isu-isu yang dipandang penting. Dalam konteks ini, media secara tidak langsung memiliki kebijakan untuk memunculkan permasalahan apa yang dirasa penting bagi masyarakat, sekaligus mampu menggiring opini publik berjalan. Tentunya, bahwa media tidak dalam kapasitas meletakkan keberpihakannya, melainkan harus netral dalam setiap pemberitaan sesuai dengan kaidah-kaidah jurnalistik yang menjadi aturan. Namun demikian, dalam aspek yang lebih politis, media pada dasarnya turut memberikan penjelasan dan pengawasan pada sejumlah upaya sosialisasi politik, pendidikan politik, sampai pada memberikan informasi agar masyarakat (publik) menjadi paham terkait dengan ajang kontestasi politik yang sedang bergulir pada saat pemilu Presiden 2019.

Framing berkaitan dengan *agenda setting* (Alonso, 2014; Scheufele & Tewksbury, 2007; Weaver, 2007). Melalui uraian yang sudah dituliskan, apabila dikaitkan dengan aspek *agenda setting* beberapa media, seperti Solopos, Tribun Jawa Tengah, dan Kedaulatan Rakyat, adanya aspek konsumsi masyarakat di wilayah Jawa Tengah selanjutnya mendapatkan porsi tersendiri terhadap topik permasalahan yang diulas dalam media. Hal ini dapat diperjelas melalui tiga ragam klasifikasi agenda, yakni: agenda

media, agenda publik, dan agenda kebijakan.

Pengelolaan isu yang *pertama* merujuk pada agenda media. Hal ini bermula dari pernyataan Prabowo yang akan meresmikan markas pemenangannya di daerah Boyolali, Jawa Tengah. Pernyataan ini nyatanya menuai kontroversi karena pihaknya menyebutkan adanya istilah “tampang Boyolali” yang seolah bermakna kurang positif. Lebih lanjut, istilah “tampang Boyolali” dipandang menjadi diksi yang kurang etis dan menuai banyak kritikan dari sejumlah pihak.

Analisis lebih lanjut juga muncul ketika dalam sebuah agenda rapat akbar kebangsaan di wilayah Semarang. Meskipun momen tersebut merupakan ajang kampanye damai, tetapi dianggap terdapat indikasi dan pengerahan aparaturnya negara serta fasilitas akomodasi untuk penyelenggaraan kegiatan rapat akbar. Momen tersebut dianggap cenderung menguntungkan pasangan Jokowi-Ma'ruf. Alhasil, banyak media *online* maupun media konvensional yang memberitakan hal ini, baik secara pro maupun kontra.

Kedua, adanya agenda publik mengarah pada dinamika reaksi publik dalam menanggapi isu permasalahan yang muncul. Baik terkait dengan isu politik dientitas maupun isu taktis strategis, keduanya muncul dan mampu memicu reaksi publik dalam tataran yang berbeda-beda. Misalnya saja, untuk sejumlah tanggapan yang muncul sejak pernyataan “tampang Boyolali” hingga isu kecurangan pemilu yang terstruktur, masif, dan sistematis, adanya reaksi dan komentar dari publik (pro maupun kontra) merupakan salah satu *input* sekaligus *output* yang bersamaan sebagai bentuk respon dari permasalahan isu. Dalam hal ini, bermunculannya komentar dan tanggapan dari publik dapat diistilahkan bahwa permasalahan yang diangkat dalam media telah menjadi agenda publik yang sama pentingnya dengan agenda media.

Agenda *ketiga* adalah agenda kebijakan. Mengacu pada kedua agenda tersebut, baik dari agenda media maupun agenda publik dalam mengkaji

isu permasalahan, pada dasarnya telah terlihat bahwa beberapa isu yang berkembang merupakan isu yang telah dibingkai dan dikonstruksi oleh media sebagai isu pilihan yang ditonjolkan. Dalam konteks ini, adapun kebijakan yang diambil akan bertepatan dengan momentum pemilu serentak 2019, baik itu dalam pemilihan legislatif ataupun pemilihan Presiden.

Oleh sebab itu, diambil garis besar mendasar bahwa beberapa isu tersebut mulai dari isu politik identitas, isu profil pasangan calon, isu *tagline* #2019GantiPresiden, isu kebijakan ekonomi tiga kartu sakti versus *single card*, isu perang total, isu pemindahan markas pemenangan Prabowo-Sandi ke wilayah Jawa Tengah, maupun isu *people power* dan makar, pada akhirnya merupakan isu yang ditonjolkan serta dikelola secara khusus oleh media-media lokal di Jawa Tengah, khususnya Solopos, Tribun Jawa Tengah, dan Kedaulatan Rakyat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengelolaan isu terkait pemilu presiden 2019 di Jawa Tengah ini didasarkan pada beberapa identifikasi masalah yang memuat tentang *framing* media. *Define problem* dari isu yang muncul diarahkan pada mencuatnya politik identitas antara kubu Jokowi-Ma'ruf dengan Prabowo-Sandi yang selanjutnya diimplementasikan ke dalam kontroversi pernyataan Prabowo mengenai istilah “tampang Boyolali”, serta kontroversi apel akbar kebangsaan, dan asumsi mengenai indikasi kecurangan pemilu yang dipandang terstruktur, masif, dan sistematis.

Untuk *diagnose causes*, analisis isu yang diolah dan dibingkai oleh media pada dasarnya menonjolkan bahwa permasalahan isu yang muncul merupakan ajang perwujudan strategi politik yang telah dirancang untuk mempengaruhi persepsi publik (opini publik) di tingkat Jawa Tengah dan Nasional. Sementara untuk *make moral judgement* dan *treatment recommendation*,

hal yang dapat ditonjolkan adalah bahwa isu-isu terkait mampu diolah menjadi ajang edukasi pembelajaran bagi masyarakat. Salah satunya dengan mengenalkan program kebijakan pasangan calon presiden yang bersaing dengan membatasi isu-isu dan ujaran negatif yang cenderung banyak bermunculan, seperti isu mengenai politik identitas dan beberapa hal tentang sejumlah diksi politik yang cenderung merendahkan pihak lain.

Saran

Saran yang dapat diberikan adalah sebaiknya pengelolaan isu mampu memberikan edukasi bagi masyarakat terkait sosialisasi dan pendidikan politik yang netral. Hal ini berkenaan dengan tugas media sebagai lembaga informatif sekaligus edukatif dengan mentransformasikan isu kepada khalayak secara cerdas. Selain itu, juga tidak memuat unsur yang negatif serta merendahkan pihak-pihak tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Achsa, H. P. (2018). *Penggunaan Internet Sebagai Public Sphere dalam Demokrasi Deliberatif (Analisis Penggunaan Hashtag terkait Isu Politik Menjelang Pilpres 2019)* (Universitas Muhammadiyah Malang). Retrieved from <http://eprints.umm.ac.id/43720/1/NASKAH.pdf>
- Alonso, M. O. (2014). The Triangle Formed by Framing, Agenda-setting and Metacoverage. *Disertaciones: Anuario Electrónico de Estudios En Comunicación Social*, 7(1), 41–66. <https://doi.org/10.12804/disertaciones.v7i1.4423>
- Anggoro, A. D. (2014). Media, Politik dan Kekuasaan (Analisis Framing Model Robert N. Entman tentang Pemberitaan Hasil Pemilihan Presiden, 9 Juli 2014 di TV One dan Metro TV). *ARISTO*, 2(2), 25–52. <https://doi.org/10.24269/ars.v2i2.16>
- Anshori, M. (2019). “Raja Pemimpin Negara Republik” Pemberitaan Poster Jokowi Mengenakan Mahkota Raja (Analisis Framing Robert N. Entman dalam Media Online Tribunnews.com dan Detik.com). *Kalijaga Journal of Communication*, 1(1), 101–118. <https://doi.org/10.24269/ars.v2i2.16>

org/10.14421/kjc.11.06.2019

- Azpíroz, M. L. (2014). Framing and Political Discourse Analysis: Bush's Trip to Europe in 2005. *Observatorio*, 8(3), 75–96. <https://doi.org/10.7458/obs832014763>
- Borah, P. (2011). Conceptual Issues in Framing Theory: A Systematic Examination of a Decade's Literature. *Journal of Communication*, 61, 246–263. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01539.x>
- Brugman, B. C., & Burgers, C. (2018). Political Framing Across Disciplines: Evidence from 21st-Century Experiments. *Research and Politics*, 1–7. <https://doi.org/10.1177/205316801878337>
- Damayanti, S., Mayangsari, I. D., & Putra, D. K. S. (2016). Analisis Framing Robert N. Entman Atas Pemberitaan Reklamasi Teluk Jakarta Di Majalah Tempo. *E-Proceedings of Management*, 3(3), 3928–3936.
- Entman, R. M. (2007). Framing Bias: Media in the Distribution of Power. *Journal of Communication*, 57(1), 163–173. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x>
- Entman, R. M. (1991). Framing U.S. Coverage of International News: Contrast in Narrative of KAL and Iran Air Incident. *Journal of Communication*, 41(4), 6–27. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1991.tb02328.x>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Eriyanto. (2011). *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi dan Politik Media* (4th Ed). Yogyakarta: LKiS.
- Fauzi, H. (2019). *Analisis Framing Model Pan Dan Kosicki Berita Kampanye Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Indonesia 2019 Pada Media Cetak Harian Duta Masyarakat Rentang Waktu 23 September – 30 November 2018* (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya). Retrieved from http://digilib.uinsby.ac.id/29645/1/Hepi_Fauzi_B76215043.pdf
- Fernandes, A. (2018). Politik Identitas Dalam Pemilu 2019: Proyeksi dan Efektivitas. In *CSIS Election Series No. 1*. Jakarta.
- Gaio, A. M. S., Mondry, & Diahloka, C. (2015). Analisis Framing Robert Entman Pada Pemberitaan Konflik KPK vs POLRI di Vivanews.co.id dan Detiknews.com. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(3), 451–455.

- Gronemeyer, M. E., & Porath, W. (2017). Framing Political News in the Chilean Press: The persistence of the Conflict Frame. *International Journal of Communication*, 11, 2940–2963.
- Hakim, M. S. S. (2019). Money Politics Pemilu 2019 (Analisis Framing Di Sindonews, kompasnews.com, dan CNN Indonesia). *Jurnal Tasamuh*, 16(2), 69–90. <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v16i2.846>
- Handayani, E. S., & Junaidi, A. (2018). Pemberitaan Kampanye Pemilihan Presiden 2019 di Media Siber dan Penerapan Elemen Jurnalisme (Analisis Framing pada Okezone.com dan Suara.com). *Koneksi*, 2(2), 321–328.
- Hänggeli, R., & Kriesi, H. (2010). Political Framing Strategies and Their Impact on Media Framing in a Swiss Direct-Democratic Campaign. *Political Communication*, 27(2), 141–157. <https://doi.org/10.1080/10584600903501484>
- Hartono, D., & Purti, L. (2019). Analisis Framing Robert Entman Kasus Freddy Budiman Di Harian Kompas Periode Bulan Juli - September 2016. *JIKA: Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan*, 2(2), 95–115.
- Hutapea, P. F. (2013). Framing Pemberitaan Inspektur Jenderal Djoko Susilo Terkait Kasus Dugaan Korupsi Pengadaan Simulator SIM Pada Harian Kompas. *Jurnal Flow*, 2(3), 1–10.
- Malik, A. (2017). Meme dan Visualisasi Kebencian Netizen Dalam Kasus Penistaan Agama. *Jurnal Rekam*, 13(2), 67–84. <https://doi.org/10.24821/rekam.v13i2.1931>
- Matthes, J. (2012). Framing Politics: An Integrative Approach. *American Behavioral Scientist*, 56(3), 247 –259. <https://doi.org/10.1177/0002764211426324>
- McNair, B. (2016). *Pengantar Komunikasi Politik*. Bandung: Nusamedia.
- McQuail, D. (2009). *Mass Communication Theory* (6th Ed). New York: Sage Publications.
- Merz, F. (2014). Adversarial Framing: President Bashar al-Assad’s Depiction of the Armed Syrian Opposition. *Journal of Terrorism Research*, 5(2), 30–44. <https://doi.org/10.15664/jtr.881>
- Nasution, R., & Fadilla, R. (2019). Analisis Framing Tentang Pemberitaan Hoax Ratna Sarumpaet di Kompas.com dan Republika Online Rentang Waktu 02-05 Oktober 2018. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*

Communique, 1(2), 71–76.

- Nasution, S. K. P. (2019). Polemik “Buta dan Budek” dalam Pidato K.H Ma’ruf Amin (Analisis Framing Robert N. Entmen dalam Media Online CNNIndonesia.com, Republika.co.id, dan Tempo.co). *Kalijaga Journal of Communication*, 1(1), 141–156.
- Perdana, A., & Wildianti, D. (2019). Narasi Kampanye dan Media Sosial Dalam Pemilu Presiden dan Wakil Presiden 2019. *Jurnal Bawaslu DKI Jakarta*, 19–37.
- Personal Interview AK (Tribun Jateng)*. (2019).
- Personal Interview AKS (Kedaulatan Rakyat)*. (2019).
- Personal Interview BJ (SoloPos)*. (2019).
- Personal Interview BS (Kedaulatan Rakyat)*. (2019).
- Personal Interview RE (Tribun Jateng)*. (2019).
- Pratiwi, S. (2018). *Konstruksi Pemberitaan Gerakan #2019GantiPresiden (Analisis Framing Robert N Entman pada kompas.com dan detik.com)* (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar). Retrieved from [http://repositori.uin-alauddin.ac.id/13268/1/SKRIPSI_SITI_PRATIWI - Copy.pdf](http://repositori.uin-alauddin.ac.id/13268/1/SKRIPSI_SITI_PRATIWI_-_Copy.pdf)
- Ramdani, D., & Wahyudin, Y. (2018). Analisis Framing Robert Entman Pada Pemberitaan Isu Hoak Saracen di Republika.co.id dan Kompas.com. *Parole (Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia)*, 1(1). <https://doi.org/10.22460/p.v1i1p63-78.28>
- Reese, S. D., Gandy, O. H. J., & Grant, A. E. (2001). *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of The Social World*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Rempoutzakos, F. (2017). Framing Theory in Newspaper Coverage of the 2015 Greek Referendum. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 8(2), 6–15.
- Ridho, A. (2019). Arah Politik Muhammadiyah dalam Pilpres 2019 (Analisis Framing Model Robert N. Entman dalam Media Online Republika.co.id, Kumparan.com, dan Tribunnews.com). *Kalijaga Journal of Communication*, 1(1), 1–21.
- Salman, A., & Saad, S. (2015). Online Political Participation: A Study of Youth Usage of New Media. *A Journal: National University of Malaysia. Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(4), 88–93. <https://>

doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n4s3p88

- Samosir, H. E., Azhar, A. A., & Akbar, F. (2018). Analisis Framing Berita Vonis Kasus Penistaan Agama di Media Online Republika.co.id dan Detik.com. *Al-Balagh: Jurnal Komunikasi Islam*, 2(2), 231–248.
- Scheufele, B. (2004). Framing-effects Approach: A Theoretical and Methodological Critique. *Communications*, 29(4), 401–428. <https://doi.org/10.1515/comm.2004.29.4.401>
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication*, Winter 199, 103–122. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x>
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*, 57, 9–20. <https://doi.org/10.1177/1077801203009007008>
- Setyowati, R. M. (2011). Wikileaks dan Agenda Setting Media. *Jurnal The Messenger*, 2(2), 28–32.
- Siregar, B. (2019). Framing Berita Capres-Cawapres pada Pilpres 2019 di Harian Umum Republika dan Koran Tempo. *Komunikologi*, 16(1), 7–17.
- Soetedjo, O. H. (2017). Bingkai Berita Fenomena 4 November dalam Media Online Republika.co.id dan Kompas.com. *Jurnal E-Komunikasi*, 5(2).
- Tapsell, R. (2018). *Kuasa Media di Indonesia: Kaum Oligarki, Warga, dan Revolusi Digital* (W. P. Utomo, Ed.). Tangerang Selatan: Marjin Kiri.
- Tarigan, K. R., & Atnan, N. (2019). Analisis Berita Sandiaga Uno pada Deklarasi Kemenangan Pilpres 2019 (Analisis Framing Pan dan Kosicki Pada Media Online Viva.co.id Dan Republika.co.id). *E-Proceedings of Management*, 6(3), 1–8.
- Valenzuela, S., Piña, M., & Ramírez, J. (2017). Behavioral Effects of Framing on Social Media Users: How Conflict, Economic, Human Interest, and Morality Frames Drive News Sharing. *Journal of Communication*, 67(5), 803–826. <https://doi.org/10.1111/jcom.12325>
- Weaver, D. H. (2007). Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Priming. *Journal of Communication*, 57(1), 142–147. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00333.x>

- West, R., & Turner, L. H. (2007). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application* (3rd Ed). Jakarta: Salemba Humanika.
- Wibiyanto, A. (2017). Pemberitaan Sunny Tanuwidjaja (Analisis Framing Media Online Terhadap Pemberitaan Sunny Tanuwidjaja di Tempo, Kompas, Merdeka, Tribun, Detik). *Jurnal Ikon*, 1(5), 1–9.
- Wilken, R., Kennedy, J., Arnold, M., Gibbs, M., & Nansen, B. (2015). Framing the NBN: An Analysis of Newspaper Representations. *Communication, Politics, & Culture*, 47(3), 55–69.

Author Guidelines

1. The article must be scientific, either based on the empirical research or conceptual ideas. The content of the article have not published yet in any Journal, and should not be submitted simultaneously to another Journal. Article should not be part of fully one chapter of the theses or dissertation.
2. Article must be in the range between 15-30 pages, not including title, abstract, keywords, and bibliography
3. Article consisting of the various parts: i.e. title, the author's name(s) and affiliation(s), abstract (200-250 words), Keywords (maximum 5 words), introduction, description and analysis, conclusion, and bibliography.
 - Title should not be more than 15 words
 - Author's name(s) should be written in the full name without academic title (degree), and completed with institutional affiliation(s) as well as corresponding address (e-mail address).
 - Abstract consisting of the discourses of the discipline area; the aims of article; methodology (if any); research finding; and contribution to the discipline of areas study. Abstract should be written in English.
 - Introduction consisting of the literature review (would be better if the research finding is not latest than ten years) and novelty of the article; scope and limitation of the problem discussed; and the main argumentation of the article.
 - Discussion or description and analysis consisting of reasoning process of the article's main argumentation.
 - Conclusion should be consisting of answering research problem, based on the theoretical significance/conceptual construction
 - All of the bibliography used should be written properly

4. Citation's style used is the American Psychological Association 6th Edition, and should be written in the model of body note (author(s), year, and page(s)), following to these below examples:

a. Book

Dalam referensi ditulis :

Azwar, S. (2016). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Di dalam kutipan ditulis : (Azwar, 2016)

b. Edited book(s)

Dalam referensi ditulis :

Cone, J. D. (1999). Observational assessment: Measure development and research issues. dalam P. C. Kendall, J. N. Butcher, & G. N. Holmbeck (Eds.), *Handbook of research methods in clinical psychology* (pp. 183-223). New York: Wiley.

Di dalam kutipan ditulis : (Cone, 1999)

c. E-book(s)

Dalam referensi ditulis :

Sukanta, P. O., ed. (2014). *Breaking the Silence: Survivors Speak about 1965-66 Violence in Indonesia (translated by Jemma Purdey)*. Clayton: Monash University Publishing. Diakses dari <http://books.publishing.monash.edu/apps/bookworm/view/Breaking+the+Silence%3A+Survivors+Speak+about+1965%E2%80%9366+Violence+in+Indonesia/183/OEBPS/cop.htm>, tanggal 31 Maret 2016.

Di dalam kutipan ditulis : (Sukanta, 2014)

d. Article of the Journal

1) Journal With Digital Objective Identifier (DOI)

Dalam referensi ditulis :

Tekke, M., & Ghani, F. (2013). Examining Career Maturity Among Foreign Asian Students : Academic Level. *Journal of Education and Learning, Vol. 7 (1)*, 29-34. DOI: <http://dx.doi.org/10.11591/edulearn.v7i1.173>

Di dalam kutipan ditulis : (Tekke & Ghani, 2013)

2) Journal Without Digital Objective Identifier (DOI)

Dalam referensi ditulis :

Arbiyah, N., Nurwianti, F., & Oriza, D. (2008). Hubungan bersyukur dengan subjective well being pada penduduk miskin. *Jurnal Psikologi Sosial, 14(1)*, 11-24.

Di dalam kutipan ditulis : (Arbiyanti, Nurwianti, & Oriza, 2008)

3) E-Journal

Dalam referensi ditulis :

Crouch, M. (2016). "Constitutionalism, Islam and the Practice of Religious Deference: the Case of the Indonesian Constitutional Court." *Australian Journal of Asian Law 16, 2: 1-15*. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2744394, diakses 31 Maret 2016.

Di dalam kutipan ditulis : (Crouch, 2016)

e. Article Website

1) Dengan Penulis

Dalam referensi ditulis :

Hendrian, D. (2016, Mei 2). *Memprihatinkan Anak Pengguna Narkoba Capai 14.000*. Retrieved September 27, 2017, from <http://www.kpai.go.id/berita/memprihatinkan-anak-pengguna->

[narkoba-capai-14-ribu/](#)

Di dalam kutipan ditulis : (Hendrian, 2016)

2) Tanpa Penulis

Six sites meet for comprehensive anti-gang initiative conference. (2006, November/December). OJJDP News @ a Glance. Retrieved from: http://www.ncjrs.gov/html/ojjdp/news_acglance/216684/topstory.html tanggal 10 Agustus 2012.

Di dalam kutipan ditulis : (http://www.ncjrs.gov/html/ojjdp/news_acglance/216684/topstory.html, 2006)

f. Skripsi, Tesis, atau Disertasi Yang Tidak Dipublikasikan

Dalam referensi ditulis :

Saifuddin, A. (2016). Peningkatan Kematangan Karier Peserta Didik SMA Melalui Pelatihan Reach Your Dreams dan Konseling Karier (*Tidak Diterbitkan*). Surakarta: Magister Psikologi Profesi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Di dalam kutipan ditulis : (Saifuddin, 2016)

g. Manuskrip Institusi Pendidikan Yang Tidak Dipublikasikan

Dalam referensi ditulis :

Nuryati, A., & Indati, A. (1993). *Faktor-faktor yang memengaruhi prestasi belajar*. Unpublished Manuscript, Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Di dalam kutipan ditulis : (Nuryati & Indati, 1993)

5. In writing the citation's would be better and suggested to use software of citation manager, like Mendeley, Zotero, End-Note, Ref-Works, Bib-Text, and so forth, with following standard of American Psychological Association 6th Edition.

6. Arabic transliteration standard used International Journal of Middle Eastern Studies. For detailed transliteration could be seen at <http://ijmes.chass.ncsu.edu/docs/TransChart.pdf>
7. Article must be free from plagiarism; through attached evidence (screenshot) that article has been verified through anti-plagiarism software, but not limited to the plagiarism checker (plagiarism.com).

Author Fee

al-Balagh : Jurnal Dakwah dan Komunikasi will not charge anything to the author for submission fee or publication fee.

Submission Preparation Checklist

As part of the submission process, authors are required to check off their submission's compliance with all of the following items, and submissions may be returned to authors that do not adhere to these guidelines.

1. The submission has not been previously published, nor is it before another journal for consideration (or an explanation has been provided in Comments to the Editor).
2. The submission file is in OpenOffice, Microsoft Word, RTF, or WordPerfect document file format.
3. Where available, URLs for the references have been provided.
4. The text is single-spaced; uses a 12-point font; employs italics, rather than underlining (except with URL addresses); and all illustrations, figures, and tables are placed within the text at the appropriate points, rather than at the end.
5. The text adheres to the stylistic and bibliographic requirements outlined in the **Author Guidelines**, which is found in About the Journal.
6. If submitting to a peer-reviewed section of the journal, the instructions in **Ensuring a Blind Review** have been followed.

Copyright Notice

Authors who publish with this journal agree to the following terms:

- Authors retain copyright and grant the journal right of first publication with the work simultaneously licensed under a **Creative Commons Attribution License** that allows others to share the work with an acknowledgement of the work's authorship and initial publication in this journal.
- Authors are able to enter into separate, additional contractual arrangements for the non-exclusive distribution of the journal's published version of the work (e.g., post it to an institutional repository or publish it in a book), with an acknowledgement of its initial publication in this journal.
- Authors are permitted and encouraged to post their work online (e.g., in institutional repositories or on their website) prior to and during the submission process, as it can lead to productive exchanges, as well as earlier and greater citation of published work.

Privacy Statement

The names and email addresses entered in this journal site will be used exclusively for the stated purposes of this journal and will not be made available for any other purpose or to any other party.

Skup dakwah : manajemen dakwah, bimbingan dan konseling Islam, psikologi, psikologi dakwah, analisis sosial, sejarah dakwah, filsafat dakwah, sosiologi dakwah, ilmu dakwah, manajemen traveling dan wisata religi, manajemen pelayanan haji, global islamic tourism, metodologi dakwah, relasi dakwah dengan budaya.

Skup komunikasi : public relation, komunikasi dan penyiaran Islam, psikologi komunikasi, komunikasi interpersonal dan sosial, komunikasi antar budaya, jurnalistik, komunikasi massa, human relations.

al-Balagh : Jurnal Dakwah dan Komunikasi adalah publikasi ilmiah akademis yang berupaya mewadahi artikel ilmiah dari kajian pemikiran maupun penelitian empiris pada bidang dakwah dan komunikasi. Fokus pada eksplorasi dinamika dakwah Islam, komunikasi dan perkembangan media kontemporer pada ranah teoretis maupun praktis, dalam lingkup lokal, regional maupun global.

al-Balagh : Jurnal Dakwah dan Komunikasi diterbitkan oleh Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta dalam versi daring dan cetak, dikelola menggunakan Open Journal System. Terbit dua kali dalam setahun, pada bulan Juni dan Desember. Terakreditasi Sinta 2 sejak Volume 4, Nomor 1, Tahun 2019.

Seluruh artikel pada al-Balagh : Jurnal Dakwah dan Komunikasi ber-DOI dan terindeks oleh DOAJ, crossref, moraref, IPI Garuda, ISJ, Sinta, OneSearch.id, Globethics.net, Cosmos Impact Factor, Academic Keys, DRJI, Academia.edu, google scholar.

Alamat Redaksi :

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Surakarta
Jl. Pandawa No. 1, Pucangan, Kartasura,
Sukoharjo, Jawa Tengah 57168
Phone : +62 271 - 781516
Fax : +62 271 - 782774

Surel : journal.albalagh@gmail.com
journal.albalagh@iain-surakarta.ac.id
Laman : <http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/al-balagh>

