

**ORIENTASI POLITIK MEDIA NAHDLATUL ULAMA
DALAM PEMBERITAAN PEMILIHAN PRESIDEN 2024
(STUDI KONTEN WEBSITE NU.OR.ID SELAMA MASA
KAMPANYE)**

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Magister dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam



Disusun Oleh :

Lukman Hakim

23010680008

**PROGRAM MAGISTER
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Lukman Hakim
NIM : 23010680008
Judul Penelitian : **ORIENTASI POLITIK MEDIA NAHDLATUL ULAMA
DALAM PEMBERITAAN PILPRES 2024 (STUDI KONTEN
WEBSITE NU.OR.ID SELAMA MASA KAMPANYE)**

Menyatakan bahwa tesis yang berjudul:

**ORIENTASI POLITIK MEDIA NAHDLATUL ULAMA DALAM
PEMBERITAAN PILPRES 2024 (STUDI KONTEN WEBSITE
NU.OR.ID SELAMA MASA KAMPANYE)**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 7 Juni 2025

Pembuat Pernyataan,



Lukman Hakim

NIM: 23010680008

PENGESAHAN TESIS



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
PROGRAM STUDI S2 KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAIKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. DR. Hamka (Kampus III) Ngaliyan Telp./Fax. (024) 7606405 Semarang 50185

PENGESAHAN TESIS

Tesis yang ditulis oleh,

Nama lengkap : **Lukman Hakim**

NIM : **2301068008**

Judul Penelitian : **ORIENTASI POLITIK MEDIA NAHDLATUL
ULAMA DALAM PEMBERITAAN PILPRES 2024
(STUDI KONTEN PORTAL NU.OR.ID SELAMA
MASA KAMPANYE)**

Telah dilakukan revisi sesuai saran dalam Sidang Ujian Tesis pada tanggal 16 Juni 2025 dan layak
dijadikan syarat memperoleh gelar Magister dalam bidang **Komunikasi Penyiaran Islam**

Disahkan oleh:

Nama	Tanggal	Tanda Tangan
Dr. Saerozi, S.Ag., M.Pd. Ketua Sidang/ Penguji I	2-07-2025	
Dr. Hatta Abdul Malik, S.Sos.I., M.S.I Sekretaris Sidang/ Penguji II	2-07-2025	
Dr. Agus Riyadi, S.Sos.I., M.S.I Penguji III	1-07-2025	
Dr. Dedy Susanto, S.Sos.I., M.S.I Penguji IV	1-07-2025	

NOTA PEMBIMBING

Semarang, 4 Juni 2025

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN
UIN Walisongo
Semarang

Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap tesis yang ditulis oleh:

Nama : Lukman Hakim

NIM :2301068008

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : **ORIENTASI POLITIK MEDIA NAHDLATUL ULAMA DALAM
PEMBERITAAN PILPRES 2024 (STUDI KONTEN WEBSITE
NU.OR.ID SELAMA MASA KAMPANYE)**

Kami memandang bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan FDK UIN
Walisongo untuk diujikan dalam Seminar Tesis

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



Dr. Hatta Abdul Malik, S.Sos.I., M.Si
NIP. 198003112007101001

Pembimbing II



Dr. Saerozi, S.Ag, M.Pd
NIP. 197106051998031004

ABSTRAK

Judul : **Orientasi Politik Media Nahdlatul Ulama dalam Pemberitaan Pilpres 2024 (Studi Konten Website nu.or.id Selama Masa Kampanye)**
Nama : Lukman Hakim
NIM : 23010680008

Website nu.or.id (NU Online) merupakan salah satu media yang memberitakan pemberitaan politik sebagai salah satu bentuk komunikasi politik penguasa media yaitu organisasi Nahdlatul Ulama. Peran aktif NU Online dalam politik mulai tampak dalam penyajian berita dan pandangannya terkait isu sekitar pemilihan umum terutama ketika masa kampanye hingga mendapatkan respon yang aktif dari publik. Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui pemberitaan Pilpres dalam website nu.or.id pada masa kampanye, (2) untuk mengetahui orientasi politik media NU dalam website nu.or.id pada masa kampanye. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Sedangkan pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan *content analysis* dan netnografi. Data primer pada penelitian ini adalah website nu.or.id. terkait dengan pemberitaan Pilpres 2024 selama masa kampanye. Adapun data sekunder dari penelitian ini adalah semua buku, jurnal, atau lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Teknik analisis pada penelitian ini yaitu dengan melakukan analisis isi dan netnografi, kemudian menggabungkan hasil dari kedua analisis tersebut untuk mengungkap orientasi politik Nahdlatul Ulama dalam website nu.or.id.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa; (1) Media NU Online telah memberitakan 250 berita politik di website www.nu.or.id dan 16 berita politik di media Instagram selama masa kampanye Pilpres 2024. (2) Orientasi politik media NU Online dapat dilihat dalam tiga hal: Pertama, orientasi kognitif yaitu memberikan edukasi politik dari sudut pandang keagamaan. Kedua, orientasi afektif tampak dari kedekatan emosional kepada sistem politik yang diekspresikan melalui narasi-narasi keagamaan yang kontekstual. Ketiga, orientasi evaluatif terlihat dari nilai-nilai

keislaman yang menjadi parameter bagaimana seharusnya sistem politik dan partisipannya berjalan dan menolak bentuk-bentuk politik yang dapat merusak bangsa.

Kata kunci; NU Online, orientasi politik, pemberitaan politik, Nahdlatul Ulama.

ABSTRACT

Title : **Nahdlatul Ulama's Political Orientation in the 2024 Presidential Election Reporting (Content Study of the nu.or.id Website during the Campaign Period)**

Name : Lukman Hakim

Student Number : 23010680008

The nu.or.id (NU Online) website is one of the media that reports political news as a form of political communication of the media ruler, namely the Nahdlatul Ulama organization. NU Online's active role in politics began to appear in the presentation of news and its views on issues surrounding the general election, especially during the campaign period, to get an active response from the public. The objectives of this study are: (1) to find out the news of the Presidential Election on the nu.or.id website during the campaign period, (2) to find out the political orientation of NU media on the nu.or.id website during the campaign period. The method used in this study is descriptive qualitative research. While the approach used is the content analysis and netnography approach. The primary data in this study is the nu.or.id website. related to the news of the 2024 Presidential Election during the campaign period. The secondary data from this study are all books, journals, or others related to this study. The analysis technique in this study is by conducting content analysis and netnography, then combining the results of the two analyzes to reveal the political orientation of Nahdlatul Ulama on the nu.or.id website.

The results of the study show that; (1) NU Online media has reported 250 political news on the website www.nu.or.id and 16 political news on Instagram media during the 2024 Presidential Election campaign period. (2) The political orientation of NU Online media can be seen in three ways: First, cognitive orientation, namely providing political education from a religious perspective. Second, affective orientation is seen from the emotional closeness to the political system expressed through contextual

religious narratives. Third, evaluative orientation is seen from Islamic values which are parameters for how the political system and its participants should run and reject forms of politics that can damage the nation.

Keywords; NU Online, political orientation, political news, Nahdlatul Ulama.

المخلص

عنوان : التوجه السياسي لنهضة العلماء في تغطية الانتخابات الرئاسية لعام ٢٠٢٤
(دراسة محتوى موقع nu.or.id خلال فترة الحملة الانتخابية)

اسم : لقمان حكيم

رقم الطالب : ٢٣٠١٠٦٨٠٠٠٨

موقع nu.or.id (NU Online) هو أحد وسائل الإعلام التي تنتقل الأخبار السياسية كشكل من أشكال الاتصال السياسي لحاكم وسائل الإعلام، ألا وهو منظمة نهضة العلماء. بدأ الدور النشط لـ NU Online في السياسة في الظهور في عرض الأخبار وآرائه حول القضايا المحيطة بالانتخابات العامة، وخاصة خلال فترة الحملة، للحصول على استجابة نشطة من الجمهور. أهداف هذه الدراسة هي: (١) معرفة أخبار الانتخابات الرئاسية على موقع nu.or.id خلال فترة الحملة، (٢) معرفة التوجه السياسي لوسائل إعلام نهضة العلماء على موقع nu.or.id خلال فترة الحملة. الطريقة المستخدمة في هذه الدراسة هي البحث النوعي الوصفي. في حين أن النهج المستخدم هو تحليل المحتوى ومنهج netnography. البيانات الأولية في هذه الدراسة هي موقع nu.or.id المتعلقة بأخبار الانتخابات الرئاسية لعام ٢٠٢٤ خلال فترة الحملة. البيانات الثانوية من هذه الدراسة هي جميع الكتب والمجلات أو غيرها المتعلقة بهذه الدراسة. تعتمد تقنية التحليل في هذه الدراسة على إجراء تحليل المحتوى والنتوغرافيا، ثم الجمع بين نتائج التحليلين للكشف عن التوجه السياسي لنهضة العلماء على موقع.

nu.or.id تُظهر نتائج الدراسة أن؛ (١) نشرت وسائل الإعلام عبر الإنترنت ٢٥٠ نهضة العلماء خبرًا سياسيًا على الموقع www.nu.or.id و١٦ خبرًا سياسيًا على وسائل التواصل الاجتماعي Instagram خلال فترة الحملة الانتخابية الرئاسية لعام ٢٠٢٤. (٢) يمكن رؤية التوجه السياسي لوسائل الإعلام عبر الإنترنت نهضة العلماء بثلاث طرق: أولاً، التوجه المعرفي، أي توفير التعليم السياسي من منظور ديني. ثانيًا، يُنظر إلى التوجه العاطفي من خلال القرب العاطفي من النظام السياسي المعبر عنه من خلال السرديات الدينية السياقية. ثالثًا، يُنظر إلى التوجه التقييمي من خلال القيم الإسلامية التي تعد معايير لكيفية إدارة النظام السياسي والمشاركين فيه ورفض أشكال السياسة التي يمكن أن تضر بالامة.

الكلمات المفتاحية؛ NU Online، التوجه السياسي، الأخبار السياسية، نهضة العلماء.

MOTTO

اعْمَلُوا فَلَكَ مَيْسَرٌ

“Berusahalah, semua akan dimudahkan”

(HR. Bukhari-Muslim)

“ Jangan berfikir kita dimanfaatkan oleh orang lain tapi bersyukur
kita masih bisa bermanfaat untuk orang lain”

-Lukman Hakim-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamadulillah, karya ini mampu penulis selesaikan. Karya ini berangkat dari keresahan penulis permasalahan wanita yang sering menjadi pertanyaan di masyarakat dan wanita ketika berdakwah di media. Semoga dengan karya ini, mampu menjadi salah satu persembahan terbaik untuk :

1. Bapak Abdul Ghofar dan Ibu Khusnul Khotimah
2. Saudari ku, Ayunda Nur Jannah dan Mutia Amelia.
3. Sahabat dan teman-temanku seperjuangan dalam menuntut ilmu.
4. Orang yang sedang berjuang terus semangat dan jangan putus asa, libatkanlah Allah dalam setiap apapun, semoga selalu dalam lindungannya
5. UIN Walisongo Semarang, semoga almamater bangga dengan saya dan akan menjadi universitas yang semakin membanggakan juga.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat, taufik, hidayah, dan seluruh inayah-Nya, sehingga penulis berada di titik ini dan menyelesaikan tesis dengan judul “Orientasi Politik Media Nahdlatul Ulama dalam Pemberitaan Pilpres 2024 (Studi Konten Website nu.or.id Selama Masa Kampanye)”.

Oleh karena itu Penulis mengucapkan Terimakasih setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nizar, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Prof. Dr. Muhyar Fanani, M.Ag selaku Direktur Pascasarjana UIN Walisongo.
3. Bapak Prof. Dr. Moh. Fauzi, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Saerozi, S.Ag., M.Pd. selaku Ketua Prodi Magister KPI.
5. Bapak Dr. Hatta Abdul Malik, S.Sos., M.Si. selaku Sekretaris Prodi Magister KPI.
6. Bapak Saerozi, S.Ag., M.Pd. dan Dr. Hatta Abdul Malik, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan, memberikan masukan, nasihat dan memotivasi penulis agar selalu menyelesaikan tesis ini tepat waktu.
7. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Dosen Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang, yang telah memberikan berbagai macam keilmuan

dengan bidangnya masing-masing, dari awal semester satu hingga semester empat, sehingga bisa menjadi bekal penulis di dunia dan di akhirat.

8. Untuk kedua orang tua, Ibu Khusnul Khotimah dan Bapak Abdul Ghofar serta adik-adik saya Ayunda Nurjannah dan Mutia Amelia yang selalu mendo'akan peneliti dengan penuh keikhlasan dan kasih sayang.
9. Untuk keluarga besar PP Al-Ma'rufiyah terimakasih sudah berkenan membagikan ilmu kehidupan dan ilmu agama yang menjadi rumah peneliti di Semarang.
10. Temen-temen NU Online yang sudah membantu dan mendukung penulis dalam proses mengumpulkan dan proses penelitian
11. Teman-teman sekelas KPI 2023, walaupun di kelas Cuma 7 orang terima kasih telah berjuang bersama : Fadilla Arfa Reyza, Sulih Nur Barokah, Riska Amalia, Syarif Hidayatullah, Kholilurrahman, Faisul Langeedayee.
12. Teman-teman lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu. Terimakasih sudah mendukung dan mendengarkan sambata dalam pengerjaan tesis ini.

Dengan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar- besarnya, kepada semuanya harapan penulis semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diajarkan dan diberikan. *Aamiin Allahhuma Amin*. Terakhir, penulis menyadari bahwa tesis ini masih banyak kekurangan karenanya kritik dan saran yang membangun agar kedepannya bisa menjadi refrensi di bidang keilmuan, semoga tesis yang penulis kerjakan ini bisa

memberikan kontribusi untuk memperluas wawasan, kajian, keilmuan serta menambah refrensi perpustakaan.

Semarang, 7 Juni 2025

A handwritten signature in black ink, featuring a large, stylized initial 'L' followed by the name 'Lukman Hakim' in a cursive script.

Lukman Hakim

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	i
PENGESAHAN TESIS	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	15
D. Kajian Pustaka	17
E. Metode Penelitian.....	23
F. Sistematika Penulisan.....	30
BAB II ORIENTASI POLITIK MEDIA MASSA DAN PEMBERITAAN PEMILIHAN PRESIDEN 2024 PERSPEKTIF TEORITIS	33
A. Orientasi Politik.....	33
1. Definisi Orientasi Politik.....	33
2. Faktor-faktor Orientasi Politik	37

B. Media Massa.....	41
1. Definisi Media Massa.....	41
2. Fungsi dan Peran Media Massa.....	44
3. Ideologi Media Massa	50
4. Media dan Politik	56
C. Pemberitaan Pemilihan Presiden (Pilpres)	60
1. Pemberitaan	60
2. Berita	62
3. Pemberitaan Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024	70
BAB III GAMBARAN ORIENTASI POLITIK MEDIA	
NAHSLATUL ULAMA DALAM PEMBERITAAN PILPRES 2024	
PADA KONTEN WEBSITE NU.OR.ID SELAMA MASA	
KAMPANYE	79
A. Profil Nahdlatul Ulama	79
1. Sejarah Singkat Nahdlatul Ulama	79
2. Orientasi Politik Nahdlatul Ulama	83
3. Media Politik NU	88
B. Media NU Online (Website nu.or.id).....	91
1. Sejarah singkat berdirinya media NU.....	91
2. Tujuan media NU Online	93
3. Pemberitaan Pilpres dalam website nu.or.id.....	95
BAB IV ORIENTASI POLITIK MEDIA NAHDLATUL ULAMA	
(DALAM PEMBERITAAN MASA KAMPANYE PILPRES 2024 DI	
NU ONLINE)	140
A. Analisis Isi (<i>Content Analysis</i>) terhadap Pemberitaan Pilpres 2024 dalam Website nu.or.id.....	140
B. Analisis Netnografi terhadap Pemberitaan Pilpres 2024 dalam Website nu.or.id	164

C. Analisis Orientasi Politik Media NU Online.....	171
BAB V PENUTUP	187
A. Kesimpulan.....	187
B. Saran.....	188
C. Penutup.....	189
DAFTAR PUSTAKA	190
LAMPIRAN	200

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Pengurus Awal PBNU tahun 1926.....	81
Tabel 3. 2 Berita Pilpres 2024 berdasarkan debat capres-cawapres di NU Online	96
Tabel 3. 3 Berita Pilpres 2024 berdasarkan himbauan kepada masyarakat di NU Online	108
Tabel 3. 4 Berita Pilpres 2024 berdasarkan orientasi atau program dari capres-cawapres di NU Online.....	111
Tabel 3. 5 Berita Pilpres 2024 berdasarkan perspektif para ulama atau tokoh tertentu di NU Online	116
Tabel 3. 6 Berita Pilpres 2024 berdasarkan sudut pandang keislaman di NU Online	122
Tabel 3. 7 Berita Pilpres 2024 berdasarkan persoalan umum di NU Online	124
Tabel 3. 8 Berita Pilpres 2024 berdasarkan survei Lembaga di NU Online	132
Tabel 3. 9 Berita Pilpres 2024 berdasarkan persoalan lain-lain di NU Online	134
Tabel 3 10 Berita Politik di Media Instagram NU Online	137
Tabel 4. 1 Framing berita berdasarkan orientasi program para kandidat	149
Tabel 4. 2 Framing berita berdasarkan pendapat tokoh atau ulama	152
Tabel 4. 3 Framing berita berdasarkan perspektif keislaman.....	155
Tabel 4. 4 Framing berita berdasarkan persoalan umum Pilpres	158
Tabel 4. 5 Framing berita berdasarkan survey lembaga.....	160
Tabel 4. 6 Framing berita perihal Pilpres 2024 lainnya	162
Tabel 4. 7 Analisis konten berita politik media Instagram NU Online	166

Tabel 4. 8 : <i>Word Frequency Query Results</i> Berita Pilpres 2024 Media NU	
Online.....	180

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Draft Pedoman Wawancara.....	200
Lampiran 2 : Dokumentasi.....	217
Lampiran 3 : <i>Coding</i> Berita Pilpres 2024 Media NU Online.....	219

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: <i>Matrix Coding Query</i> Berita Pilpres 2024 di NU Online ...	163
Gambar 2: Word Frequency <i>Berita Pilpres 2024 NU Online</i>	179

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Media massa merupakan sarana komunikasi untuk menyiarkan informasi ataupun gagasan kepada komunikan pada jumlah yang banyak dengan waktu yang singkat. Peranannya sangat strategis dalam masyarakat, ia menjadi institusi penting dalam menyuguhkan nilai-nilai budaya, sosial, moral atau politik yang diwujudkan dalam berita ataupun hiburan. Peran aktifnya tersebut mampu menanamkan cara berpikir, sikap atau tindakan masyarakat terhadap sebuah peristiwa. Hal tersebut karena *audience* yang dimilikinya sangat besar, sehingga dapat memberikan kekuatan yang hebat dalam mempengaruhi *audience*.

Media massa memiliki karakter sendiri untuk menyampaikan informasi secara akurat, jelas, selektif dan sesuai dengan kepentingan *audience*, terutama dalam persoalan sosial yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. McQuail berpendapat bahwa peran media adalah sebagai alat ideologi yang mempunyai kemampuan dalam menarik dan mengarahkan, membujuk, memberikan definisi serta menentukan sikap.. Hal ini selaras dengan pemikiran McLuhan yang menjelaskan bahwa media adalah hasil pikiran manusia yang dianggap sebagai suatu kecenderungan yang mampu mempengaruhi periode sejarah manapun. Selain itu, Bennet juga menambahi bahwa media tidak hanya sebagai saluran suatu pesan, melainkan juga sebagai subjek

yang membangun realitas, sudut pandang, dan keberpihakan.¹ Oleh karena itu, media seringkali digunakan sebagai alat kepentingan oleh berbagai kalangan masyarakat. Ia menjadi sebuah konstruksi sosial yang dapat mendefinisikan dan membangun kenyataan, bukan hanya sebagai tempat saluran yang bebas.

Media massa sebagai alat kepentingan menjadikannya memiliki kedudukan penting dalam pertarungan politik. Tidak jarang media massa digunakan oleh subjek politik atau partai politik untuk kepentingan politiknya terutama menjelang ajang pemilu² seperti Pilpres 2024. Pemilihan tersebut menjadi topik dan momen krusial bagi media massa, dimana berita-berita persaingan politik diwarnai oleh polarisasi masyarakat yang tajam.³ Polarisasi tersebut tercermin dalam perbedaan pandangan yang ekstrem di tengah publik baik di ruang nyata maupun media sosial. Situasi tersebut membuat media massa harus menjaga objektivitasnya untuk memberikan informasi yang berimbang tanpa adanya provokasi terhadap perpecahan.

Perpecahan dalam masyarakat mungkin terjadi karena media merupakan titik bertemunya beberapa kekuatan beserta kepentingan yang sangat efektif dalam memberikan pengaruh

¹Vellayati Hajad, "Media Dan Politik (Mencari Independensi Media Dalam Pemberitaan Politik)," *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 2 (2018): 1–10, <https://doi.org/10.35308/source.v2i2.295>.

²Vellayati Hajad, "Media Dan Politik", 3.

³Muhammad Putrajaya et al., "Konstruksi Pemberitaan Pemilihan Presiden 2024 Pada INews.Id" *XIV*, no. 1 (2024): 66–81.

terhadap masyarakat seperti kampanye politik yang bertujuan mencari kekuatan politik atau dukungan suara. Pengaruh media massa dalam kampanye politik dilakukan melalui berita-berita yang disajikan. Semakin intens berita tersebut disiarkan, maka semakin besar pula pengaruh yang didapatkan masyarakat. Media massa berperan untuk memberikan dukungan politik terhadap kepentingan-kepentingan yang mendominasi kepentingan pemerintah serta masyarakat. Akses yang meningkat tersebut pada akhirnya memberikan pengaruh kepada meningkatnya kepercayaan masyarakat kepada pesan atau berita yang disiarkan oleh media.⁴ Selain itu, partai politik dan calon pemilihan juga menggunakan media massa atau media digital untuk menyebarluaskan berbagai pesan kampanye, menyampaikan kebijakan ataupun mempengaruhi dukungan pemilih. Berdasarkan hal tersebut, masyarakat harus mampu mengevaluasi informasi yang disampaikan melalui media. Sudut pandang yang beragam juga perlu diperhatikan agar masyarakat memiliki pemikiran yang independen guna menciptakan orientasi politik atas dasar pemahaman yang menyeluruh.

Media massa juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi orientasi politik. Selain sebagai pemberi informasi, media mampu menjangkau masyarakat dimanapun dan memberikan pengaruh terhadap opini publik. Analisis dan opini yang disajikan dalam pemberitaan dapat membangun pandangan

⁴ Vellayati Hajad, "Media Dan Politik ...", 3.

tertentu mengenai isu-isu politik atau citra seorang tokoh politik. Bahasa dan sudut pandang yang dipilih akan menggiring *audience* kepada arah tertentu.⁵ Media massa juga mampu memoderasi dialog politik dengan menyampaikan informasi yang berkualitas dan relevan, pemberitaan yangimbang, analisis mendalam, serta penyajian berbagai sudut pandang. Pada akhirnya, media massa dapat memberikan pemahaman bersama, bertambahnya partisipasi masyarakat, serta informasi politik dari beberapa gagasan.

Informasi yang dikonstruksikan dalam media massa tidak lepas dari wacana yang telah dikerangkakan oleh wartawan. Artinya, media massa menjadi alat untuk menyosialisasikan gagasan atau kepentingan politik yang terstruktur kepada khalayak masyarakat.⁶ Dengan kekuatan media, opini politik perlahan-lahan akan dapat diterima, dipahami bahkan diikuti oleh masyarakat umum. Oleh karena itu, pengaruh media massa dalam memberikan pengaruh politik tidak dapat dipandang sebelah mata , karena kekuatan yang dimilikinya mampu menciptakan konstruksi sosial yang sejalan dengan penguasa media. Dengan kata lain, dinamika politik masyarakat bergantung kepada arus informasi yang dibawa oleh media massa.

⁵Rafiqa Syahidah Ritonga, “Media Dan Politik,” *Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah* 1, no. 1 (2023): 64–89, <https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/ittishol/article/view/11057>.

⁶Ahmad Muttaqin, “Ideologi Dan Keberpihakan Media Massa Ahmad Muttaqin” 5, no. 2 (2011).

Website nu.or.id (NU Online) adalah salah satu media yang memberitakan pemberitaan politik sebagai salah satu bentuk komunikasi politik penguasa media yaitu organisasi Nahdlatul Ulama. Sebagai website resmi Nahdlatul Ulama, NU Online (nu.or.id) telah menjadi medium utama organisasi ini untuk menyampaikan berbagai pesan dan pandangan resmi kepada publik yang tidak hanya secara sosial dan budaya, namun juga dalam hal politik. Website nu.or.id memiliki nilai, sikap, dan spektrum keyakinan yang dapat memberikan pengaruh terhadap individu untuk memahami dan berpartisipasi dalam politik. Sederhananya, website media nu.or.id memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran politik berdasarkan orientasi politik yang dibawanya. Dengan demikian, NU Online atau nu.or.id juga memiliki peran sebagai wadah untuk mencerdaskan masyarakat ketika menghadapi persoalan politik kontemporer.⁷

Pada dasarnya, NU Online merupakan media keagamaan yang berafiliasi kepada Nahdlatul Ulama. NU Online menyajikan konten-konten kajian keislaman dengan sumber yang jelas dan dapat dipertanggung jawabkan. Kehadirannya mampu membawa Islam kepada ajaran moderat yang sudah diabaikan karena maraknya narasi-narasi radikalisme di media sosial. Masyarakat juga tidak harus pergi ke pesantren untuk mencari jawaban

⁷Manotar Leryaldo Sinaga et al., “Pengaruh Orientasi Politik Terhadap Partisipasi Perempuan Muda Pada PILPRES 2024 (Studi Empiris Terhadap Pilihan Politik Mahasiswa Fakultas Bahasa Dan Seni Unimed)” 1, no. 3 (2024): 118–40.

mengenai persoalan keagamaan. Karena media NU ini memberikan solusi bagi kaum milenial untuk mengakses dengan mudah berbagai ilmu keagamaan yang diajarkan secara langsung di pesantren.⁸ Kemudahan ini menjadi bukti bahwa Nahdlatul Ulama hidup secara responsif dan dinamis mengikuti perkembangan zaman. Artinya, Nahdlatul Ulama merespon secara positif untuk mengadaptasi media sosial sebagai media baru dalam menyampaikan visi dan misinya. Hal ini didasarkan pada pemikiran bahwa media sosial dianggap mampu untuk memberikan kemashlahatan bagi umat Islam terutama untuk kepentingan dakwah dan informasi bagi para penganut NU maupun pada masyarakat umum.

Peran aktif NU Online dalam politik mulai tampak dalam penyajian berita dan pandangannya terkait isu sekitar pemilihan umum. Sebelumnya, media ini hanya fokus pada isu keagamaan ataupun sosial yang relevan dengan visi misi Nahdlatul Ulama. Pembahasan artikel di dalamnya banyak memuat tentang bahasan fikih, akidah, akhlak, sejarah keislaman, hingga panduan untuk beribadah dalam keseharian. Namun seiring berkembangnya waktu, Pilpres 2024 menjadi satu titik perubahan dimana NU Online mulai aktif memberitakan dinamika politik nasional yang sedang terjadi. Pilpres 2024 adalah momentum pertama bagi NU Online dalam menyajikan berita politik. Hal tersebut menandai

⁸Paelani Setia, “Adaptasi Media Sosial Oleh Organisasi Keagamaan Di Indonesia : Studi Kanal YouTube Nahdlatul Ulama , NU Channel,” 2021.

adanya langkah perubahan pada arah editorial NU Online dimana isu politik mendapatkan porsi lebih dalam pemberitaannya.

Pemberitaan politik seputar Pilpres semakin signifikan ketika masa kampanye tiba, dimana dinamika pemberitaan tersebut menjadi sangat kompleks. Pada fase ini, pemberitaan melibatkan berbagai isu, mulai dari strategi kepolitikan, wacana kebijakan, opini publik, sampai kepada kontroversi yang terjadi. Dalam hal ini, pemberitaan diwarnai oleh berbagai pendapat dari pakar ataupun masyarakat. Framing berita menjadi sangat beragam mengikuti peningkatan polarisasi politik yang ada dalam masyarakat. Karenanya, dalam periode ini media menjadi arena utama pertarungan berbagai wacana politik. Salah langkah sedikit saja, berita hoaks dapat beredar untuk merusak citra berbagai kalangan yang telah dibangun di mata masyarakat.⁹

Media massa seperti website NU Online menjadi semakin krusial dengan perannya karena harus menjaga objektivitasnya dalam menyajikan berita selama masa kampanye pemilihan presiden. NU Online sebagai salah satu media yang mendapatkan kepercayaan masyarakat perlu memastikan bahwa informasi yang diberikan akurat dan bebas dari bias atau condong kepada salah satu pihak. Tanggung jawab media semakin besar ketika berita atau opini yang disebarakan adalah palsu atau manipulasi. Sama

⁹ Rahmi Dania and Pia Khoirotun Nisa, “Peran Dan Pengaruh Media Sosial Dalam Kampanye Pemilihan Presiden 2024,” *Virtu: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya Dan Islam* 3, no. 2 (2023): 103–9, <https://doi.org/10.15408/virtu.vxxx.xxxxxx>.

seperti media lainnya, NU Online harus tetap menjunjung tinggi kode etik jurnalistik, karena berita tersebut dapat menjadi tantangan ketika konten yang diterbitkan cenderung bersifat emosional atau provokatif daripada informatif.¹⁰

Pemberitaan politik dalam website nu.or.id khususnya pemilihan presiden ini mendapatkan kritikan tajam dari para pengguna media NU Online. Banyak diantara mereka memberikan komentar bahwa media NU Online telah ikut campur dalam hal politik daripada menyajikan isu-isu keagamaan. Beberapa yang lainnya juga berkomentar bahwa pemberitaan yang disajikan dianggap terlalu berpihak pada salah satu kelompok tertentu. Mereka berpendapat bahwa media NU Online tidak objektif dalam menyampaikan berita seputar pemilihan presiden dan lebih terkesan provokatif. Berita-berita tersebut dianggap memiliki maksud terselubung seperti dukungan, sudut pandang, dan partisipasi politik terhadap salah satu kandidat yang dominan dalam pemberitaan mereka.

Salah satu contoh pemberitaan Pilpres 2024 yang terdapat dalam media NU Online (website nu.or.id) yaitu mengenai debat cawapres kedua, dimana media NU lebih fokus kepada sindiran cawapres nomor urut 2 kepada cawapres nomor urut 1.¹¹ Banyak

¹⁰Mufliha Fil Islami, Opini: Pengaruh Media Sosial Terhadap Pemilu 2024, <https://kpi.iainpare.ac.id/2023/12/opini-pengaruh-media-sosial-terhadap.html?m=1>

¹¹Haekal Attar, *Saat Gibran Sindir Muhaimin: Enak Banget Ya Gus, Sambil Baca Catatan*, <https://nu.or.id/nasional/saat-gibran-sindir-muhaimin-enak-banget-ya-gus-sambil-baca-catatan-6Gohu>

komentar yang memberikan kesimpulan bahwa media NU, yang sejatinya adalah media keagamaan, telah mengambil bagian dalam politik. Pernyataan ini diperkuat oleh salah satu berita yang dikeluarkan oleh CNN terkait keterlibatan NU dalam politik. Dalam berita tersebut, media CNN menulis bahwa Rais Syuriah PCNU Kota Semarang, KH Hanief Ismail telah menyatakan bahwa Pilpres 2024 harus berlangsung dalam satu putaran saja. Untuk itu, menurutnya masyarakat terutama kaum Nahdliyin harus memilih pasangan calon nomor urut 2.¹² Pemberitaan tersebut mendapatkan banyak kritikan yang menyatakan bahwa NU tidak lagi netralistik dan keluar dari jalan yang benar.

Kritik yang diberikan terhadap media NU pada dasarnya lebih mengarah kepada indenpendensi pemberitaan yang semakin mengemuka. Isu tersebut mengenai transparansi, akurasi, dan keberpihakan yang menjadi sorotan penting dan harus dievaluasi. Banyak pihak yang berpendapat bahwa media ini telah terpengaruh dan terlibat pada kepentingan tertentu. Pemberitaan pemilihan presiden menjadi kekhawatiran ketika isi berita tersebut dinilai telah kehilangan objektivitasnya karena posisinya sebagai media yang berbasis keagamaan. Keterlibatan dan keberpihakannya dianggap berbahaya dan mengancam peran media NU yang berprinsip pada moderat dan perdamaian.

¹² CNN Indonesia, *Rais PCNU Semarang Ungkap Amanat PBNU: Pilpres Satu Putaran, Pilih 02*, <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20240122123134-617-1052784/rais-pcnu-semarang-ungkap-amanat-pbnu-pilpres-satu-putaran-pilih-02>

Keterlibatan ini juga berisiko mengasingkan pengikut NU yang beragam dan melemahkan kekuatan organisasi dalam pluralisme.¹³

Nahdlatul Ulama melalui media yang dimilikinya, pada dasarnya dituntut untuk terus berkiprah membangun bangsa dan masyarakat Indonesia. Gus Yahya sebagai Ketua Umum PBNU menjelaskan dalam konferensinya bahwa media NU hanya bersifat menyerukan hak politik secara bertanggung jawab. Tidak ada arah politik praktis apalagi mengajukan nama calon kandidat yang mengatasnamakan Nahdlatul Ulama. Menurutny, norma organisasi tidak mengizinkan NU untuk ikut andil dalam mendukung Pilpres sebagai kompetitor dalam konstelasi politik. Meskipun sebelumnya NU pernah menjadi sebuah partai politik, namun berdasarkan kesepakatan ulama Nahdlatul Ulama tidak lagi beroperasi menjalankan politik praktis, tetapi kembali kepada khittahnya sebagai organisasi kemasyarakatan.

Melalui Mukhtar ke-27 NU di Situbondo pada tahun 1984, NU diletakkan lagi pada Khittahnya di tahun 1926. Salah satu poinnya menjelaskan bahwa secara kelembagaan, NU tidak terikat dengan organisasi politik manapun. NU bersifat netral juga tidak berafiliasi pada partai politik manapun. Meskipun demikian, anggota Nahdlatul Ulama harus menjalankan hak-hak politiknya dengan penuh tanggung jawab agar tetap tercipta kehidupan yang

¹³Virdika Rizky Utama, *NU dalam Dekapan Kekuasaan dan Politik Pemilu 2024*, <https://mediaindonesia.com/opini/645221/nu-dalam-dekapan-kekuasaan-dan-politik-pemilu-2024>

demokratis, sesuai konstitusi, patuh pada hukum, dan senantiasa menjunjung prinsip musyawarah dan mufakat.¹⁴ Untuk menjaga netralitas tersebut, NU hanya memiliki tugas sebagai penjaga moral bangsa (*moral force*), sebagai kekuatan moderasi di tengah dinamika politik nasional dan memastikan bahwa nilai-nilai politik berjalan sesuai nilai keagamaan dan kebangsaan.¹⁵

Seiring berjalannya waktu, realitas politik dalam media Nahdlatul Ulama tidak dapat diabaikan. Meskipun website nu.or.id didirikan sebagai media informasi keagamaan yang sejalan dengan Khittah NU, perubahan orientasi tersebut membuktikan bahwa media NU mampu melakukan adaptasi terhadap situasi yang ada. Di sisi lain, salah satu alasan terseretnya media NU adalah karena suara ormas NU sebagai organisasi masyarakat terbesar di Indonesia mampu memberikan daya tarik tersendiri untuk menyita perhatian dari berbagai pihak. NU diibaratkan seperti menu makanan yang disajikan di atas meja, dimana semua tamu melirik bahkan berebut untuk mendapatkan makanan tersebut.¹⁶ Demikian pula dukungannya dalam politik mampu memberikan suara dan peran yang signifikan dalam Pemilihan Presiden 2024. Hal tersebut membuat masyarakat berkomentar bahwa media Nahdlatul Ulama telah menjadi media

¹⁴KH Hasyim Asy'ari et al., *Khittah Dan Khidmah Nahdlatul Ulama*, ed. M. Bisri Adib Hattani, 2014. 105.

¹⁵Safari Daud, *Re-Orientasi Politik NU*, 2021.

¹⁶ Akh Muzakki, *NU Dan Politik: Keadaban Publik*, ed. Wasid (Surabaya: LTN Pustaka, 2020), 73.

yang tidak konsisten, berwatak dualistik dan tidak memiliki pendirian.

Signifikasi suara NU dalam pemilihan umum dapat dilihat berdasarkan data Lembaga Survei Saiful Mujani Research and Consulting (SMRC) yang menyatakan bahwa terdapat 20% jumlah pemilih tetap (DPT) yang menjadi anggota NU atau berkisar 40.961.444 orang. Jumlah tersebut dihitung berdasarkan jumlah anggota, bukan dari jumlah warga NU. Setelah itu, SMRC menghitungnya berdasarkan unsur keagamaan seperti majelis taklim.¹⁷ Selain SMRC, menurut lembaga survei Alvara Research Center terdapat lebih dari 50% masyarakat yang mengakui kedekatannya pada Nahdlatul Ulama. Tercatat 59,2 persen yang terafiliasi dengan NU dan sebanyak 39,6 % warga yang mengaku menjadi anggota NU. Jumlah tersebut menurutnya bukanlah jumlah yang sedikit. Hasanuddin Ali sebagai pendiri Alvara Research Center mengakui bahwa jumlah tersebut yang menjadi penentu dalam ajang Pemilihan Presiden 2024.¹⁸

Keterlibatan media seperti NU Online dalam politik pada dasarnya telah memberikan dukungan secara tidak langsung pada momentum strategis dalam sejarah demokrasi Indonesia. Momen penting dalam kehidupan politik negara tersebut adalah suatu

¹⁷ Aru Lego Triono, *Survei SMRC: 40 Juta Anggota NU Jadi Pemilih di Pilpres 2024*, <https://nu.or.id/amp/nasional/survei-smrc-40-juta-anggota-nu-jadi-pemilih-di-pilpres-2024-ugHiN>

¹⁸ Aru Lego Triono, *Survei SMRC: 40 Juta Anggota NU Jadi Pemilih di Pilpres 2024*, <https://nu.or.id/amp/nasional/survei-smrc-40-juta-anggota-nu-jadi-pemilih-di-pilpres-2024-ugHiN>

fondasi dari sistem pemerintah yang demokratis. Bahkan media memiliki peran yang signifikan dalam membentuk pemahaman masyarakat sekaligus mempengaruhi perilaku politik mereka. Misalnya sebuah isu dapat dibingkai secara positif atau negatif sehingga mampu mempengaruhi masyarakat. Peran strategis ini mampu membentuk opini publik terutama dalam kontestasi politik seperti Pemilihan Umum Presiden. . Oleh karena itu, Pilpres 2024 tidak lepas dari kerkaitannya dengan media massa.¹⁹

Sebagai salah satu pilar demokrasi, media bukan hanya berperan untuk menyampaikan informasi, namun juga menjadi arena di mana ideologi, kepentingan politik, dan narasi tertentu dibangun dan dikomunikasikan. Media massa turut mempengaruhi opini publik dengan menetapkan agenda isu-isu yang dianggap penting atau relevan. Melalui pemberitaan yang berulang atau sorotan intens terhadap suatu topik, media massa mampu membentuk pandangan masyarakat mengenai hal-hal yang dianggap prioritas dalam dunia politik. Terlebih lagi ketika media tersebut terafiliasi kepada salah satu kepentingan politik pengelolanya. Opini masyarakat dapat terbentuk melalui penyajian berita yang telah dibumbui dengan kepentingan politik

¹⁹Arpandi, “Media Online Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilihan Umum (Pemilu) Internet Media ’ s Role in Boosting General Election Participation from the Community (Elections)” 3, no. 1 (2023): 843–55.

tersebut.²⁰ Demikian pula website nu.or.id yang mempresentasikan nilai, posisi, dan orientasi politik lembaga atau individu yang mengelolanya.

Orientasi politik dalam website nu.or.id dapat dianalisa melalui isi yang disajikan dalam berbagai pemberitaan seputar Pemilihan Presiden 2024. Setiap berita memiliki pembahasan yang tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, namun juga menggambarkan bagaimana konsep tersebut sejalan dengan nilai-nilai yang terdapat dalam organisasi NU. Pemberitaan tersebut dipahami dengan mengklasifikasikan tanda berdasarkan sebab dan akibat yang mungkin saja terjadi. Artinya, memahami pemberitaan dalam konteks politik dapat dilakukan dengan menggambarkan secara detail teks berita tersebut dengan mendeskripsikan berbagai aspek dan karakteristik teks berita.²¹

Selain mendeskripsikan isi pemberitaan Pilpres 2024, orientasi politik media Nahdlatul Ulama juga tercermin dalam penyajian data dan budaya digital yang muncul dalam komunitas online. Misalnya dalam penyajian berita, dapat tercermin pada prioritas isu-isu tertentu yang sejalan dengan prinsip NU atau penonjolan tokoh yang dekat dengan Nahdlatul Ulama. Interaksi, narasi, dan persepsi masyarakat mendapatkan pengaruh dari

²⁰Faisal Dudayef, Rangga G Gumelar, and Nia Kania Kurniawati, "Posisi Strategis Media Massa Dan Perannya Dalam Proses Komunikasi Politik," 2024, 158–68.

²¹Eriyanto, *Analisis Isi: Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2011).

adanya dinamika pemberitaan terkait Pilpres 2024 khususnya di masa kampanye. Dengan demikian, pemberitaan Pilpres tidak hanya mengenai bagaimana berita tersebut diterima, namun juga tentang bagaimana pemberitaan tersebut ditafsirkan dan dikonstruksikan kembali oleh dunia digital.²²

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, menarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai representasi orientasi politik media NU dalam sebuah tesis yang berjudul, **”Orientasi Politik Media Nahdlatul Ulama dalam Pemberitaan Pilpres 2024 (Studi Konten Website nu.or.id dalam Masa Kampanye)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belaskang diatas, penulis merumuskan permasalahan yang menjadi objek kajian dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pemberitaan pilpres dalam website nu.or.id pada masa kampanye ?
2. Bagaimana orientasi politik media NU dalam website nu.or.id pada masa kampanye ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

²²Leesa Costello, Marie-louise Mcdermott, and Ruth Wallace, “Netnography : Range of Practices , Misperceptions , and Missed Opportunities” 16 (2017): 1–12, <https://doi.org/10.1177/1609406917700647>.

Tujuan-tujuan yang hendak dicapai oleh penulis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisa pemberitaan pilpres dalam website nu.or.id pada masa kampanye.
- b. Untuk menganalisa orientasi politik media nu dalam website nu.or.id pada masa kampanye.

2. Manfaat penelitian

Sedangkan manfaat yang diharapkan oleh penulis dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Secara teoretis, penulis berharap dapat memberikan kontribusi ilmiah serta memperkaya khazanah ilmu pengetahuan di bidang komunikasi penyiaran Islam. Secara khusus, penelitian ini diharapkan mampu menguraikan pemberitaan Pilpres yang ada di website nu.or.id. Di samping itu, diharapkan pula penelitian ini mampu memberikan wawasan mengenai orientasi politik dalam website nu.or.id.
- b. Secara praktis, peneliti juga berharap agar penelitian ini dapat memberikan pengetahuan maupun pemahaman yang lebih komprehensif tentang orientasi politik media massa kepada para pembaca, khususnya mahasiswa UIN Walisongo Semarang, serta masyarakat luas secara umum.

D. Kajian Pustaka

Pembahasan perihal orientasi politik media massa akhir-akhir ini telah banyak dibahas dan diteliti baik dalam bentuk artikel, jurnal maupun tesis. Diantaranya yaitu artikel karya Muhammad Nurdiyansyah yang berjudul “Komunikasi Politik Patronase NU Dalam Pilkada Kabupaten Purbalingga 2020”. Artikel yang dikutip dari Jurnal Dialektika Komunika Volume 9 Nomor 1 Tahun 2021 ini fokus menganalisis komunikasi politik Nahdlatul Ulama serta pengaruhnya pada kecenderungan masyarakat ketika memilih dalam Pilkada Purbalingga 2020. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa warga NU dalam melakukan pemilihan kandidat yang dibawa oleh PKB dalam Pilkada Kabupaten Purbalingga tahun 2020 sangat ditentukan oleh kualitas kepemimpinan tokoh-tokoh NU dalam masyarakat serta kiprah mereka dalam dunia politik.²³ Artikel penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, yaitu keduanya sama-sama membahas politik dalam Nahdlatul Ulama. Perbedaannya terletak pada fokus kajiannya dimana penelitian yang dilakukan fokus pada orientasi politik dari media NU selama masa kampanye Pilpres 2024.

Artikel yang ditulis oleh Mahathir Muhammad Iqbal dengan judul “Nahdlatul Ulama Dalam Pusaran Politik: Sebuah Otokritik Orientasi NU Dalam Politik Perspektif Gender”. Artikel

²³A Pendahuluan, “Komunikasi Politik Patronase NU Dalam Pilkada Kabupaten Purbalingga 2020” 9, no. 1 (2021): 85–95.

yang diterbitkan oleh Jurnal Inovasi Ilmu Sosial dan Politik tersebut fokus meneliti mengenai reorientasi politik dari Nahdlatul Ulama dalam skala nasional dan lokal. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa seyogyanya NU dalam visi politiknya harus dikembalikan pada politik simbolis, bukan pada politik praktis. Selain itu, elite Nahdlatul Ulama juga harus menempatkan diri sebagai guru bangsa serta teladan bagi masyarakat.²⁴ Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis terletak pada pembahasan politik dalam NU. Perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan ini fokus pada orientasi politik media Nahdlatul Ulama selama masa kampanye Pilpres 2024.

Tesis karya M. Radya Yudiantiasa yang berjudul “Traditional Authority in Digital Age: A Study on the Rise of *Nahdlatul Ulama’s* Preachers in the New Media”. Tesis yang ditulis tahun 2021 dari Universitas Gadjah Mada ini berfokus pada analisis konten yang terdapat di berbagai akun dan platform media sosial milik para kyai. Hasil penelitian tesis ini memberikan argumen bahwa kreativitas para kyai dalam menampilkan identitas di media sosial berperan penting dalam menjaga eksistensi otoritas agama tradisional. Kreativitas tersebut menjadi kunci negosiasi untuk mempertahankan atau memperluas jangkauan otoritas agama tradisional di ranah digital. Tesis ini memiliki persamaan

²⁴Mahathir Muhammad Iqbal, “Nahdlatul Ulama Dalam Pusaran Politik: Sebuah Otokritik Orientasi NU Dalam Politik Perspektif Insider,” *Jurnal Inovasi Ilmu Sosial Dan Politik* 1, no. 2 (2019): 181, <https://doi.org/10.33474/jisop.v1i2.4852>.

dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, yaitu sama-sama membahas tentang organisasi Nahdlatul Ulama. Namun, penelitian tersebut memiliki perbedaan dengan penelitian ini yang fokus pada pembahasan orientasi politik media Nahdlatul Ulama.

Tesis dengan judul “Strategi Dakwah Digital Organisasi Keagamaan: Studi Kasus pada Website NU Online Jabar” yang ditulis oleh Miftahuddin dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Tesis yang ditulis pada tahun 2022 tersebut fokus pada perencanaan serta manajemen strategi persuasif dalam dakwah digital melalui situs web NU Online Jabar. Kesimpulan dari peneliti tersebut menjelaskan bahwa NU Online Jabar melakukan pengumpulan dan analisa data mengenai permasalahan umat, kemudian merumuskan dan menyampaikan informasi yang akurat dengan bahasa yang santun dan penuh kelembutan. Persamaan tesis ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu keduanya sama-sama membahas website Nahdlatul Ulama. Perbedaannya terletak pada fokus kajian tesis tersebut, karena dalam penelitian yang dilakukan ini fokus pada orientasi politik media NU yang tercerminkan dalam situs website NU.

Buku yang ditulis oleh Safari Daud dengan judul “Re-orientasi Politik NU Pada Masa Orde Baru (Analisis Tiga Strategi Politik Nu Tahun 1984-1998)”. Buku yang diterbitkan tahun 2021 ini fokus meneliti mengenai bagaimana Nahdlatul Ulama menerapkan strategi politik dalam kurun waktu 1984 sampai 1998

pasca Mukhtar Situbondo 1984. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa terdapat kemandirian politik, pola akomodasi serta independensi oleh masyarakat sipil. NU dalam akomodasi politik kritisnya menunjukkan bentuk penyelesaian perkara politik tentang kepentingan pemerintah masa Orde Baru dengan menjadikan Pancasila sebagai satu-satunya asas dalam organisasi sosial-politik serta keagamaan.²⁵ Buku ini memiliki kesamaan pembahasan dengan penelitian yang dilakukan, yaitu keduanya sama-sama membahas orientasi politik NU. Letak perbedaannya terdapat pada fokus kajiannya dimana penulis fokus pada orientasi politik dalam media Nahdlatul Ulama.

Artikel karya M. Ismail Alif yang berjudul “Komunikasi Politik: Penyampaian Pesan dan Pemilihan Media oleh Bakal Calon Presiden dalam Pemilu tahun 2024”. Penelitian yang diterbitkan oleh Jurnal Akrab Juara Volume 8 Nomor 3 Tahun 2023 tersebut fokus meneliti relasi antara media dengan partai dan aktor politik beserta sebagian lain yang dipengaruhi oleh peran pemilik media yang juga politis atau pemimpin partai politik. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa relasi yang dimaksud ditemukan dalam pemberitaan Bakal Calon Presiden Pemilu 2024 yang ada di Metro TV. Temuan lain dalam penelitian ini adalah adanya korelasi antara komunikasi politik yang disampaikan melalui media yang terlihat dari beberapa isu dalam usaha

²⁵Safari Daud, *Re-Orientasi Politik NU*, 2021., 87.

pencitraan Bakal Calon Presiden.²⁶ Artikel penelitian tersebut memiliki kesamaan pembahasan dengan penelitian ini, yaitu sama-sama membahas politik pada masa Pemilihan Presiden tahun 2024. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan yaitu pada fokus kajiannya. Penelitian yang dilakukan ini fokus pada orientasi poliitik media NU di masa kampanye Pilpres 2024.

Artikel yang ditulis oleh M. Ali Sofyan, Puji Laksono dan Muhammad Chabibi yang berjudul “Strategi Komunikasi Politik Ulama Nahdlatul Wathan Pancor dalam Membentuk Opini Publik Pilkada pada Pemilihan Umum Presiden Tahun 2019”. Artikel yang diterbitkan oleh Jurnal Al-Tsiqoh Volume 5 Nomor 2 pada tahun 2020 fokus melihat keterlibatan serta strategi komunikasi politik Nahdlatul Ulama dalam pemilihan umum Presiden tahun 2019. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa strategi komunikasi yang digunakan untuk melahirkan opini publik pada Pemilu Presiden tahun 2019 yaitu dengan menyelenggarakan berbagai kegiatan-kegiatan politik.²⁷ Persamaan penelitian berupa artikel tersebut dengan penelitian yang dilakukan yaitu keduanya membahas politik NU dalam Pemilihan Umum. Letak perbedaannya terdapat pada pembahasan penelitian yang

²⁶M. Ismail Alif, “Komunikasi Politik: Penyampaian Pesan Dan Pemilihan Media Oleh Bakal Calon Presiden Dalam Pemilu Tahun 2024,” *Jurnal Akrab Juara* 8, no. 3 (2023): 1–18.

²⁷M. Ali Sofyan, Puji Laksono, and Muhammad Chabibi, “Strategi Komunikasi Politik Ulama Nahdlatul Wathan Pancor Dalam Membentuk Opini Publik Pilkada Pada Pemilihan Umum Presiden Tahun 2019,” *Jurnal Al-Tsiqoh (Dakwah Dan Ekonomi)* 5, no. 2 (2020): 57–73.

dilakukan yang membahas mengenai orientasi politik media NU di masa kampanye Pilpres 2024.

Tesis yang ditulis oleh Amirul Mukminin dengan judul “Strategi Komunikasi Politik dalam Pilkada (Studi Kasus Pemenangan Aditya Halindra Faridzky-Riyadi Pada Pilkada Kabupaten Tuban 2020)”. Penelitian yang dilakukan pada tahun 2022 fokus pada komunikasi politik yang dilakukan oleh Aditya Halindra Faridzky-Riyadi yang telah memenangkan pemilihan setelah sebelumnya kalah dua kali dalam Pilkada. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pasangan Aditya Halindra Faridzky-Riyadi melakukan komunikasi politik dengan strategi pada setiap komponen yang mencakup pesan politik, khalayakpolitik, komunikator dan saluran media. Kesamaan tesis tersebut dengan penelitian yang dilakukan yaitu sama dalam hal pembahasan politik dalam pemilu. Perbedaannya terletak pada fokus kajian penelitian dimana penulis fokus pada politik media Nahdlatul Ulama di masa kampanye Pilpres 2024.

Berdasarkan sejumlah penelitian yang telah dijelaskan di atas, penulis menyadari adanya kesamaan dan hubungan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu keduanya membahas tentang komunikasi politik atau orientasi politik serta Nahdlatul Ulama. Namun, penelitian yang disusun ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Fokus utama dalam penelitian ini terletak pada orientasi politik yang ada dalam media Nahdlatul Ulama yaitu website nu.or.id. Penelitian tersebut kemudian

difokuskan lagi pada pemberitaan Pilpres 2024 selama masa kampanye.

E. Metode Penelitian

Untuk memperoleh hasil yang dapat dipertanggungjawabkan dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang difungsikan dalam penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif ini menekankan pada sesuatu yang terpenting (*quality*) dalam barang atau jasa dalam suatu peristiwa, fenomena (gejala sosial) yang menjadi arti dari suatu kejadian yang bisa digunakan sebagai pengalaman yang berharga dalam pengembangan teori.²⁸ Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami lebih dalam fenomena dengan interpretasi mengenai media Nahdlatul Ulama dalam memberitakan persoalan politik yaitu Pilpres 2024.

Di samping itu, pendekatan yang difungsikan pada penelitian ini yaitu pendekatan *content analysis* (analisis isi) dan netnografi. Analisis isi adalah metode untuk meneliti serta menganalisis isi dari sebuah komunikasi pada kurun waktu atau ruang tertentu yang bertujuan menyingkap kecenderungan berbagai pesan yang disampaikan secara

²⁸Djam'at Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung, Alfabeta, 2011), hal, 22.

eksplisit maupun implisit.²⁹ Dalam hal ini, pendekatan analisis isi digunakan untuk meneliti aspek pesan komunikasi serta mengetahui kecenderungan politik media NU Online, independen atau tidaknya media NU Online, dan kemana media tersebut berpihak berdasarkan pemberitaan politik yang ada didalamnya.

Adapun pendekatan netnografi dilakukan setelah menggunakan pendekatan semiotika. Pendekatan netnografi merupakan langkah strategis untuk melihat bagaimana komunitas digital menggunakan, mendiskusikan serta bagaimana hal tersebut mencerminkan dinamika kelompok. Netnografi fokus pada konteks sosial sosial dan penggunaannya di ruang digital. Dengan demikian, dalam penelitian ini pendekatan netnografi dilakukan guna memahami perilaku audiens dan interaksi dalam ranah digital terkait pemberitaan Pilpres 2024 yang diunggah dalam nu.or.id.

2. Ruang Lingkup dan Fokus Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu berita politik terkait Pilpres 2024 yang diterbitkan oleh website nu.or.id selama masa kampanye pada tanggal 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024. Sedangkan tinjauan orientasi politik yang dimaksud oleh penulis yaitu konsep teori yang fokus

²⁹Henry Subiakto, *Komunikasi Politik Media Dan Demokrasi* (Jakarta: Kencana, 2014).

pada teori orientasi politik Almond Verba. Pemilihan teori tersebut dilakukan karena dalam penelitian ini, penulis fokus pada cara penyampaian atau komunikasi dari subjek atau media NU itu sendiri.

3. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang bisa menghasilkan data untuk penulis ketika melakukan penelitian. Terkait penelitian ini, penulis menggunakan dua sumber data, yaitu:

a. Data Primer

Data primer berarti semua bahan tertulis yang merujuk pada sumber langsung atau asli dari sumber data awal terkait permasalahan yang diteliti.³⁰ Data primer yang difungsikan pada penelitian ini adalah website nu.or.id. terkait dengan pemberitaan Pilpres 2024 selama masa kampanye.

b. Data Sekunder

Data ini diperoleh melalui literatur yang terkait dengan kajian penelitian.³¹ Sumber ini merupakan pendukung bagi penulis sebagai bahan penunjang analisis. Data sekunder ini berbentuk semua karya baik dalam wujud kajian kepustakaan yang berbentuk buku

³⁰Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal. 172.

³¹Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014), hal. 5.

atau jurnal dan media online yang dapat memperkaya data dalam penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik yang difungsikan oleh penulis guna memperoleh data dan menjawab masalah dari penelitian serta untuk mempersiapkan berbagai bahan yang dapat menunjang kebenaran teori yang diteliti. Teknik pengumpulan data dari metode kualitatif memiliki beberapa metode, diantara yaitu observasi, wawancara mendalam, serta studi pustaka atau dokumen. Akan tetapi dalam penelitian ini penulis menerapkan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan kumpulan data atau berkas yaitu mencari informasi ataupun keterangan yang sesuai dan nyata yang diperoleh dari hasil mengumpulkan, menelaah dan menganalisis dokumen yang relevan.³² Dengan demikian dalam penelitian ini, penulis mengambil berita dari website nu.or.id yang relevan dengan Pilpres 2024 selama masa kampanye.

b. Wawancara

Wawancara atau *interview* adalah percakapan antara peneliti dnegan seseorang yang diharapkan

³²Suteki dan Galang Taufani, *Metodologi Penelitian Hukum (Filsafat, Teori dan Praktik)*, (Depok: Rajawali Press, 2018), hal. 217.

mendapatkan informasi penting sesuai dengan yang dituju oleh peneliti. Terkait penelitian ini, teknik wawancara merupakan penunjang bagi penulis untuk mengambil data lebih jelas dan rinci lagi. Dalam penelitian ini, penulis mendapatkan informasi dari wawancara dengan redaktur NU Online.

c. Observasi

Menurut Sugiyono, observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung terhadap objek yang diteliti guna mengetahui aktivitas yang sedang berlangsung sesuai dengan tujuan penelitian.³³ Adapun dalam penelitian ini, penulis melakukan observasi dengan mengamati secara langsung isi pemberitaan Pilpres 2024 di media NU Online selama masa kampanye. Observasi ini dilakukan untuk memahami bagaimana NU Online membingkai isu-isu politik dalam pemberitaan Pilpres, serta untuk mengidentifikasi pola narasi, nada pemberitaan, dan kecenderungan politik yang ada dalam berita-berita tersebut.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah langkah-langkah atau proses pengelolaan data yang telah dihasilkan untuk selanjutnya

³³Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Jakarta: Alfabeta, 2019).

ditafsirkan sesuai dengan kerangka dan sifat penelitian. Teknik analisis data yang difungsikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Analisis Isi (*Content Analysis*)

Analisis isi merupakan pendekatan metodologis yang dipakai untuk mengkaji berbagai pesan yang tamoak secara eksplisit dalam suatu proses komunikasi. Analisis isi sebagai teknik analisis data dilakukan melalui proses penilaian yang sistematis, objektif, dan kuantitatif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam terhadap isi dari komunikasi yang diteliti. Teknik tersebut berguna untuk menelusuri pola komunikasi, simbol, narasi dan kecenderungan ideologis yang timbul pada media.³⁴ Analisis data menggunakan analisis isi dilakukan dengan mengkategorikan atau mengelompokkan tulisan (berita) yang termasuk dalam berita Pilpres 2024 di masa kampanye. Kemudian penulis mengidentifikasi posisi politik yang diambil, isu yang diangkat, dan nada pemberitaan (positif, negatif atau netral) secara sistematis untuk menjamin objektivitas dan validitas temuan.

Pada tahap selanjutnya, analisis data dilakukan dengan pendekatan framing untuk mengungkap segala bentuk pemberitaan serta memperlihatkan bagaimana

³⁴Krippendorff, "Content Analysis: An Introduction to Its Methodology," *SAGE Publication Ltd.*, 2004, 34–37.

orientasi media melalui cara tertentu dalam mengolah fakta. Untuk itu, penulis menggunakan teori framing dari Robert N. Entman yang fokus pada empat elemen utama framing guna mengidentifikasi bagaimana media membingkai sebuah isu atau peristiwa. Empat elemen tersebut adalah *define problems* (menentukan masalah), *diagnose causes* (mendiagnosis penyebab), *make moral judgments* (memberi penilaian moral) dan *suggest remedies* (menyarankan solusi).³⁵

b. Analisis Netnografi

Analisis netnografi digunakan untuk menganalisis aktivitas, interaksi, dan budaya di dunia digital atau media online. Pendekatan ini memungkinan untuk memahami lebih jauh terkait dinamika sosial yang terjadi dalam suatu platform media tertentu, seperti media sosial, blog, maupun media digital lainnya. Dalam penelitian ini, analisis netnografi dilakukan dengan merefleksikan data yang sudah didapat dan dikategorikan, guna memberikan catatan penting terhadap data-data tersebut. Dengan membuka kembali tinjauan pustaka sebelumnya, data dianalisis atau diolah lebih lanjut untuk mengetahui makna atau menafsirkan busaya atau pola perilaku dan

³⁵R. M. Entman, "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm," *Journal of Communication* 43, no. 4 (1993): 51–58.

pandangan audiens terhadap konten politik yang ada di website nu.or.id.

c. Triangulasi data

Teknik ini digunakan guna meningkatkan validitas dan reliabilitas penelitian dengan menggabungkan berbagai sumber data, metode, teori dalam proses analisis. Dengan demikian, setelah melakukan analisis isi dan netnografi, penulis menggabungkan hasil dari kedua analisis tersebut untuk memvalidasi temuan dan mengungkap orientasi politik Nahdlatul Ulama dalam website nu.or.id.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan perangkat lunak NVivo 12 untuk mendukung akurasi dan kecepatan dalam proses analisis berita. NVivo digunakan untuk melakukan proses coding terhadap dokumen berita yang telah dikumpulkan dari media NU Online, sehingga dapat diketahui kecenderungan isi pemberitaan politik media NU Online.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan memiliki fungsi memaparkan gambaran yang menjadi pembahasan dalam penelitian atau penulisan tesis ini. Gambaran tersebut nantinya memberikan kemudahan bagi pembaca untuk memahami berbagai kajian yang di bahas. Adapun sistematika penulisan dari penelitian yang berjudul “Orientasi Politik Media Nahdlatul Ulama dalam

Pemberitaan Pilpres 2024 (Studi Konten Website nu.or.id dalam Masa Kampanye)” ini adalah sebagai berikut:

Bab I: (Pendahuluan)

Pada bab ini dipaparkan bagian-bagian penting yang menjadi dasar dari penelitian. Di dalamnya berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan. Bab ini memiliki fungsi utama untuk memberikan kerangka awal yang dapat memberikan pengarahannya kepada pembaca dalam memahami penelitian.

Bab II: Pemberitaan Pilpres 2024

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum pemberitaan pemilihan presiden (pilpres) 2024. Dalam bab ini menguraikan tentang orientasi politik, media massa, media dan politik, serta pemberitaan pemilihan presiden (pilpres).

Bab III : Media NU Online

Dalam bab ini, penulis menjelaskan secara mendalam mengenai media NU Online. Subbab yang dibahas terdiri dari profil Nahdlatul Ulama yang didalamnya membahas juga orientasi politik NU dan media politik NU. Subbab selanjutnya yaitu media NU Online meliputi sejarah berdirinya, tujuan dibentuknya, eksistensi NU Online, dan pemberitaan pilpres dalam website nu.or.id.

Bab IV : Orientasi Politik Media Nahdlatul Ulama (Dalam Pemberitaan Masa Kampanye Pilpres 2024 di NU Online)

Pada bab ini, penulis memaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Di dalamnya menguraikan temuan penulis mengenai Nahdlatul Ulama dalam menggunakan medianya untuk kepentingan orientasi politiknya. Subbab di dalamnya terdiri dari analisis isi pada pemberitaan Pilpres 2024 dalam website nu.or.id, analisis netnografi pada pemberitaan Pilpres 2024 dalam website nu.or.id, dan analisis orientasi politik media NU Online berdasarkan analisis isi dan netnografi.

Bab V: Penutup

Bab ini adalah bagian akhir dari penelitian yang isinya berupa simpulan dan saran. Kesimpulan diberikan setelah melakukan analisis serta pembahasan yang diuraikan dalam bab sebelumnya dengan tujuan memberikan rangkuman akhir penelitian secara singkat dan jelas. Sedangkan saran disajikan untuk menyampaikan rekomendasi yang sesuai dengan hasil penelitian.

BAB II

ORIENTASI POLITIK MEDIA MASSA DAN PEMBERITAAN PEMILIHAN PRESIDEN 2024 PERSPEKTIF TEORITIS

A. Orientasi Politik

1. Definisi Orientasi Politik

Orientasi politik terdiri dari dua kata, yaitu orientasi dan politik. Kata orientasi sendiri dalam KBBI memiliki dua pengertian, pertama sebuah tinjauan guna mengambil langkah yang tepat dan benar, seperti arah atau tempat. Kedua, berarti sudut pandang yang didasari oleh perhatian, pemikiran atau kecenderungan.³⁶ Orientasi ini merujuk kepada pandangan, sikap atau kecenderungan seseorang terhadap sesuatu hal. Adapun secara istilah, orientasi dapat diartikan sebagai tindakan atau proses bantuan kepada seseorang maupun kelompok terkait pemahaman, penyesuaian, serta posisi diri dalam sebuah lingkungan atau perihal tertentu. Dalam beberapa hal, orientasi mempunyai arti yang lain tergantung bagaimana kondisi yang digunakan.³⁷ Kata ini menunjukkan arah atau tujuan yang diambil oleh seseorang untuk berpikir maupun bertindak. Misalnya dalam dunia pendidikan,

³⁶Kamus Besar Bahasa Indonesia Online, 2006, kbbi.kemendikbud.go.id.

³⁷Sinaga et al., "Pengaruh Orientasi Politik Terhadap Partisipasi Perempuan Muda Pada PILPRES 2024 (Studi Empiris Terhadap Pilihan Politik Mahasiswi Fakultas Bahasa Dan Seni Unimed)."

orientasi diartikan sebagai pemahaman awal tentang sebuah bidang studi. Sedangkan dalam kehidupan sosial, orientasi mencerminkan cara seseorang ketika menyesuaikan diri dalam lingkungan sekitar.

Adapun kata politik berasal dari bahasa Yunani yaitu dari kata polis yang memiliki makna kota atau negara kota. Dari kata “polis” ini berkembang menjadi konsep “polites” yang berarti warga negara dan konsep “politikos” yang merujuk pada kewarganegaraan. Kata ini merujuk pada tata cara pengelolaan kekuasaan, kebijakan, dan hubungan antar individu atau kelompok dalam suatu masyarakat. Dengan demikian, politik diterjemahkan sebagai sebuah langkah dan ketentuan ataupun pelaksanaan dari kebijakan yang berhubungan dengan kenegaraan dan warga negara dari sebuah negara. Politik disini berkaitan dengan kekuasaan, kebijakan, keputusan yang diambil, pembagian serta pengalokasian nilai pada masyarakat.³⁸ Miriam Budiardjo mendefinisikan politik sebagai upaya penentuan berbagai aturan yang bisa diterima dengan baik oleh mayoritas warga, guna mengarahkan masyarakat pada arah hidup yang lebih harmonis. Sedangkan politik menurut Andrew Heywood yaitu kegiatan suatu bangsa yang memiliki tujuan dalam

³⁸Eva Eviany, *Pengantar Ilmu Politik Dan Ruang Lingkupnya*, ed. Elan Herdiawan, *Sustainability (Switzerland)* (Bandung: Cendekia Press, 2019)

pembuatan, pertahanan, serta amademen berbagai peraturan umum yang mengatur kehidupan, dengan kata lain terikat pada gejala konflik serta kerjasama.³⁹

Berdasarkan kedua istilah tersebut, orientasi politik didefinisikan sebagai sebuah upaya memberikan arah atau acuan atas situasi baru atau lingkungan tertentu. Istilah ini adalah suatu kecenderungan atau sikap seseorang terhadap berbagai aspek politik seperti partai politik, ideologi, kebijakan pemerintah dan lain sebagainya. Orientasi politik ini biasanya dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti lingkungan sosial, pengalaman pribadi, pendidikan dan lain-lain. Dalam pengertian lain, orientasi politik dapat dikatakan sebagai suatu pola perilaku masyarakat dalam kehidupan bernegara, politik pemerintahan, administrasi negara, adat istiadat, hukum dan norma kebiasaan yang diperankan oleh setiap anggota masyarakat. Sebagai suatu sistem nilai bersama dalam masyarakat, orientasi politik memberikan kesadaran untuk memberikan partisipasi ketika mengambil keputusan secara kolektif dan menentukan kebijakan publik bagi masyarakat keseluruhan. Orientasi politik ini merujuk pada pandangan, perilaku individu, dan sikap terhadap politik dan pemerintahan. Sifat orientasi ini dinamis

³⁹Miriam Budiarto, *Dasar-Dasar Ilmu Politik* (Jakarta: Gramedia, 2008).

sehingga dapat berubah sesuai dengan pengetahuan dan nilai-nilai yang dimiliki.

Menurut Sarbini, orientasi politik diartikan sebagai suatu hal yang dimiliki oleh seseorang saat interaksi dengan kehidupan politik yang terdiri dari pengetahuan, sikap, perilaku dan nilai terhadap suatu partai politik, ideologi politik ataupun sistem politik yang berlaku. Sedangkan Gueltom mendefinisikan orientasi politik sebagai sudut pandang yang hidup dalam masyarakat baik heterogen ataupun homogen dalam struktur masyarakat dan dilatarbelakangi oleh nilai-nilai yang ada di dalam masyarakat ataupun luar masyarakat. Karenanya, orientasi politik berkaitan dengan spektrum keyakinan, sikap dan nilai yang memberikan pengaruh kepada individu untuk memahami dan berpartisipasi dalam politik.⁴⁰

Pembicaraan mengenai orientasi politik tidak lepas dari pembicaraan tentang orientasi berdasarkan kemakmuran rakyat dan orientasi kekuasaan yang dimiliki elit politik. Elit politik hanya mengandalkan kekuasaan atas dasar perolehannya dari kekuasaan dan pengakuan yang tinggi. Elit politik umumnya memanfaatkan

⁴⁰Indah Puspitasari, "Persepsi Dan Orientasi Politik Generasi Muda Terhadap Pemilihan Partai Politik," *De Cive : Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan* 4, no. 3 (2024): 76–85, <https://doi.org/10.56393/decive.v4i3.2073>.

kekuasaanya merupakan elite yang memiliki modal atau bisnis yang memiliki pengaruh dalam kehidupan negara.

2. Faktor-faktor Orientasi Politik

Orientasi politik dipengaruhi oleh faktor yang bersifat langsung dan tidak langsung. Faktor langsung disebabkan oleh situasi yakni sesuatu yang mempengaruhi subjek secara langsung saat melakukan suatu perbuatan, seperti situasi ruang, orang lain, suasana kelompok dan lain sebagainya. Sedangkan faktor tidak langsungnya berupa sistem politik dan ekonomi, pendidikan dan media massa. Faktor ini adalah faktor yang paling mendasar dalam memberikan pengaruh pada orientasi politik.⁴¹ Sedangkan menurut Siti Malaiha Dewi, orientasi politik muncul karena disebabkan adanya berbagai nilai yang hidup dalam khalayak masyarakat hingga membentuk sikap dan pola mereka dalam menilai sebuah objek politik.⁴² Pendapatnya tersebut didasarkan pada klasifikasi orientasi terhadap obyek-obyek politik menurut Almond yaitu sebagai berikut:

- 1) Orientasi Positif, yakni orientasi yang terbentuk karena tingkat pemahaman dan sedikit banyaknya

⁴¹Ramlan Surbakti, *Memahami Ilmu Politik* (Jakarta: PT Grasindo, 1992), 20.

⁴²Siti Malaiha Dewi, "Orientasi Politik Perempuan Marginal" (Kudus: Brillian Media Utama, 2009), <http://repository.iainkudus.ac.id/4864/1/orientasi-politik-perempuan-marginal.pdf>, 23.

kesadaran yang tinggi, perasaan dan penilaian positif terhadap objek yang diteliti.

- 2) Orientasi Negatif, adalah orientasi yang terbentuk karena tingkat pemahaman dan jumlah kesadaran yang sedikit, penilaian serta perasaan negatif yang dominan pada obyek politik.
- 3) Orientasi Netral, dimana orientasi tersebut muncul karena jumlah keacuhan yang tinggi, mempunyai tingkap orientasi yang begitu minim hingga tidak mempunyai orientasi sedikitpun kepada berbagai objek politik.⁴³

Almond dan Verba juga merumuskan klasifikasi tipe-tipe orientasi politik ke dalam tiga komponen, yaitu sebagai berikut:

- 1) Orientasi Kognitif, adalah pemahaman mengenai keniscayaan terhadap politik, peranan dan semua kewajibannya yang digunakan untuk menilai pemilihan umum. Menurut Almond, orientasi kognitif digunakan untuk menggali pengetahuan serta pemahaman masyarakat atau responden mengenai pemilu.
- 2) Orientasi Afektif, yakni orientasi politik yang dilandasi karena adanya keterkaitan emosional atau

⁴³Gabriel A. Almond and Sidney Verba, *Budaya Politik, Tingkah Laku Politik Dan Demokrasi Di Lima Negara* (Jakarta: Bina Aksara, 1990).

perasaan yang hidup dalam individu terhadap politik. Aspek ini adalah aspek yang paling berpengaruh untuk merubah sikap individu. Dalam hal pemilu, orientasi afektif mengikuti bagaimana tata cara serta aturan dalam politik sebagai salah satu wujud keikutsertaannya dalam partisipasi memilih wakil rakyat.

- 3) Orientasi Evaluatif, adalah hasil dan penilaian mengenai objek-objek dalam politik, dimana secara jenisnya ia mengaitkan perpaduan antara standar nilai serta kriteria dengan perasaan dan informasi. Aspek ini bergantung kepada evaluasi moral yang ada dalam seseorang yang relevan dengan penilaian normatif, moral politik serta etika politik.⁴⁴

Pada dasarnya, orientasi politik adalah sebuah sudut pandang dari kelompok masyarakat yang ada di dalam struktur masyarakat itu sendiri. Latar belakang munculnya orientasi politik tidak lain karena nilai-nilai yang terdapat dalam masyarakat ataupun luar masyarakat yang kemudian membentuk sikap dan menjadi alur dalam memandang sebuah objek politik. Orientasi inilah yang kemudian membentuk sebuah tatanan dimana berbagai interaksi muncul dan memberikan pengaruh pada perilaku politik yang dilakukan oleh seseorang.

⁴⁴Almond and Verba. *Budaya Politik*, ... 50.

Orientasi politik seseorang secara signifikan dapat mempengaruhinya dalam partisipasi politik. Partisipasi politik lebih mungkin terjadi diantara individu dengan keyakinan ideologis yang kuat. Orientasi politik ini membentuk persepsi warga negara terhadap isu-isu politik. Hal tersebut mengharuskan mereka untuk bertindak mengambil bagian dan bertindak sesuai dengan keyakinan mereka. Pengetahuan politik mengembangkan sikap, pandangan, dan nilai-nilai tentang politik, yang disebut sebagai orientasi politik. Faktor ini mempengaruhi individu untuk berpartisipasi aktif dalam berbagai kegiatan politik. Orientasi politik mengacu pada tindakan yang diambil oleh warga negara untuk mempengaruhi proses politik atau proses pengambilan keputusan pemerintah.⁴⁵

Dimensi-dimensi orientasi politik oleh Almond dan Verba digolongkan menjadi beberapa objek penelitian, yaitu sebagai berikut:

- 1) Sistem yang menjadi objek umum, memberikan pengertian akan sistem yang menjadi suatu keseluruhan termasuk perasaan-perasaan tertentu seperti patriotisme, aliensi, kognisi dan evaluasi

⁴⁵Shailashree Shetty, "The Nexus Between Political Orientation and Political Participation" 7, no. 1 (2025): 1–7.

terhadap suatu bangsa maupun pemahaman dan evaluasi akan pemerintahan.

- 2) Berbagai objek input, terdiri atas berbagai struktur yang secara intens terlibat dalam proses input, seperti partai politik kelompok yang berkepentingan, media komunikasi serta menunjukkan arah tuntunan maupun proses berbagai tuntutan dari masyarakat akan pemerintahan dan proses koversi dari berbagai tuntutan tersebut yang mengarah pada kebijakan otoritatif.
- 3) Berbagai objek output, didasarkan atas proses dimana kebijakan tersebut diaplikasikan atau diperketat dan struktur yang turut andil secara aktif merupakan birokrasi serta lembaga peradilan.
- 4) Berbagai pribadi sebagai objek, terkait isi dan kualitas kemampuan pribadi setiap manusia sebagai aktor politik, dan berbagai norma kewajiban politik individu dalam sistem politik.⁴⁶

B. Media Massa

1. Definisi Media Massa

Kata “media” berasal dari bahasa Latin dalam bentuk jamak dari kata “medium” yang berarti suatu perantara atau pengantar. Adapun secara istilah, kata “media” diartikan

⁴⁶Almond and Verba, *Budaya Politik, Tingkah Laku Politik Dan Demokrasi Di Lima Negara* (Jakarta: Bina Aksara, 1990), 54.

sebagai pengantar atau perantara pesan dari pengirim pesan kepada penerimanya. Pengertian tersebut sejalan dengan pendapat Mc Luhan yang mengatakan bahwa “*medium is the message*” artinya media adalah pesan. Makna kalimat tersebut mendefinisikan bahwa sebuah pesan ditransformasikan dari pengalaman manusia dan masyarakatnya, yang mana pengaruh tersebut lebih diperhatikan daripada misi sebuah pesan sebagai pesan yang mentransmisikan pada media itu sendiri.⁴⁷

Hafied Cangara menyatakan bahwa media merupakan sebuah sarana yang difungsikan untuk memberikan pesan kepada masyarakat. Sedangkan media massa diartikan sebagai alat yang difungsikan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada masyarakat umum melalui perantara berbagai alat komunikasi misalnya film, radio, televisi dan surat kabar.⁴⁸ Dengan demikian, media massa digunakan pada proses komunikasi massal melalui teknologi komunikasi massal pula. Pesan dan informasi dapat disampaikan secara efisien kepada khalayak baik dalam bentuk hiburan, berita ataupun edukasi.

⁴⁷Reza Nur Fadila et al., *Media, Komunikasi Dan Jurnalistik Di Era Digital: Teori, Praktik, Dan Tantangan Masa Depan*, Kompasiana (Banjarnegara: Penertib Qriset Indonesia, 2024), <https://www.kompasiana.com/desyana58165/6130fa8806310e0611426a12/tangan-jurnalistik-di-era-digital>.

⁴⁸Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010). 123.

Media massa sebagai wujud teknologi komunikasi massa memiliki beberapa ciri karakteristik yaitu sebagai berikut:

- a. Komunikasi yang ditujukan untuk masyarakat dengan jumlah yang tidak sedikit dan heterogen.
- b. Media masa memiliki sifat serempak cepat, artinya komunikator dengan komunikasi yang banyak jumlahnya memiliki kekompakan kontrak dengan waktu yang cepat.
- c. Komunikator seperti wartawan, penyiar TV atau radio, dan sutradara bersifat lembaga atau organisasi yang kompleks.
- d. Komunikasi yang ada dalam media massa sifatnya bergantung pada tujuan atau orientasi komunikasi yang dilakukan oleh komunikator.

Sedangkan Cangara berpendapat bahwa sebuah media dapat dikatakan sebagai media massa apabila memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Sifatnya melembaga, yaitu media dikelola oleh banyak pihak yang terdiri dari pihak pengumpulan, pengelolaan hingga penyajian informasi.
- b. Sifatnya searah, hampir tidak mungkin terjadi adanya komunikasi atau dialog antara pengirim informasi dan penerimanya. Meskipun terjadi, maka akan membutuhkan waktu yang lama.
- c. Luas dan serentak, maksudnya media massa memiliki kecepatan dan mengatasi persoalan waktu dan jarak.

Memiliki pergerakan yang simultan dan luas sehingga informasi tersampaikan pada waktu yang sama oleh setiap khalayak masyarakat.

- d. Menggunakan alat teknis ataupun mekanis, misalnya televisi, surat kabar, radio ataupun sejenisnya.
- e. Sifatnya terbuka, informasi yang disampaikan dapat diperoleh oleh siapapun dan dimanapun tanpa melihat batasan umur, jenis kelamin ataupun suku bangsa.⁴⁹

2. Fungsi dan Peran Media Massa

Fungsi media massa secara umum adalah menyampaikan informasi atau berita kepada pembaca, pendengar, atau pemirsa atau yang lebih dikenal dengan audience. Namun dalam menjalankan fungsinya, media massa harus memperhatikan isi kandungan UU Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers, dimana media massa juga termasuk di dalamnya. Pasal 3 Ayat (1) menyebutkan bahwa;

“Pers nasional mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial”⁵⁰

Pada pasal tersebut secara eksplisit menyebutkan bahwa fungsi media yang paling utama adalah menyiarkan informasi kepada masyarakat luas. Fungsi ini menjadi dimensi idealisme media untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait permasalahan pembangunan. Selain itu, media juga berfungsi

⁴⁹Hafied Cangara, *Pengantar* 123

⁵⁰Pasal 3 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers

sebagai media pendidikan untuk meningkatkan minat baca dalam masyarakat utamanya kaum pelajar. Melalui berbagai platform seperti televisi, media daring dan sebagainya, media dapat meningkatkan wawasan serta pemahaman masyarakat terhadap berbagai bidang mulai dari sejarah, sains, budaya dan kesehatan. Berbagai program edukatif akan membantu para pelajar ataupun masyarakat untuk terus belajar meningkatkan kualitas sumber daya sebagai manusia.

Sedangkan media sebagai kontrol sosial memberikan pemaparan tentang berbagai peristiwa ataupun keadaan yang dapat memberikan kesadaran kepada masyarakat agar ketika peristiwa tersebut adalah peristiwa yang buruk, tidak akan terulang lagi oleh masyarakat. Sehingga masyarakat diharapkan akan lebih taat kepada peraturan yang ada. Sifat mendidik ini membawa media juga berfungsi sebagai hiburan yang menjembatani masyarakat dengan dunia luar. Hiburan tersebut merupakan hiburan yang tidak keluar dari koridor yang tidak boleh dilampaui dan tidak melanggar berbagai nilai yang hidup dalam masyarakat. Fungsi tersebut menjadikan media massa berada di antara masyarakat sebagai bagian dari pengalaman lain di luar persepsi dan kontak langsung dengan masyarakat.⁵¹

⁵¹Hikma Kusumaningrat, *Jurnalistik Teori Dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005).

Sedangkan McQuail mengatakan bahwa fungsi media massa adalah sebagai pusat informasi, yang memiliki peran untuk menyediakan dan menyampaikan informasi terkait suatu kejadian, realitas, ataupun peristiwa yang terjadi dalam masyarakat. Sebagai salah satu komunikasi massa yang strategis, lebih lanjut lagi media massa mempunyai fungsi sebagai berikut:

- a. *The surveillance of the environment*, yang berarti mengamati lingkungan atau yang menyajikan berita dan penerangan. Berita atau informasi yang disampaikan harus bersifat objektif bagi para khalayak baik itu pembaca, pemirsa ataupun pendengar.
- b. *The correlation of the parts of society in responding to the environment*, yaitu fungsi media massa sebagai sara yang memberitakan juga melahirkan hubungan antara informasi yang didapat dengan kebutuhan masyarakat, karenanya dalam pemberitaan ditekankan kepada seleksi, interpretasi dan evaluasi.
- c. *The transmission of the social heritage from one generation to the next*, yaitu sebagai wadah aspirasi nilai-nilai maupun warisan dari sebuah generari kepada generasi selanjutnya. Bagi negara-negara yang masih berkembang, komunikasi ini menjadi sebuah sarana pembelajaran.

- d. *Entertainment (hiburan)*, artinya media memiliki fungsi hiburan bagi masyarakat baik itu melalui radio dengan musiknya, TV dengan sandiwanya dan lain sebagainya.
- e. *To tell goods for us (iklan)*, media massa adalah sarana penyalur iklan yang sangat efektif.⁵²

Fungsi-fungsi tersebut telah menjadi karakter yang melekat pada media massa untuk menyampaikan informasi secara akurat, jelas, selektif dan sesuai dengan kepentingan *audience*, terutama dalam persoalan sosial yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat.. Fedler mengatakan bahwa media massa memiliki *audience* yang besar sehingga dapat memberikan kekuatan yang hebat dalam mempengaruhi *audience*. Fungsi tersebut tentu tidak lepas dari peran media massa yang sangat strategis dalam menumbuhkan opini publik, karena pengaruhnya dapat menentukan sikap masyarakat terhadap sebuah peristiwa. Oleh karena itu, objektivitas dalam penyampaian berita menjadi hal yang penting agar opini publik terbentuk berdasarkan informasi yang akurat dan tidak menyesatkan.

Peran media massa di negara berkembang seperti Indonesia memiliki peran yang membangun informasi, mendidik serta menggerakkan masyarakat guna turut berpartisipasi dalam hal pembangunan. Sedangkan peran utamanya secara umum yaitu sebagai berikut:

⁵²Denis Mcquail, *Teori Komunikasi Massa*, 6th ed. (Jakarta: Salemba Humanika, 2011).

a. Memberikan informasi kepada publik

Peran ini adalah peran yang paling dasar dari media massa. Berbagai peristiwa tingkat lokal, nasional bahkan internasional dibawa oleh media kepada audiens dalam waktu yang singkat dan mudah. Hal ini memberikan kemungkinan kepada publik untuk mendapatkan berbagai perkembangan informasi seperti politik, sosial, ekonomi dan budaya. Tanpa media massa, informasi yang cepat dan akurat akan sulit didapatkan oleh masyarakat. Selain itu, media massa juga dapat memberikan bantuan terhadap masyarakat terkait keputusan yang akan diambil berdasarkan informasi yang diperoleh.

b. Memberikan pengaruh dan membentuk opini publik

Media bukan hanya sebagai penyampai informasi, lebih dari itu media menjadi peran strategis untuk mempengaruhi opini publik. Pengaruh tersebut bergantung pada cara sebuah media massa dalam menyajikan berita baik berdasarkan sudut pandang, bahasa, atau gambar yang digunakan dalam menyampaikan informasi tersebut. Bahkan tidak jarang media massa menjadi alat dalam membentuk persepsi publik mengenai hal-hal yang dianggap penting dalam masyarakat.

c. Alat sosialisasi

Sosialisasi yang dimaksud dalam hal ini adalah sebuah proses dimana individu mempelajari dan menerima nilai, norma serta budaya dalam masyarakat. Artinya media menjadi sebuah alat untuk mengenalkan dan menguatkan budaya masyarakat dalam membentuk identitas baru secara kolektif pada masyarakat. Media juga memberikan kontribusinya untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap berbagai topik melalui program-program dokumenter, diskusi ataupun artikel yang bersifat edukatif.

e. Pengawas kekuasaan (*Watchdog*)

Peran pengawasan kekuasaan ini tertuju kepada kekuasaan, baik sebuah korporasi, pemerintah ataupun individu yang memiliki pengaruh. Media massa akan memastikan bahwa mereka yang memegang kekuasaan tidak akan bertindak untuk melawan hukum dan etika yang ada. Para jurnalis seringkali meliput bentuk penyalahgunaan wewenang yang tidak mungkin diketahui oleh masyarakat tanpa adanya peran media. Misalnya dalam kasus korupsi atau pelanggaran HAM yang akan membuat media menyampaikan transparansi serta akuntabilitas kepada masyarakat, sehingga memberikan kemungkinan tipis bagi para penguasa untuk menyalahgunakan wewenang mereka.

f. Hiburan

Media menjadi salah satu sumber hiburan bagi masyarakat di era modern seperti sekarang. Berbagai program hiburan ditampilkan untuk mengurangi rasa bosan dan stres dalam kehidupan sehari-hari. Tidak jarang media hiburan merupakan cerminan berbagai nilai sosial yang hidup dalam masyarakat.

g. Membantu Integrasi Sosial

Ikatan sosial dan dialog antar komunitas yang berbeda akan terbangun melalui komunikasi yang dibangun oleh media massa. Misalnya pemberitaan mengenai perayaan hari beda nasional yang akan mempersatukan berbagai kalangan masyarakat dalam satu identitas kebersamaan.⁵³

3. Ideologi Media Massa

Istilah ideologi dikenalkan pertama kali oleh de Tracy di abad ke-18. Istilah ini didefinisikan sebagai “ilmu mengenai gagasan”. Pada abad ke-19, istilah tersebut digunakan untuk sebuah aliran yang tidak ingin mengerti kenyataan yang dianggap benar pada sebuah praktik politik. Sejak saat itu, kata ideologi tidak lagi dikaitkan dengan bidang ilmiah dan dikaitkan dengan bidang politik. Istilah tersebut juga mendapatkan pengaruh dari Marxisme yang

⁵³Fadila et al., *Media, Komunikasi Dan Jurnalistik Di Era Digital: Teori, Praktik, Dan Tantangan Masa Depan*.

digunakannya sebagai alat dalam melawan *middle class* menggunakan pemikiran mereka.⁵⁴

Thompson mendefinisikan istilah ideologi dengan dua cara. Pertama, penggunaan istilah ideologi oleh sejumlah kalangan untuk sesuatu yang asli bersifat deskriptif sebagai sebuah sistem berfikir, sistem kepercayaan, praktek simbolik yang berkaitan dengan tindakan dalam bidang sosial dan politik. Cara ini akan menimbulkan sesuatu yang disebut sebagai konsepsi netral mengenai ideologi (*neutral conception*). Kedua, penggunaan istilah ideologi dihubungkan dengan sebuah proses pembuktian hubungan kekuasaan yang tidak simetris, berkaitan pada pembuktian dominasi. Cara ini memberikan istilah baru yang disebut dengan konsepsi kritis ideologi (*critical conception of ideology*).⁵⁵

Istilah ideologi banyak digunakan untuk sebuah institusi resmi dan besar seperti negara atau untuk sebuah pemikiran yang terikat dalam sebuah kelompok dalam kehidupan masyarakat. Van Dijk memaknai ideologi sebagai tatanan sosial yang digunakan secara bersamaan pada kelompok tertentu. Ia berperan untuk mengatur permasalahan perbuatan atau praktik individu agar seseorang atau suatu kelompok

⁵⁴Kadri, *Komunikasi Massa: Membedah Media Massa Dengan Perspektif Kritis*, ed. Akhmad Asy'ari (Mataram: P2M-LP2M, 2018).

⁵⁵Kadri. *Komunikasi Massa*: 50.

bertindak sama ketika menghadapi suatu permasalahan. Tindakan tersebut akan menciptakan solidaritas dan kohesi dalam suatu kelompok. Identitas kelompok yang terbentuk dari solidaritas tersebut akan membedakannya dari kelompok yang lain, dimana nilai-nilai yang ada pada kelompok tersebut mampu memberikan solusi bagaimana melihat suatu masalah.⁵⁶

Media massa sendiri menjadi sarana untuk menyebarkan serta menanamkan ideologi kepada komunitas atau khalayak. Tidak jarang pula media massa sendiri yang menganut sebuah ideologi yang diwujudkan melalui pemberitaan. Wacana maupun berita yang diterbitkan tidak lepas dari suatu ideologi yang dianut oleh media. Melalui narasi yang dikembangkan dalam berita, objek atau realitas dikembangkan dengan cara yang berbeda tergantung ideologi yang dianut oleh media tersebut. Praktik tersebut dikenal dengan istilah representasi dimana gagasan seorang individu ataupun kelompok disampaikan atau ditampilkan dalam pemberitaan. Sedangkan kebalikannya adalah *misrepresentasi*, dimana ketidakbenaran atau kesalahan seorang individu atau kelompok digambarkan atau ditampilkan dalam pemberitaan. Eriyanto menyebutkan

⁵⁶Muttaqin, "Ideologi Dan Keberpihakan Media Massa." 5, no. 2 (2011).

bahwa terdapat empat kemungkinan terjadinya *misrepresentation*, yaitu sebagai berikut:⁵⁷

- a. *Excommunication* (ekskomunikasi) adalah sesuatu yang berkaitan dengan cara seseorang atau kelompok dikeluarkan dari pembicaraan publik. Konsekuensi pentingnya ketika wacana hanya dibatasi oleh pihak sendiri dan menampilkan pihak lain dengan perspektif mereka sendiri. Selain itu, terdapat penggambaran yang simplifistik dimana pihak lain digambarkan sesuai kepentingan pihak sendiri.
- b. *Exclusion* (eksklusi) berkenaan dengan bagaimana seorang individu dikucilkan pada suatu pembahasan. Dalam hal ini mewacanakan bahwa orang lain tersebut buruk sedangkan pihak sendiri (pihak kita) adalah baik. Hal ini biasa terjadi ketika seseorang atau kelompok memiliki otoritas tertentu terhadap kelompok lain.
- c. Marjinalisasi, ialah penggambaran yang buruk terhadap seseorang atau kelompok dengan penghaluan makna (*eufisme*), menggunakan bahasa pengasaran (*disfemisme*), labelisasi ataupun stereotipe.
- d. Delegitimasi, adalah sesuatu yang berkaitan dengan bagaimana seorang individu atau kelompok lain tidak absah dan hanya kelompok sendiri yang dianggap benar.

⁵⁷Eriyanto, *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LkiS Yogyakarta, 2009).

Keempat cara di atas dapat dipraktikkan oleh sebuah media ketika menggambarkan figur seorang individu ataupun kelompok pada sebuah momen tertentu. Media dapat melakukan salah satu atau beberapa dari cara tersebut untuk mendukung figur tertentu yang memungkinkan media untuk mengklasifikasikan satu kelompok dengan kelompok lain.⁵⁸ Di sisi lain, McQuail berpendapat bahwa terdapat beberapa kemungkinan yang dapat dilakukan oleh media ketika menyajikan sebuah realitas. Kemungkinan-kemungkinan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Media sebagai jendela, dimana media memberikan cakrawala untuk menyajikan realitas dalam sebuah berita sesuai dengan apa adanya peristiwa yang terjadi.
- b. Media sebagai cermin, dimana media menjadi pantulan dari sebuah peristiwa atau realitas yang terjadi.
- c. Media sebagai selektor (filter), dimana media menyeleksi sebuah realitas sebelum menyajikannya dalam bentuk berita kepada masyarakat dan membuat realitas tersebut tidak utuh apa adanya.
- d. Media sebagai petunjuk arah, pembimbing serta penerjemah untuk mengkonstruksikan sebuah realitas menyesuaikan dengan kebutuhan khalayak.

⁵⁸Kadri, *Komunikasi Massa: Membedah Media Massa Dengan Perspektif Kritis*. 62.

- e. Media sebagai forum kesepakatan bersama, dimana terkadang realitas diangkat sebagai bahan perdebatan atau diskusi antar subjektif.
- f. Media sebagai penghalang atau memisahkan masyarakat dari realitas yang ada.⁵⁹

Media sebagai alat ideologi mempunyai kemampuan dalam menarik dan mengarahkan, membujuk, memberikan definisi serta menentukan sikap. Oleh karena itu, media seringkali digunakan sebagai alat kepentingan oleh berbagai kalangan masyarakat. Hal ini selaras dengan pemikiran McLuhan yang menjelaskan bahwa media adalah hasil pikiran manusia yang dianggap sebagai suatu kecenderungan yang mampu mempengaruhi periode sejarah manusia. Selain itu, Bennet juga menambahi bahwa media tidak hanya sebagai saluran suatu pesan, melainkan juga sebagai subjek yang membangun realitas, sudut pandang, dan keberpihakan. Dengan demikian, media menjadi sebuah konstruksi sosial yang dapat mendefinisikan dan membangun kenyataan, bukan hanya sebagai tempat saluran yang bebas.⁶⁰

⁵⁹Mcquail, *Teori Komunikasi Massa*...74.

⁶⁰Vellayati Hajad, "Media Dan Politik (Mencari Independensi Media Dalam Pemberitaan Politik)," *Source : Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 2 (2018), 1-10. <https://doi.org/10.35308/source.v2i2.295>.

4. Media dan Politik

Melalui fungsi kontrol sosial yang dimiliki, media massa berperan penting dalam mendorong partisipasi publik pada kehidupan politik. Dengan menyajikan informasi yang kritis dan akurat, media mampu menggugah kesadaran khalayak masyarakat tentang isu-isu sosial politik yang sedang terjadi. Masyarakat yang mendapatkan wawasan mendalam dan luas, cenderung terdorong untuk ikut serta dalam partisipasi politik baik dengan demonstrasi, diskusi atau lain sejenisnya. Pada beberapa kasus, media bahkan dapat mendorong perubahan hingga merombak struktur politik yang dianggap tidak mewakili suara rakyat. Oleh karena itu, media massa bukan hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai alat penggerak dalam tatanan sistem sosial dan politik masyarakat demokratis.⁶¹

Posisi strategis media massa menjadikannya memiliki kedudukan penting dalam pertarungan politik. Tidak jarang media massa digunakan oleh subjek politik atau partai politik untuk kepentingan politiknya terutama menjelang ajang pemilu. Bahkan media bagi keberlangsungan politik dapat dikatakan sebagai pondasi ke-4 dari demokrasi setelah eksekutif, yudikatif dan legislatif. Brian McNair dalam bukunya yang berjudul *An Introduction to Political Communication*, peran media dalam kehidupan demokrasi terdiri dari beberapa hal. Pertama, media

⁶¹Herdiansyah Amanu and Letikarmila, "Peran Media Massa Dalam Komunikasi Politik Di Indonesia," *Balayudha* 1, no. 1 (2021): 1–7.

menyampaikan sesuatu peristiwa yang terjadi. Kedua, mengedukasi masyarakat terkait peristiwa yang terjadi. Ketiga, media berperan sebagai wadah yang meracik agenda politik dalam menyampaikan informasi. Keempat, media berperan untuk memantau dan mengkritik pemerintahan terkait kebijakan yang dilakukan. Kelima, media berperan mengadvokasi sudut pandang politik (*persuasion*) untuk mengawal partai politik dalam menyampaikan sudut pandangnya.⁶²

Media merupakan titik bertemunya beberapa kekuatan beserta kepentingan yang sangat efektif dalam memberikan pengaruh terhadap masyarakat seperti kampanye politik yang bertujuan mencari kekuatan politik atau dukungan suara. Pengaruh media masa dalam kampanye politik dilakukan melalui berita-berita yang disajikan. Semakin intens berita tersebut disiarkan, maka semakin besar pula pengaruh yang didapatkan masyarakat. Media massa berperan untuk memberikan dukungan politik terhadap kepentingan-kepentingan yang mendominasi kepentingan pemerintah serta masyarakat. Akses yang meningkat tersebut pada akhirnya akan memberikan pengaruh kepada meningkatnya kepercayaan masyarakat kepada pesan atau berita yang disiarkan oleh media.⁶³ Selain itu, partai politik dan calon pemilihan juga menggunakan media massa atau media digital untuk menyebarluaskan berbagai pesan kampanye,

⁶²Vellayati Hajad, "Media Dan Politik ...", 3.

⁶³ Vellayati Hajad, "Media Dan Politik ...", 3.

menyampaikan kebijakan ataupun mempengaruhi dukungan pemilih. Berdasarkan hal tersebut, masyarakat harus mampu mengevaluasi informasi yang disampaikan melalui media. Sudut pandang yang beragam juga perlu diperhatikan agar masyarakat memiliki pemikiran yang independen guna menciptakan orientasi politik atas dasar pemahaman yang menyeluruh.⁶⁴

Upaya kampanye politik dengan media massa di bangun menggunakan dialog demokratis untuk semua ukuran masyarakat politis. Proses ini pun melibatkan berbagai pihak seperti pemimpin, calon pemilih atau partai politik untuk terlibat dalam pertukaran gagasan. Misalnya seorang juru bicara ataupun aktivis politikus menyampaikan pendapat untuk membela kepentingannya. Upaya tersebut hanya akan berhasil ketika media massa memperhatikan kebutuhannya. Dengan adanya dialog demokratis ini, kampanye politik bukan hanya menjadi ajang promosi, namun juga menjadi wadah dalam mendiskusikan berbagai isu penting perihal kepentingan khalayak masyarakat. Pada akhirnya, dialog ini mampu meningkatkan partisipasi politik untuk memperkuat sistem demokrasi dalam negara.

Kampanye politik melalui wacana dalam media massa menentukan suatu independensi media itu sendiri. Secara sederhana, pembuatan wacana atau berita pembelaan pada salah

⁶⁴Maghrifa Kafka Razaqa, Fadlian Rafa Prawira, and Gunawan Santoso, “Jurnal Pendidikan Transformatif (Jupetra) Pengaruh Media Sosial Terhadap Orientasi Politik Pemilih Pemula Siswa Pada Pemilu Jurnal Pendidikan Transformatif (Jupetra)” 01, no. 02 (2022): 132–141.

satu kekuatan politik (partai politik) mempunyai tujuan politik atau ideologis dibalik berita tersebut. Ketika media lebih menonjolkan sebuah peristiwa yang kontroversial dari sebuah partai politik tanpa adanya pembelaan ideologis terhadap kekuatan politik tersebut, artinya media mengutamakan pasar atau keuntungan ideologis. Apabila media memberitakan sebuah peristiwa tanpa adanya pretensi ideologis maupun ekonomis, maka media tersebut dapat dikatakan telah memposisikan diri sebagai media yang idealis dan independen.⁶⁵ Terlepas dari berbagai keadaan tersebut, ketika media berpihak pada salah satu kandidat atau partai (*media endorsement*), maka berbagai liputan politik yang ada akan menjadi bias, subjektif dan partisan. Hal tersebut timbul karena adanya realitas nyata yang dimunculkan menjadi realitas media dan dikonstruksikan oleh jurnalis ketika mengolah sebuah berita.

Media massa juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi orientasi politik. Selain sebagai pemberi informasi, media mampu menjangkau masyarakat dimanapun dan memberikan pengaruh terhadap opini publik. Analisis dan opini yang disajikan dalam pemberitaan dapat membangun pandangan tertentu mengenai isu-isu politik atau citra seorang tokoh politik. Bahasa dan sudut pandang yang dipilih akan menggiring *audience* kepada arah tertentu. Media massa juga mampu memoderasi

⁶⁵Ibnu Hamid, *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa* (Jakarta: Granit, 2004).

dialog politik dengan menyampaikan informasi yang berkualitas dan relevan, pemberitaan yangimbang, analisis mendalam, serta penyajian berbagai sudut pandang.⁶⁶ Pada akhirnya, media massa dapat memberikan pemahaman bersama, bertambahnya partisipasi masyarakat, serta informasi politik dari beberapa gagasan.

C. Pemberitaan Pemilihan Presiden (Pilpres)

1. Pemberitaan

a. Pengertian Pemberitaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pemberitaan memiliki arti proses, cara, dan perbuatan memberitakan (memaklumkan, melaporkan), maklumat dan perkabaran. Sedangkan secara istilah, pemberitaan diartikan sebagai suatu penuturan yang benar dan tidak berpihak berdasarkan fakta yang memiliki arti strategis dan baru terjadi, sehingga mampu menarik perhatian dari para pembaca, pendengar maupun pemirsa. Secara tidak langsung, definisi tersebut mengharuskan media untuk berbuat sesuai dengan kaidah jurnalistik pemberitaan yang netral tanpa memiliki kepentingan apapun.⁶⁷

Pemberitaan harus memiliki nilai dan daya tarik yang tinggi guna mendapatkan perhatian masyarakat. Oleh

⁶⁶Rafiqah Syahidah Ritonga, "Media Dan Politik." *Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah* 1, no. 1 (2023): 64–89, <https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/ittishol/article/view/11057>.

⁶⁷Edwin Emery and Philip Ault K Warren, *Introduction To Mass Communications* (New York: Longman, 1960).

karena itu, pemberitaan melalui proses pengorganisasian agar berita dapat dikemas dengan rapi. Pengorganisasian tersebut terdiri dari dua unsur, yaitu sebagai berikut:

1) Wartawan

Wartawan menjadi bagian terpenting dalam proses pemberitaan yang bekerja secara langsung di lapangan. Istilah lain dari wartawan adalah beat man yang bertugas meliput keadaan di lapangan dengan dibantu rekan lain yang disebut sebagai leg man. Leg man sendiri adalah waryawan yang secara khusus ditugaskan meliput berbagai peristiwa aktual dan penting.

2) Editor

Editor bertugas mengedit naskah artikel atau berita yang dihasilkan oleh wartawan atau kontributor. Editor yang masuk dalam anggota tim redaksi ini dituntut untuk mengambil keputusan yang sesuai dan menyempurnakan hasil naskah berita. Dalam hal ini, editor tidak bisa lepas dari wartawan. Apabila editor merasa terdapat kekurangan dalam nilai berita, ia dapat meminta kepada wartawan untuk mencari informasi lagi ke lapangan guna melengkapi nilai berita tersebut.

Selain pengorganisasian, pemberitaan juga melewati skema produksi berita yang terdiri dari dua kategori.

Kategori pertama merupakan suatu rutinitas yang mengharuskan sebuah peristiwa dianggap layak untuk dimuat dalam pemberitaan. Prinsip ini lahir dari suatu redaksi yang bekerja. Berita diproduksi setiap hari oleh institusi media, seleksi tersebut menjadi bagian dari suatu ritme serta aturan kerja yang dilakukan setiap hari. Adapun kategori kedua adalah nilai berita yang tidak hanya digunakan untuk menentukan peristiwa apa yang sedang diberitakan, namun juga tentang bagaimana proses pengemasan berita tersebut. Nilai berita yang tersedia menjadi standar dan ukuran untuk para wartawan ketika melakukan tugasnya sebagai jurnalis.

2. Berita

Berita adalah unsur paling penting dalam media massa. Ia merupakan hasil akhir dari kinerja wartawan setelah melewati berbagai proses yang panjang mulai dari meliput, menyortir, dan menentukan tema pada kategori tertentu. Kata berita berasal dari bahasa Sansekerta yaitu “Vrit” atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan kata “write” yang pada dasarnya berarti “ada” atau “terjadi”. Terdapat pula yang menyebut kata berita berasal dari kata “Vritta” yang artinya “kejadian” atau “yang telah terjadi”. Istilah tersebut kemudian ditarik ke dalam bahasa Indonesia menjadi kata “berita” atau “warta” yang artinya

peristiwa yang terjadi.⁶⁸ Menurut persepsi Jurnalisatik, berita diartikan sebagai laporan yang berisi fakta ataupun ide yang ditentukan oleh para redaksi untuk disajikan agar dapat mencuri perhatian dari para audience. Dan Nimmo juga berpendapat bahwa berita adalah sesuatu yang dilakukan, dikatakan atau dijual oleh wartawan dalam batasan institusional, teknologis, ekonomi, psikologi ataupun sosial.⁶⁹ Artinya, berita ialah apa-apa yang dianggap menarik dan dipelajari oleh jurnalis selama proses pengalaman sosialisasinya untuk menyita perhatian khalayak masyarakat.

Secara umum, kepenulisan berita terbagi atas beberapa jenis sebagai berikut:

- a. *Straight News / Hard News / Spot News*, yang berarti berita yang disusun secara langsung dan lugas. Berita ini biasanya berisi suatu peristiwa yang yang dapat mengguncang dan atau menyita perhatian dari masyarakat, seperti gempa bumi, perang, konflik, dan lain sebagainya. Tetapi berdasarkan macamnya, jenis berita ini dibagi menjadi dua, yaitu *hard news* (berita keras) dan *soft news* (berita lunak). Berita keras artinya berita tersebut memiliki arti yang penting dan

⁶⁸Totok Djuroto, *Teknik Mencari Dan Menulis Berita* (Semarang: Dahara Prize, 2003).

⁶⁹Dan Nimmo, *Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, Dan Media* (Bandung: Rosda, 2000).

menyita banyak perhatian dari para pembaca, pendengar atau pemirsa karena kejadiannya yang baru saja terjadi atau akan terjadi. Sedangkan berita lunak merupakan berita yang sifatnya hanya menghibur atau kurang penting. Berita ini berisi *interest* atau rubric *feature* yang lebih menarik emosi daripada akal pikiran.

- b. *Depth News*, yakni berita yang dikembangkan secara mendetail melalui pendalaman suatu kondisi yang berada di bawah sebuah permukaan. Jenis berita ini menonjolkan unsur “*why*” (mengapa sebuah peristiwa atau kejadian tersebut dapat terjadi), “*how*” (bagaimana suatu peristiwa tersebut dapat terjadi), dan “*so what*” (kemudian bagaimana dampak yang ditimbulkan?).
- c. *Investigation News*, adalah berita yang disajikan atas dasar hasil penelitian ataupun penyelidikan secara mendalam terhadap suatu peristiwa. Berita yang dihasilkan berupa laporan investigasi dari berbagai metode investigasi seperti observasi, wawancara, atau penelitian yang mendalam.
- d. *Interpretative News*, merupakan berita yang berkembang dari penelitian wartawan yang bersumber dari fakta yang terjadi. Jenis berita ini merupakan perkembangan dari jenis berita *straight news*, dimana

terjadi penambahan dalam informasi latar belakang, wawancara kepada para narasumber dan pengamat, dan penambahan berbagai data untuk mendapatkan berita baru yang lebih lengkap dan tajam.

- e. *Opinion News*, adalah berita yang berisi tentang opini seorang tokoh atau pandangan seseorang terhadap suatu ide, pemikiran, atau komentar tentang suatu hal. Misalnya opini dari seorang pengamat ekonomi tentang turunnya nilai tukar rupiah.⁷⁰

Berbagai jenis berita di atas menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan oleh para wartawan. Di samping itu, suatu laporan dapat dikatakan sebagai berita ketika mengandung nilai-nilai jurnalistik sebagai berikut:

- a. Aktual, artinya peristiwa tersebut benar-benar baru terjadi sebagai berita. Suatu peristiwa yang telah lama terjadi tidak lagi menarik untuk ditulis sebagai berita karena hilang nilai jurnalistiknya.
- b. Penting, yaitu seorang jurnalis harus memilah suatu peristiwa yang dianggap penting untuk diberitakan kepada khalayak masyarakat.

⁷⁰Erwan Effendy et al., “Dasar Dasar Penulisan Berita,” *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 5, no. 2 (2023): 4042–44, <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/13888>.

- c. Berdampak, artinya suatu peristiwa diambil sebagai berita karena dianggap memiliki akibat atau dampak baik positif atau negatif kepada masyarakat.
- d. Luar biasa, artinya seorang jurnalis harus dapat memiliki suatu peristiwa yang dianggap luar biasa.
- e. Konflik, artinya sebuah peristiwa dijadikan berita karena memiliki konflik di dalamnya baik secara fisik maupun emosional.
- f. Tragis. Sebuah peristiwa yang tragis memiliki nilai jurnalistik yang tinggi karena terlibatnya emosi dan nurani kemanusiaan.
- g. Ketokohan, dalam hal ini berita disampaikan karena terkait dengan seorang tokoh atau *public figure*.
- h. Seks, adalah salah satu peristiwa yang tinggi nilai jurnalistiknya.
- i. Humor, artinya sebuah peristiwa yang memiliki unsur humor diakui layak untuk menjadi sebuah pemberitaan.⁷¹

Setelah nilai-nilai yang terkandung dalam berita tersebut terpenuhi, standar objektifitas dalam berita juga perlu diperhatikan. Hanya saja hal ini belum mendapatkan kepastian dari para pakar. Namun pada hakikatnya setiap hasil jurnalistik memiliki sifat subjektif, baik dari berita yang dicari, liputan, tulisan, hingga proses *editing* berita.

⁷¹Sudirman Tebba, *Jurnalistik Baru* (Ciputat: Kalam Indonesia, 2005).

Subjektifitas tersebut nantinya yang mempengaruhi pembiasan dalam pemberitaan di media massa. Terdapat tiga bentuk pembiasan pada pemberitaan media yaitu sebagai berikut:

- 1) Pola *symulacrum* adalah usaha untuk merealisasikan apa yang menjadi imajinasi dalam penyajian media massa, baik berupa esai, laporan ataupun berita. Pada pola ini, realitas terlihat seperti nyata namun aslinya palsu.
- 2) Pola *distorsi* merupakan pendistorsian berita mulai dari tataran penafsiran, analisa atau komentar yang membuat sebuah berita yang berkembang menjadi bertentangan dengan berita utama.
- 3) Pola *reduktif* adalah pola yang menukil satu bagian dari sebuah data dan fakta yang sangat kompleks untuk menjadi sebuah berita. Pola ini dinamakan *focusing* yakni berita yang ditulis dengan hanya fokus pada sebuah sasaran dan mengabaikan berbagai faktor yang melingkupinya.⁷²

Pola-pola penyajian berita tersebut lebih rinci lagi dijelaskan dalam framing yang berfungsi membingkai sebuah persepsi pada berita. Proses ini menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari proses penyuntingan

⁷²Kadri, *Komunikasi Massa: Membedah Media Massa Dengan Perspektif Kritis*.

berita dan melibatkan redaksi media. Melalui framing, secara sadar ataupun tidak media memilih sudut pandang untuk menyampaikan informasi kepada publik. Selama proses penyuntingan, wartawan ataupun editor menentukan aspek mana yang akan ditonjolkan, struktur seperti apa yang dikembangkan, dan bahasa apa yang difungsikan dalam penggambaran berita. Oleh sebab itu, peran framing sangat penting dalam membentuk persepsi pada audiens terhadap isu atau peristiwa yang diberitakan dan menjadi alat untuk mempengaruhi opini publik dan arah diskusi sosial.

Entman telah menjelaskan bahwa untuk mengidentifikasi framing yang membingkai berita, terdapat lima cara sebagai berikut:

- a. Konflik. Konflik dapat diprioritaskan dengan keputusan yang dibuat.
- b. Ketertarikan manusia/personalisasi. Yaitu menyajikan cerita dengan sudut pandang manusia, kepribadian lebih diutamakan daripada aspek yang lebih penting.
- c. Konsekuensi.
- d. Moral. Liputan media tentang moralitas seringkali menggurui, terkadang karena kecerobohan aktor

politik atau kebijakan alternatif yang dipertanyakan secara moral.

- e. Tanggung jawab. Memberikan tanggung jawab baik suatu penyebab ataupun solusi.⁷³

Framing fokus pada bagaimana media menarik perhatian publik terhadap topik-topik tertentu yang menjadi agenda. Kemudian melangkah lebih jauh dengan menciptakan bingkai dimana audiens akan memahami informasi tersebut. Menciptakan bingkai merupakan pilihan yang dilakukan dengan cermat oleh narasumber, reporter, jurnalis atau editor. Melalui cara ini, media dibenarkan sebagai pihak yang cermat dalam mengumpulkan, memilih, mengatur dan menyajikan ide, peristiwa dan topik yang diliput. Dalam *framing* berita ini terdapat beberapa fokus yaitu sebagai berikut:

- Untuk membangun jalan pintas kognitif
- Berita yang terlalu disederhanakan
- Mengalihkan perhatian publik dari isu-isu penting
- Membatasi kemampuan audiens untuk berpikir di luar konteks
- Aktivasi ajaib kepada audiens yang dibentuk secara kognitif.⁷⁴

⁷³Sunday Olasunkanmi Arowolo, "Understanding Framing Theory," no. March (2017), <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.25800.52482>.

⁷⁴Olasunkanmi Arowolo. "Understanding Framing Theory"

Sedangkan tingkatan dalam *framing* berita dibagi menjadi dua tingkatan yaitu sebagai berikut:

- a. Framing dalam komunikasi. Framing ini terdiri dari komunikasi dari beberapa aktor, sumber berita yang bisa bersifat positif ataupun negatif.
- b. Framing dalam berita. Framing ini terdiri dari representasi mental, interpretasi, penyederhanaan dan tidak memanipulasi realita.⁷⁵

Pada intinya, framing berfokus pada bagaimana media dapat menarik perhatian publik terhadap topik-topik tertentu yang menjadi agenda. Kemudian melangkah lebih jauh dengan menciptakan bingkai dimana audiens akan memahami informasi tersebut. Proses pembuatan bingkai ini biasanya adalah pilihan yang tepat oleh narasumber, reporter, jurnalis, atau editor. Dengan cara tersebut, media dibenarkan menjadi penjaga gerbang yang dengan cermat mengumpulkan, memilih, mengatur dan menyajikan ide, peristiwa, dan topik yang diliput.

3. Pemberitaan Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024

Pemberitaan politik yang disampaikan media massa dapat memberikan panduan kepada masyarakat dalam menyikapi serta mengawasi jalannya proses politik di negara ini. Peran penting media dalam membangun ideologi dan opini publik

⁷⁵Olasunkanmi Arowolo. "Understanding Framing Theory"

sangat signifikan. Informasi yang akurat dan obyektif dalam media massa dapat menjadi panduan bagi masyarakat untuk lebih memahami dinamika politik dalam masyarakat. pemberitaan politik juga mengontrol kehidupan sosial yang memberikan kemungkinan pada masyarakat untuk ikut andil dalam menjalankan proses politik. Namun demikian, media massa mungkin tidak sepenuhnya mampu mengarahkan cara berfikir masyarakat, tetapi secara tidak langsung berhasil menunjukkan hal-hal yang perlu dipertimbangkan dan diperhatikan.

Media massa merupakan jembatan untuk menyampaikan informasi atau berita aktual dan terkini. Diantaranya adalah pemberitaan Pemilu 2024 yang memiliki posisi khusus dalam khalayak masyarakat. Pemberitaan ini tidak jarang menimbulkan opini di tengah-tengah masyarakat, tergantung bagaimana media tersebut mengemas pemberitaan dalam sudut pandangnya. Hal tersebut memberikan karakteristik tersendiri bagi media massa yang menyajikan pemberitaan politik. Bahkan media mampu mempengaruhi sudut pandang seseorang dalam memahami sebuah kejadian melalui sudut pandang dan bahasa yang digunakan dalam memberitakan isu pemilihan umum. Beberapa publikasi isu tertentu dapat memicu terjadinya protes atau perubahan perilaku sosial. Hasil pemilu dari dukungan masyarakat dapat dipengaruhi akibat adanya pemberitaan yang disampaikan dalam media massa.

Karena itu, pemberitaan seputar pemilihan umum sangat penting untuk mengutamakan integritas, objektivitas dan etikanya.⁷⁶

Berita atau informasi telah mengalami kebebasan yang didorong oleh pesatnya perkembangan teknologi. Semua media massa baik cetak ataupun elektronik ikut andil dalam menyebarkan informasi mengenai pemilu. Media berperan untuk mengawal pengenalan para calon presiden dan wakil presiden dalam pemilu 2024 kepada masyarakat. Menurut data yang dikutip dari Republika.id pada tahun 2022, pemberitaan tentang pemilihan umum 2024 pada periode 1 Januari hingga 20 Desember 2022 telah mencapai 1 juta berita. Fenomena ini menjelaskan bahwa media sangat intens meliput informasi terkait pemilu, baik dari segi strategi politik, tahapan persiapan, sosialisasi, agenda pemilu, sampai pada elektabilitas dari masing-masing pasangan calon.⁷⁷

Media massa sebagai pondasi keempat dalam sebuah demokrasi negara, media mempunyai kedudukan yang sentral dalam terselenggaranya pemilu. Oleh karena itu, media harus memiliki tiga prinsip dasar berikut ini:

- 1) Kebebasan berbicara.

⁷⁶Ahmad Midani et al., “Analisis Framing Berita Pilpres 2024 Sebagai Materi” 4, no. 1 (2024): 85–92.

⁷⁷Dewa Ayu Aksamala Gangga Paramita and Rizca Haqqu, “Framing of Electability Presidential and Vice-Presidential Candidates Republic of Indonesia 2024 on Kompas.Com,” *Jurnal Network Media* 7, no. 2 (2024): 216–31.

Prinsip ini adalah prinsip dasar untuk memastikan pemberitaan media bebas berekspresi sesuai sudut pandang termasuk dalam menerima dan mencari informasi. Kebebasan media ini telah disoroti oleh Komite Hak Asasi Manusia Perserikatan Bangsa-Bangsa agar para kandidat dan pemilih memiliki akses yang terbuka. Di Indonesia, kebebasan media telah dijamin dalam Pasal 28 Undang-Undang Dasar 1945 yang menjamin kemerdekaan berserikat dan berkumpul, mengeluarkan pendapat dengan lisan ataupun tulisan. Selain itu juga terdapat dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 40 tahun 1999 tentang Pers yang menyatakan bahwa kebebasan pers adalah satu diantara bentuk kedaulatan rakyat.

2) Batasan Kebebasan Berbicara

Meskipun media memiliki kebebasannya, terkait proses politik media harus berhati-hati supaya pemberitaannya tidak mengandung unsur kebencian atau kekerasan. Ini umum terjadi selama masa pemilu dimana ujaran kebencian menyasar kepada para kandidat lawan, penyelenggara pemilu, atau bahkan kepada pemilih. Di samping itu, media dapat memberitakan edukasi kepada masyarakat agar tidak mudah menyebarkan ujaran kebencian di tengah-tengah panasnya politik seperti pemilihan umum.

3) Independensi Media

Dalam menyajikan berita seputar pemilihan umum, media harus menyampaikan fakta-fakta dan informasi yang independen mengenai suatu peristiwa maupun isu-isu yang terjadi karena akan menjadi rujukan bagi masyarakat dalam mengambil sikap. Bill Kovach memperingatkan bahwa tujuan yang paling penting bagi media adalah menyajikan pemberitaan yang dibutuhkan oleh masyarakat agar masyarakat dapat hidup secara merdeka dan mengatur kehidupan mereka sendiri. Oleh karena itu, independensi media sangat diwajibkan kepada setiap media massa baik independen dari sosial, bisnis ataupun politik.⁷⁸

Pemberitaan pemilu terutama Pilpres akan semakin krusial selama masa kampanye dimana para kandidat saling bersaing mendapatkan dukungan dari publik. Hal ini menimbulkan persaingan yang intens, bahkan tidak jarang disertai dengan drama dan peristiwa menarik. Selama masa kampanye, media meliputnya untuk memberikan informasi kepada publik dan mengevaluasi visi misi dari para kandidat. Selain itu, media massa merupakan satu diantara cara yang efektif untuk berkampanye bagi para kandidat Pilpres. Jangkauan luas dan murah dari media massa memiliki

⁷⁸Heru Margianto et al., *Panduan Peliputan Pemilu 2024*, ed. Heru Margianto (Jakarta Pusat: Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia 2023, 2024).

kekuatan sosial yang mampu membentuk sebuah pencitraan dan publisitas.⁷⁹ Menurut Firmansyah, ini dibutuhkan untuk membedakan antara satu kandidat atau partai politik dengan lainnya. Sebuah pencitraan politik memiliki kekuatan tertentu untuk memotivasi seseorang untuk melakukan sesuatu hal yang dapat membuat efek positif bagi para pemilih. Dengan kata lain, pemanfaatan media sosial baik digunakan oleh para kandidat Pilpres mengingat penelitian terdahulu menunjukkan bahwa para politisi memiliki semangat untuk melibatkan publik melalui media sosial dalam rangka meningkatkan dialog dengan masyarakat sehingga mampu menciptakan hidupnya diskusi politik.⁸⁰

Masing-masing pasangan calon presiden 2024 seperti Anies Baswedan – Muhaimin Iskandar (1), Prabowo Subianto – Gobran Rakabuming (2), dan Ganjar – Mahfud MD (3) membangun citra positifnya melalui berbagai acara termasuk media massa. Humas dari masing-masing calon menyampaikan pesan yang efektif serta menjawab berbagai tantangan yang muncul timbul dari hasil survei yang bertujuan untuk mengambil hati dan dukungan dari masyarakat. Selain itu, citra positif yang dibungkus dalam berbagai gagasan juga

⁷⁹Insan Harapan Harahap, “Kampanye Pilpres 2019 Melalui Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Demokrasi Indonesia,” *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 17, no. 1 (2020): 1–11.

⁸⁰Rafiqah Syahidah Ritonga, “Media Dan Politik” *Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah* 1, no. 1 (2023): 64–89, <https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/ittishol/article/view/11057>. 68.

disampaikan melalui debat para pasangan calon yang diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU). Pada masa tersebut, media massa yang memberikan berbagai informasi terkait pasangan calon dalam berita yang disampaikan kepada masyarakat.

Media massa harus cermat dalam memperoleh dan menyampaikan informasi kampanye terutama informasi kebohongan atau kampanye hitam mengenai pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden. Pada zaman ini, model kampanye seperti itu dapat ditutupi dengan cangkih lewat aplikasi suara ataupun video. Karenanya, media harus berhati-hati dengan berpegang teguh pada etika jurnalistik dan terampil dalam mengecek fakta utamanya terkait kampanye Pilpres 2024.⁸¹ Selain fakta di lapangan, framing dalam memberitakan politik juga harus dipilih dan disajikan sedemikian rupa untuk membentuk sebuah sudut pandang terhadap informasi apakah subjektif atau objektif.

Entman berpendapat bahwa *to frame* artinya aspek-aspek tertentu dipilih berdasarkan realitas untuk dijadikan lebih menonjol pada sebuah teks komunikasi yang berfungsi sebagai promosi suatu masalah, interpretasi kausal, evaluasi moral dan rekomendasi atas isu tersebut.⁸² Pada konteks

⁸¹Margianto et al., *Panduan Peliputan Pemilu 2024*.

⁸²R. M. Entman, "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm," 1993. *Journal of Communication* 43, no. 4 (1993): 51–58.

Pemilihan Presiden 2024, teknik framing yang dipilih oleh sebuah media berpengaruh besar terhadap bagaimana calon pasangan presiden dipersepsikan oleh publik. Media mampu membingkai seorang calon presiden menjadi tokoh reformis yang pro terhadap rakyat atau bahkan sebaliknya, menjadi tokoh yang kurang peka terhadap aspirasi rakyat. Pemilihan bahasa, susunan narasi dan fokus kajiannya akan menjadi instrumen penting untuk membangun wacana politik dalam masyarakat. Dengan kata lain, di samping perihal bagaimana sebuah berita ditulis, namun juga terkait bagaimana media membangun realitas politik yang menjadi konsumsi masyarakat.

Kepentingan redaksional dan ideologi media juga tidak lepas pada teknik framing yang digunakan dalam memberitakan Pemilihan Presiden 2024. Setiap media mempunyai kebijakan yang mampu mempengaruhi seperti apa calon presiden diberitakan. Hal tersebut dapat dilihat pada tajuk opini yang berbeda atau teknik peliputan debat calon presiden di berbagai media yang ada. Afiliasi media terhadap politik tertentu cenderung akan menonjolkan kelebihan salah satu kandidat yang di dukung, bahkan dengan memberikan kritikan terhadap kandidat lainnya. Dalam komunikasi politik, keadaan tersebut dikenal dengan istilah *bias framing*, yaitu ketika liputan yang dilakukan bersifat selektif dan manipulatif dengan tujuan memberikan kesan khusus terhadap

masyarakat.⁸³ Oleh sebab itu, masyarakat harus bisa memahami bahwa berita tidak hanya sebuah cermin realitas, tetapi juga sebuah konstruksi sosial yang mendapatkan pengaruh dari berbagai faktor, seperti kepentingan politik dan ideologi media itu sendiri.

⁸³W. A. Gamson and A. Modigliani, "Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionst Approach," *American Journal of Sociology* 95, no. 1 (1989): 1–37.

BAB III

GAMBARAN ORIENTASI POLITIK MEDIA NAHSLATUL ULAMA DALAM PEMBERITAAN PILPRES 2024 PADA KONTEN WEBSITE NU.OR.ID SELAMA MASA KAMPANYE

A. Profil Nahdlatul Ulama

1. Sejarah Singkat Nahdlatul Ulama

Nahdlatul Ulama (NU) adalah bentuk organisasi terbesar di Indonesia yang lahir pada tanggal 31 Januari 1926 di Surabaya. Pada awal pendiriannya, NU didirikan sebagai wadah untuk melindungi dan mempertahankan tradisi keislaman. NU secara bangga menyatakan bahwa ia adalah organisasi yang berpegang teguh pada ajaran *ahlussunnah wal jamaa'ah*.⁸⁴ Secara umum, ada dua faktor yang menjadi latar belakang terbentuknya organisasi Nahdlatul Ulama, yaitu sebagai berikut:

- 1) Reaksi adanya gerakan reformis Islam yang berasal dari Timur Tengah. Paham pembaruan ini bermula ketika banyak tokoh Indonesia yang menunaikan ibadah haji disaat Timur Tengah sedang gencar-gencarnya pembaruan pemahaman keislaman. Arab Saudi pada waktu itu dikuasai

⁸⁴Nur Kholik Ridwan, *Ikhtisar Sejarah NU 1344 H/1926 M* (Jakarta Pusat: LTN NU, 2023).

oleh kelompok Wahabi dengan bentuk gagasan pemurnian Islam dan *salafiyah* seperti yang terjelma dalam diri KH. Ahmad Dahlan, A. Hassan dan pemikir-pemikir pemurnian Islam yang lain.

- 2) Terbentuknya NU secara langsung atau tidak langsung sebagai akibat adanya politik masa penjajahan Belanda terhadap agama Islam. Di masa itu, Belanda tidak hanya menjajah secara kenegaraan atau politik, melainkan juga secara ajaran keagamaan.⁸⁵

Setelah pendiriannya, pada tanggal 6 Februari 1930 NU didaftarkan kepada pemerintah Hindia Belanda dan disahkan oleh GR. Erdbrink yang mengatasnamakan Gubernur Jenderal dari Hindia Belanda. Pada AD/ART masa itu, perkumpulan bernama NU dilahirkan di Surabaya pada tanggal 31 Januari 1926 atau 16 Rajab 1344 H guna keperluan selama 29 tahun atau sampai tahun 1955. Rupanya ada tahun ini menjadi tahun pertama bagi pemerintah RI dan NU menjadi sebuah partai politik. Sedangkan pengurus awal (Pengurus Besar Nahdlatul Ulama) di

⁸⁵Moh. Mahbub, *NU Tulang Punggung Negara: Strategi NU Pasca Khittah Dalam Membangun Relasi Sosial, Politik, Dan Keagamaan*, ed. Junaidi Khab (Yo: Sulur Pustaka, 2023).

tahun 1926 yang ditetapkan pada masa itu adalah sebagai berikut:⁸⁶

Tabel 3. 1 Pengurus Awal PBNU tahun 1926

Rais Akbar	: KH. M. Hasyim Asy'ari (Jombang)
Wakil Rais Akbar	: KH. Dahlan Ahyad, Kebondalem (Surabaya)
Katib Awal	: KH Abdul Wahab Chasbullah (Jombang)
Katib Tsani	: KH. Abdul Chalim (Cirebon)
A'wan	: KH. Mas Alwi Abdul Aziz (Surabaya), KH. Ridwan Abdullah (Surabaya), KH. Sa'id (Surabaya), KH. Bisri Syansuri (Jombang), KH. Abdullah Ubaid (Surabaya), KH. Nahrowi (Malang), Kh. Amin (Surabaya), KH. Masykuri (Lasem), KH. Nahrowi (Surabaya).
Mustasyar	: KH. R. Asnawi (Kudus), KH. Ridwan (Semarang), KH. Mas

⁸⁶Nur Kholik Ridwan, *Ikhtisar Sejarah NU 1344 H/1926 M* (Jakarta Pusat: LTN NU, 2023), 26-28.

	Nawawi (Pasuruan), KH. Doro Muntoho (Bangkalan), Syaikh Ahmad Ghonaim al-Misri (Mesir), KH. R. Hambali (Kudus).
Tanfidziyyah	
Ketua	: H. Hasan Gipo (Surabaya)
Penulis	: M. Sidiq Sugeng Judodiwirjo (Pemalang)
Bendahara	: H. Burhan (Gresik)
Pembantu	: H. Soleh Djamil (Surabaya), H. Ichsan (Surabaya), H. Dja'far Alwan (Surabaya), H. Ahzab (Surabaya), H. Nawawi (Surabaya), H. Dachlan (Surabaya), H. Mangun (Surabaya).

Tujuan awal berdirinya NU adalah untuk memegang dengan teguh salah satu dari mazhan imam empat dan melaksanakan sesuatu hal yang menjadi

kemashlahatan agama Islam. Dalam mencapai semua itu, NU melakukan hal-hal sebagai berikut:⁸⁷

- a. Mengadakan hubungan antara ulama-ulama yang memiliki mazhab
- b. Memeriksa kitab-kitab yang sebelumnya digunakan untuk mengajar untuk mengetahui apakah kitab-kitab tersebut beraliran Ahlus Sunnah Waljama'ah ataupun tidak.
- c. Menyiarkan agama Islam yang didasarkan pada mazhab yang baik.
- d. Berusaha memperbanyak berbagai madrasah yang beragama Islam.
- e. Memperhatikan berbagai hal yang berkaitan dengan masjid, surau, pondok, dan berkaitan dengan anak-anak yatim serta orang miskin.
- f. Membentuk badan yang bertugas memajukan sektor pertanian, perdagangan atau perusahaan yang sesuai dengan koridor agama Islam.

2. Orientasi Politik Nahdlatul Ulama

Awal masa pendiriannya, NU belum menjadi organisasi politik karena hanya berfokus pada pembinaan umat, penguatan pendidikan serta melawan

⁸⁷Nur Kholik Ridwan, *Ikhtisar Sejarah NU 1344 H/1926 M* (Jakarta Pusat: LTN NU, 2023), 26.

pengaruh kolonial Belanda. Namun pada kenyataannya, NU tidak dapat melepaskan diri dari berbagai permasalahan politik. Pada tahun 30-an, NU mulai terlibat dalam merumuskan hukum perkawinan bersama Hindia-Belanda. Dalam Mukhtamar NU di Banjarmasin pada tahun 1936 juga diputuskan bahwa Indonesia adalah negara Islam (*dar al-Islam*), dimana keputusan tersebut melandasi sikap NU di masa depan terkait politik, ideologi dan pemerintahan Indonesia. Selama periode ini, orientasi politik Nahdlatul Ulama masih bersifat laten, dengan kata lain NU tidak terlibat langsung dengan politik praktis. Orientasinya lebih kepada pembentukan Majelis Islam ‘Ala Indonesia (MIAI) karena terdapat kecaman oleh seorang jurnalis kepada Islam terkait berita Palestina, waris dan pengadilan Islam.⁸⁸

Setelah Indonesia merdeka, keikutsertaan Nahdlatul Ulama tampak dalam dukungan yang diberikan kepada partai politik “Masyumi” yang baru dibentuk. Bahkan NU menjadi pimpinan tertinggi dari partai Masyumi dimana KH Hasyim Asy’ari yang merupakan tokoh NU menduduki Majelis Syuro. Hal ini tidak berlangsung lama, pada tahun 1951 NU

⁸⁸Muzakki, *NU Dan Politik: Keadaban Publik*. (Surabaya: LTN Pustaka, 2020).

meninggalkan Masyumi dan membentuk partai politik secara mandiri hingga meninggalkan watak *jam'iyah*-nya. NU melakukan konsolidasi organisasi politik untuk mengimbangi kekuatan PKI yang ditentang oleh NU sendiri. Berbagai organisasi dibentuk oleh NU seperti Banser, SARBUMI (Serikat Buruh Muslim Indonesia), BTI (Barisan Tani Indonesia), IPPNU (Ikatan Pelajar-Pelajar NU) Muslimat Nahdlatul Ulama, PMII (Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia) dan lain sebagainya. Meskipun dianggap bersikap oportunistik dalam politiknya, NU menjadi garda terdepan dalam penumpasan PKI bersama dengan ABRI.⁸⁹

Pada masa Orde Baru, NU di bawah kepemimpinan KH Abdurrahman Wahid (Gus Dur) memutuskan untuk kembali ke Khittah 1926 setelah melalui perjalanan yang berliku-liku. Terdapat dua hal penting dalam pemulihan khittah NU ini yaitu menegaskan kembali peran dan posisi ulama dalam kepemimpinan resmi NU, serta tidak terikat lagi dalam organisasi politik maupun organisasi kemasyarakatan manapun. Artinya, NU tidak lagi bertindak dalam politik praktis, sebaliknya NU

⁸⁹Mahbub, *NU Tulang Punggung Negara: Strategi NU Pasca Khittah Dalam Membangun Relasi Sosial, Politik, Dan Keagamaan*.

menjadi organisasi yang hanya memperhatikan problematika kemasyarakatan secara luas baik dari segi politik, ekonomi, budaya, agama dan sosial. Tetapi di sisi lain, KH Abdurrahman Wahid dan KH Ahmad Siddiq masih berupaya mengarahkan orientasi politik NU dengan memberikan keleluasaan kepada warganya untuk ikut serta dalam kegiatan maupun partai politik yang lain. Karena menurut KH Abdurrahman Wahid, kembali ke khittah bukan berarti tidak berpolitik sama sekali, melainkan berpolitik dalam rangka menjaga integritas negara.⁹⁰

Khittah NU adalah dasar pemikiran, bersikap, dan bertindak bagi warga Nahdliyin dalam bidang agama, sosial dan politik.⁹¹ Khittah NU diputuskan dalam Mukhtamar NU ke-27 Tahun 1984 di Situbondo yang memutuskan empat sikap, yaitu sebagai berikut:

- 1) Bersikap *tasamuh* dan *I'tidal*, artinya NU berada di posisi tengah dalam masyarakat yang menjadi panutan, berbuat lurus dan tidak menyebarkan paham ekstrimisme.

⁹⁰Mahbub. *NU Tulang Punggung Negara: Strategi NU Pasca Khittah Dalam Membangun Relasi Sosial, Politik, Dan Keagamaan*.

⁹¹Imam Jazuli, *Ngaku NU Wajib Ber-PKB*, ed. Ubaidillah Anwar (Cirebon: Bima Pustaka, 2022).

- 2) Bersikap *Tasamuh*, artinya NU bersikap toleran mengenai perbedaan pendapat dalam persoalan keagamaan, kebudayaan dan kemasyarakatan.
- 3) Bersikap *Tawazun*, artinya NU bersikap menjaga keseimbangan dalam berkhidmat kepada Allah, sesama manusia, lingkungan hidup, serta menjaga keseimbangan masa lalu, masa kini hingga masa depan.
- 4) *Amar Ma'ruf Nahi Munkar*, artinya NU peka untuk mendorong masyarakat agar berbuat baik dan mencegah semua perkara yang memiliki nilai rendah dalam kehidupan.

Nahdlatul Ulama bukan sebuah partai politik, namun pada konteks geopolitik dan demografi politik Indonesia, besarnya massa atau anggota membuat Nahdlatul Ulama memiliki daya tawar yang kuat dan signifikasi politik yang begitu tinggi untuk memenangkan konstentasi politik. Adanya majelis taklim, jaringan pesantren, dan struktut organisasi yang mengakar kuat hingga pedesaan membuat NU menjadi kekuatan sosial-keagamaan yang tidak bisa diabaikan. Hal tersebut yang menyebabkan partai-partai politik atau calon kandidat menjadikan NU sebagai mitra yang strategis dalam memperkuat percaturan politik nasional. Oleh karena itu, menurut

teori tersebut, NU adalah apa yang disebut dengan *The NU Factor* (Faktor NU).⁹²

Ditariknya Nahdlatul Ulama pada pusaran politik kekuasaan jelas tidak memberikan keuntungan kepada NU dalam kapasitasnya sebagai organisasi masyarakat yang berbasis pada pengembangan masyarakat. tarikan politik tersebut hanya membuat energi NU akan keteguhannya terhadap khittah dan watak dasarnya sebagai agen perkembangan masyarakat terus menurun. Bahkan esktrimnya, ketika tarikan politik tersebut mendominasi, NU dapat mengalami masa disorientasi.⁹³

3. Media Politik NU

Media politik adalah sebuah sarana yang digunakan oleh para aktor politik, partai, maupun organisasi masyarakat guna menyampaikan berbagai pesan politik kepada khalayak masyarakat. Dalam hal ini media meliputi segala aspek komunikasi yang difungsikan menjadi untuk mempengaruhi opini masyarakat terkait berbagai isu politik dan kebijakan publik.⁹⁴ Nahdlatul Ulama sebagai organisasi

⁹²Muzakki, *NU Dan Politik: Keadaban Publik*. (Surabaya: LTN Pustaka, 2020).

⁹³Muzakki. *NU dan Politik...* 110.

⁹⁴Brian McNair, *An Introduction to Political Communication* (London: Routledge, 2011).

keagamaan terbesar Indonesia yang memiliki pengaruh signifikan pada dinamika politik nasional memiliki perangkat media yang berfungsi sebagai alat komunikasi politik yang efektif di samping fungsinya sebagai sarana dakwah. Secara umum, media politik NU dapat diklasifikasikan ke dalam dua bentuk yaitu sebagai berikut:

- a. Media formal, meliputi platform resmi seperti website NU Online (www.nu.or.id) yang dijadikan sebagai wadah utama dalam menyampaikan sikap organisasi terhadap isu-isu sosial politik.⁹⁵ Di sisi lain, NU juga memiliki risalah NU sebagai media cetaknya dan jurnal pemikiran *Tashwirul Afkar* yang terbit dari berbagai lembaga naungan PBNU. Lembaga penyiaran di bawah NU juga berdiri melengkapi media komunikasi formalnya meskipun jangkauannya belum terlalu luas seperti TVNU dan Radio NU.
- b. Media Informal atau media kultural-tradisional, mencakup ceramah para kiai, forum bahtsul masail, tradisi keagamaan, pengajian yang sering dijadikan sebagai media penyampaian gagasan

⁹⁵Achmad Fawaid, "Framing Narasi Islam Moderat: Analisis Wacana Situs NU Online," *Jurnal Komunika* 13, no. 1 (2019).

politik secara implisit. Komunikasi politik NU dalam hal ini mendapatkan pengaruh dari otoritas kyai yang dijadikan sebagai panutan sosial.⁹⁶

Seiring berkembangnya zaman, Nahdlatul Ulama turut mengalami perkembangan dalam menggunakan media digital. Banyak tokoh muda dari NU yang aktif di media sosial dan menjadikannya sebagai representasi politik keislaman yang moderat seperti Gus Miftah, KH Yahya Cholil Staquf dan para nawaning. Melalui berbagai platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, para tokoh NU menyampaikan pesan politik kepada para generasi muda Nahdliyin untuk merespon adanya polarisasi serta ekstrimisme dalam ruang digital. Pola komunikasi yang digunakan bersifat top-down dan bottom-up. Top-down apabila informasi tersebut berkaitan dengan sikap resmi dari PBNU dan bottom-up apabila menyampaikan aspirasi politik Nahdliyin melalui para kyai dalam tingkat lokal. Unikny adalah kemampuan NU untuk menggabungkan kekuaran simbolik-tradisional dengan teknologi digital guna

⁹⁶Marzuki Wahid, “Dakwah Digital Dan Tantangan Politik Identitas,” *Maarif Institute Report*, 2021.

membentuk wacana politik yang lebih moderat dan santun berdasarkan nilai-nilai Islam Nusantara.⁹⁷

B. Media NU Online (Website nu.or.id)

1. Sejarah singkat berdirinya media NU

Pada awal abad ke 20, media pers mulai berkembang sejalan dengan berkembangnya kebangkitan nasional. Hampir setiap organisasi memiliki medianya sendiri. Demikian pula dengan NU yang memiliki setidaknya empat media pers, diantaranya yaitu *Swara Nahdlatul Oelama*, *Oetoesan Nahdlatul Oelama*, *Berita Nahdlatul Oelama*, dan *Soeloeh Perdjjuangan*. Diantara media pers tersebut, majalah *Swara Nahdlatul Oelama* adalah yang paling tua hingga tidak ada catatan yang jelas mengenai sejarah media tersebut. Media ini menggunakan bahasa aksara Pegon serta berbahasa Jawa dalam penulisannya. Tidak ada rubrik khusus tentang media ini, *Swara Nahdlatul Oelama* hanya berisi tentang kegiatan NU dalam setiap tingkatan mulai dari cabang hingga pusat.⁹⁸

⁹⁷Martin van Bruinessen, "Tradition for the Future: The Reconstruction of Traditionalist Discourse within NU," *Bijdragen Tot de Taal-Land-En Volkenkunde* 151, no. 4 (n.d.).

⁹⁸Ayung Notonegoro, *Swara Nahdlatul Oelama, Pelopor Pers NU*, <https://www.nu.or.id/amp/fragmen/swara-nahdlatul-oelama-pelopor-pers-nu-dLtA3>

Perkembangan teknologi yang terus melaju, membuat Nahdlatul Ulama juga terus mengembangkan media massa berbasis digital untuk mempermudah penyampaian informasi kepada masyarakat luas. Media ini kemudian diberi nama NU Online (www.nu.or.id). Website nu.or.id adalah wujud perkembangan dan pembaruan teknologi media massa dalam organisasi Nahdlatul Ulama. Setelah melalui proses yang panjang, NU Online diresmikan dan diperkenalkan oleh PBNU (Pengurus Besar Nahdlatul Ulama) pada tanggal 11 Juli 2003 di hotel Borobudur Jakarta.

Independensi media NU Online terjaga selama 23 tahun dengan membuat NU Online sebagai perusahaan. Media ini dinaungi oleh PT Visi Berkah Bangsa yang telah didaftarkan oleh Dewan Pers. Karena bersifat PT, susunan redaksi NU Online bukanlah bersifat pengurus, tetapi sebagai pekerja dengan ketua umum sebagai atasannya. Dalam hal ini tentu berbeda dengan organisasi Nahdlatul Ulama itu sendiri yang bersifat kepengurusan.⁹⁹

⁹⁹Wawancara dengan Ivan Aulia Ahsan, Pemimpin Redaksi NU Online, 13 Mei 2025.

2. Tujuan media NU Online

Tujuan dibentuknya NU Online ini termuat dalam visi NU Online sendiri, yaitu sebagai berikut:¹⁰⁰

- a. Menyediakan informasi yang menjunjung tinggi nilai-nilai kedamaian, toleransi, moderat dan keadilan.
- b. Menjadi sarana penyebarluasan kebijakan, sikap, maupun kegiatan di lingkungan NU.
- c. Mengajarkan dan mengarahkan warga NU dan masyarakat luas untuk berinternet secara sehat.
- d. Memberi panduan dalam pengembangan dunia maya di lingkungan NU.

Khairul Anam sebagai redaktur pelaksana NU Online menjelaskan bahwa terdapat tiga misi pokok berdirinya NU Online, yaitu sebagai berikut:

- a. Ajaran Islam *ahlus sunnah wal jamaah* disiarkan kepada masyarakat Indonesia secara konsisten.
- b. Menyebarluaskan informasi perihal kebijakan maupun program kerja yang rengah diambil oleh PBNU disebarluaskan secara masif kepada pengurus wilayah, cabang, anak cabang, dan pondok pesantren di seluruh provinsi Indonesia.

¹⁰⁰Hasan Aziz and Fahrudin, "Modernisasi Media Massa Nahdlatul Ulama: Studi Kasus NU Online 2003-2018," *Karmawibangga: Historical Studies Journal* 03, no. 02 (2021): 101–112, <https://journal.upy.ac.id/index.php/karmawibangga>.

Dalam hal ini NU Online berperan sebagai humas PBNU.

- c. NU online mengupayakan sebagai jembatan komunikasi dalam kebijakan dan program kerja dari PBNU kepada seluruh kader NU di Indonesia. Di sisi lain, NU Online juga berperan sebagai media yang menyiarkan kebijakan kepada pihak luar yang berkaitan dengan keutuhan bangsa Indonesia.¹⁰¹

Melalui website nu.or.id, NU menepis semua bentuk paham radikal yang diselipkan dalam Islam. Ia mengedepankan prinsip-prinsip Islam wasathiyah atau keislaman moderat sebagai wacana persatuan seluruh masyarakat. NU menggunakan medianya untuk meluruskan stigma-stigma negatif yang selama ini diarahkan kepada NU seperti praktik *bid'ah* maupun khurafat. Di samping itu, NU juga dituntut untuk memberikan berbagai inovasi terbaru secara responsif. Ide baru yang bersifat kemajuan disuguhkan kepada masyarakat untuk menjawab berbagai problematika kontemporer yang terjadi.¹⁰²

¹⁰¹M. Mukhibudin Ni'am and Refti Handini Listiyani, "Analisis Wacana Kritis Adrianus Van Dijk Terhadap Media NU Online," *Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya*, n.d., 1–22.

¹⁰²Idris Ahmad Rifai, "Internet Dalam Bingkai Dakwah Organisasi Nahdlatul Ulama," *Indo-Islamika* 8, no. 2 (2018): 77–87.

Oleh karena itu, NU Online disebut juga sebagai “NU yang lain” karena kerja cepat dan cermatnya.

3. Pemberitaan Pilpres dalam website nu.or.id

Seiring berjalannya waktu, NU Online telah banyak menghasilkan berita atau informasi yang diperbarui setiap hari, sehingga berita yang disajikan mengikuti informasi terbaru yang sedang diperbincangkan. NU Online tidak hanya berperan dalam aktivitas dakwah *ahlussunnah wal jama'ah*, tetapi juga berperan serta dalam perjalanan demokrasi Indonesia.¹⁰³ Problematika politik pun dilibatkan dalam pemberitaan website nu.or.id sebagai wujud peran aktifnya dalam berbangsa dan bernegara. Respon aktif media NU ini cenderung ikut pada paradigma normatif yang menganggap penting sebuah relasi yang berkualitas antara masyarakat dan pemerintah.

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, media NU Online dalam website www.nu.or.id tercatat telah memberitakan 250 berita politik selama masa kampanye Pilpres 2024, yaitu pada tanggal 28 November 2023 sampai 10 Februari 2024. Berbagai berita politik ini memiliki kriteria pemberitaan

¹⁰³Aziz and Fahrudin, “Modernisasi Media Massa Nahdlatul Ulama: Studi Kasus NU Online 2003-2018.”

bernuansa politik, dimana isinya membahas tokoh politik, pemilu, debat capres cawapres, kebijakan pemerintah, isu-isu strategis nasional maupun pendapat seseorang atau kelompok terkait pemilu. Berbeda dengan pemberitaan secara umum, berita politik mengandung unsur bahasa yang menggunakan istilah-istilah politik dan memiliki tujuan untuk membingkai wacana politik tertentu.

Adapun berita-berita tersebut penulis kelompokkan dalam beberapa bagian sebagai berikut:

- a. Berita yang didasarkan pada debat capres-cawapres

Tabel 3. 2 Berita Pilpres 2024 berdasarkan debat capres-cawapres di NU Online

NO	Judul Berita	Tautan Berita
1.	Ketua KPU Dorong Partisipasi Publik di Setiap Debat Capres dan Cawapres	https://nu.or.id/nasional/ketua-kpu-dorong-partisipasi-publik-di-setiap-debat-capres-dan-cawapres-51lsY
2.	Jelang Debat Capres Kelima: Sarbumusi Sorot Problem Hubungan Industrial dan Upah Minimum	https://nu.or.id/nasional/jelang-debat-capres-kelima-sarbumusi-sorot-problem-hubungan-industrial-dan-upah-minimum-4L2kB

3.	Jelang Debat Capres Kelima: Pergunu Tekankan Perlindungan Hukum dan Kesejahteraan Guru	https://nu.or.id/nasional/jelang-debat-capres-kelima-pergunu-tekankan-perlindungan-hukum-dan-kesejahteraan-guru-tw8vy
4.	Debat Capres Ini: 10 Etika dan Seninya Dalam Pandangan Islam	https://nu.or.id/tasawuf-akhlak/debat-capres-ini-10-etika-dan-seninya-dalam-pandangan-islam-Oo33I
5.	Debat Prabowo dan Ganjar Tentang Program Makan Gratis Untuk Cegah Stunting	https://nu.or.id/nasional/debat-prabowo-dan-ganjar-tentang-program-makan-gratis-untuk-cegah-stunting-BMd5U
6.	Debat Keempat Pilpres 2024 Bahas Masalah Lingkungan Hidup, Akademisi Soroti Upaya Pembenaannya	https://nu.or.id/nasional/debat-keempat-pilpres-2024-bahas-masalah-lingkungan-hidup-akademisi-soroti-upaya-pembenaannya-ZMw40
7.	Jelang Debat Capres Kelima: Ahli Gizi Harapkan Langkah Konkret Capres Atasi Permasalahan Gizi	https://nu.or.id/nasional/jelang-debat-capres-kelima-ahli-gizi-harapkan-langkah-konkret-capres-atasi-permasalahan-gizi-ozMYT
8.	Jelang Debat Capres Kelima: Pilpres, Ahli Gizi Ungkap Penanganan Masalah Gizi Perlu Pendekatan yang Menyeluruh	https://nu.or.id/nasional/jelang-debat-kelima-pilpres-ahli-gizi-ungkap-penanganan-masalah-gizi-perlu-pendekatan-yang-menyeluruh-SXj3Y
9.	Pemilu 2024 Tiga Capres Cawapres Komitmen Wujudkan	https://nu.or.id/nasional/pemilu-2024-tiga-capres-cawapres-komitmen-

	Kampanye Damai dan Taat Hukum	wujudkan-kampanye-damai-dan-taat-hukum-juJI4
10.	Debat Pilpres 2024, KPU Tetapkan Ada Debat Capres dan Cawapres	https://nu.or.id/nasional/debat-pilpres-2024-kpu-tetapkan-ada-debat-capres-dan-cawapres-9g0b7
11.	Penampilan Debat Perdana Anies, Prabowo dan Ganjar Menurut Pakar Linguistik	https://nu.or.id/nasional/penampilan-debat-perdana-anies-prabowo-dan-ganjar-menurut-pakar-linguistik-N27vO
12.	Sosok Mega Suryani dan Harun Al Rasyid yang Disebut dalam Debat Capres 2024, Ini Faktanya	https://nu.or.id/nasional/sosok-mega-suryani-dan-harun-al-rasyid-yang-disebut-dalam-debat-capres-2024-ini-faktanya-eWKZc
13.	Di Debat Pertama, Para Capres Belum Sampaikan Komitmen Pemenuhan HAM Secara Konkret	https://nu.or.id/nasional/di-debat-pertama-para-capres-belum-sampaikan-komitmen-pemenuhan-ham-secara-konkret-bM907
14.	Pakarnya Sebut Kunci Pertumbuhan Ekonomi Kerakyatan yang Perlu Perhatian Pada Debat Cawapres	https://nu.or.id/nasional/pakar-sebut-kunci-pertumbuhan-ekonomi-kerakyatan-yang-perlu-perhatian-pada-debat-cawapres-FLrr4
15.	Debat Cawapres 2024 Bahas Sembilan Aspek Ekonomi dan Keuangan	https://nu.or.id/nasional/debat-cawapres-2024-bahas-sembilan-aspek-ekonomi-dan-keuangan-Mt4eh

16.	Debat Cawapres: Pakar, Jangan Jadi Penonton Saat Ekonomi Digital Masuki Era Industri 5.0	https://nu.or.id/nasional/debat-cawapres-pakar-jangan-jadi-penonton-saat-ekonomi-digital-masuki-era-industri-5-0-q779Q
17.	Debat Cawapres Soal APBN, APBD: Pakar Soroti Penyerapan Anggaran Cenderung Membengkak di Akhir Tahun	https://nu.or.id/nasional/debat-cawapres-soal-apbn-apbd-pakar-soroti-penyerapan-anggaran-cenderung-membengkak-di-akhir-tahun-8SOBw
18.	Debat Soal APBN: Cak Imin, Gibran, dan Mahfud Saling Singgung Pembangunan IKN	https://nu.or.id/nasional/debat-soal-apbn-cak-imin-gibran-dan-mahfud-saling-singgung-pembangunan-ikn-EFjKa
19.	Cak Imin, Gibran, Mahfud Kompak Usung Kebijakan Penguatan Ekonomi Kerakyatan Digital	https://nu.or.id/nasional/cak-imin-gibran-mahfud-kompak-usung-kebijakan-penguatan-ekonomi-kerakyatan-digital-yDyaR
20.	Debat Cawapres: Visi Misi Gibran, Keberlanjutan, dan Penyempurnaan	https://nu.or.id/nasional/debat-cawapres-visi-misi-gibran-keberlanjutan-dan-penyempurnaan-4tA7J
21.	Ketika Cak Imin, Gibran, dan Mahfud Debat Soal Pajak, Kepemilikan Lahan Hingga SGIE	https://nu.or.id/nasional/ketika-cak-imin-gibran-dan-mahfud-debat-soal-pajak-kepemilikan-lahan-hingga-sgie-0CXzs

22.	Debat Cawapres: Begini Tanggapan Capres	https://nu.or.id/nasional/debat-cawapres-begini-tanggapan-capres-2HdyL
23.	Guru Besar Ilmu Politik UIN Jakarta: Debat Capres Cawapres Jadi Faktor Kunci Pengaruhi Pemilih	https://nu.or.id/nasional/guru-besar-ilmu-politik-uin-jakarta-debat-capres-cawapres-jadi-faktor-kunci-pengaruhi-pemilih-ryvmy
24.	Kaleidoskop 2023: Debat Capres dan Cawapres Perdana Pemilu 2024	https://nu.or.id/nasional/kaleidoskop-2023-debat-capres-dan-cawapres-perdana-pemilu-2024-lMhrd
25.	Debat Ketiga Pilpres 2024 Tampilkan Para Capres Bahas Pertahanan Hingga Geopolitik	https://nu.or.id/nasional/debat-ketiga-pilpres-2024-tampilkan-para-capres-bahas-pertahanan-hingga-geopolitik-Hg7X9
26.	Debat Ketiga Pilpres: Akademisi Sebut Kebijakan IKN dan Smelter Pengaruhi Keamanan Negara	https://nu.or.id/nasional/debat-ketiga-pilpres-akademisi-sebut-kebijakan-ikn-dan-smelter-pengaruhi-keamanan-negara-MKTC5
27.	Debat Capres Bahas Pertahanan: Akademisi Ingatkan Trisakti Sukarno	https://nu.or.id/nasional/debat-capres-bahas-pertahanan-akademisi-ingatkan-trisakti-sukarno-Gorr2
28.	Debat Capres Ketiga: Visi Anies, Indonesia Sebagai Pemain Utama Global	https://nu.or.id/nasional/debat-capres-ketiga-visi-anies-indonesia-sebagai-pemain-utama-global-MrNsc

29.	Debat Capres Ketiga: Ganjar Akan Prioritaskan Kepentingan Nasional Dalam Politik Luar Negeri	https://nu.or.id/nasional/debat-capres-ketiga-ganjar-akan-prioritaskan-kepentingan-nasional-dalam-politik-luar-negeri-N9cKu
30.	Debat Capres Ketiga: Bahas Kerja Sama Selatan-Selatan, Prabowo Tekankan Pentingnya Kekuatan Ekonomi dan Geopolitik Indonesia	https://nu.or.id/nasional/debat-capres-ketiga-bahas-kerja-sama-selatan-selatan-prabowo-tekankan-pentingnya-kekuatan-ekonomi-dan-geopolitik-indonesia-mlOWS
31.	Debat Capres: Kerja Sama Selatan-Selatan, Apa Itu?	https://nu.or.id/nasional/debat-ketiga-capres-bahas-kerja-sama-selatan-selatan-apa-itu-NGsu7
32.	Debat Capres: Anies, Prabowo, Ganjar Bahas Politik Luar Negeri Hingga Strategi Soal Utang Negara	https://nu.or.id/nasional/debat-capres-anies-prabowo-ganjar-bahas-politik-luar-negeri-hingga-strategi-soal-utang-negara-5PZ9K
33.	Debat Capres Ketiga: Strategi Para Capres Atasi Sektor Keamanan yang Tumpang Tindih	https://nu.or.id/nasional/debat-capres-ketiga-strategi-para-capres-atasi-sektor-keamanan-yang-tumpang-tindih-W9Cii
34.	Seperti Apa Strategi Anies, Prabowo dan Ganjar Soal Konflik di Laut China Selatan	https://nu.or.id/nasional/seperti-apa-strategi-anies-prabowo-dan-ganjar-soal-konflik-di-laut-china-selatan-xEh3L

35.	Ganjar Tanyakan Solusi Ekonomi Untuk Pertahanan Nasional Pada Debat Capres Ketiga: Anies Perbesar GDP dan APBN	https://nu.or.id/nasional/ganjar-tanyakan-solusi-ekonomi-untuk-pertahanan-nasional-pada-debat-capres-ketiga-anies-perbesar-gdp-dan-apbn-VDe1l
36.	Prabowo Tanya Peningkatan Anggaran Pertahanan, Ganjar Tekankan Prioritas Laut, Kritik Pengadaan Pesawat Bekas	https://nu.or.id/nasional/prabowo-tanya-peningkatan-anggaran-pertahanan-ganjar-tekanan-prioritas-laut-kritik-pengadaan-pesawat-bekas-95wL5
37.	Jual Beli Serangan: Anies dan Prabowo Soal Pertahanan Siber, Singgung Anggaran Kemenhan Hingga Food Estate	https://nu.or.id/nasional/jual-beli-serangan-anies-dan-prabowo-soal-pertahanan-siber-singgung-anggaran-kemenhan-hingga-food-estate-tTxUH
38.	Debat Capres Ketiga: Anies Tanya Prabowo Soal Hubungan Etika dengan Kemampuan Menjaga Kedaulatan Negara	https://nu.or.id/nasional/debat-capres-ketiga-anies-tanya-prabowo-soal-hubungan-etika-dengan-kemampuan-menjaga-kedaulatan-negara-7M9jt
39.	Anies dan Ganjar Beri Nilai Kecil Kinerja Kemenhan, Ini Jawaban Prabowo pada Debat Capres	https://nu.or.id/nasional/anies-dan-ganjar-beri-nilai-kecil-kinerja-kemenhan-ini-jawaban-prabowo-pada-debat-capres-dDS8S
40.	Saat Ganjar dan Anies Layani Pertanyaan Wartawan, Prabowo Langsung Beri Pernyataan	https://nu.or.id/nasional/saat-ganjar-dan-anies-layani-pertanyaan

		wartawan-prabowo-langsung-beripernyataan-ThQKh
41.	Perdebatan Anies, Ganjar dan Prabowo Soal Pembelian Alutsista Bekas	https://nu.or.id/nasional/perdebatan-anies-ganjar-dan-prabowo-soal-pembelian-alutsista-bekas-dKyix
42.	Ganjar Tanyakan Penurunan Capaian Pertahanan Nasional: Prabowo Ada, Covid, Krisis Ukraina, BBM Naik	https://nu.or.id/nasional/ganjar-tanyakan-penurunan-capaian-pertahanan-nasional-prabowo-ada-covid-krisis-ukraina-bbm-naik-AKEaV
43.	Jelang Debat Keempat Cawapres: Pangan Jadi Faktor Penting, Keamanan dan Stabilitas Negara	https://nu.or.id/nasional/jelang-debat-keempat-cawapres-pangan-jadi-faktor-penting-keamanan-dan-stabilitas-negara-72a7n
44.	Guru Besar UI Jelaskan Fungsi Alutsista Yang Dibahas Capres di Debat Ketiga	https://nu.or.id/nasional/guru-besar-ui-jelaskan-fungsi-alutsista-yang-dibahas-capres-di-debat-ketiga-IMcJj
45.	Guru Besar UI Jelaskan Fungsi Alutsista Yang Dibahas Capres di Debat Ketiga	https://nu.or.id/nasional/guru-besar-ui-jelaskan-fungsi-alutsista-yang-dibahas-capres-di-debat-ketiga-IMcJj
46.	Soal Debat Capres Cawapres: Ketua KPU, Formatnya Sama Dengan Sebelumnya	https://nu.or.id/nasional/soal-debat-capres-cawapres-ketua-kpu-formatnya-sama-dengan-sebelumnya-XMZrA

47.	Debat Keempat Pilpres: Alissa Wahid, Kita Tunggu Gagasan Untuk Lindungi Hak Masyarakat Adat	https://nu.or.id/nasional/debat-keempat-pilpres-alissa-wahid-kita-tunggu-gagasan-untuk-lindungi-hak-masyarakat-adat-KlqQu
48.	Jelang Debat Keempat Cawapres: Indonesia Dihadapkan Pada Tingginya Deforestasi	https://nu.or.id/nasional/jelang-debat-keempat-cawapres-indonesia-dihadapkan-pada-tingginya-deforestasi-tBly6
49.	Jelang Debat Keempat Cawapres: Indonesia Dihadapkan Pada Tingginya Deforestasi	https://nu.or.id/nasional/jelang-debat-keempat-cawapres-indonesia-dihadapkan-pada-tingginya-deforestasi-tBly6
50.	Jelang Debat Cawapres LPP PBNU Jelaskan Akar Konflik Agraria di Indonesia	https://nu.or.id/nasional/jelang-debat-cawapres-lpp-pbnu-jelaskan-akar-konflik-agraria-di-indonesia-Gnc7d
51.	Debat Keempat Cawapres: Cak Imin, Desa Harus Jadi Pusat Pembangunan	https://nu.or.id/nasional/debat-keempat-cawapres-cak-imin-desa-harus-jadi-pusat-pembangunan-nmIow
52.	Debat Keempat Cawapres: Gibran, Program Hilirisasi Harus Dilanjutkan dan Diperluas Cakupannya	https://nu.or.id/nasional/debat-keempat-cawapres-gibran-program-hilirisasi-harus-dilanjutkan-dan-diperluas-cakupannya-6DoXY
53.	Debat Keempat Cawapres: Mahfud MD Komitmen Tangani	https://nu.or.id/nasional/debat-keempat-cawapres-mahfud-md-

	Kedaulatan Pangan Untuk Petani dan Nelayan	komitmen-tangani-kedaulatan-pangan-untuk-petani-dan-nelayan-UiW4I
54.	Debat Cawapres Bahas Hak Masyarakat Adat, Mahfud MD Tertibkan Birokrasi, Cak Imin dan Gibran Bangun Dialog	https://nu.or.id/nasional/debat-cawapres-bahas-hak-masyarakat-adat-mahfud-md-tertibkan-birokrasi-cak-imin-dan-gibran-bangun-dialog-h5h0r
55.	Komitmen dan Strategi Tiga Cawapres Wujudkan Redistribusi Tanah Lewat Reforma Agraria	https://nu.or.id/nasional/komitmen-dan-strategi-tiga-cawapres-wujudkan-redistribusi-tanah-lewat-reforma-agraria-9sXcI
56.	Ini Strategi Cawapres Agar Warga Desa Minat Tinggal di Desa	https://nu.or.id/nasional/ini-strategi-cawapres-agar-warga-desa-minat-tinggal-di-desa-4ZIle
57.	3 Cawapres Sorot Reforma Agraria, Ini Perbedaan Redistribusi dan Sertifikasi Tanah	https://nu.or.id/nasional/3-cawapres-sorot-reforma-agraria-ini-perbedaan-redistribusi-dan-sertifikasi-tanah-OTaSA
58.	Tutup Debat Cawapres: Mahfud Singgung Hukum Tumpul, Gibran Lanjutkan Hilirisasi, Cak Imin Naikkan Dana Desa	https://nu.or.id/nasional/tutup-debat-cawapres-mahfud-singgung-hukum-tumpul-gibran-lanjutkan-hilirisasi-cak-imin-naikkan-dana-desa-IDStL
59.	Soal Konflik Agraria: Mahfud dan Cak Imin Kompak Bentuk	https://nu.or.id/nasional/soal-konflik-agraria-mahfud-dan-cak-imin-

	Badan Khusus, Gibran Sebut Kuncinya Digitalisasi	kompak-bentuk-badan-khusus-gibran-sebut-kuncinya-digitalisasi-69GzD
60.	Apa Itu Greenflation yang Jadi Perdebatan Cawapres: Mahfud dan Gibran	https://nu.or.id/nasional/apa-itu-greenflation-yang-jadi-perdebatan-cawapres-mahfud-dan-gibran-VBMdw
61.	Jelang Debat Capres Kelima: Perundungan di Satuan Pendidikan Masih Tinggi	https://nu.or.id/nasional/jelang-debat-capres-kelima-perundungan-di-satuan-pendidikan-masih-tinggi-BwveI
62.	Jelang Debat Capres Kelima: Ketua PBNU Soroti Kesenjangan Masyarakat Bawah dan Indonesia Timur	https://nu.or.id/nasional/jelang-debat-capres-kelima-ketua-pbnu-soroti-kesenjangan-masyarakat-bawah-dan-indonesia-timur-GKO4Q
63.	Jelang Debat Capres Kelima: Ketua PBNU Tekankan Pemerataan Ekonomi dan Perluasan Pusat Pertumbuhan	https://nu.or.id/nasional/jelang-debat-capres-kelima-ketua-pbnu-tekankan-pemerataan-ekonomi-dan-perluasan-pusat-pertumbuhan-0AIW8
64.	Jelang Debat Capres Kelima: Ketua PBNU Dorong Pemerataan Mutu Pendidikan	https://nu.or.id/nasional/jelang-debat-capres-kelima-ketua-pbnu-dorong-pemerataan-mutu-pendidikan-KheR2
65.	Segmen Keenam Pada Debat Kelima Pilpres 2024 Jadi 4 Menit	https://nu.or.id/nasional/segmen-keenam-pada-debat-kelima-pilpres-2024-jadi-4-menit-dFh62

66.	KPU Klaim 4 Kali Debat, Jangkau 394 Juta Penonton	https://nu.or.id/nasional/kpu-klaim-4-kali-debat-jangkau-394-juta-penonton-hvzAV
67.	Debat Capres Kelima: Prabowo Canangkan Strategi Transformasi Bangsa	https://nu.or.id/nasional/debat-capres-kelima-prabowo-canangkan-strategi-transformasi-bangsa-LCd9d
68.	Debat Capres 2024: Ganjar dan Anies Singgung Tata Kelola Bansos	https://nu.or.id/nasional/debat-capres-2024-ganjar-dan-anies-singgung-tata-kelola-bansos-a9okO
69.	Saat Anies, Prabowo, dan Ganjar Saling Beri Pesan Menyentuh di Debat Terakhir	https://nu.or.id/nasional/saat-anies-prabowo-dan-ganjar-saling-beri-pesan-menyentuh-di-debat-terakhir-li1Dc
70.	Para Capres Bilang Lindungi PMI, Perlu Pelibatan Aktivis - Ini Respons Konfederasi Sarbumusi	https://nu.or.id/nasional/para-capres-bilang-lindungi-pmi-perlu-pelibatan-aktivis-ini-respons-konfederasi-sarbumusi-35dww
71.	Debat Kelima Pilpres Bahas Kesehatan: Ahli Gizi Soroti Implementasi Program Gizi Tepat Sasaran	https://nu.or.id/nasional/debat-kelima-pilpres-bahas-kesehatan-ahli-gizi-soroti-implementasi-program-gizi-tepat-sasaran-ah6SX
72.	KPU Larang Penggunaan Singkatan dan Istilah Tak Lazim Pada Debat Ketiga Pilpres 2024	https://nu.or.id/nasional/kpu-larang-penggunaan-singkatan-dan-istilah-tak-lazim-pada-debat-ketiga-pilpres-2024-D9Uzm

73.	Masyarakat Adat Terpinggirkan, Akademisi Minta Debat Keempat Pilpres 2024 Bahas Kearifan Bangsa	https://nu.or.id/nasional/masyarakat-adat-terpinggirkan-akademisi-minta-debat-keempat-pilpres-2024-bahas-kearifan-bangsa-GSBuS
74.	Analisis Linguistik dari Ekspresi dan Gaya Bicara Anies, Prabowo dan Ganjar dalam Debat Perdana	https://nu.or.id/nasional/analisis-linguistik-dari-ekspresi-dan-gaya-bicara-anies-prabowo-dan-ganjar-dalam-debat-perdana-x3fDP
75.	Debat Keempat: Tafsir Ayat Kerusakan Alam Ar-Rum 41 yang Disinggung Cawapres Mahfud MD	https://nu.or.id/tafsir/debat-keempat-tafsir-ayat-kerusakan-alam-ar-rum-41-yang-disinggung-cawapres-mahfud-md-dAXcQ
76.	Debat Capres: 5 Ketua KPU Singgung Ayat Perebutan Kekuasaan, Begini Tafsirnya	https://nu.or.id/tafsir/debat-capres-singgung-ayat-kekuasaan-begini-tafsirnya-LE3YS

b. Berita yang berisi tentang himbauan kepada masyarakat terkait Pilpres 2024

Tabel 3. 3 Berita Pilpres 2024 berdasarkan himbauan kepada masyarakat di NU Online

NO	Judul Berita	Tautan Berita
77.	Pesan Gus Mus di Tahun Pemilu: Beda Pilihan Itu Alamiah, Jaga Kerukunan	https://nu.or.id/nasional/pesan-gus-mus-di-tahun-pemilu-beda-pilihan-itu-alamiah-jaga-kerukunan-2XU1W

78.	Hadapi Tantangan Pemilu 2024, Wapres Ingatkan Ulama Terus Jaga Persatuan Bangsa	https://nu.or.id/nasional/hadapi-tantangan-pemilu-2024-wapres-ingatkan-ulama-terus-jaga-persatuan-bangsa-UQi24
79.	Mampu Jaga Stabilitas Negara, Rais PBNU Imbau Semua Pihak Tak Remehkan NU	https://nu.or.id/nasional/mampu-jaga-stabilitas-negara-rais-pbnu-imbau-semua-pihak-tak-remehkan-nu-2x3Lv
80.	Halaqah Fiqih Peradaban: Langkah NU Jaga Umat dari Ancaman Sosial Politik	https://nu.or.id/nasional/halaqah-fiqih-peradaban-langkah-nu-jaga-umat-dari-ancaman-sosial-politik-XCv3z
81.	Wamenag: Jaga Netralitas, Kawal Moderasi, dan Toleransi	https://nu.or.id/nasional/wamenag-jaga-netralitas-kawal-moderasi-dan-toleransi-gXnnQ
82.	Katib Aam PBNU Imbau Masyarakat Jaga Kekondusifan Negara Selama Masa Kampanye Pemilu 2024	https://nu.or.id/nasional/katib-aam-pbnu-imbau-masyarakat-jaga-kekondusifan-negara-selama-masa-kampanye-pemilu-2024-iCZH7
83.	Pilihan Dalam Pemilu: Ketua PBNU Cintai dan Benci Sewajarnya	https://nu.or.id/nasional/pilihan-dalam-pemilu-ketua-pbnu-cintai-dan-benci-sewajarnya-yy25W
84.	Pemilu 2024 PBNU Tegaskan Pentingnya Jaga Harmoni dan Ketertiban Masyarakat	https://nu.or.id/nasional/pemilu-2024-pbnu-tegaskan-pentingnya-jaga-harmoni-dan-ketertiban-masyarakat-ffPhK

85.	Pemilu 2024 Wapres Imbau Masyarakat Gunakan Hak Pilih Meski Bukan di Domisilinya	https://nu.or.id/nasional/pemilu-2024-wapres-imbau-masyarakat-gunakan-hak-pilih-meski-bukan-di-domisilinya-KQLi0
86.	Pemilu 2024: Sejumlah Tokoh Berharap Keutuhan Bangsa Tetap Terjaga	https://nu.or.id/nasional/pemilu-2024-sejumlah-tokoh-berharap-keutuhan-bangsa-tetap-terjaga-K3vHt
87.	Tokoh Bangsa Serukan Transisi Kepemimpinan dan Pemilu 2024 Berjalan Damai	https://nu.or.id/nasional/tokoh-bangsa-serukan-transisi-kepemimpinan-dan-pemilu-2024-berjalan-damai-mE7Rs
88.	Di Hadapan Ribuan Muslimat NU, Jokowi Minta Jaga Ketertiban Selama Pemilu 2024	https://nu.or.id/nasional/di-hadapan-ribuan-muslimat-nu-jokowi-minta-jaga-ketertiban-selama-pemilu-2024-7aiFw
89.	Festival Budaya IPPNU Sampaikan Pesan Perdamaian Hadapi Tahun Politik	https://nu.or.id/nasional/festival-budaya-ippnu-sampaikan-pesan-perdamaian-hadapi-tahun-politik-cflwa
90.	Alissa Wahid Ingatkan Potensi Perpecahan Keluarga Akibat Politik	https://nu.or.id/nasional/alissa-wahid-ingatkan-potensi-perpecahan-keluarga-akibat-politik-CxdVa

- c. Berita yang berisi tentang orientasi atau program dari capres-cawapres

Tabel 3. 4 Berita Pilpres 2024 berdasarkan orientasi atau program dari capres-cawapres di NU Online

NO	Judul Berita	Tautan Berita
91.	Simak Kembali Janji dan Visi Pertahanan Capres: Anies, Prabowo dan Ganjar	https://nu.or.id/nasional/simak-kembali-janji-dan-visi-pertahanan-capres-anies-prabowo-dan-ganjar-u7upr
92.	Akademisi Politik: Identitas Rusak, Mimpi Tentang Republik	https://nu.or.id/nasional/akademisi-politik-identitas-rusak-mimpi-tentang-republik-qzb6M
93.	Tiga Strategi Anies Baswedan Perkuat Pertahanan Siber dan Satelit	https://nu.or.id/nasional/tiga-strategi-anies-baswedan-perkuat-pertahanan-siber-dan-satelit-9iOyq
94.	Jurus Anies, Prabowo, dan Ganjar Untuk Tingkatkan Harapan Hidup Warga	https://nu.or.id/nasional/jurus-anies-prabowo-dan-ganjar-untuk-tingkatkan-harapan-hidup-warga-PJP5
95.	Gibran Ajak Anak Muda Optimalkan Bonus Demografi	https://nu.or.id/nasional/gibran-ajak-anak-muda-optimalkan-bonus-

	Untuk Mewujudkan Indonesia Emas	demografi-untuk-mewujudkan-indonesia-emas-iI2Qd
96.	Gibran Dorong Energi Hijau Terbarukan, Mahfud dan Muhaimin Singgung Pajak Karbon	https://nu.or.id/nasional/gibran-dorong-energi-hijau-terbarukan-mahfud-dan-muhaimin-singgung-pajak-karbon-ruFVC
97.	Gagasan Penting Gus Dur Tentang Demokrasi Adalah Membentuk Kekuatan Masyarakat Sipil	https://nu.or.id/nasional/gagasan-penting-gus-dur-tentang-demokrasi-adalah-membentuk-kekuatan-masyarakat-sipil-eECUh
98.	Cak Imin Rencanakan 40 Kota Selevel Jakarta Untuk Atasi Masalah Perkotaan 2045	https://nu.or.id/nasional/cak-imin-rencanakan-40-kota-selevel-jakarta-untuk-atasi-masalah-perkotaan-2045-gRGlx
99.	Soroti Pinjol, Mahfud MD Sebut Perlu Penguatan Literasi dan Regulasi Digital	https://nu.or.id/nasional/soroti-pinjol-mahfud-md-sebut-perlu-penguatan-literasi-dan-regulasi-digital-erWyS
100.	Bahas Pembersihan Gas Emisi, Gibran Tanya Mahfud Soal Regulasi CCS	https://nu.or.id/nasional/bahas-pembersihan-gas-emisi-karbon-gibran-tanya-mahfud-soal-regulasi-ccs-mKvUu
101.	Janji Anies Muhaimin Soal Pemberantasan Korupsi, Revisi UU KPK	https://nu.or.id/nasional/janji-anies-muhaimin-soal-pemberantasan-korupsi-revisi-uu-kpk-BmeZ6

102.	Gibran Sindir Muhaimin dan Tim: Gunakan Botol Plastik Tapi Bertanya Tentang Lingkungan Hidup	https://nu.or.id/nasional/gibran-sindir-muhaimin-dan-timnya-gunakan-botol-plastik-tapi-bertanya-tentang-lingkungan-hidup-KUI3D
103.	Jurus Ganjar, Mahfud: Berantas Korupsi, Digitalisasi Sistem Keuangan	https://nu.or.id/nasional/jurus-ganjar-mahfud-berantas-korupsi-digitalisasi-sistem-keuangan-1QZjo
104.	Berantas Korupsi: Prabowo, Gibran Tawarkan Kenaikan Gaji Para Pejabat	https://nu.or.id/nasional/berantas-korupsi-prabowo-gibran-tawarkan-kenaikan-gaji-para-pejabat-1YagP
105.	Gagasan Capres Soal Pemberian Konsesi Disabilitas Belum Substantif	https://nu.or.id/nasional/gagasan-capres-soal-pemberian-konsesi-disabilitas-belum-substantif-Rk1X2
106.	Mahfud MD Canangkan 21 Program Menuju Indonesia Bersih dan Makmur	https://nu.or.id/nasional/mahfud-md-canangkan-21-program-menuju-indonesia-bersih-dan-makmur-zUZFN
107.	Komitmen Ketiga Cawapres Tentang Penguatan Investasi UMKM	https://nu.or.id/nasional/komitmen-ketiga-cawapres-tentang-penguatan-investasi-umkm-8v8fM
108.	Ganjar Janji Internet Gratis, Prabowo: Orang Miskin Harus Makan	https://nu.or.id/nasional/ganjar-janji-internet-gratis-prabowo-orang-miskin-harus-makan-F3rwy
109.	Ganjar Pranowo Janjikan Satu Desa Satu Faskes, Satu Nakes,	https://nu.or.id/nasional/ganjar-pranowo-janjikan-satu-desa-satu-

		capres-anies-prabowo-dan-ganjar-CfKP9
116.	Strategi Anies, Prabowo, dan Ganjar: Bangun Kedaulatan Teknologi Informasi di Indonesia	https://nu.or.id/nasional/strategi-anies-prabowo-dan-ganjar-bangun-kedaulatan-teknologi-informasi-di-indonesia-PJe7Y
117.	Prabowo Tegaskan Pentingnya Kekuatan Negara Singgung Pertahanan di Gaza Palestina	https://nu.or.id/nasional/prabowo-tegaskan-pentingnya-kekuatan-negara-singgung-pertahanan-di-gaza-palestina-6l23I
118.	Anies, Prabowo, dan Ganjar Didorong Perhatikan Problem Inklusi Bagi Kaum Disabilitas	https://nu.or.id/nasional/anies-prabowo-dan-ganjar-didorong-perhatikan-problem-inklusi-bagi-kaum-disabilitas-TXGqG
119.	Infrastruktur Air Untuk Generasi Sehat dan Cerdas Jadi Bahasan Cawapres	https://nu.or.id/nasional/infrastruktur-air-untuk-generasi-sehat-dan-cerdas-jadi-bahasan-cawapres-WxCpA
120.	Gibran Sebut Sudah Ada Investor Masuk ke IKN, Siapa Saja	https://nu.or.id/nasional/gibran-sebut-sudah-ada-investor-masuk-ke-ikn-siapa-saja-xfgpG
121.	Gibran Bangun Infrastruktur, Tak Harus Bebani APBN	https://nu.or.id/nasional/gibran-bangun-infrastruktur-tak-harus-bebani-apbn-nxEuQ

- d. Berita yang berisi perspektif para ulama atau tokoh tertentu terkait Pilpres 2024

Tabel 3. 5 Berita Pilpres 2024 berdasarkan perspektif para ulama atau tokoh tertentu di NU Online

NO	Judul Berita	Tautan Berita
122.	Rekomendasi Sarbumusi Untuk Para Capres Soal Ketenagakerjaan	https://nu.or.id/nasional/rekomendasi-sarbumusi-untuk-para-capres-soal-ketenagakerjaan-uPlx6
123.	Alissa Wahid Tegaskan Debat Capres Cawapres Jadi Jembatan Komunikasi Membangun Bangsa, Begini Etikanya	https://nu.or.id/nasional/alissa-wahid-tegaskan-debat-capres-cawapres-jadi-jembatan-komunikasi-membangun-bangsa-begini-etikanya-Pv7Lr
124.	Pemilu 2024 Wapres Berharap: Siapapun Yang Menang Bisa Merangkul Semua	https://nu.or.id/daerah/pemilu-2024-wapres-berharap-siapapun-yang-menang-bisa-merangkul-semua-qaJgA
125.	7 Poin Komitmen Tokoh Lintas Agama Wujudkan Pemilu Damai	https://nu.or.id/nasional/7-poin-komitmen-tokoh-lintas-agama-wujudkan-pemilu-damai-crWUZ
126.	Komisi Disabilitas: Harap Pemimpin Indonesia Mampu Koordinasikan Perlindungan Hak Disabilitas	https://nu.or.id/nasional/komisi-disabilitas-harap-pemimpin-indonesia-mampu-koordinasikan-perlindungan-hak-disabilitas-5Jdqy

127.	SMRC: Politik Uang Hanya 10 Persen Pengaruhi Pemilih dan Tidak Efektif	https://nu.or.id/nasional/smrc-politik-uang-hanya-10-persen-pengaruhi-pemilih-dan-tidak-efektif-t0tif
128.	Bawaslu Tegaskan Peserta Pemilu, Bagi-Bagi Sembako, Masuk Kategori Politik Uang	https://nu.or.id/nasional/bawaslu-tegaskan-peserta-pemilu-bagi-bagi-sembako-masuk-kategori-politik-uang-59FoM
129.	Analisis Alissa Wahid Terhadap Capres 2024 Dalam Debat Pertama	https://nu.or.id/nasional/analisis-alissa-wahid-terhadap-capres-2024-dalam-debat-pertama-bHZpf
130.	Gus Yahya, Khofifah Harus Non-Aktif dari Ketum Muslimat NU Jika Resmi Masuk Tim Kampanye Pilpres	https://nu.or.id/nasional/gus-yahya-khofifah-harus-non-aktif-dari-ketum-muslimat-nu-jika-resmi-masuk-tim-kampanye-pilpres-F06J5
131.	Gus Yahya Tegaskan NU Tidak Terlibat Dukung-Mendukung Pilpres 2024	https://nu.or.id/nasional/gus-yahya-tegaskan-nu-tidak-terlibat-dukung-mendukung-pilpres-2024-PuXAh
132.	Gus Yahya: Respons Pernyataan Nadirsyah Hosen, Itu Prasangka Saja	https://nu.or.id/nasional/gus-yahya-respons-pernyataan-nadirsyah-hosen-itu-prasangka-saja-Y7qTs
133.	Doa Sebelum Coblos, Surat Suara, Ijazah dari Gus Mus	https://nu.or.id/nasional/doa-sebelum-coblos-surat-suara-ijazah-dari-gus-mus-KDyj3

134.	PBNU Nonaktifkan 63 Caleg dan Tim Sukses Capres Cawapres	https://nu.or.id/nasional/pbnu-nonaktifkan-63-caleg-dan-tim-sukses-capres-cawapres-ek56q
135.	PBNU Nonaktifkan Erick Thohir dari Ketua Lakpesdam NU	https://nu.or.id/nasional/pbnu-nonaktifkan-erick-thohir-dari-ketua-lakpesdam-nu-E5aDq
136.	Gus Mus: Urusan NU Memenangkan Indonesia Bukan Capres	https://nu.or.id/nasional/gus-mus-urusan-nu-memenangkan-indonesia-bukan-capres-9FiXg
137.	Sikapi Situasi Politik Jelang Pemilu 2024: Gusdurian Temukan 105 Dugaan Pelanggaran	https://nu.or.id/nasional/sikapi-situasi-politik-jelang-pemilu-2024-gusdurian-temukan-105-dugaan-pelanggaran-9sofv
138.	Kiai Anwar Iskandar Jelaskan Makna Politik Menurut KH Mahrus Ali Lirboyoy	https://nu.or.id/nasional/kiai-anwar-iskandar-jelaskan-makna-politik-menurut-kh-mahrus-ali-lirboyoy-sleWR
139.	Filsuf Ungkap Tolok Ukur Demokrasi, Gus Dur Adalah Kepentingan Rakyat	https://nu.or.id/nasional/filsuf-ungkap-tolok-ukur-demokrasi-gus-dur-adalah-kepentingan-rakyat-ze0IG
140.	Inaya Wahid Jelaskan Kontribusi Gus Dur Terhadap Demokrasi, Membela Rakyat Bukan Minta Dibela	https://nu.or.id/nasional/inaya-wahid-jelaskan-kontribusi-gus-dur-terhadap-demokrasi-membela-rakyat-bukan-minta-dibela-MMSqf

141.	Gus Dur Bikin Demokrasi di Indonesia Tidak Seolah-olah	https://nu.or.id/opini/gus-dur-bikin-demokrasi-di-indonesia-tidak-seolah-olah-Qpp5b
142.	Tanggapi Komentar Tokoh NU Soal Dukungan Politik, Gus Yahya Itu Pernyataan Pribadi, Bukan Lembaga	https://nu.or.id/nasional/tanggapi-komentar-tokoh-nu-soal-dukungan-politik-gus-yahya-itu-pernyataan-pribadi-bukan-lembaga-yix5r
143.	Puncak Etika Politik Gus Dur	https://nu.or.id/opini/puncak-etika-politik-gus-dur-sFQMc
144.	Saat Gibran Sindir Muhaimin: Enak Banget Ya Gus, Sambil Baca Catatan	https://nu.or.id/nasional/saat-gibran-sindir-muhaimin-enak-banget-ya-gus-sambil-baca-catatan-6G0hu
145.	PBNU Pemberhentian Ketua PWNNU Jatim Sesuai AD/ART dan Tak Ada Kaitan dengan Politik Praktis	https://nu.or.id/nasional/pbnu-pemberhentian-ketua-pwnu-jatim-sesuai-ad-art-dan-tak-ada-kaitan-dengan-politik-praktis-e6f1m
146.	Gusdurian Luncurkan Gardu Net Untuk Kawal Demokrasi dan Pantau Pemilu 2024	https://nu.or.id/nasional/gusdurian-luncurkan-gardu-net-untuk-kawal-demokrasi-dan-pantau-pemilu-2024-ACI1t
147.	Alissa Wahid: Pemilu Diadakan Untuk Mewujudkan Pemerintahan yang Kompeten	https://nu.or.id/nasional/alissa-wahid-pemilu-diadakan-untuk-mewujudkan-pemerintahan-yang-kompeten-jZ38w

148.	Pemilu 2024 Katib Aam PBNU Hormati Pilihan Orang Lain Tanpa Perlu Mencaci	https://nu.or.id/nasional/pemilu-2024-katib-aam-pbnu-hormati-pilihan-orang-lain-tanpa-perlu-mencaci-iZMUG
149.	Kampanye Dimulai, Bawaslu Minta Peserta Pemilu 2024 Tak Lakukan Politisasi Sara	https://nu.or.id/nasional/kampanye-dimulai-bawaslu-minta-peserta-pemilu-2024-tak-lakukan-politisasi-sara-cfeXH
150.	Haul ke-14 Gus Dur, Telurkan Amanat Ciganjur untuk Penyelenggaraan Pemilu 2024	https://nu.or.id/nasional/haul-ke-14-gus-dur-telurkan-amanat-ciganjur-untuk-penyelenggaraan-pemilu-2024-EfZe6
151.	Dorong Pemilu Berlangsung Aman, Wakil Rais Aam PBNU: Jangan Sampai Ubah Dasar Negara	https://nu.or.id/nasional/dorong-pemilu-berlangsung-aman-wakil-rais-aam-pbnu-jangan-sampai-ubah-dasar-negara-d4iJX
152.	Kampanye Pemilu: Jujur dan Bermartabat, Gusdurian Gelar Gardu Jalanan, Titik Nol di 20 Wilayah Indonesia	https://nu.or.id/nasional/kampanye-pemilu-jujur-dan-bermartabat-gusdurian-gelar-gardu-jalanan-titik-nol-di-20-wilayah-indonesia-dc82g
153.	Gus Yahya Tegaskan Islam Mendukung Prinsip Universal HAM	https://nu.or.id/internasional/gus-yahya-tegaskan-islam-mendukung-prinsip-universal-ham-qVUe7

154.	Ulama dan Aktivis Pakistan Pelajari Moderasi Beragama dan Demokrasi ala Indonesia	https://nu.or.id/internasional/ulama-dan-aktivis-pakistan-pelajari-moderasi-beragama-dan-demokrasi-ala-indonesia-U9k2K
155.	Kelakar Gus Mus Soal Presiden Boleh Kampanye dan Memihak, Tapi Harus Cuti	https://nu.or.id/nasional/kelakar-gus-mus-soal-presiden-boleh-kampanye-dan-memihak-boleh-tapi-harus-cuti-XkIMZ
156.	Mengenang Harlah ke-40 NU: 1 Boleh Sibuk Berpolitik Tapi Tujuan Pokok Nahdlatul Ulama Adalah Beramal	https://nu.or.id/fragmen/mengenang-harlah-ke-40-nu-1-boleh-sibuk-berpolitik-tapi-tujuan-pokok-nahdlatul-ulama-adalah-beramal-CKdqj
157.	Doa Imam Besar Masjid Istiqlal Untuk Kampanye Pemilu 2024 Yang Damai	https://nu.or.id/nasional/doa-imam-besar-masjid-istiqlal-untuk-kampanye-pemilu-2024-yang-damai-gFFIC

- e. Berita yang didasarkan pada sudut pandang keislaman mengenai Pilpres 2024

Tabel 3. 6 Berita Pilpres 2024 berdasarkan sudut pandang keislaman di NU Online

NO	Judul Berita	Tautan Berita
158.	Debat Capres Singgung Ayat Kekuasaan, Begini Tafsirnya	https://nu.or.id/tafsir/debat-capres-singgung-ayat-kekuasaan-begini-tafsirnya-LE3YS
159.	Debat Capres 5: Singgung Welfare State, Begini Pandangan Islam	https://nu.or.id/syariah/debat-capres-5-singgung-welfare-state-begini-pandangan-islam-GWLpc
160.	Tafsir Ayat Pemerataan Ekonomi yang Disinggung Mahfud MD dalam Debat Cawapres 2024	https://nu.or.id/syariah/tafsir-ayat-pemerataan-ekonomi-yang-disinggung-mahfud-md-dalam-debat-cawapres-2024-3ZxCV
161.	Hukum Menempelkan Stiker Caleg atau Calon Presiden di Rumah Warga Tanpa Izin	https://nu.or.id/syariah/hukum-menempelkan-stiker-caleg-atau-calon-presiden-di-rumah-warga-tanpa-izin-jeEHZ
162.	Pemimpin Yang Ingkar Janji Menurut Hukum Islam	https://nu.or.id/syariah/pemimpin-yang-ingkar-janji-menurut-hukum-islam-gLgfd

163.	Debat Capres: Pilih Membangun SDM Militer atau Membeli Alutsista, Begini Pandangan Islam	https://nu.or.id/syariah/debat-capres-pilih-membangun-sdm-militer-atau-membeli-alutsista-begini-pandangan-islam-OjpHj
164.	Tiga Nasehat Kepemimpinan Untuk Khalifah Umar Bin Abdul Aziz	https://nu.or.id/hikmah/tiga-nasehat-kepemimpinan-untuk-khalifah-umar-bin-abdul-aziz-DIdhI
165.	Posisi Hak Suara Dalam Pemilu Menurut Islam	https://nu.or.id/syariah/posisi-hak-suara-dalam-pemilu-menurut-islam-R1pdB
166.	Terlanjur Terima Uang Politik, Bagaimana Tasarufnya	https://nu.or.id/syariah/terlanjur-terima-uang-politik-bagaimana-tasarufnya-AnMV0
167.	Khutbah Jumat Menjaga Silaturahmi dan Saling Menghormati di Tahun Politik	https://nu.or.id/khutbah/khutbah-jumat-menjaga-silaturahmi-dan-saling-menghormati-di-tahun-politik-KktoI
168.	Khutbah Jumat: Larangan Diskriminasi Karena Beda Pilihan	https://nu.or.id/khutbah/khutbah-jumat-larangan-diskriminasi-karena-beda-pilihan-IJze4
169.	Khutbah Jumat: Jadilah Pemilih dan Peserta Cerdas untuk Pemilu Berkualitas	https://nu.or.id/khutbah/khutbah-jumat-jadilah-pemilih-dan-peserta-cerdas-untuk-pemilu-berkualitas-yL22g

170.	Khutbah Jumat: Menjaga Persaudaraan dan Persatuan di Tahun Politik	https://nu.or.id/khutbah/khutbah-jumat-menjaga-persaudaraan-dan-persatuan-di-tahun-politik-Bcs3h
171.	Khutbah Jumat: Menghormati Perbedaan Pendapat di Tahun Politik	https://nu.or.id/khutbah/khutbah-jumat-menghormati-perbedaan-pendapat-di-tahun-politik-iAsEe

f. Berita yang berisi persoalan umum Pilpres 2024

Tabel 3. 7 Berita Pilpres 2024 berdasarkan persoalan umum di NU Online

NO	Judul Berita	Tautan Berita
172.	Ketentuan TPS pada Pemilu 2024: Lokasi, Bentuk Hingga Tata Letak	https://nu.or.id/nasional/ketentuan-tps-pada-pemilu-2024-lokasi-bentuk-hingga-tata-letak-us7Ly
173.	Ini 5 Jenis Surat Suara Pemilu 2024: Kenali Perbedaan Warnanya	https://nu.or.id/nasional/ini-5-jenis-surat-suara-pemilu-2024-kenali-perbedaan-warnanya-NznNW
174.	Ketentuan Pemungutan Suara dengan Sistem Noken dalam Pemilu di Papua	https://nu.or.id/nasional/ketentuan-pemungutan-suara-dengan-sistem-noken-dalam-pemilu-di-papua-Ndf62
175.	Memasuki Masa Kampanye Pemilu 2024 Bawaslu Luncurkan 3 Saluran Aduan Hoaks	https://nu.or.id/nasional/memasuki-masa-kampanye-pemilu-2024-

		bawaslu-luncurkan-3-saluran-aduan-hoaks-9fEWk
176.	Begini Cara Mengetahui Profil Caleg pada Pemilu 2024	https://nu.or.id/nasional/begini-cara-mengetahui-profil-caleg-pada-pemilu-2024-1vPqc
177.	Pelaku Politik Uang di Pemilu 2024 Terancam Pidana	https://nu.or.id/nasional/pelaku-politik-uang-di-pemilu-2024-terancam-pidana-NNshK
178.	NU Muhammadiyah: Pilpres Mesti Kondusif, Menang Jangan Jumawa, Kalah Legowo	https://nu.or.id/nasional/nu-muhammadiyah-pilpres-mesti-kondusif-menang-jangan-jumawa-kalah-legowo-B9aHo
179.	5 Isu Pendidikan: Ini Perlu Disorot Tajam dalam Debat Capres Kelima	https://nu.or.id/nasional/5-isu-pendidikan-ini-perlu-disorot-tajam-dalam-debat-capres-kelima-2Kfuk
180.	Pengajuan Pindah TPS Diperpanjang Hingga 7 Februari, Berikut Syarat dan Prosedurnya	https://nu.or.id/nasional/pengajuan-pindah-tps-diperpanjang-hingga-7-februari-berikut-syarat-dan-prosedurnya-v4CzV
181.	Pemilu 2024 Begini Tata Cara Mencoblos Yang Benar di TPS	https://nu.or.id/nasional/pemilu-2024-begini-tata-cara-mencoblos-yang-benar-di-tps-IOBSP
182.	Jika Pilpres Dua Putaran, KPU Tetapkan Pencoblosan 26 Juni 2024	https://nu.or.id/nasional/jika-pilpres-dua-putaran-kpu-tetapkan-pencoblosan-26-juni-2024-TRGDe

183.	Jelang Pemilu 2024: Presiden Jokowi Ingin Santri dan Pelajar Gunakan Hak Pilih Terbaik-Baiknya	https://nu.or.id/nasional/jelang-pemilu-2024-presiden-jokowi-ingin-santri-dan-pelajar-gunakan-hak-pilih-sebaik-baiknya-1pKHN
184.	Jelang Pemilu 2024: Presiden Jokowi Ingin Santri dan Pelajar Gunakan Hak Pilih Terbaik-Baiknya	https://nu.or.id/nasional/jelang-pemilu-2024-presiden-jokowi-ingin-santri-dan-pelajar-gunakan-hak-pilih-sebaik-baiknya-1pKHN
185.	Anda di Luar Kota? Begini Cara Ajukan Pindah Tempat Memilih pada Pemilu 2024	https://nu.or.id/nasional/anda-di-luar-kota-begini-cara-ajukan-pindah-tempat-memilih-pada-pemilu-2024-nBc8R
186.	Pastikan Terdaftar Sebagai Pemilih, Begini Cara Cek DPT Pemilu 2024 Secara Online	https://nu.or.id/nasional/pastikan-terdaftar-sebagai-pemilih-begini-cara-cek-dpt-pemilu-2024-secara-online-zvEWy
187.	3 Cara WNI di Luar Negeri Ikut Coblos Pemilu 2024	https://nu.or.id/nasional/3-cara-wni-di-luar-negeri-ikut-coblos-pemilu-2024-2wJTX
188.	Masyarakat Rentan dan Marjinal Terancam Tak Bisa Nyoblos dalam Pemilu 2024	https://nu.or.id/nasional/masyarakat-rentan-dan-marjinal-terancam-tak-bisa-nyoblos-dalam-pemilu-2024-BHIR8

189.	Distribusi Logistik Pemilu 2024: KPU Logistik Tahap 1 Sudah 100 Persen	https://nu.or.id/nasional/distribusi-logistik-pemilu-2024-kpu-logistik-tahap-1-sudah-100-persen-G2SQx
190.	Olah Limbah APK Pemilu 2024: LPBINU Siap Berdayakan Bank Sampah Nusantara	https://nu.or.id/nasional/olah-limbah-apk-pemilu-2024-lpbinu-siap-berdayakan-bank-sampah-nusantara-zCD5t
191.	Tok Pemerintah Tetapkan 14 Februari Libur Nasional Pemilu 2024	https://nu.or.id/nasional/tok-pemerintah-tetapkan-14-februari-libur-nasional-pemilu-2024-Toykl
192.	LKNU Sebut Banyak Isu Kesehatan yang Tak Dibahas di Debat Capres 2024	https://nu.or.id/nasional/lknu-sebut-banyak-isu-kesehatan-yang-tak-dibahas-di-debat-capres-2024-OyvN2
193.	Dokter NU Nilai Pembahasan Isu Kesehatan di Debat Capres, Belum Konkret, Hanya Untuk Menangkan Suara	https://nu.or.id/nasional/dokter-nu-nilai-pembahasan-isu-kesehatan-di-debat-capres-belum-konkret-hanya-untuk-menangkan-suara-ldm4d
194.	Soal Pemindahan Ibu Kota Negara, Begini Sikap Ketiga Capres 2024	https://nu.or.id/nasional/soal-pemindahan-ibu-kota-negara-begini-sikap-ketiga-capres-2024-o0Pde
195.	Waspada Hoaks Selama Masa Kampanye Pemilu 2024	https://nu.or.id/nasional/waspada-hoaks-selama-masa-kampanye-pemilu-2024-3HEvf
196.	Mukernas III MUI Hasilkan Taujihat Pemilu 2024 Dari Tolak	https://nu.or.id/nasional/mukernas-iii-mui-hasilkan-taujihat-pemilu-2024-

	Politik Uang Hingga Manipulasi Suara	dari-tolak-politik-uang-hingga-manipulasi-suara-rmA0D
197.	Deklarasi Kampanye Damai Peserta Pemilu 2024 Diminta Tak Umbar Sisi Negatif Lawan	https://nu.or.id/nasional/deklarasi-kampanye-damai-peserta-pemilu-2024-diminta-tak-umbar-sisi-negatif-lawan-kCU6D
198.	Ini Peraturan Tentang Kampanye Pemilu 2024	https://nu.or.id/nasional/ini-peraturan-tentang-kampanye-pemilu-2024-hpUOm
199.	Pemilu 2024: KPU Kampanye Rapat Umum Dibagi Jadi Tiga Zona	https://nu.or.id/nasional/pemilu-2024-kpu-kampanye-rapat-umum-dibagi-jadi-tiga-zona-bJJ7x
200.	Mahbub Djunaidi dan Pembredelan Duta Masyarakat Karena Bikin Laporan Kecurangan Pemilu	https://nu.or.id/fragmen/mahbub-djunaidi-dan-pembredelan-duta-masyarakat-karena-bikin-laporan-kecurangan-pemilu-uvVCv
201.	Jelang Pemilu 2024: Forum Orang Muda Respons Isu Demokrasi Hingga Hukum dan HAM	https://nu.or.id/nasional/jelang-pemilu-2024-forum-orang-muda-respons-isu-demokrasi-hingga-hukum-dan-ham-yBKyG
202.	Dokumen yang Wajib Dibawa Saat Mencoblos pada 14 Februari 2024	https://nu.or.id/nasional/dokumen-yang-wajib-dibawa-saat-mencoblos-pada-14-februari-2024-lKjG1

203.	Komisioner, Komisi Disabilitas Soroti Minimnya Pembahasan Isu Konsesi dalam Debat Capres	https://nu.or.id/nasional/komisioner-komisi-disabilitas-soroti-minimnya-pembahasan-isu-konsesi-dalam-debat-capres-zp0EJ
204.	MUI, Ormas Islam, dan Majelis Agama Gaungkan Deklarasi Pemilu Damai	https://nu.or.id/nasional/mui-ormas-islam-dan-majelis-majelis-agama-gaungkan-deklarasi-pemilu-damai-3N1Z1
205.	Debat Keempat Pilpres 2024: KPU Tetapkan Enam Tema Debat Dari Sebelumnya Tujuh	https://nu.or.id/nasional/debat-keempat-pilpres-2024-kpu-tetapkan-enam-tema-debat-dari-sebelumnya-tujuh-WK8yK
206.	Debat Capres Cawapres Pemilu 2024 Digelar 5 Kali Berikut Jadwalnya	https://nu.or.id/nasional/debat-capres-cawapres-pemilu-2024-digelar-5-kali-berikut-jadwalnya-aTVhT
207.	Najwa Shihab Kritik Format Debat Capres Cawapres, KPU Harus Lebih Independen dan Substansial	https://nu.or.id/nasional/najwa-shihab-kritik-format-debat-capres-cawapres-kpu-harus-lebih-independen-dan-substansial-xeAXf
208.	Tema Debat Capres dan Cawapres Pada Pemilu 2024	https://nu.or.id/nasional/tema-debat-capres-dan-cawapres-pada-pemilu-2024-raCdm
209.	Debat Capres Cawapres Pemilu 2024, KPU Akan Undang Panelis Rumuskan Pertanyaan	https://nu.or.id/nasional/debat-capres-cawapres-pemilu-2024-kpu-akan-cawapres-pemilu-2024-kpu-akan

		undang-panelis-rumuskan-pertanyaan-TWRf6
210.	Debat Pilpres 2024, KPU Tampung Usulan Nama Panelis dan Moderator Dari Tim Paslon	https://nu.or.id/nasional/debat-pilpres-2024-kpu-tampung-usulan-nama-panelis-dan-moderator-dari-tim-paslon-0DTq9
211.	Format Debat Capres Cawapres RI Dari Masa ke Masa Sejak 2004 Sekarang	https://nu.or.id/nasional/format-debat-capres-cawapres-ri-dari-masa-ke-masa-sejak-2004-sekarang-ISmMZ
212.	Ini Profil 11 Panelis di Debat Perdana Capres 2024	https://nu.or.id/nasional/ini-profil-11-panelis-di-debat-perdana-capres-2024-lzBE6
213.	KPU Tetapkan 11 Nama Panelis untuk Debat Cawapres 2024	https://nu.or.id/nasional/kpu-tetapkan-11-nama-panelis-untuk-debat-cawapres-2024-1Kv3p
214.	Format Debat Cawapres Sama Persis dengan Sebelumnya	https://nu.or.id/nasional/format-debat-cawapres-sama-persis-dengan-sebelumnya-fXVPa
215.	Debat Cawapres: Pakar Prediksi Anggaran Jumbo Kemenhan 2024 Jadi Topik Hangat	https://nu.or.id/nasional/debat-cawapres-pakar-prediksi-anggaran-jumbo-kemenhan-2024-jadi-topik-hangat-yeJLX
216.	Ini Profil 11 Panelis Yang Rumuskan Pertanyaan pada Debat Ketiga Pilpres 2024	https://nu.or.id/nasional/ini-profil-11-panelis-yang-rumuskan-pertanyaan

		pada-debat-ketiga-pilpres-2024-vDzOq
217.	KPU Tetapkan 5 Perubahan Pada Debat Ketiga Capres 2024, Apa Saja	https://nu.or.id/nasional/kpu-tetapkan-5-perubahan-pada-debat-ketiga-capres-2024-apa-saja-8URt4
218.	KPU: Panelis Debat Pilpres 2024 Punya Integritas Akademik yang Bisa Dipertanggungjawabkan	https://nu.or.id/nasional/kpu-panelis-debat-pilpres-2024-punya-integritas-akademik-yang-bisa-dipertanggungjawabkan-yoJH4
219.	Tak Berubah: Begini Format dan Alur Debat Ketiga Pilpres 2024	https://nu.or.id/nasional/tak-berubah-begini-format-dan-alur-debat-ketiga-pilpres-2024-Q4SnC
220.	11 Panelis Debat Ketiga Pilpres Akan Dikarantina Pada 5-8 Januari 2024	https://nu.or.id/nasional/11-panelis-debat-ketiga-pilpres-akan-dikarantina-pada-5-8-januari-2024-E5SC5
221.	Jadi Tema Debat Ketiga Pilpres 2024, Ini Beda Keamanan dan Pertahanan	https://nu.or.id/nasional/jadi-tema-debat-ketiga-pilpres-2024-ini-beda-keamanan-dan-pertahanan-FroQ5
222.	Jelang Debat Capres 2024: Putaran Ketiga, Ketiga Capres Masuki Istana Senayan	https://nu.or.id/nasional/jelang-debat-capres-2024-putaran-ketiga-ketiga-capres-masuki-istora-senayan-WJggT
223.	Jadi Tema Debat Cawapres: Berikut Gejolak Konflik Agraria di Indonesia	https://nu.or.id/nasional/jadi-tema-debat-cawapres-berikut-gejolak-konflik-agraria-di-indonesia-7T7eV

224.	Disorot Cawapres: Gibran, Ini Profil Desa Ketapanrame, Model Sukses Reformasi Desa dan Keberlanjutan Wisata	https://nu.or.id/nasional/disorot-cawapres-gibran-ini-profil-desa-ketapanrame-model-sukses-reformasi-desa-dan-keberlanjutan-wisata-2yqgM
225.	KPU Umumkan 12 Panelis Debat Kelima Pilpres 2024, Ada dari UGM Hingga UIN Jakarta	https://nu.or.id/nasional/kpu-umumkan-12-panelis-debat-kelima-pilpres-2024-ada-dari-ugm-hingga-uin-jakarta-MQfYs
226.	Inilah Profil 12 Panelis Debat Kelima Pilpres 2024	https://nu.or.id/nasional/inilah-profil-12-panelis-debat-kelima-pilpres-2024-tLRFQ
227.	Perhimpunan Dokter NU Minta Debat Kelima Pilpres 2024 Bahas 6 Isu Krusial di Sektor Kesehatan	https://nu.or.id/nasional/perhimpunan-dokter-nu-minta-debat-kelima-pilpres-2024-bahas-6-isu-krusial-di-sektor-kesehatan-zmd3p

g. Berita yang berisi survei Lembaga tentang Pilpres

Tabel 3. 8 Berita Pilpres 2024 berdasarkan survei Lembaga di NU Online

NO	Judul Berita	Tautan Berita
228.	Bagaimana Sikap Media Menghadapi Berbagai Hasil Survei Politik	https://nu.or.id/nasional/bagaimana-sikap-media-menghadapi-berbagai-hasil-survei-politik-9BZ4U

229.	Kritik Terhadap Hasil Survei, Metodologi Kurang Transparan, Sumber Pendanaan Kurang Terbuka	https://nu.or.id/nasional/kritik-terhadap-hasil-survei-metodologi-kurang-transparan-sumber-pendanaan-kurang-terbuka-VFXP8
230.	Temuan Survei Indikator Politik Soal Pendapat Publik Tentang Debat Cawapres	https://nu.or.id/nasional/temuan-survei-indikator-politik-soal-pendapat-publik-tentang-debat-cawapres-proie
231.	KPU: Total Ada 63 Lembaga Survei yang Mendaftar untuk Pemilu 2024	https://nu.or.id/nasional/kpu-total-ada-63-lembaga-survei-yang-mendaftar-untuk-pemilu-2024-QNfwa
232.	Debat Capres: Ini Pandangan Masyarakat Menurut Survei Indikator Politik	https://nu.or.id/nasional/debat-capres-ini-pandangan-masyarakat-menurut-survei-indikator-politik-tb6On
233.	Survei IPNU Jatim: Pelajar Cenderung Terhadap Pemimpin yang Punya Keberpihakan pada Anak Muda	https://nu.or.id/jatim/survei-ipnu-jatim-pelajar-cenderung-terhadap-pemimpin-yang-punya-keberpihakan-pada-anak-muda-2PoNN

- h. Berita yang berisi tentang hal-hal lain yang berkaitan tentang Pilpres

Tabel 3. 9 Berita Pilpres 2024 berdasarkan persoalan lain-lain di NU Online

NO	Judul Berita	Tautan Berita
234.	Santri dan Nahdliyin Harus Jawab Dinamika Sosial Politik dan Ekonomi	https://nu.or.id/nasional/santri-dan-nahdliyin-harus-jawab-dinamika-sosial-politik-dan-ekonomi-EmVfB
235.	Ada Usulan Debat Capres Cawapres Pakai Bahasa Inggris, Ini Jawaban KPU	https://nu.or.id/nasional/ada-usulan-debat-capres-cawapres-pakai-bahasa-inggris-ini-jawaban-kpu-kGMVq
236.	Harapan Gen Z di Debat Capres 2024, Saling Adu Gagasan Bukan Gimik	https://nu.or.id/nasional/harapan-gen-z-di-debat-capres-2024-saling-adu-gagasan-bukan-gimik-nmCeF
237.	Gusdurian Dicatut Dukung Capres Cawapres, Langkah Hukum Akan Diambil	https://nu.or.id/nasional/gusdurian-dicatut-dukung-capres-cawapres-langkah-hukum-akan-diambil-5Idc8
238.	Masukan Untuk Capres Cawapres Soal Pencegahan Ekstremisme	https://nu.or.id/nasional/masukan-untuk-capres-cawapres-soal-pencegahan-ekstremisme-SVrQG
239.	Jelang Pencoblosan, Warga Harap Pemimpin Baru Berikan Solusi Konkret Untuk Kesejahteraan	https://nu.or.id/nasional/jelang-pencoblosan-warga-harap-pemimpin-baru-berikan-solusi-konkret-untuk-kesejahteraan-NVDfv

240.	NU Kukuhkan Peran Sebagai Otoritas Agama, Perkuat Otoritas Politik	https://nu.or.id/nasional/nu-kukuhkan-peran-sebagai-otoritas-agama-perkuat-otoritas-politik-DDgnx
241.	Sejumlah Tokoh Bangsa Temui Ketua KPU, Harap Pemilu 2024 Berlangsung Adil dan Transparan	https://nu.or.id/nasional/sejumlah-tokoh-bangsa-temui-ketua-kpu-harap-pemilu-2024-berlangsung-adil-dan-transparan-LoctT
242.	JPPi Jelaskan 3 Catatan Untuk Ketiga Capres Soal Problem Pendidikan	https://nu.or.id/nasional/jppi-jelaskan-3-catatan-untuk-ketiga-capres-soal-problem-pendidikan-zKWNL
243.	JPPi Nilai: Ketiga Capres Gagal Tawarkan Solusi Konkret Terhadap Biaya Pendidikan Tinggi	https://nu.or.id/nasional/jppi-nilai-ketiga-capres-gagal-tawarkan-solusi-konkret-terhadap-biaya-pendidikan-tinggi-Dc1hW
244.	JPPi Nilai: Tak Ada Tawaran Inovatif dari Ketiga Capres Soal Kesejahteraan Guru	https://nu.or.id/nasional/jppi-nilai-tak-ada-tawaran-inovatif-dari-ketiga-capres-soal-kesejahteraan-guru-ZYTX0
245.	JPPi Kecam Kampanye Politik di Sekolah, Keluarkan 5 Maklumat	https://nu.or.id/nasional/jppi-kecam-kampanye-politik-di-sekolah-keluarkan-5-maklumat-idN7w
246.	JPPi Kecam Kampanye Politik di Sekolah, Keluarkan 5 Maklumat	https://nu.or.id/nasional/jppi-kecam-kampanye-politik-di-sekolah-keluarkan-5-maklumat-idN7w

247.	Poblem di Papua Bukan Hanya HAM Sipil dan Politik Tapi Juga HAM Ekonomi Sosial dan Budaya	https://nu.or.id/nasional/poblem-di-papua-bukan-hanya-ham-sipil-dan-politik-tapi-juga-ham-ekonomi-sosial-dan-budaya-VY5dD
248.	Kasus HAM Perlu Jadi Perhatian Serius Capres Cawapres 2024	https://nu.or.id/nasional/kasus-ham-perlu-jadi-perhatian-serius-capres-cawapres-2024-E8brb
249.	Jokowi: Presiden Boleh Kampanye dan Memihak, Bagaimana Secara Hukum dan Etika	https://nu.or.id/nasional/jokowi-berkata-presiden-boleh-kampanye-dan-memihak-bagaimana-secara-hukum-dan-etika-OtU77
250.	Melihat Realitas Masyarakat Sekitar TPST Bantargebang: Dampak Lingkungan dan Harapan Kepada Presiden RI Berikutnya	https://nu.or.id/nasional/melihat-realitas-masyarakat-sekitar-tpst-bantargebang-dampak-lingkungan-dan-harapan-kepada-presiden-ri-berikutnya-jMzjw

Media NU Online juga tercatat memberitakan berita politik dalam akun media sosialnya yaitu Instagram. Berdasarkan hasil penelitian penulis, media Instagram NU Online telah memberitakan sebanyak 16 berita selama masa kampanye Pilpres 2024. Berita-berita tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3 10 Berita Politik di Media Instagram NU Online

NO	Judul Berita	Tautan Berita
1.	Pernyataan-pernyataan Calon Presiden pada Debat Ketiga Capres Pemilu 2024	https://www.instagram.com/p/C1zSo5Spt09/?img_index=3&igsh=NHgxaDRvb2oxYmV5
2.	Pilih Membangun SDM atau Membeli Alutsista, Begini Pandangan Islam	https://www.instagram.com/p/C1zbewDJFF-/?img_index=3&igsh=MW1vdmM2cG81MDRxZA==
3.	Bicara Soal Penguatan Kerjasama Internasional Selatan-Selatan	https://www.instagram.com/p/C1zdW3rJ3SU/?img_index=3&igsh=OGY1YXNxZTBvYnlo
4.	Visi Politik Luar Negeri Para Kandidat Capres	https://www.instagram.com/reel/C1zhH8Kp1IH/?igsh=ZWpjMjU0YTZibnZm
5.	Inilah Visi capres Perkuat Kerjasama Selatan-Selatan	https://www.instagram.com/reel/C112DZRJ7Iy/?igsh=Z2piNHdnbWx3OHN0
6.	PBNU Kecam Tindakan Rusli Atasnamakan PWNU Riau Dukung Capres-Cawapres	https://www.instagram.com/reel/C2BnsvSrgJW/?igsh=MTlsMTlkYWU4eGR5Mg==

7.	Ketum PBNU Imbau Nonaktif, Kholifah: Mulai 21 Januari	https://www.instagram.com/reel/C2T0y2MraTX/?igsh=bWFoMGVkeczlodmJ3
8.	Strategi Peningkatan Desa Supaya Warga Tidak Keluar dari Desa	https://www.instagram.com/p/C2Xclc3J_mg/?igsh=eGFsd3ZjdWNhZzFo
9.	Pernyataan-pernyataan Calon Wakil Presiden pada Debat Keempat Capres Pemilu 2024	https://www.instagram.com/p/C2XeNfwpazM/?igsh=NjEzN2tjZ2p5Nm5q
10.	Canda Gibran dan Muhaimin dalam Debat Keempat	https://www.instagram.com/p/C2YijHPSHxD/?igsh=YmF3dGpic3ZkNGxu
11.	Jadi Caleg-Timses, PBNU Nonaktifkan 64 Pengurus	https://www.instagram.com/reel/C2YyOv_JzgF/?igsh=MThqbmcaXQwdzExaQ==
12.	Ketika Gus Mus Menyinggung soal Pilpres di acara Halaqoh Nasional	https://www.instagram.com/reel/C2rV7vqrfjJ/?igsh=MW9uYTgxYzJ4eGxwbw==
13.	Strategi Paslon dalam Meningkatkan Angka Harapan Hidup di Indonesia	https://www.instagram.com/p/C27auKIJqFe/?igsh=MWJrYWxhNmt6aXR4cQ==

14.	Ngomong-ngomong Soal Pendidikan, Begini Kata Para Capres	https://www.instagram.com/p/C27f69hpB3s/?img_index=1&igsh=c3EzM2xjOGwwNmXH
15.	Strategi Capres Atasi Komersialisasi Budaya	https://www.instagram.com/reel/C297whmJI7h/?igsh=MTRwbXdtZ3JydmhMQ==
16.	Tutup Debat Kelima, Anies-Prabowo-Ganjar Saling Beru Pesan Menyentuh	https://www.instagram.com/p/C28rUfUpJRX/?img_index=1&igsh=N3Fncmh3YWpicnM5

Berita-berita tersebut merupakan berita yang dikontekstualisasikan dengan peristiwa-peristiwa politik praktis yang terjadi selama pemilu. Secara konsisten, NU Online telah menghadirkan konten politik yang menjunjung tinggi nilai-nilai kebangsaan. Beberapa tema utama yang diangkat seperti netralitas masyarakat menjelang pemilu, debat capres atau sudut pandang tokoh NU mengartikan bahwa media NU Online telah berkembang menjadi media yang menarasikan berita-berita politik yang sejalan dengan nilai-nilai keislaman dan kebangsaan. Bahkan dalam beberapa unggahannya, diskusi politik telah berkembang dan mengindikasikan bahwa NU Online berhasil memfasilitasi ruang dialog publik di tengah-tengah dinamika politik dan tugasnya sebagai media keagamaan.

BAB IV

ORIENTASI POLITIK MEDIA NAHDLATUL ULAMA (DALAM PEMBERITAAN MASA KAMPANYE PILPRES 2024 DI NU ONLINE)

A. Analisis Isi (*Content Analysis*) terhadap Pemberitaan Pilpres 2024 dalam Website nu.or.id

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, terlihat secara jelas bahwa media NU Online memberikan atensi lebih kepada persoalan politik di masa pemilihan presiden tersebut. Fenomena tersebut tampak dari kecenderungan NU Online dalam memuat berita-berita yang berkaitan dengan dinamika nasional, ataupun berbagai isu strategis terkait dengan jalannya demokrasi Indonesia. Tingginya intensitas serta kedalaman media menunjukkan bahwa NU Online tidak hanya berfungsi sebagai media informasi keagamaan, namun juga turut andil dalam membentuk opini politik publik. Hal ini sebagaimana pendapat dari McQuill yang menyatakan bahwa media massa memiliki kekuatan dalam mengkonstruksi realitas sosial.¹⁰⁴ Hal ini tentu memperkuat asumsi bahwa media keagamaan juga memiliki peran dalam mengarahkan wacana masyarakat.

Selama kurang dari tiga bulan masa kampanye, terdapat total 250 berita yang dipublikasikan secara khusus oleh media NU Online terkait persoalan pemilu. Jumlah ini menunjukkan

¹⁰⁴Mcquail, *Teori Komunikasi Massa*.

perhatian media NU terhadap konteks pemilihan presiden. Data tersebut juga memberikan indikasi bahwa berita politik menempati posisi yang cukup tinggi dalam agenda redaksional NU Online. Sama seperti media pada umumnya, NU Online mengambil dan mengemas berita politik dengan *framing* yang berbeda pada setiap pembahasannya. Bedanya adalah ketika mayoritas media massa mengemas pemberitaan politik berdasarkan sudut pandang narasi secara formal, media NU Online mengemas beberapa isu-isu politik berdasarkan sudut pandang keislaman, khususnya perspektif para ulama. Dengan demikian, NU Online berupaya memperkuat posisi politik dengan dasar-dasar etika Islam dan membangun pemahaman politik yang sejalan dengan tradisi keislaman.

Berita-berita politik selama masa kampanye yang sebelumnya telah dikelompokkan dalam bab III tersebut, penulis uraikan dalam pembahasan sebagai berikut:

1. Kelompok berita seputar debat capres dan cawapres

Pada bab III bagian kelompok berita politik yang pertama, penulis telah mengumpulkan 76 berita dalam satu tema yang didasarkan pada momen debat capres-cawapres Pilpres 2024. Hasil dari kategorisasi tersebut menunjukkan bahwa topik debat yang paling dominan adalah isu sosial dan kesejahteraan dengan fokusnya pada pendidikan, kesejahteraan, kesenjangan sosial, perlindungan guru, masyarakat adat dan buruh. Topik tentang ekonomi juga

berulang kali dibahas dalam berita debat ini, seperti hilirisasi, kebijakan penguatan ekonomi dan agraria. Namun secara umum, pemberitaan politik dalam konteks debat capres cawapres lebih menekankan kepada pentingnya solusi yang konkret akan permasalahan rakyat, khususnya dalam konteks pengentasan kemiskinan, penguatan sektor pendidikan, serta pemeliharaan lingkungan hidup. Framing yang digunakan dalam membahas setiap topik tersebut cenderung bersifat membangun dan edukatif tanpa memecah belah atau provokatif dan mendorong pemahaman kepada publik untuk berdiskusi secara sehat dan terbuka.

Ketiga pasangan capres dan cawapres juga mendapatkan pemberitaan yang relatif seimbang. Capres Prabowo Subianto, Anies Baswedan, dan Ganjar Pranowo masing-masing disebut dalam konteks pernyataan mereka ketika debat atau tanggapan atas isu tertentu. Namun secara kuantitas, capres Prabowo Subianto lebih menonjol dari capres yang lain, dimana Prabowo disebut sebanyak 15 kali sedangkan Anies dan Ganjar sama-sama disebut sebanyak 12 kali. Di level cawapres, Gibran Rakabuming Raka cenderung paling menonjol karena usianya yang muda dan gaya komunikasi yang paling banyak disorot oleh publik. Selain para kandidat, beberapa tokoh juga muncul dalam pemberitaannya, seperti Ketua Umum PBNU, LPP PBNU, Pergunu dan Sarbumusi. Para tokoh tersebut dimintai untuk

memberikan pendapat dan tanggapan keislaman terhadap materi debat atau pentingnya etika politik.

Dalam analisis 76 berita politik media NU Online yang membahas seputar debat capres dan cawapres, ditemukan bahwa tanda (*tone*) pemberitaan media NU Online mayoritas memiliki tone netral yaitu sebanyak 66 berita yang cenderung bersifat deskriptif, informatif atau tidak memuat penilaian emosional.¹⁰⁵ Berbeda dengan nada berita positif yang cenderung menonjolkan dukungan, pujian dan optimisme¹⁰⁶ berjumlah 6 berita, seperti berita yang berjudul *Ketua KPU Dorong Partisipasi Publik di Setiap Debat Capres dan Cawapres*. Tanda (*tone*) berita negatif juga ditemukan sebanyak 4 berita yaitu berita yang mengandung kritik, ketidaksempurnaan atau kekurangan dalam debat ataupun isu yang dibahas. Berdasarkan data tersebut, penulis mengindikasikan bahwa dengan minimnya jumlah tone negatif, redaksi NU Online lebih moderatif dan suportif terhadap proses demokrasi, khususnya dalam konteks debat Pilpres 2024.

Sedangkan framing pemberitaan debat capres dan cawapres ini dapat dilihat dengan teori framing dari Robert N. Entman yang mencakup empat aspek framing, yaitu

¹⁰⁵Krippendorff, "Content Analysis: An Introduction to Its Methodology."

¹⁰⁶Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, Dan Politik Media* (Yogyakarta: LkiS Yogyakarta, 2002).

pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi terhadap suatu wacana berita.¹⁰⁷ Sedangkan hasil dari aspek-aspek tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Pendefinisian Masalah (*define problems*): debat capres cawapres yang dibingkai oleh media NU Online bukan hanya sebagai sarana saling menjatuhkan, namun sebagai indikator kualitas kepemimpinan dengan orientasi program kerja masing-masing. Masalah yang ditonjolkan seperti minimnya visi kebangsaan, lemahnya etika politik atau ketidaksiapan kandidat dalam menyampaikan solusi konkret.
- b. Mempekirakan sumber masalah (*diagnose causes*): media NU Online seringkali mengaitkan lemahnya substansi debat dengan praktik politik dan kurangnya kedalaman ideologi diantara kandidat. Beberapa berita juga menyinggung kurangnya pendidikan politik publik yang menyebabkan debat hanya menjadi tontonan.
- c. Membuat keputusan (*make moral judgments*): diantara berita politik media NU Online telah memberikan penilaian moral terhadap gaya debat diantara para kandidat dan sering mengaitkannya dengan akhlak politik, adab serta keberpihakan terhadap rakyat kecil sebagai ukuran moral para kandidat.

¹⁰⁷R. M. Entman, "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm," 1993. *Journal of Communication* 43, no. 4 (1993): 51–58.

- d. Menekankan penyelesaian (*treatment recommendation*): media NU Online memberikan saran supaya debat lebih diarahkan kepada penguatan demokrasi. Solusi yang diberikan seperti melibatkan tokoh agama dalam mengedukasi masyarakat dan pentingnya memilih pemimpin yang berpihak pada keadilan sosial dan umat.
2. Kelompok berita berdasarkan himbauan kepada masyarakat terkait Pilpres 2024

Pada kelompok tema berita yang kedua, penulis mengelompokkan 14 berita yang didasarkan pada himbauan kepada masyarakat luas. Fokus berita yang paling dominan pada kelompok ini adalah pentingnya kerukunan sosial dan stabilitas nasional dalam menghadapi Pemilu. Tema tersebut berjumlah 6 berita yang menunjukkan bahwa media NU Online mengkhawatirkan akan potensi konflik selama Pemilu berlangsung. Selain itu, media NU juga menyebutkan beberapa tokoh dalam kelompok berita ini, seperti para tokoh NU (Gus Mus, Rais PBNU, Katib Aam, Alissa Wahid), Wapres RI, tokoh nasional, IPPNU dan Muslimat NU. Penyebutan tokoh-tokoh tersebut mengindikasikan media NU Online mengangkat tokoh keagamaan dan kebangsaan sebagai pemegang kunci atau pengendali moral dan sosial dalam Pilpres 2024.

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, nada (*tone*) pemberitaan pada kelompok ini didominasi oleh nada

positif. Dari 14 berita yang dikelompokkan, 7 berita memiliki nada pemberitaan yang positif, sedangkan 2 berita bernada negatif dan 5 berita bernada netral. Nada pemberitaan positif dalam pemberitaan NU Online ini tercermin pada berbagai tema yang diangkat, seperti ajakan untuk menjaga kerukunan (*"Pesan Gus Mus di Tahun Pemilu: Beda Pilihan Itu Alamiah, Jaga Kerukunan"*), seruan untuk mempertahankan stabilitas negara oleh tokoh-tokoh NU serta himbauan dari pemerintah supaya masyarakat menjaga ketertiban dan menggunakan hak pilihnya dengan penuh tanggung jawab.

Salah satu berita yang memiliki nada pemberitaan netral adalah berita yang berjudul *"Pilihan Dalam Pemilu: Ketua PBNU Cintai dan Benci Sewajarnya"*. Sedangkan berita nada negatif berisi pernyataan Alissa Wahid mengenai potensi perpecahan keluarga akibat perbedaan pandangan politik dan tantangan pemilu 2024. Hal ini menunjukkan bahwa media NU Online menghindari narasi yang dapat menimbulkan polarisasi dan perpecahan. Oleh karena itu, berita politik tersebut dibingkai dalam konteks positif dan moderat untuk menyeimbangkan narasi-narasi politik yang dapat memicu konflik selama Pemilu.¹⁰⁸

¹⁰⁸U. Rosyidi, "Peran Media Nahdlatul Ulama Dalam Menangkal Polarisasi Politik Jelang Pemilu," *Jurnal Komunikasi Islam* 10, no. 2 (2020): 145–162.

Sedangkan berdasarkan empat elemen framing, berita-berita politik dalam kelompok ini dianalisis sebagai berikut:

- a. *Define problem* (mendefinisikan masalah): media NU Online mendefinisikan potensi konflik, perpecahan sosial dan moralitas publik sebagai masalah utama yang harus diwaspadai selama Pemilu. Ini terlihat dari judul seperti “*Hadapi Tantangan Pemilu 2024, Wapres Ingatkan ulama Terus Jaga Persatuan Bangsa*”.
- b. *Diagnose cause* (mengidentifikasi penyebab masalah): secara eksplisit media NU Online tidak menyalahkan tokoh politik tertentu. Namun penyebab masalah yang dibahas adalah kurangnya kedewasaan politik masyarakat atau polarisasi pilihan politik yang tidak sehat, seperti yang dihimbau oleh tokoh seperti Wamenag atau Gus Mus.
- c. *Make moral Judgment* (memberi penilaian moral): pemberitaan ini memberikan penilaian moral akan pentingnya menjaga toleransi, netralitas serta kerukunan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa sikap partisipatif yang damai adalah sikap politik yang Islami dan bermoral seperti dalam berita yang berjudul “*Festival Budaya IPPNU Sampaikan Pesan Perdamaian Hadapi Tahun Politik*”.

- d. *Suggest remedies* (memberikan solusi): solusi yang ditawarkan yaitu memperkuat moderasi beragama, menjaga stabilitas sosial, dan menjunjung netralitas politik oleh tokoh agama.
3. Kelompok berita berdasarkan orientasi atau program para kandidat

Kelompok berita yang ketiga berjumlah 33 berita yang dikumpulkan berdasarkan orientasi atau program kerja dari para capres-cawapres. Dari 33 berita tersebut, tema ekonomi dan keadilan sosial mendominasi pemberitaan dengan jumlah 13 berita, disusul dengan tema pertahanan dan teknologi 6 berita, dan tema-tema lainnya seperti lingkungan dan energi, infrastruktur serta isu disabilitas. Media NU Online juga mengkritik terhadap kurangnya perhatian kandidat terhadap isu kebudayaan seperti yang tampak dalam berita yang berjudul “*Pertahanan Kebudayaan Luput dari Sorotan Capres*”.

Pada kelompok berita yang fokus pada orientasi program para kandidat ini, media NU Online memberikan ruang pembahasan yang seimbang terhadap ketiga kandidat meskipun cawapres Gibran Rakabuming Raka menjadi yang paling sering disorot sebanyak 8 berita dibandingkan dengan Cak Imin sebanyak 4 berita dan Mahfud MD dengan 5 berita. Ketiga capres dan cawapres seringkali dimunculkan secara bersamaan dalam satu format berita yang komparatif. Konsep

tersebut menyiratkan adanya upaya dari redaksi NU Online untuk menjaga keseimbangan informasi antar kandidat.

Nada pemberitaan pada kelompok berita ini didominasi oleh narasi netral yang berjumlah 20 berita yang mengandung sudut pandang objektif tanpa adanya perdebatan seperti berita yang berjudul, *“Akademisi Jelaskan Tantangan Program Dana Desa”*. Nada berita positif berjumlah 10 berita yang menekankan pada solusi, janji konkret dan narasi harapan terhadap berbagai program capres cawapres. Berita tersebut meyoroti berbagai program yang menjanjikan kesejahteraan rakyat, seperti pemberdayaan ekonomi (Cak Imin), peningkatan fasilitas kesehatan (Ganjar) dan pembangunan infrastruktur (Gibran). Sedangkan 3 berita lainnya bersifat negatif atau kritis. Nada berita negatif meskipun mengkritik, media NU Online tidak mengarahkannya kepada para kandidat itu sendiri, melainkan disebutkan secara umum seperti pada judul *“Akademisi Politik: Identitas Rusak, Mimpi Tentang Republik”*.

NU Online dalam 33 berita ini apabila dilihat berdasarkan analisis framing Robert N. Entman, maka sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Framing berita berdasarkan orientasi program para kandidat

Komponen Framing	Hasil Temuan
------------------	--------------

<i>Define Problems</i>	Ketimpangan sosial, lemahnya sistem pertahanan, ketidakadilan disabilitas, oligari ekonomi.
<i>Diagnose Causes</i>	Sistem dan kebijakan pemerintah yang tidak berpihak, minimnya perhatian dari kandidat pada isu strategis.
<i>Make Moral Judgment</i>	Penekanan pada keadilan sosial, pemberdayaan rakyat serta kritik yang disampaikan dengan bahasa yang santun.
<i>Suggest Remedies</i>	Solusi melalui program-program capres-cawapres, seperti dorongan reformasi dan ekonomi alternatif.

Secara umum, media NU Online menunjukkan keberpihakkannya pada isu-isu nasional serta kritik yang bersifat alternatif solustif. Melalui pendekatan tersebut, media NU berhasil membangun framing yang solutif, moderat dan berkeadilan sosial yang selaras dengan nilai-nilai Nahdlatul Ulama.

4. Kelompok berita yang didasarkan pendapat para tokoh atau ulama

Berita pada kelompok ini berjumlah 36 berita yang dikelompokkan dari sudut pandang para tokoh maupun ulama. Topik pembahasannya mayoritas berkaitan dengan netralitas

NU dan Kelembagaan dengan 10 berita. Berita tersebut memberikan penegasan bahwa NU tidak mendukung politik manapun, seperti yang dinyatakan oleh Gus Yahya bahwa memberikan dukungan merupakan ranah pribadi bukan lembaga. Topik selanjutnya yaitu etika politik dan demokrasi berjumlah 12 berita dan sisanya berkaitan dengan isu pendidikan politik dan pemilu damai, politik uang dan pelanggaran Pemilu, serta moderasi beragama dan HAM.

Secara umum, tone pemberitaan dalam kelompok ini sangat netral karena mendominasi pemberitaan dengan 22 berita. Nada pemberitaan netral memuat informasi faktual dengan penyampaian data tanpa ada penilaian emosional. Misalnya pada berita yang berjudul *“Komisi Disabilitas: Harap Pemimpin Indonesia Mampu Koordinasikan Perlindungan Hak Disabilitas”*. Berita tersebut secara jelas mengandung fakta yang tidak mengarah kepada salah satu pihak untuk membentuk opini pembaca.

Nada berita positif berjumlah 5 berita dimana pemberitaan tersebut berkaitan dengan komitmen etika politik dan demokrasi, pernyataan tokoh agama dan NU, serta netralitas lembaga NU, seperti yang dapat dilihat dari berita yang berjudul, *“Gusdurian Luncurkan Gardu Net Untuk Kawal Demokrasi”* dan *“PBNU Nonaktifkan Erick Thohir dari Ketua Lakpesdam NU”*. Artinya, dalam hal ini NU Online memiliki

peran sebagai media yang informatif untuk memperkuat nilai-nilai etika dan prinsip netralitasnya sebagai media massa.

Sedangkan pemberitaan negatif muncul dalam 9 berita yakni terkait kritik terhadap pelanggaran etika politik, bukan kepada tokoh atau kelompok politik. Salah satu berita yang bernada negatif seperti, “*Sikapi Situasi Politik Jelang Pemilu 2024: Gusdurian Temukan 105 Dugaan Pelanggaran*”. Hasilnya menunjukkan bahwa NU Online telah berupaya menjalankan fungsinya sebagai kontrol sosial dengan penyajian yang berbasis data, meskipun berita tersebut berisi isu yang mengkritik.

Adapun secara framing berita, penulis menganalisisnya dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Framing berita berdasarkan pendapat tokoh atau ulama

Komponen Framing	Hasil Temuan
<i>Define Problems</i> (menentukan masalah)	Politisasi ormas/NU dalam Pemilu, pelanggaran pemilu (politik uang, SARA), substansi debat capres kurang berkualitas.
<i>Diagnose Causes</i> (menentukan penyebab)	Peran ganda tokoh NU dalam ranah politik, kurangnya pendidikan politik dan pemahaman etika, praktik pragmatisme politik.

<i>Make Moral Judgment</i> (memberi penilaian moral)	Politik uang & politisasi dikritik, Gus Dur dijadikan standar etika politik, penekanan pada demokrasi yang jujur & berkeadaban.
<i>Suggest Remedies</i> (memberi solusi)	Penegasan netralitas NU (menonaktifkan kader aktif politik), penguatan pendidikan etika politik, pengawasan masyarakat (Gardu Net dan Gusduriyan).

Berdasarkan pendekatan framing dari Entman tersebut, dapat diketahui bahwa Nahdlatul Ulama sangat kokoh dalam menjaga netralitasnya terhadap politik praktis. Berita pemecatan kader NU yang aktif dalam politik memperlihatkan bahwa media NU Online adalah media yang tidak terlibat pada politik praktis manapun. Ia memposisikan diri sebagai media keislaman yang memberikan edukasi politik selama masa Pilpres 2024.

5. Kelompok berita berdasarkan perspektif keislaman terkait Pilpres 2024

Pada kelompok ini penulis mengelompokkan 14 berita yang didasarkan pada berita dengan sudut pandang keislaman. Tema utama yang paling menonjol dalam kelompok berita ini adalah etika politik dan pendidikan bagi pemilih dalam perspektif Islam. Meskipun beberapa berita diambil

berdasarkan debat capres-cawapres, media NU Online memilih fokus pada sudut pandang keislaman yang relevan dengan isu yang diberitakan berdasarkan debat. Seperti halnya berita yang bertopik keadilan sosial, pemerataan ekonomi atau pertahanan negara, media NU Online tidak menyampaikan bagaimana gagasan para kandidat atau menilai kinerja mereka. Berita tersebut lebih ditekankan pada penafsirannya menurut perspektif keislaman.

Tujuan utama dari pemberitaan kelompok ini adalah memberikan pemahaman keagamaan secara kontekstual terhadap dinamika politik yang terjadi. Pesan dari berita tersebut berisi tentang demokrasi yang harus dijunjung tinggi dengan tetap menjaga nilai ukhuwah atau persaudaraan. Dalil-dalil yang diambil pun berasal dari sumber yang terpercaya seperti al-Qur'an, hadis, tafsir atau pendapat para ulama. Bahkan khutbah Jumat yang dipublikasikan berisi seruan moral dan etika politik kepada masyarakat luas. Hal ini menunjukkan media NU Online sebagai media dakwah NU yang menyebarkan berbagai nilai keislaman dalam konteks kenegaraan.

Nada pemberitaan dari 14 berita di atas, semuanya memiliki nada berita netral. Ini terlihat dari bagaimana media NU Online menyerukan perdamaian, kesantunan politik dan ukhuwah dalam penyajian berita mereka. Bahkan khutbah Jum'at masuk dalam pemberitaan mereka dengan penyajian

yang sehat dan mendukung sistem demokrasi Indonesia seperti dalam khutbah, “*Jadilah Pemimpin dan Peserta Cerdas untuk pemilu Berkualutas*”. Selain itu, dinamika debat capres-cawapres yang ditanggapi dengan kajian keislaman juga telah menunjukkan adanya nada (*tone*) pemberitaan yang netral dan edukatif. Berita seperti yang berjudul, “*Posisi Hak Suara dalam Pemilu Menurut Islam*” atau “*Posisi Hak Suara dalam Pemilu Menurut Islam*” disajikan tanpa memiliki kecenderungan terhadap satu kandidat, tetapi dikaji dengan pemahaman keislaman yang informatif. Hal ini menunjukkan bahwa media NU Online bukanlah media yang berpihak pada politik tertentu.

Sedangkan framing yang ada dalam berita-berita ini dapat ditelusuri dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Framing berita berdasarkan perspektif keislaman

Komponen Framing	Hasil Temuan
<i>Define Problems</i> (menentukan masalah)	Politik sebagai sumber potensi perpecahan, konflik sosial dan miskinnya etika publik,
<i>Diagnose Causes</i> (menentukan penyebab)	Ambisi politik yang tidak terkendali, polarisasi politik serta penyalahgunaan uang dan agama.

<i>Make Moral Judgment</i> (memberi penilaian moral)	NU Online secara tegas menyampaikan bahwa politik harus berpijak pada etika keislaman.
<i>Suggest Remedies</i> (memberi solusi)	Menjaga ukhuwah, memperkuat toleransi, menegakkan etika dan partisipasi aktif dari publik.

Secara umum, dari 14 berita tersebut menunjukkan bahwa media NU Online tidak membingkai Pemilu sebagai wadah untuk kepentingan politik praktis, melainkan sebagai wadah berbagai isu atau persoalan yang memerlukan panduan etika dan moralitas Islam. Redaksi NU Online menyelaraskan pemberitaannya dengan prinsip organisasi Nahdlatul Ulama yang mengedepankan kerukunan dalam agama dan negara.

6. Kelompok berita berdasarkan persoalan umum Pilpres 2024

Penulis telah mengelompokkan 56 berita yang termasuk dalam persoalan-persoalan umum Pilpres 2024. Secara umum didominasi oleh berita yang bersifat infomatif dan edukatif. Sebagian besar beritanya merupakan panduan teknis pemilu seperti tata cara mencoblos, jenis surat suara sampai prosedur pemindahan tempat memilih. Sedangkan sisanya berisi persoalan debat capres-cawapres, kampanye damai, politik uang hingga partisipasi politik dari kelompok rentan. Apabila dilihat dari topik-topik berita tersebut, media NU Online lebih berfungsi sebagai media yang mengedukasi politik dengan

berbagai informasi umum yang disajikan. Informasi tersebut disampaikan oleh para subjek seperti Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai lembaga penyelenggara pemilu, tokoh-tokoh NU seperti LPBNU, LKNU, dan Perhimpunan Dokter NU. Masing-masing dari mereka menjadi narasumber yang kredibel dalam memberikan pernyataannya terkait pemilu.

Nada pemberitaan yang paling tinggi dalam kelompok ini adalah nada berita netral yang berjumlah 51 berita. Isi pemberitaan tersebut secara mayoritas adalah berita yang bersifat teknis dan edukasi pemilu yang menunjukkan media NU Online sebagai media pendidikan pemilu bagi pemilih. Misalnya pada berita dengan judul, “*Distribusi Logistik Pemilu 2024 KPU Logistik Tahap 1 Sudah 100 Persen*” atau dalam berita “*3 Cara WNI di Luar Negeri di Luar Negeri Ikut Coblos Pemilu 2024*”. Berita ini tidak memiliki nada berita positif. Sedangkan nada berita negatif yang berjumlah 5 berita terlihat dalam kritiknya terhadap kualitas debat, peringatan pelanggaran hukum atau lembaga penyelenggara pemilu. Diantara berita yang mengandung nada negatif tersebut seperti “*Pelaku Politik Uang di Pemilu 2024 Terancam Pidana*” atau “*Najwa Shihab Kritik Format Debat, KPU Harus Lebih Independen*”.

Adapun analisis yang dilakukan melalui empat perangkat framing Entman adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 4 Framing berita berdasarkan persoalan umum
Pilpres**

Komponen Framing	Hasil Temuan
<i>Define Problems</i> (menentukan masalah)	Kualitas demokrasi dan etika politik, pemilih belum paham tata cara dan sistem pencoblosan, kelompok marginal tidak terjangkau oleh Pemilu.
<i>Diagnose Causes</i> (menentukan penyebab)	Lemahnya institusi seperti KPU, kurangnya sosialisasi, rendahnya literasi politik.
<i>Make Moral Judgment</i> (memberi penilaian moral)	Pemilu berpotensi gagal jika tidak memahami teknis, hak warga negara terabaikan, merusak kualitas demokrasi.
<i>Suggest Remedies</i> (memberi solusi)	Edukasi publik, literasi politik, sosialisasi inklusif.

7. Kelompok berita yang didasarkan pada survei lembaga mengenai Pilpres 2024

Pada kelompok ini, penulis memasukkan 6 berita yang termasuk dalam tema survey lembaga terkait Pilpres 2024. Enam berita tersebut memuat hasil survey yang mencerminkan pendapat publik terkait Pemilu baik mengenai transparansi pendanaan lembaga survey, persepsi masyarakat terkait debat capres, respon media terhadap hasil survey dan sebagainya. Lembaga survey dalam pemberitaan ini

diposisikan sebagai pengamat dan pembentuk opini publik. Oleh karena itu, berita-berita berdasarkan survey tersebut memiliki posisi yang strategis dalam mempengaruhi wacana publik menjelang Pilpres 2024.

Pada sisi lainnya, berita seperti “*Kritik Terhadap Hasil Survey, Metodologi Kurang Transparan...*” dan “*Bagaimana Sikap Media Menghadapi Berbagai Hasil Survey Politik*” mengartikan bahwa tidak semua media berpihak kepada hasil survey. Ada wacana yang disampaikan oleh media dengan mempertanyakan kredibilitas, metode hingga sumber pendanaannya. Narasi berita seperti itu membuat publik menyadari bahwa hasil survey juga memiliki potensi dalam memanipulasi data yang dihasilkan.

Mayoritas berita pada kelompok ini bernada netral karena hanya bersifat informatif yang berjumlah 5 berita. Berita tersebut berjudul, “*Temuan Survei Indikator Politik Soal Pendapat Publik Tentang Debat Cawapres*”, “*KPU: Total Ada 63 Lembaga Survei yang Mendaftar untuk Pemilu 2024*”, dan “*Debat Capres: Ini Pandangan Masyarakat Menurut Survei Indikator Politik*”. Nada berita netral ini mengartikan bahwa media NU Online berupaya mempertahankan posisinya sebagai media yang objektif dalam memberitakan berita politik. Di sisi lain, berita positif tidak terlihat dalam kelompok berita ini. Hanya terdapat berita 1 lain yang bernada negatif. Berita tersebut menyuarakan kekhawatirannya pada

potensi hasil survey serta konsistensi media dengan argumentasi yang etis.¹⁰⁹

Secara umum, framing berita yang penulis temukan dalam berita-berita tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Framing berita berdasarkan survey lembaga

Komponen Framing	Hasil Temuan
<i>Define Problems</i> (menentukan masalah)	Ketidakpastian, transparansi, survey dan pengaruh debat.
<i>Diagnose Causes</i> (menentukan penyebab)	Lembaga survey tidak transparan, media tidak kritis, kandidat tidak komunikatif.
<i>Make Moral Judgment</i> (memberi penilaian moral)	Kritik terhadap lembaga survey dan media yang kurang objektif.
<i>Suggest Remedies</i> (memberi solusi)	Edukasi publik, regulasi ketat, transparansi lembaga survey dan keterlibatan pemuda.

8. Kelompok berita yang dikelompokkan dari hal-hal lain terkait Pilpres 2024

Berbagai persoalan berita dalam Pilpres 2024 yang tidak termasuk dalam tujuh kelompok sebelumnya, penulis kumpulkan dalam kelompok ini yang terdiri atas 17 berita. Dari berbagai topik berita, yang paling mendominasi dalam

¹⁰⁹Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, Dan Politik Media*.

kelompok ini adalah berita yang bertema pendidikan, etika kampanye dan politik dan aspirasi masyarakat yang masing-masing terdiri dari 4 berita. Sementara itu, berita lainnya memiliki topik HAM dan Papua, lingkungan hidup dan keterlibatan NU.

Narasi berita yang ditulis berdasarkan isu-isu yang rentan juga tampak dalam pemberitaan ini. Berita yang berjudul *“Problem di Papua Bukan Hanya HAM Sipil dan Politik Tapi Juga HAM Ekonomi Sosial dan Budaya”* menyoroti isu marginalisasi yang seringkali terpinggirkan dalam berita-berita agenda politik. Secara tidak langsung, media NU Online memberikan ruang yang sama bagi kelompok yang biasanya diabaikan dalam kampanye politik. Berita tersebut dinarasikan dengan kedalaman serta kepedulian agar mendapatkan perhatian dan mendapatkan haknya dalam politik.

Penulis menemukan 4 berita yang memiliki nada pemberitaan positif, 8 berita bernada netral, 5 berita bernada negatif. Berita yang bersifat positif tampak dalam berita yang mengangkat topik tentang aspirasi warga, harapan Gen Z dan penguatan peran Nahdlatul Ulama. Didalamnya memberikan semangat untuk mendukung, membangun dan optimis untuk berpartisipasi dalam demokrasi. Nada berita netral timbul dari berita yang menyampaikan informasi secara deskriptif yaitu pernyataan tokoh KPU atau tokoh bangsa, seperti dalam berita *“Usulan Debat Capres Cawapres Pakai Bahasa Inggris, Ini*

Jawaban KPU”. Sedangkan nada pemberitaan yang bersifat negatif terdapat dalam berita yang berjudul “*JPPi Jelaskan 3 Catatan Untuk Ketiga Capres Soal Problem Pendidikan*”. Meskipun memiliki nada berita negatif, namun redaksi NU Online membungkus berita tersebut dengan etika dan kesopanan.

Meskipun berita-berita tersebut memiliki topik yang berbeda-beda, namun secara umum berbagai berita tersebut memiliki framing sebagai berikut:

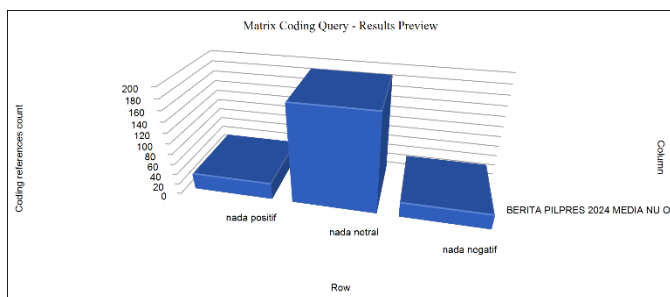
Tabel 4. 6 Framing berita perihal Pilpres 2024 lainnya

Komponen Framing	Hasil Temuan
<i>Define Problems</i> (menentukan masalah)	Politik minim gagasan, lemahnya etika kampanye, persoalan rakyat yang terpinggirkan.
<i>Diagnose Causes</i> (menentukan penyebab)	Kurangnya visi dari capres, dominasi politik, dan lemahnya kontrol etika.
<i>Make Moral Judgment</i> (memberi penilaian moral)	Kritik terhadap politik elite, dorongan etika dan moralitas dalam demokrasi.
<i>Suggest Remedies</i> (memberi solusi)	Partisipasi rakyat secara aktif, politik gagasan, pendidikan politik dan kontrol publik.

Berdasarkan analisis isi terhadap 250 berita politik di atas, dapat diketahui bahwa nada pemberitaan yang paling banyak

adalah nada berita netral dengan jumlah 187 berita. Disusul dengan berita bernada positif sebanyak 33 berita dan berita bernada negatif sebanyak 30 berita. Analisis tersebut berdasarkan hasil *Matrix Coding Query* menggunakan perangkat lunak NVivo 12 terhadap 250 berita Pilpres 2024 di media NU Online.

Gambar 1 *Matrix Coding Query* Berita Pilpres 2024 di NU Online



Menurut Krippendorf, nada (*tone*) pemberitaan mencerminkan bagaimana sikap komunikator (media) terhadap objek yang diberitakan.¹¹⁰ Cara media membingkai dan menyampikan berita menunjukkan sikap mereka terhadap isu atau persoalan yang disampaikan dalam berita. Sedangkan nada nada netral yang mendominasi mengindikasikan bahwa NU Online berupaya menampilkan informasi secara deskriptif, tanpa afiliasi atau framing tertentu terhadap pasangan kandidat.¹¹¹ Hal ini

¹¹⁰Krippendorff, "Content Analysis: An Introduction to Its Methodology."

¹¹¹Heriyanto, "Analisis Framing Dan Realitas Sosial Media Massa," *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2013).

sejalan dengan karakteristik media yang berbasis pada nilai-nilai keislaman dan keorganisasian Nahdlatul Ulama yang cenderung menjaga sikap moderat dan netral dalam politik praktis.

Adapun kemunculan nada negatif umumnya berkaitan dengan kritik terhadap jalannya debat, isu sosial, atau penilaian terhadap kurangnya perhatian terhadap isu strategis seperti ketimpangan ekonomi. Sementara itu, nada positif muncul dalam konteks pemberitaan mengenai ajakan partisipasi pemilih, dorongan untuk bersikap etis atau pandangan tokoh terkait pentingnya pemilu. Dengan demikian, berdasarkan perspektif analisis isi, pemberitaan NU Online pada Pilpres 2024 lebih mengedepankan pendekatan edukatif dan informatif daripada narasi yang bersifat kampanye atau dukungan aktor politik tertentu.

B. Analisis Netnografi terhadap Pemberitaan Pilpres 2024 dalam Website nu.or.id

Secara umum, akun Instagram @nuonline_id merupakan akun media sosial milik Nahdlatul Ulama yang telah terverifikasi (centang biru) dengan pengikutnya yang berjumlah 1,3 juta followers. Akun ini telah membagikan lebih dari 12.000 postingan yang berisikan berbagai konten foto dan video mengenai berita atau informasi terkini seputar kegiatan NU dan isu-isu keislaman, serta edukasi keislaman yang menjelaskan tentang ajaran-ajaran Islam seperti fikih dan akhlak. Dalam bio-nya, NU Online yang telah meramaikan dunia internet sejak tahun 2017 ini,

menyebutkan bahwa ia sebagai “Media Resmi Nahdlatul Ulama” yang berfungsi sebagai platform digital utama NU dalam menyebarkan informasi, dakwah serta edukasi kepada masyarakat luas terutama kaum Nahdliyin.¹¹²

Informasi yang diunggah pada akun Instagram @nuonline_id bukan hanya informasi seputar keislaman, namun berkembang dengan menginformasikan berita Pilpres 2024. Oleh karena itu, selain berita politik dari website www.nu.or.id, berita dalam media Instagram milik NU Online juga penting untuk dikaji untuk melihat makna dalam postingannya dan komunitas virtual yang terbentuk. Melalui perspektif netnografi, delapan postingan Instagram NU Online yang membahas berita politik dalam bab III dianalisis untuk mengidentifikasi pola interaksi dan makna sosial-politik yang berkembang dalam komunitas digital media tersebut. Netnografi yang dikembangkan oleh Robert Kozinets ini memberikan kemungkinan bagi penulis untuk menelusuri dinamika komunikasi dan respon khalayak dalam ruang digital secara mendalam mengenai pemberitaan politik dan pesan keagamaan.¹¹³

Berdasarkan unggahan yang dianalisis, konten berita politik pada media Instagram NU Online terdiri dari video potongan debat capres, pernyataan para kandidat, pernyataan dari

¹¹²Instagram @nuonline_id, akun resmi Nahdlatul Ulama.

¹¹³Robert V. Kozinets, *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*, SAGE Publication Ltd. (London: SAGE Publications Ltd., 2010).

PBNU terkait politik, dan sudut pandang keislaman. Penulis merinci konten-konten tersebut menjadi sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Analisis konten berita politik media Instagram NU Online

Jenis berita	Judul berita
Berita seputar debat capres	Pernyataan-pernyataan Calon Presiden pada Debat Ketiga Capres Pemilu 2024
	Pernyataan-pernyataan Calon Wakil Presiden pada Debat Keempat Capres Pemilu 2024
	Canda Gibran dan Muhaimin dalam Debat Keempat
	Tutup Debat Kelima, Anies-Prabowo-Ganjar Saling Beru Pesan Menyentuh
Sudut pandang keislaman	Pilih Membangun SDM atau Membeli Alutsista, Begini Pandangan Islam
Pernyataan (sudut pandang) para kandidat	Capres Bicara Soal Penguatan Kerjasama Internasional Selatan-Selatan

	Visi Politik Luar Negeri Para Kandidat Capres
	Inilah Visi capres Perkuat Kerjasama Selatan-Selatan
	Strategi Peningkatan Desa Supaya Warga Tidak Keluar dari Desa
	Strategi Paslon dalam Meningkatkan Angka Harapan Hidup di Indonesia
	Ngomong-ngomong Soal Pendidikan, Begini Kata Para Capres
Pernyataan PBNU	Strategi Capres Atasi Komersialisasi Budaya
	Lagi, Gus Yahya Tegaskan Pemilu 2024 NU Netral
	Ketum PBNU Imbau Nonaktif, Kholifah: Mulai 21 Januari
	Jadi Caleg-Timses, PBNU Nonaktifkan 64 Pengurus

	Ketika Gus Mus Menyinggung soal Pilpres di acara Halaqoh Nasional
--	---

Framing visual dan tekstual dalam unggahan-unggahan di atas memperlihatkan kecenderungan media NU Online dalam menyoroti aspek-aspek tertentu pada momen debat serta kampanye Pilpres 2024. Misalnya pada debat kelima, media NU Online mengambil aspek pendidikan yang disampaikan oleh para kandidat dalam debat untuk diberitakan dalam akun Instagramnya. Pemilihan kutipan pemikiran dan latar belakang gambar dilakukan secara sama tanpa ada penonjolan pada salah satu kandidat. Selain itu, interaksi juga muncul dari para pengguna yang turut merespon unggahan-unggahan Instagram tersebut, sehingga mencerminkan keterlibatan masyarakat yang aktif dalam mendiskusikan politik. Berbeda dengan berita politik dalam website nu.or.id, berita dalam unggahan Instagram NU Online ini terbuka dengan kolom komentar, *likes* dan *repost* yang mengartikan adanya komunikasi dua arah dalam komunikasi digital.

Hasil pengamatan penulis juga menunjukkan bahwa berbagai unggahan Instagram NU Online dalam interaksinya pada kolom komentar menunjukkan adanya perbedaan komunitas digital NU. Penulis membagi interaksi komentar tersebut ke dalam tiga bentuk, yaitu sebagai berikut:

1. Kritis terhadap berita politik di Media NU Online

Komentar seperti “*sedih liat NU sekarang*” atau “*turut prihatin sama media NU*” mengekspresikan penolakan terhadap apa yang dianggap menyimpang dari NU dan ilmu keagamaan karena menjadikannya kepentingan politik. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian warga digital NU masih menjunjung tinggi pemikiran tentang netralitas dan independensi keagamaan. Namun di samping itu, komentar tersebut juga menunjukkan adanya kepercayaan bahwa NU Online merupakan rujukan informasi keislaman yang moderat dan tidak berpartisipasi dalam politik nasional.

2. Mendukung kandidat tertentu

Komentar seperti “*All 02*”, “*Dukung AMIN*” dan “*dicandain Samsul saja Imin dah grogi*” mencerminkan adanya praktik politik atas nama organisasi keagamaan. Dalam hal ini, mereka memanfaatkan simbol atau tanda yang muncul dalam berita politik untuk kepentingan politik praktisnya.

3. Humor dan Sindiran

Komentar seperti “*udah min mending fokus nyebarin ilmu akhirat sajagausah bahas ini*” atau “*cie adminnya dukung 02*” telah mengindikasikan adanya gaya humor atau sindiran. Dalam netnografi, humor ini mencerminkan perlawanan secara halus untuk mengalahkan pihak tertentu. Dengan kata lain, humor ini menyimpan kritikan tajam karena adanya

kekhawatiran dari masyarakat terhadap posisi NU yang tidak netral.

Secara umum, komentar-komentar tersebut mengandung berbagai ekspresi, seperti kemarahan, kekecewaan, atau bahkan dukungan yang mencerminkan tingkat partisipasi politik yang tinggi di kalangan masyarakat digital NU. Respon tersebut tidak hanya merefleksikan keterlibatan emosional warganet terhadap isu-isu politik, namun lebih memperlihatkan bahwa ruang media menjadi wadah penting untuk menyuarakan aspirasi dan merespon dinamika politik nasional. Seperti halnya menurut Kozinets, bahwa komunitas daring tidak hanya mendapatkan informasi, tetapi juga aktif dalam memproduksi dan menafsirkan makna. Mereka menafsirkan ulang dan mengkritisi berita yang disajikan oleh media sesuai dengan pengalaman dan kepentingan mereka. Dalam hal ini, komunitas daring telah menafsirkan makna berita politik yang muncul dalam media Instagram NU Online.

Berbagai komentar tajam yang mengkritisi netralitas media NU Online tidak muncul dalam unggahan konten yang lain, kritik tersebut bersumber dari satu konten berita yang berjudul “*Canda Gibran dan Muhaimin dalam Debat Keempat*”. Hal ini mengindikasikan bahwa berita-berita politik lainnya telah disajikan secara netral dan berimbang. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Pemimpin Redaksi NU Online yang menyatakan bahwa media NU Online melakukan *coverage* yang

seimbang antara satu pihak dengan pihak lain dan tidak memiliki framing yang tendensius terhadap salah satu pasangan calon saja. Dengan kata lain tema tersebut diangkat murni karena adanya kelucuan yang terjadi ketika debat berlangsung.¹¹⁴

C. Analisis Orientasi Politik Media NU Online

Media NU Online sebagai media digital dari organisasi NU telah memainkan peran penting dalam membentuk wacana politik keagamaan, khususnya dalam konteks Pilpres 2024. Melalui pemberitaannya dalam momentum Pilpres 2024, NU berupaya membingkai narasi politik secara moderat dengan menekankan toleransi dan etika publik. Posisinya dalam menyampaikan informasi politik membentuk makna orientasi politik pada masyarakat muslim, khususnya kalangan nahdliyin.¹¹⁵ Hal tersebut yang membedakan media NU Online dengan media lain pada umumnya, dimana media NU Online membawa kepentingan jamiyyah Nahdlatul Ulama dengan konten keislamannya.¹¹⁶ Artinya, kepentingan tersebut lebih kepada upaya untuk menjaga kesinambungan dakwah, pendidikan keagamaan dan nasionalisme yang menjadi pondasi Nahdlatul Ulama.

¹¹⁴Wawancara dengan Ivan Aulia Ahsan, Pemimpin Redaksi NU Online, 13 Mei 2025.

¹¹⁵Susanto, "Media Dan Politik Keagamaan: Kontestasi Wacana Dalam Platform Digital Ormas Islam," *Jurnal Komunikasi Islam* 12, no. 1 (2023): 45–67.

¹¹⁶Wawancara dengan Ivan Aulia Ahsan, Pemimpin Redaksi NU Online, 13 Mei 2025.

Pemimpin redaksi NU Online, Ivan Aulia Ahsan dalam wawancaranya menyampaikan bahwa media NU Online bekerja untuk kepentingan publik seperti momentum politik Pilpres 2024. Dengan tujuan memberikan informasi yang sedang berkembang secara layak kepada masyarakat, NU Online intensif memberitakan berbagai berita politik praktis yang terjadi menjelang pemilu 2024 kemarin. Sebagai media yang dinaungi oleh PT Visi Berkah Bangsa dan telah terverifikasi oleh Dewan Pers, NU Online memiliki legitimasi dan tanggung jawab jurnalistik yang diakui secara formal dalam hal ini.¹¹⁷ Pemberitaan politik yang disajikan NU Online tidak hanya sebagai penyajian peristiwa, namun juga mencerminkan sikap dan posisi institusionalnya sebagai bagian dari media pers yang mengedepankan prinsip objektivitas, akurasi dan kepentingan publik. Dengan demikian, berita-berita politik tersebut merupakan bagian dari tanggungjawab sosial media NU Online untuk memperkuat nilai-nilai kebangsaan dan demokrasi.

Berbagai berita politik media NU Online diposisikan secara berimbang dan netral. Media ini memegang dua hal yang menjadi dasar dalam pemberitaan mereka, yaitu *cover both sides* dan *coverage*.¹¹⁸ *Cover both sides* yang dimaksud yaitu memuat

¹¹⁷Wawancara dengan Ivan Aulia Ahsan, Pemimpin Redaksi NU Online, 13 Mei 2025.

¹¹⁸Wawancara dengan Ivan Aulia Ahsan, Pemimpin Redaksi NU Online, 13 Mei 2025.

suara dari berbagai pihak politik (misalnya pro dan kontra terhadap calon tertentu). Prinsip ini adalah yang paling utama dalam memberitakan politik sebagai prinsip keberimbangan (*balance*) dalam jurnalisme. Sedangkan *coverage* merupakan cakupan berita oleh media NU Online terhadap isu, peristiwa maupun tokoh. Dalam hal ini, media NU Online sangat berimbang sampai kepada hal-hal yang bersifat detail seperti jumlah paragraf yang sama pada pembahasan setiap kandidat.

Netralitas dan keseimbangan berita pada media massa merupakan bagian dari prinsip jurnalisme profesional dengan praktik media yang mengacu kepada teori tanggung jawab sosial. Namun dalam praktiknya, sesuatu yang tampak netralitas dapat menjadi bentuk yang realitas. Seperti yang dinyatakan oleh Eriyanto dalam kajian framing media bahwa pilihan atas apa yang diberitakan dan bagaimana cara menyajikannya akan selalu merefleksikan sudut pandang tertentu. Hal tersebut menunjukkan bahwa netralnya media bersifat relatif, karena informasi disusun berdasarkan kerangka berpikir, nilai institusi dan kuasa tertentu termasuk didalamnya norma keagamaan yang diusung oleh media tersebut.¹¹⁹ Dengan kata lain, framing netral media NU Online tetap membentuk framing tertentu yang dapat mencerminkan posisi ideologis media NU Online yaitu nilai-nilai keislaman moderat dan ukhuwah kebangsaan.

¹¹⁹Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, Dan Politik Media*.

Media yang dimiliki oleh konglomerat besar atau pihak-pihak yang berkepentingan seringkali memiliki kepentingan tertentu yang mempengaruhi cara pembingkaihan pemberitaan mereka. Kepentingan politik, ekonomi, ataupun ideologis turut hadir secara implisit pada pemilihan topik, sudut pandang hingga gaya bahasa dalam menyampaikan berita tersebut.¹²⁰ Seperti halnya media NU Online yang mencerminkan berbagai nilai keislaman dengan merelevansikannya pada berbagai peristiwa politik praktis selama masa kampanye Pilpres 2024. Melalui berita-berita yang disajikan, NU Online merespon isu-isu politik dan berupaya mencegah penyebaran fanatisme ataupun ujaran kebencian. Namun demikian, melalui pemberitaan politiknya, orientasi politik media NU Online hadir secara eksplisit dalam berita maupun narasi dan implisit pada isi pemberitaan melalui pendekatan *content analysis*, netnografi, dan teori orientasi politik Almond Verba.

Melalui pendekatan *content analysis*, media NU Online telah menyampaikan orientasi politiknya dalam isi pemberitaan yang telah penulis analisis dalam subbab sebelumnya. Secara eksplisit, tidak ada dukungan terhadap salah satu kandidat karena hampir semua pemberitaannya fokus kepada penjagaan etika dan persatuan bangsa. Artinya, media NU Online mempunyai orientasi

¹²⁰Muklis Marcelinus CN and Mangihut Siregar, "Peran Media Massa Dalam Kebijakan Publik," *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 4, no. 2 (2024): 133–240.

normatif dan edukatif dengan mendorong pemilu yang beretika kepada khalayak masyarakat. Seperti yang disampaikan dalam wawancara redaksi NU Online, bahwa berita politik telah dikemas dengan kerangka etika politik dan moralitas religius melalui seruan moral dari kiai-kiai, para Ra'is, PBNU, Ra'is PCNU, kiai-kiai besar ataupun kiai-kiai yang berpengaruh. Konsep tersebut merupakan dimensi etik dan moralitas politik bagi redaksi NU Online yang sangat penting untuk diinformasikan kepada publik. Hal ini pula yang menjadi pijakan bagi NU yang berposisi sebagai organisasi masyarakat paling besar untuk menjaga akhlak bangsa.¹²¹

Media NU Online, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, merupakan media yang berbeda dari media mainstream lainnya. Sudut pandang etika politik menjadi acuan dalam menyajikan berbagai berita politik. Isi pemberitaan media NU Online sangat menghindari tema yang bersifat sangat praktis maupun konspiratif. Misalnya konflik antara calon kandidat A dengan kandidat lainnya atau skandal politikus A dengan politikus lainnya. Hal inilah yang tidak banyak dijangkau oleh media-media lain perihal etika dan moralitas politik.¹²² Banyak dari media pada umumnya memiliki keterkaitan pada politik tertentu baik secara

¹²¹Wawancara dengan Ivan Aulia Ahsan, Pemimpin Redaksi NU Online, 13 Mei 2025.

¹²²Wawancara dengan Ivan Aulia Ahsan, Pemimpin Redaksi NU Online, 13 Mei 2025.

langsung maupun tidak langsung. Bahkan Ross Tapsell juga menyatakan bahwa konsentrasi kepemilikan media tidak sepenuhnya bebas dan objektif, namun terkadang tunduk pada beberapa skandal atau konflik tertentu terlebih lagi pada masa krusial seperti Pilpres 2024.¹²³

Sebagai media yang berafiliasi kepada Nahdlatul Ulama, sikap editorial media NU Online sejatinya telah kepada khittah NU tahun 1926. Dalam wawancaranya, pemimpin redaksi NU Online menyatakan bahwa;

“NU adalah ormas dan secara kelembagaan menyatakan diri netral dalam politik sejak tahun 1984 ya, sejak khittah 1926 diberlakukan, maka sikap editorial kami adalah mengacu pertama kali pada itu, khittah 1926. Yang kedua ada sembilan pedoman berpolitik warga NU yang dirumuskan oleh KH Ahmad Siddiq. Nah, dua pedoman besar ini yang kita pegang. Yang ketiga adalah sikap netral secara resmi oleh PBNU pada Pilpres 2024. Di mana-mana Ketua Umum PBNU menyatakan bahwa jangan bawa-bawa institusi NU untuk kepentingan politik. Dan Gus Yahya juga tidak secara formal sebagai Ketua Umum PBNU mendukung salah satu kandidat atau salah satu partai peserta pemilu.”

Beraskan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa media NU Online mengambil jalur netral berdasarkan tiga faktor yang dijadikan sebagai pegangan pada pemberitaan politik, yaitu

¹²³Ross Tapsell, *Media Power in Indonesia: Oligarchs, Citizen*, (London: Rowman & Littlefield, 2017).

Khittah 1926, sembilan pedoman berpolitik, dan keputusan netral resmi dari PBNU. Khittah NU yang diputuskan pada Mukhtamar NU ke-27 Tahun 1984 di Situbondo ini mengatur agar NU berada di posisi tengah-tengah dalam masyarakat dengan menjadi panutan, berbuat lurus dan tidak menyebarkan paham ekstrimisme.¹²⁴ Namun apabila dilihat secara mendalam, Khittah NU sejatinya hanya dipahami secara bahasa (*language games*) sebagai konsumsi media, bukan bagi kalangan nadliyyin sendiri. Teori dramaturgi mengatakan bahwa khittah hanyalah sebuah layar di hadapan publik, sedangkan diluar panggung NU tampil dengan wajah aslinya yaitu sebagai politik.¹²⁵

Pada dinamika politik nasional, NU menunjukkan dua wajah yang seringkali bertentangan, yaitu NU struktural sebagai representasi kelembagaan resmi yang berkomitmen pada netralitas organisasi dan NU kultural sebagai komunitas warga serta tokoh-tokoh pesantren yang memiliki preferensi politik beragam. Pada Pilpres 2024, kontradiksi ini tampak ketika NU secara kelembagaan menegaskan sikap netral melalui berbagai pernyataan resmi. Namun di sisi lain, banyak tokoh kultural NU yang secara terbuka menunjukkan dukungannya terhadap kandidat tertentu.

¹²⁴Jazuli, *Ngaku NU Wajib Ber-PKB*.

¹²⁵Abu Rokhmad, *NU, Politik Dan Tradisi* (Semarang: Rasail Media Group, 2010).

Perbedaan ini memperlihatkan bagaimana relasi antara agama, budaya lokal pesantren dan kekuasaan politik saling berkaitan dalam ranah publik. Para tokoh pesantren memiliki kekuasaan akan moral dan sosial di komunitasnya, sehingga pilihan politik mereka seringkali diikuti oleh jamaah atau santri, tanpa harus mempertimbangkan sikap resmi organisasi NU.¹²⁶ Fenomena ini menciptakan ketegangan antara netralitas yang dijaga oleh NU struktural dengan kenyataan di lapangan yang menunjukkan keberpihakan secara kultural.

Media resmi NU Online memankan peran tersebut dalam menjaga citra netralitas NU. Berdasarkan analisis isi terhadap 250 berita Pilpres 2024, media NU Online secara umum menghindari penyebutan tokoh-tokoh yang terindikasi mendukung salah satu pasangan calon dan lebih banyak menyajikan berita bernada netral. Sikap ini mencerminkan upaya redaksi untuk menghindari polarisasi politik dalam tubuh warga NU dan menjaga posisi organisasi sebagai penyeimbang.¹²⁷ Namun demikian, NU Online dalam upaya menjaga etikanya sebagai media organisasi keagamaan cenderung menutupi atau menyaring informasi yang dapat mengganggu netralitas. Sehingga dapat dikatakan bahwa sikap netral yang ditampilkan lebih kepada strategi redaksional,

¹²⁶Martin Van Bruinessen, *NU: Tradisi, Relasi-Relasi Kuasa, Dan Pencarian Wacana Baru* (Yogyakarta: LkiS Yogyakarta, 2016).

¹²⁷Daud, *Re-Orientasi Politik NU*.

bukan cerminan dari realitas budaya politik yang ada dalam tubuh NU kultural (warga NU) itu sendiri.

Netralitas dalam framing media NU Online lebih dominan kepada pemberitaan yang bersifat informatif, deskriptif dan prosedural. Artinya, kecenderungan utama dalam pemberitaannya adalah bersifat netral dan edukatif. Hal ini tampak dari hasil coding nada yang menunjukkan dominasi netral dibandingkan nada berita lainnya. Kecenderungan ini diperkuat oleh hasil analisis kata kunci yang paling sering muncul dalam berita. Analisis *Matrix Coding Query* dengan NVivo 12 menunjukkan hasil sebagai berikut:

Gambar 2 Word Frequency Berita Pilpres 2024 NU Online



Frekuensi tinggi dari kata “debat”, “capres” dan “pemilu” menunjukkan bahwa fokus utama media NU Online berada pada proses politik formal dan mekanisme pemilu, bukan pada konflik antar kandidat atau kampanye yang mendukung salah satu kandidat. Secara detail, kata kunci yang paling sering muncul dalam berita adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 1 : *Word Frequency Query Results* Berita Pilpres
2024 Media NU Online**

Word	Count	Weighted Percentage (%)
debat	100	3.66
capres	72	2.64
pemilu	54	1.98
cawapres	48	1.76
politik	28	1.03
pilpres	25	0.92
untuk	24	0.88
ketiga	23	0.84
prabowo	23	0.84
ganjar	22	0.81
anies	20	0.73
gibran	19	0.70
jelang	18	0.66
mahfud	16	0.59
indonesia	15	0.55

Berdasarkan hasil *coding* di atas, penulis juga menemukan bahwa data frekuensi terhadap pemberitaan antar kandidat memiliki perbedaan. Dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis, Ketua Redaksi NU Online menyatakan bahwa pemberitaan politik terkait Pilpres 2024 telah dilakukan secara berimbang, objektif dan berdasarkan prinsip netralitas media. Pernyataan ini juga diperkuat dengan pernyataan NU yang secara resmi menegaskan posisi netral dalam politik praktis. Namun,

temua dari hasil analisis isi melalui NVivo menunjukkan bahwa netralitas terhadap berbagai kandidat tidak sepenuhnya bebas.

Data frekuensi kata memperlihatkan bahwa calon presiden Prabowo muncul sebanyak 23 kali, Ganjar sebanyak 22 kali, dan Anies sebanyak 20 kali. Perbedaan jumlah penyebutan ini menunjukkan bahwa secara kuantitatif, meskipun memiliki porsi yang seimbang, kecenderungan secara halus tetap dapat terlihat oleh pembaca. terutama berdasarkan berita yang menyertai penyebutan tokoh-tokoh tersebut. Sedangkan kecenderungan yang menonjol akan terlihat ketika berita di framing dengan isi yang berbeda. Misalnya berita yang menampilkan Prabowo sering dikaitkan dengan kunjungan ke pesantren atau berdialog dengan tokoh NU. Sementara itu, Ganjar dan Anies hanya ditampilkan berdasarkan isu politik atau program yang diwacanakan.

Artinya meskipun tidak terdapat framing dukungan secara eksplisit, ada indikasi bahwa tokoh yang memiliki kedekatan secara kultural mendapatkan posisi yang lebih. Hal ini selaras dengan teori framing Robert Entman yang menyatakan bahwa kekuatan framing tidak hanya pada apa yang dikatakan, tetapi juga pada apa yang dipilih untuk disorot dan bagaimana informasi tersebut dikemas.¹²⁸ Akan tetapi, kecenderungan bagaimana berita tersebut dikemas tidak ditemukan dalam berita Pilpres 2024 di

¹²⁸ Robert N Entman, "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm," *Journal of Communication* 43, no. 4 (1993): 51–58.

media NU Online ini. Hanya saja jumlah kata yang digunakan kepada setiap calon memiliki frekuensi yang berbeda.

Sedangkan dari perspektif netnografi, analisis komentar dari warganet menunjukkan bahwa konten NU Online memicu interpretasi, reaksi emosional hingga perlawanan secara tidak langsung. Meskipun NU Online berusaha membingkai berita politik tersebut dengan berita politik yang moderat, komunitas digital menafsirkan ulang pemberitaan tersebut dengan humor, sindiran, ataupun pernyataan yang tajam. Pemimpin redaksi NU Online menyatakan dalam pemberitaan Pilpres 2024 semua kandidat telah diberikan porsi yang sama secara berimbang. Namun dalam berita yang berjudul “*Canda Gibran dan Muhaimin dalam Debat Keempat*”, opini warga digital tidak dapat dikontrol meskipun tujuan pemberitaannya hanyalah mengangkat lelucon yang terjadi dalam perbedatan cawapres.¹²⁹ Artinya, pemberitaan politik media NU Online tidak langsung diterima begitu saja oleh komunitas digital NU, namun terdapat respon dari berita politik yang diungkapkan langsung oleh komunitas itu sendiri.

Partisipasi warga digital pada dasarnya tidak dapat dihindari karena komentar merupakan bagian penting dari interaksi dan komunikasi pada komunitas online. Dalam kajian netnografi, perilaku pengguna media NU Online dengan

¹²⁹Wawancara dengan Ivan Aulia Ahsan, Pemimpin Redaksi NU Online, 13 Mei 2025.

komentarnya adalah salah satu bentuk utama dari ekspresi, emosi, pendapat serta dinamika sosial yang terjadi secara nyata. Pendapat dari komunitas digital NU Online muncul secara alami dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari konten berita politik media NU Online. Hal tersebut seperti yang dijelaskan oleh Robert V. Kozinets, bahwa komunikasi daring seperti komentar adalah bagian dari teks budaya yang mencerminkan nilai dan pandangan yang menjadi bukti konkret interaksi sosial di ruang digital.¹³⁰ Dengan demikian, komentar berita politik media NU Online mengindikasikan adanya persepsi masyarakat terkait hubungan agama dengan politik baik dengan sikap menolak ataupun mendukung terhadap sikap politik NU.

Sejalan dengan analisis di atas, orientasi politik media NU Online juga dapat dilihat melalui orientasi politik Almond dan Verba yang terdiri dari tiga dimensi, yaitu kognitif (pengetahuan politik), afektif (keterikatan emosional terhadap sistem), dan evaluatif (penilaian normatif terhadap sistem).¹³¹ Ketiga dimensi tersebut dapat ditemukan dalam cara NU Online membingkai isu-isu politik sebagai berikut:

1. Orientasi kognitif (informasi dan pengetahuan politik)

Orientasi kognitif merupakan pengetahuan atau kepercayaan terhadap politik beserta peranan dan

¹³⁰Kozinets, *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*.

¹³¹Almond and Verba, *Budaya Politik, Tingkah Laku Politik Dan Demokrasi Di Lima Negara*.

kewajibannya. Pada media NU Online, hal tersebut terlihat dari penyajian informasi-informasi yang berkaitan dengan proses politik seperti debat capres-cawapres, himbauan kepada masyarakat, orientasi atau program dari capres-cawapres, pernyataan para tokoh NU, survey lembaga, persoalan umum Pilpres 2024, respon keagamaan terhadap isu sosial politik dan lain-lainnya. Secara kognitif, NU Online berupaya memberikan peran edukatif untuk meningkatkan pemahaman mengenai politik kepada publik, khususnya di kalangan umat nahdliyin. Media ini juga berperan untuk menyebarkan nilai-nilai politik Islam Nusantara dengan membentuk pemahaman politik yang tidak menentang terhadap sistem negara.

Orientasi kognitif yang dibangun oleh media NU Online pada dasarnya tidak netral secara mutlak, ia mengandung ideologi yang diarahkan kepada penguatan identitas keislaman moderat dan nasionalisme religius. Media yang memiliki tagline beranda Islam Indonesia ini menunjukkan posisinya sebagai pendidik masyarakat untuk memahami politik dalam bingkai nilai keagamaan yang khas.

2. Orientasi afektif atau keterikatan emosional terhadap sistem politik

Pada kerangka teori Almond dan Verba, orientasi afektif merujuk kepada perasaan atau sikap emosional individu atau kelompok terhadap sistem politik dan simbol-simbolnya.

Orientasi ini lebih dalam dari orientasi kognitif, dimana politik digambarkan lebih jauh dengan ketelibatan emosional atau kedetakan terhadap proses politik yang sedang berlangsung. Pada konteks tersebut, media NU Online dalam memberitakan berita politiknya telah memelihara hubungan emosional yang kuat terhadap berbagai nilai demokrasi dan keislaman nasional.

Sisi afektif tampak dalam cara NU Online membingkai narasi politik sebagai bagian dari komitmen moral umat Islam dalam menjaga keutuhan bangsa. Ikatan emosionalnya terbentuk ketika berita yang disampaikan menjelaskan bahwa politik adalah bagian dari ibadah dan khidmah (pengabdian) kepada negara dan umat.¹³² Dengan demikian, orientasi afektif yang dibangun oleh media NU Online menegaskan bahwa media yang berfungsi untuk menyampaikan wacana politik secara netral, juga memiliki keterlibatan emosional dan ideologis dalam merawat demokrasi Indonesia melalui narasi-narasi keagamaan yang kontekstual.

3. Orientasi Evaluatif atau penilaian normatif terhadap sistem politik

Orientasi evaluatif merujuk kepada bagaimana individu ataupun kelompok menilai sebuah sistem politik, efektivitas,

¹³²Moch. Nur Ichwan, "Ulama, Negara, Dan Politik Identitas: Pergulatan Wacana Keislaman Dalam Media Islam Arus Utama Di Indonesia," *Al Jami'ah: Journal of Islamic Studies* 54, no. 2 (2016): 305–332.

lembaga-lembaga politik ataupun perilaku aktor politik berdasarkan norma atau nilai yang dianut. Pada konteks media NU Online, orientasi evaluatif tercermin kuat pada narasi dan seleksi wacana yang muncul dalam pemberitaannya selama masa kampanye Pilpres 2024. Berbagai nilai keislaman tradisional digunakan sebagai kacamata utama dalam memberitakan dan mengkritik politik secara konsisten seperti ujaran kebencian, hoaks, dan politisasi agama. Kritik yang muncul dikemas dengan bahasa moral dan ajakan religius seperti seruan untuk memilih pemimpin yang amanah, mendorong pemilu damai atau menjaga persatuan umat. Orientasi evaluatif ini memperlihatkan media NU Online sebagai aktor ideologis yang aktif menilai realitas politik menggunakan prinsi-prinsip Islam Nusantara. Di samping itu, standar nilai dan kriteria informasi politik diputuskan dengan pendapat keislaman baik dari kyai, tokoh NU maupun tokoh-tokoh penting lainnya.

Analisis di atas merepresentasikan bahwa media NU Online menanggung dua beban sekaligus, yaitu beban sebagai institusi pers yang harus bertanggung jawab kepada publik dan bekerja untuk kepentingan publik serta beban bekerja sebagai media resmi Nahdlatul Ulama. Demikian yang disampaikan oleh pemimpin redaksi NU Online, sehingga framing dan *angle* pengemasan berita dilakukan secara ketat sesuai dengan kaidah-kaidah dan norma-norma agama. Bukan hal yang patut apabila

media NU Online sebagai media keagamaan menyampaikan berita politik yang sama seperti media mainstream lainnya dengan bebas seperti berita yang mendorong kepada ateisme atau dukungan terhadap pasangan calon tertentu terhadap konflik politik yang sedang memanaskan. Oleh karena itu, berita yang jernih dan bertanggung jawab secara agama diupayakan oleh media NU Online.¹³³ Hal tersebut memperlihatkan kembali kepada masyarakat tentang tujuan awal dibentuknya media NU Online, yaitu sebagai media dakwah organisasi Nahdlatul Ulama dalam ranah politik kebangsaan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Media NU Online dalam website www.nu.or.id tercatat telah memberitakan 250 berita politik selama masa kampanye Pilpres 2024, yaitu pada tanggal 28 November 2023 sampai 10 Februari 2024. Sedangkan di media Instagram NU Online telah memberitakan sebanyak 16 berita selama masa kampanye Pilpres 2024. Dalam hal ini media NU Online telah

¹³³Wawancara dengan Ivan Aulia Ahsan, Pemimpin Redaksi NU Online, 13 Mei 2025.

berhasil memfasilitasi ruang dialog publik di tengah-tengah dinamika politik dan tugasnya sebagai media keagamaan.

2. Orientasi politik media dapat dilihat dari narasi partisipatifnya dalam pemilu damai dan penjaga persatuan bangsa. Orientasi kognitif media NU Online adalah memberikan edukasi politik dari sudut pandang keagamaan. Orientasi afektif media NU Online juga memperlihatkan kedekatan emosional kepada sistem politik yang diekspresikan melalui narasi-narasi keagamaan yang kontekstual. Sedangkan orientasi evaluatif media NU Online tampak dari nilai-nilai keislaman yang menjadi parameter bagaimana seharusnya sistem politik dan partisipannya berjalan dan menolak bentuk-bentuk politik yang dapat merusak bangsa.

B. Saran

Berdasarkan simpulan di atas, penulis bermaksud menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Sebagai media yang berbasis keagamaan, NU Online perlu terus menjaga fungsi edukatif dan fungsi ideologis sebagai penjaga moralitas bangsa terutama pada momen pemilu.
2. Sebagai komunitas digital, warga digital perlu mengembangkan literasi digital agar mampu menilai dan merespon informasi politik dengan kritis namun tetap menjaga ukhuwah, toleransi dan persatuan bangsa.

C. Penutup

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian berupa tesis ini. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih sangat jauh dari kata sempurna dan menyisakan banyak kekurangan serta kelemahan. Hal ini karena masih minimnya pengetahuan yang ada pada penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dari pembimbing dan penguji secara khusus, serta para pembaca pada umumnya guna memberikan evaluasi untuk kedepannya. Selain untuk penulis, evaluasi tersebut juga diharapkan dapat menjadi bahan untuk penelitian selanjutnya, sehingga dapat saling menyempurnakan.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Almond, Gabriel A., and Sidney Verba. *Budaya Politik, Tingkah Laku Politik Dan Demokrasi Di Lima Negara*. Jakarta: Bina Aksara, 1990.

Asy'ari, KH Hasyim, KH Wahab Chasbullah, KH Wahid Hasyim, KH Abdurrahman Wahid, KH MA Sahal Machfudi, KH. A. Mustofa Bisri, KH HAbib Luthfi bin Yahya, KH Abdul Ghafur Maimoen, M. Jadul Maula, and Bisri Adib. *Khittah Dan Khidmah Nahdlatul Ulama*. Edited by M. Bisri Adib Hattani, 2014.

Budiarjo, Miriam. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia, 2008.

Bruinessen,¹³⁴

Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.

Daud, Safari. *Re-Orientasi Politik NU*, 2021.

Emery, Edwin, and Philip Ault K Warren. *Introduction To Mass Communications*. New York: Longman, 1960.

Eviany, Eva. *Pengantar Ilmu Politik Dan Ruang Lingkupnya*. Edited by Elan Herdiawan. *Sustainability (Switzerland)*. Bandung: Cendekia Press, 2019.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RE_D2017-Eng-gene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_T

¹³⁴ Martin Van. NU: Tradisi, Relasi-Relasi Kuasa, Dan Pencarian Wacana Baru. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta, 2016.

ERPUSAT STRATEGI MELESTARI.

Fadila, Reza Nur, Miftah Aulia Rahma, Tri Trisnawati, Hasna Fitri Winda Astuti, Rifqi Hairani Ahmad, Rifai Fatih Fuadin, Pinaring Rizki Barokah, and Fadli Fisya'ban. *Media, Komunikasi Dan Jurnalistik Di Era Digital: Teori, Praktik, Dan Tantangan Masa Depan*. Kompasiana. Banjarnegara: Penertib Qriset Indonesia, 2024. <https://www.kompasiana.com/desyana58165/6130fa8806310e0611426a12/tantangan-jurnalistik-di-era-digital>.

Hamid, Ibnu. *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa*. Jakarta: Granit, 2004.

Jazuli, Imam. *Ngaku NU Wajib Ber-PKB*. Edited by Ubaidillah Anwar. Cirebon: Bima Pustaka, 2022.

Kusumaningrat, Hikma. *Jurnalistik Teori Dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005.

Mahbub, Moh. *NU Tulang Punggung Negara: Strategi NU Pasca Khittah Dalam Membangun Relasi Sosial, Politik, Dan Keagamaan*. Edited by Junaidi Khab. Yo: Sultur Pustaka, 2023.

Margianto, Heru, Edy Can, Umar Idris, Ahmad Arif, Adi Marsiela, and Erick Tanjung. *Panduan Peliputan Pemilu 2024*. Edited by Heru Margianto. Jakarta Pusat: Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia 2023, 2024.

McNair, Brian. *An Introduction to Political Communication*. London: Routledge, 2011.

Mcquail, Denis. *Teori Komunikasi Massa*. 6th ed. Jakarta: Salemba Humanika, 2011.

Muhammad, Firdaus. *Satu Abad Komunikasi Politik NU*. Makassar: Alauddin Press, 2023.

Muzakki, Akh. *NU Dan Politik: Keadaban Publik*. Edited by Wasid. Surabaya: LTN Pustaka, 2020.

Nimmo, Dan. *Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, Dan Media*. Bandung: Rosda, 2000.

Ridwan, Nur Kholik. *Ikhtisar Sejarah NU 1344 H/1926 M*. Jakarta Pusat: LTN NU, 2023.

Rokhmad,¹³⁵

Sobur, Alex. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009.

Surbakti, Ramlan. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: PT Grasindo, 1992.

Tebba, Sudirman. *Jurnalistik Baru*. Ciputat: Kalam Indonesia, 2005.

B. Artikel Jurnal

Alif, M. Ismail. “Komunikasi Politik: Penyampaian Pesan Dan Pemilihan Media Oleh Bakal Calon Presiden Dalam Pemilu Tahun 2024.” *Jurnal Akrab Juara* 8, no. 3 (2023): 1–18

Amanu, Herdiansyah, and Letikarmila. “Peran Media Massa Dalam Komunikasi Politik Di Indonesia.” *Balayudha* 1, no. 1 (2021): 1–7.

Arpandi. “Media Online Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pemilihan Umum (Pemilu) Internet Media ’ s Role in Boosting General Election Participation from the Community (Elections)” 3, no. 1 (2023): 843–55.

Arowolo, Sunday Olasunkanmi. “Understanding Framing Theory,” no. March (2017).
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.25800.52482>.

Aziz, Hasan, and Fahrudin. “Modernisasi Media Massa Nahdlatul Ulama: Studi Kasus NU Online 2003-2018.” *Karmawibangga: Historical Studies Journal* 03, no. 02

¹³⁵ Abu. NU, Politik Dan Tradisi. Semarang: Rasail Media Group, 2010.

- (2021): 101–12.
<https://journal.upy.ac.id/index.php/karmawibangga>.
- Bruinessen, Martin van. “Tradition for the Future: The Reconstruction of Tradisionalist Discourse within NU.” *Brijdragen Tot de Taal-Land-En Volkenkunde* 151, no. 4 (n.d.).
- CN, Muklis Marcelinus, and Mangihut Siregar. “Peran Media Massa Dalam Kebijakan Publik.” *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 4, no. 2 (2024): 133–40.
- Costello, Leesa, Marie-louise Mcdermott, and Ruth Wallace. “Netnography : Range of Practices , Misperceptions , and Missed Opportunities” 16 (2017): 1–12.
<https://doi.org/10.1177/1609406917700647>.
- Dania, Rahmi, and Pia Khoirotun Nisa. “Peran Dan Pengaruh Media Sosial Dalam Kampanye Pemilihan Presiden 2024.” *Virtu: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya Dan Islam* 3, no. 2 (2023): 103–9. <https://doi.org/10.15408/virtu.vxxx.xxxx>.
- Djuroto, Totok. *Teknik Mencari Dan Menulis Berita*. Semarang: Dahara Prize, 2003.
- Dudayef, Faisal, Rangga G Gumelar, and Nia Kania Kurniawati. “Posisi Strategis Media Massa Dan Perannya Dalam Proses Komunikasi Politik,” 2024, 158–68.
- Effendy, Erwan, Zakaria, Azlisa, and Anggarana. “Dasar Dasar Penulisan Berita.” *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 5, no. 2 (2023): 4042–44.
<https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/13888>.
- Entman, R. M. “Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm.” *Journal of Communication* 43, no. 4 (1993): 51–58.
- Eriyanto. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, Dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta, 2002.

———. *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta, 2009.

Eviany, Eva. *Pengantar Ilmu Politik Dan Ruang Lingkupnya*. Edited by Elan Herdiawan. *Sustainability (Switzerland)*. BAndun: Cendekia Press, 2019.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.

Fawaid, Achmad. “Framing Narasi Islam Moderat: Analisis Wacana Situs NU Online.” *Jurnal Komunika* 13, no. 1 (2019).

Felicia, Oamen. “A Social Semiotic Analysis of Gender Power in Nigeria ’ s Newspaper Political Cartoons Newspaper Political Cartoons.” *Social Semiotics* 0, no. 0 (2019): 1–16.
<https://doi.org/10.1080/10350330.2019.1627749>.

Gamson, W. A., and A. Modigliani. “Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionst Approach.” *American Journal of Sociology* 95, no. 1 (1989): 1–37.

Hajad, Vellayati. “Media Dan Politik (Mencari Independensi Media Dalam Pemberitaan Politik).” *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 2 (2018).
<https://doi.org/10.35308/source.v2i2.295>.

Harahap, Insan Harapan. “Kampanye Pilpres 2019 Melalui Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Demokrasi Indonesia.” *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 17, no. 1 (2020): 1–11.

Haris, Abdul, Institut Agama, Islam Negeri, and Iain Jember. “Kiai Nu Dan Politik (Keterlibatan Kiai Nu Jember Dalam Kontestasi Pilpres 2019)” 20, no. 1 (2021): 91–114.
<https://doi.org/10.35719/fenomena.v20i1.51>.

Heriyanto. “Analisis Framing Dan Realitas Sosial Media Massa.”

Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam 4, no. 1 (2013).

Ichwan, Moch. Nur. "Ulama, Negara, Dan Politik Identitas: Pergulatan Wacana Keislaman Dalam Media Islam Arus Utama Di Indonesia." *Al Jami'ah: Journal of Islamic Studies* 54, no. 2 (2016): 305–32.

Kadri. *Komunikasi Massa: Membedah Media Massa Dengan Perspektif Kritis*. Edited by Akhmad Asy'ari. Mataram: P2M-LP2M, 2018.

Krippendorff. "Content Analysis: An Introduction to Its Methodology." *SAGE Publication Ltd.*, 2004, 34–37.

"Kamus Besar Bahasa Indonesia Online," 2006. kbbi.kemendikbud.go.id.

Kozinets, Robert V. *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. *SAGE Publication Ltd.* London: SAGE Publications Ltd., 2010.

Liando, Daud M. "Pemilu Dan Partisipasi Politik Masyarakat (Studi Pada Pemilihan Anggota Legislatif Dan Pemilihan Presiden Dan Calon Wakil Presiden Di Kabupaten Minahasa Tahun 2014)." *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum* 3, no. 2 (2016): 14–28.

Mansyur, Irwansyah. "Rasionalitas Orientasi Politik Masyarakat Nelayan Kabupaten Majene Pada Pemilihan Umum Legislatif," 1992, 152–80.

Margianto, Heru, Edy Can, Umar Idris, Ahmad Arif, Adi Marsiela, and Erick Tanjung. *Panduan Peliputan Pemilu 2024*. Edited by Heru Margianto. Jakarta Pusat: Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia 2023, 2024.

Midani, Ahmad, Hendra Setiawan, Universitas Singaperbangsa Karawang, Berita Pilpres, and Materi Ajar. "Analisis Framing Berita Pilpres 2024 Sebagai Materi" 4, no. 1 (2024): 85–92.

Mudjiyanto, Bambang, and Emilsyah Nur. "Semiotika Dalam

- Metode Penelitian Komunikasi Semiotics In Research Method of Communication” 16, no. 1 (2013): 73–82.
- Muhammad Iqbal, Mahathir. “Nahdlatul Ulama Dalam Pusaran Politik: Sebuah Otokritik Orientasi NU Dalam Politik Perspektif Insider.” *Jurnal Inovasi Ilmu Sosial Dan Politik* 1, no. 2 (2019): 181. <https://doi.org/10.33474/jisop.v1i2.4852>.
- Muttaqin, Ahmad. “Ideologi Dan Keberpihakkan Media Massa” 5, no. 2 (2011).
- Ni’am, M. Mukhibudin, and Refti Handini Listiyani. “Analisis Wacana Kritis Adrianus Van Dijk Terhadap Media NU Online.” *Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya*, n.d., 1–22.
- Nurdin, Jois, Udin Hamim, and Ramli Mahmud. “Orientasi Politik Pemilih Pemula Menjelang Pemilu 2024 Di SMK Negeri 1 Paguyaman Pantai” 3 (2024): 1668–79.
- Oleh, Media, Bakal Calon, Presiden Dalam, and Pemilu Tahun. “No Title” 8 (2024).
- Pandemi, Komunikasi, Humas Pemerintah, and Menggunakan Poster. “Sebuah Pendekatan Semiotika” 1 (2021).
- Paramita, Dewa Ayu Aksamala Gangga, and Rizca Haqu. “Framing of Electability Presidential and Vice-Presidential Candidates Republic of Indonesia 2024 on Kompas.Com.” *Jurnal Network Media* 7, no. 2 (2024): 216–31.
- Pendahuluan, A. “Komunikasi Politik Patronase NU Dalam Pilkada Kabupaten Purbalingga 2020” 9, no. 1 (2021): 85–95.
- Pujanarko, Mung. “Metode Hurier Dalam Proses Kerja Jurnalis Untuk Menghindari Pemberitaan Hoax.” *Jurnal Citra* 5, no. 2 (2017): 28–33.
- Puspitasari, Indah. “Persepsi Dan Orientasi Politik Generasi Muda Terhadap Pemilihan Partai Politik.” *De Cive : Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan* 4,

no. 3 (2024): 76–85.
<https://doi.org/10.56393/decive.v4i3.2073>.

Putrajaya, Muhammad, Program Studi, Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah, U I N Sunan, Ampel Surabaya, Jl Ahmad, et al. “Konstruksi Pemberitaan Pemilihan Presiden 2024 Pada INews.Id” XIV, no. 1 (2024): 66–81.

Razaqa, Maghrifa Kafka, Fadlian Rafa Prawira, and Gunawan Santoso. “Jurnal Pendidikan Transformatif (Jupetra) Pengaruh Media Sosial Terhadap Orientasi Politik Pemilih Pemula Siswa Pada Pemilu Jurnal Pendidikan Transformatif (Jupetra)” 01, no. 02 (2022): 132–41.

Rifai, Idris Ahmad. “Internet Dalam Bingkai Dakwah Organisasi Nahdlatul Ulama.” *Indo-Islamika* 8, no. 2 (2018): 77–87.

Ritonga, Rafiqah Syahidah. “Media Dan Politik.” *Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah* 1, no. 1 (2023): 64–89.
<https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/ittishol/article/view/11057>.

Setia, Paelani. “Adaptasi Media Sosial Oleh Organisasi Keagamaan Di Indonesia : Studi Kanal YouTube Nahdlatul Ulama , NU Channel,” 2021.

Shetty, Shailashree. “The Nexus Between Political Orientation and Political Participation” 7, no. 1 (2025): 1–7.

Sinaga, Manotar Leryaldo, Mima Defliyanti Saragih, Joy Novi, and Yanti Lumbantobing. “Pengaruh Orientasi Politik Terhadap Partisipasi Perempuan Muda Pada PILPRES 2024 (Studi Empiris Terhadap Pilihan Politik Mahasiswa Fakultas Bahasa Dan Seni Unimed)” 1, no. 3 (2024).

Sofyan, M. Ali, Puji Laksono, and Muhammad Chabibi. “Strategi Komunikasi Politik Ulama Nahdlatul Wathan Pancor Dalam Membentuk Opini Publik Pilkada Pada Pemilihan Umum Presiden Tahun 2019.” *Jurnal Al-Tsiqoh (Dakwah Dan Ekonomi)* 5, no. 2 (2020): 57–73.

Susanto. "Media Dan Politik Keagamaan: Kontestasi Wacana Dalam Platform Digital Ormas Islam." *Jurnal Komunikasi Islam* 12, no. 1 (2023): 45–67.

Tapsell, Ross. *Media Power in Indonesia: Oligarchs, Citizen*,. London: Rowman & Littlefield, 2017.

Ticoalu, Y I A. "Peran Tokoh Agama Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Dikelurahan Rap-Rap Pada Pemilu 2019." *Jurnal Politico*, 2021, 1–18.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/politico/article/view/37733>.

Wahid, Marzuki. "Dakwah Digital Dan Tantangan Politik Identitas." *Maarif Institute Report*, 2021.

C. Artikel Berita

Attar, Haekal. *Saat Gibran Sindir Muhaimin: Enak Banget Ya Gus, Sambil Baca Catatan*, <https://nu.or.id/nasional/saat-gibran-sindir-muhaimin-enak-banget-ya-gus-sambil-baca-catatan-6Gohu>

CNN Indonesia, *Rais PCNU Semarang Ungkap Amanat PBNU: Pilpres Satu Putaran, Pilih 02*,
<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20240122123134-617-1052784/rais-pcnu-semarang-ungkap-amanat-pbnu-pilpres-satu-putaran-pilih-02>

Notonegoro, Ayung. *Swara Nahdlatol Oelama, Pelopor Pers NU*,
<https://www.nu.or.id/amp/fragmen/swara-nahdlatol-oelama-pelopor-pers-nu-dLtA3>

Islami, Mufliha Fil. Opini: Pengaruh Media Sosial Terhadap Pemilu 2024, <https://kpi.iainpare.ac.id/2023/12/opini-pengaruh-media-sosial-terhadap.html?m=1>

Triono, Aru Lego. *Survei SMRC: 40 Juta Anggota NU Jadi Pemilih di Pilpres 2024*, <https://nu.or.id/amp/nasional/survei-smrc-40-juta-anggota-nu-jadi-pemilih-di-pilpres-2024-uqHiN>

Utama, Virdika Rizky. *NU dalam Dekapan Kekuasaan dan Poitik Pemilu 2024*, <https://mediaindonesia.com/opini/645221/nu-dalam-dekapan-kekuasaan-dan-politik-pemilu-2024>

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Draft Pedoman Wawancara

Draft Wawancara

Judul Penelitian : Orientasi Politik Media Nahdlatul Ulama dalam Pemberitaan Pilpres 2024 (Studi Konten Website nu.or.id dalam Masa Kampanye)

Nama Peneliti : Lukman Hakim

Waktu Wawancara : Selasa, 13 Mei 2025

A. Identitas Narasumber

Nama : Ivan Aulia Ahsan

Jenis Kelamin : Laki-laki

Agama : Islam

Pekerjaan : Pimpinan Redaksi Media NU Online

B. Pertanyaan

No.	Daftar Pertanyaan	Hasil Wawancara
1.	NU Online sebagai salah satu media yang cukup dipercaya oleh masyarakat khususnya warga NU. Apa yang membedakan NU Online dengan media mainstream lainnya?	Pertama, Media mainstream itu dimiliki oleh korporasi. Sebagian besar dimiliki oleh korporasi, Sedangkan NU Online dimiliki oleh ormas yaitu pengurus besar Nahdlatul Ulama. Kedua, NU Online ini statusnya adalah media resmi Nahdlatul Ulama. Jadi bagaimanapun NU Online ini media resminya ormas. Itu Pak Lukman. Dalam hal status ya.

		Kalau media yang lain, media mainstream itu kan statusnya sebagai perusahaan pers sepenuhnya. Dia membawa kepentingan pemilik modal, membawa kepentingan korporasinya, membawa kepentingan politik si pemilik dan lain sebagainya. Kalau NU Online karena statusnya sebagai media resmi yang membawa kepentingan jamiah Nahdlatul Ulama kan begitu. Yang ketiga konten. Karena di level konten, karena NU Online adalah media resmi Nahdlatul Ulama, balik lagi ke poin yang tadi, maka sebagian besar kontennya adalah konten-konten yang bertema keislaman. Apalagi tagline kita adalah beranda Islam Indonesia. Jadi sebenarnya kita adalah media keislaman. Kalau media mainstream sebagian besar memilih jalur sebagai media umum. Ada media-media keislaman yang juga menjadi media umum banyak, tapi sebagian besar media mainstream mengambil posisi sebagai media umum, tidak spesifik ke tema atau topik tertentu.
--	--	---

2.	Bagaimana orientasi NU Online untuk mengikuti dan menanggapi isu-isu yang berkembang seperti isu politik dan lainnya ?	Media ini kan bekerja untuk kepentingan publik sebenarnya. Nah, momentum atau peristiwa politik seperti pemilu itu kan kalau meminjam bahasa orang-orang zaman dulu menyangkut hajat hidup orang banyak. Artinya menyangkut kepentingan publik yang sangat luas. Karena itu redaksi NU Online pada pemilu lalu memutuskan untuk secara intensif memberitakan berita-berita politik menjelang pemilu 2024. Alasannya ya kayak tadi, karena pemilu adalah kepentingan publik. Dan media bekerja untuk kepentingan publik. Apalagi sebagian besar pemilih Muslim Indonesia itu insya Allah adalah warga NU. Artinya NU Online sebagai media resmi Nadatul Ulama juga punya tanggung jawab untuk memberikan informasi terkait dengan politik praktis kepada umatnya.
3.	Sebagai media keagamaan, bagaimana posisi NU Online dalam memberitakan berita politik?	Posisinya netral dan berimbang. Dua itu yang dipegang. Jadi netral itu dalam hal ini hak oleh peserta pemilu manapun, baik legislatif maupun pilpres. Dan kita berimbang dalam menyajikan berita. Kita manut 100% pada prinsip pertama cover both sides. Pertama dan terutama cover both

	sides. Yang kedua prinsipnya adalah melakukan coverage yang seimbang antara satu pihak dengan pihak yang lain atau dengan pihak yang lain lagi. Karena kan tidak hanya dua pihak ya. Tapi bisa lebih dari dua pihak. Coverage kami berimbang sampai hal-hal yang sifatnya itu detail misalnya kalau kita memberitakan si calon A sepanjang empat paragraf, maka di dalam berita yang sama kita juga memberitakan calon B sebanyak empat paragraf. Sampai ke detail teknis seperti itu. Keberimbangannya. Sebenarnya kan ini ya, saya lupa itu antara satu post itu atau di post yang lain. Kita juga menyorot, ini dalam konteks Pilpres ya, menyorot tiga kandidat itu secara berimbang. Nah cuma mungkin karena itu adalah kasus tadi ya, kasus Gibran yang ngecengin Cak Imin itu adalah satu peristiwa yang bagi kita itu menarik dan lucu ya. Akhirnya kita mengangkat itu sebagai kelucuan sebenarnya. Cuma kan memang kita nggak bisa mengontrol opini. Netizen ya, mengontrol opini pembaca, mengontrol pendapat pembaca. Mereka bebas berkomentar apapun dan mereka juga mungkin tidak
--	---

		terlalu memperhatikan semua postingan Instagram kita tentang kampanye Pilpres. Misalnya ada waktu kampanye, eh debat kandidat kedua. Misalnya ada satu waktu kampanye, saya lupa, kita memasang multi-post di Instagram. Yang nongol pertama kan 01 ya? Karena sesuai urutan. Kita lupa nggak pakai cover. Jadi yang nongol 01, padahal kalau pembaca slide ke kiri, itu akan nongol bahwa di slide berikutnya kita meng-cover secara berimbang. Cuma karena yang nongol pertama di slide pertama adalah 01, maka waktu itu kita juga dikira condong ke 01. Karena itu persoalan sangat teknis. Ini masalah urutan peserta, urutan nomor urut capres. Yang kedua kita lupa memasang cover. Nah itu ditafsirkan macam-macam oleh para pembaca. Kita tidak bisa mengontrol mereka. Padahal tidak ada framing yang tendensius. Tidak ada framing yang tendensius macam apa. Kalau framing ada ya, cuma framing yang tendensius itu tidak ada. Tendensius terhadap salah satu pasangan calon tertentu ya tidak ada.
4.	Bagaimana memposisikan media	Pertama soal verifikasi Dewan Pers dulu ya. Verifikasi Dewan Pers ini adalah sebagai bukti

	NU Online yang sudah terverifikasi pers ?	administratif dan faktual bahwa di mata negara, NU Online itu adalah media yang resmi. Ini di mata negara. Kita nggak menjadi media, dalam tanda kutip, tidak resmi di mata negara kan sudah 20 tahun ya. Itu hanya syarat administratif dari negara. Bahwa artinya NU Online secara administratif, secara pengelolaan perusahaan, sudah memenuhi syarat-syarat yang ditentukan oleh negara sebagai perusahaan pers dan sebagai institusi pers. Jadi ini Tidak mengubah ideologi NU Online sebagai media resmi Nahdlatul Ulama. Jadi jangan membayangkan kalau setelah disahkan oleh Dewan, terverifikasi secara resmi, secara administratif dan faktual oleh Dewan Pers, terus kita tiba-tiba berubah jadi media NU. Jadi ya tetap, itu hanya sertifikasi dari Dewan Pers itu hanya syarat administratif. Tanda bahwa NU Online memenuhi syarat-syarat yang ditentukan oleh negara sebagai perusahaan pers. Nah ideologinya, framing pemberitaannya, itu tidak berubah. Kita bekerja untuk kepentingan publik dan kepentingan jamiyah Nahdlatul Ulama. Jadi dua itu
--	--	--

		bukan hal yang perlu dipertentangkan. Dua hal itu antara media milik Ormas dengan Sertifikat Dewan Pers. Ini dua hal yang tidak diametral, itu bisa berjalan secara bersama-sama.
5.	Sebagai media yg dekat dengan komunitas Nahdliyin, bagaimana pola media NU dalam menyajikan pemberitaan terkait pilpres 2024 terutama di masa kampanye ?	Sebenarnya bukan menyeimbangkan ya, tapi lebih kepada mengonteksualisasi dan merelevansikan peristiwa-peristiwa politik praktis selama pemilu dalam perspektif keislaman. Misalnya ada satu peristiwa, misalnya kampanye negatif atau politik uang. Politik uang yang dilakukan oleh para kontestan. Kemudian yang kami mengolah di redaksi untuk dibahas dan diulas bagaimana Islam memandang politik uang misalnya. Sumbernya kan banyak, bisa dari keputusan bahtsul masail NU, bisa dari keputusan munas alim ulama atau muktamar nu dan lain sebagainya. Ada banyak kasus-kasus politik yang NU itu sudah punya khazanah fatwanya, khazanah keputusan bahtsul masailnya. Itu yang kita manfaatkan untuk merelevansikan dan mengonteksualisasi peristiwa-peristiwa politik dalam artikel-artikel keislaman.

		Atau belum ada keputusan bahstul masail atau munas alim ulama atau muqtamar tentang peristiwa politik tertentu, tentang kasus politik tertentu. Kita menggali itu, para redaktur keislaman NU Online yang berisi kiai-kiai muda, itu menggali itu secara berdasarkan literatur-literatur, baik literatur klasik maupun literatur modern. Jadi bagi kami ini bukan menyeimbangkan, tapi justru mengonteksualisasikan dan merelevansikan.
6.	Melihat pemberitaan pilpres di media NU, bagaimana respon dari para pembaca / kaum Nahdliyin sendiri ?	(terjawab dari pertanyaan nomor 3)
7.	Bagaimana posisi media NU terhadap khittah NU yang menyatakan bahwa NU tidak terlibat dalam politik ?	Nah, itu bisa dibalikkan lagi, tadi ketika saya menjawab pertanyaan nomor 2 ya, dan nomor 3. Karena NU adalah ormas dan secara kelembagaan menyatakan diri netral dalam politik sejak tahun 1984 ya, sejak khittah 1926 diberlakukan, maka sikap editorial kami adalah mengacu pertama kali pada itu, khittah

		1926. Yang kedua ada sembilan pedoman berpolitik warga NU yang dirumuskan oleh KH Ahmad Siddiq. Nah, dua pedoman besar ini yang kita pegang. Yang ketiga adalah sikap netral secara resmi oleh PBNU pada Pilpres 2024. Di mana-mana Ketua Umum PBNU menyatakan bahwa jangan bawa-bawa institusi NU untuk kepentingan politik. Dan Gus Yahya juga tidak secara formal sebagai Ketua Umum PBNU mendukung salah satu kandidat atau salah satu partai peserta pemilu. Artinya kan dari tiga faktor ini, Khittah 1926, sembilan pedoman berpolitik, dan keputusan netral resmi netralitas PBNU, Pilpres 2024, akhirnya kami mengambil jalur itu. Ketenetralan itu. Jadi khittah 1926 itu adalah menjadi pegangan utama kami dalam menurunkan berita-berita politik. Yang berpolitik praktis kan warganya, umatnya, jamaahnya. Kalau jamiahnya kan tidak berpolitik praktis.
8.	Strategi apa yg digunakan oleh NU Online untuk	Strateginya kita bahas di rapat redaksi. Jadi redaksi NU Online selalu menyelenggarakan rapat redaksi setiap hari Senin ya. Nah,

	memastikan bahwa berita politik tersebut tetap objektif dan sesuai dengan nilai ke-NU-an ?	disitu terjadi diskusi. Kadang-kadang saling bantah-bantahan dan lain sebagainya tentang: Pertama isu-isu apa yang akan kita mainkan dalam beberapa hari ke depan. Yang kedua, setelah isu didapat framing dan angle seperti apa yang akan kita ambil. Nah, di dalam, kan ada agenda setting ya. Kamu belajar secara akademik soal itu ya. Agenda setting, ada ideologi, dan macam-macam lah. Tapi kita ngomongnya konteksnya dua, antara angle dan framing. Nah, di dalam angle dan framing inilah kita memainkan ya. Memainkan strategi agar berita ini tetap objektif dan sesuai dengan nilai-nilai NU. Tidak mungkin kita misalnya ngomong ada satu konflik. Ada satu konflik antara politikus A dengan politikus B. Kita membuat framing dan angle tentang konflik itu dengan perspektif tangan kelas misalnya. Gak mungkin kan? Karena itu bukan nilai-nilai ke NU an. Gak mungkin. Nah, di dalam rapat redaksi itulah kita merumuskan strateginya. Bahwa angle ini adalah yang kita anggap memenuhi nilai-nilai keNUan. Oh, framing ini yang
--	---	--

		kita anggap memenuhi nilai-nilai KE-NUan. Oh, bahkan topik ini yang kita anggap memenuhi nilai-nilai ke-NU-an. Jadi strategi itu dirumuskan di dalam rapat redaksi. Nah, nanti setelah rapat redaksi kan masing-masing divisi ya. divisi warta, divisi keislaman, sama konten kreatif. Masing-masing divisi kan punya rapat internalnya sendiri tuh. Nah, di rapat masing-masing internal lah para redaktur itu merumuskan secara lebih rinci dan detail tentang apa yang akan dikemukakan. Kalau rapat redaksi besar kan cuma agak global ya. Agak umum isunya ini, ini, ini. Biasanya itu atas keputusan bersama atau ditentukan oleh pemimpin redaksi. Detail dan pelaksanaannya kan dibahas di rapat-rapat masing-masing divisi. Nah, itu sebenarnya rapat-rapat itu juga bagian dari strategi untuk tetap menjaga dan memastikan konten-konten kita itu selalu sesuai dengan nilai-nilai Ke-NU-an. Kalau objektif dalam artian jurnalistik iya. Tapi kan kita nggak bisa objektif 100% dalam segala hal. Pasti ada, dan saya tidak melarang subjektivitas dalam penulisan berita ya. Karena
--	--	---

		berita bukan produk AI. Berita kita bukan produk AI, tapi dia produk manusia. Manusia itu punya subjektivitas.
9.	Bagaimana NU Online menjaga independensinya sebagai media yang berafiliasi pada organisasi keagamaan terbesar di Indonesia ?	Independensi media itu secara praktik, salah satunya adalah newsroom atau redaksi itu bebas dari kepentingan para pemilik modal. Pertama itu, atau bebas dari kepentingan kekuasaan. Itu yang secara praktik yang dipahami sebagai independensi media. Misalnya Pak Lukman sebagai ketua umum partai Golkar kan punya kepentingan nih. Nah Pak Lukman kemudian mendirikan media. Karena Pak Lukman juga seorang konglomerat. Independensi media itu diukur ketika produk-produk yang dihasilkan dan keputusan-keputusan editorial yang dirumuskan di newsroom itu bebas dari intervensi Pak Lukman sebagai pemilik media. Jadi misalnya medianya Pak Lukman tiba-tiba ngeritik partai Golkar misalnya. Nah itu berarti independensinya medianya terawat. Itu dalam konteks antara perusahaan pers dengan pemiliknya. Yang berikutnya dengan kekuasaan. Kalau terhadap

	kekuasaan kita bisa bersikap independen atau bersikap kritis. Artinya media ini bisa dianggap bahwa dia berhasil menjalankan independensinya meskipun misalnya pemiliknya dekat dengan penguasa. Misalnya ya. Nah cuma pengertian ini secara praktis kan juga ditafsirkan bermacam-macam. Jadi masing-masing media dan masing-masing newsroom itu punya penafsirannya masing-masing. Misalnya kami di Tirto, kita menjaga independensi betul-betul independen. Jadi enggak ada yang bisa campur tangan karena kita menganggap newsroom ini adalah wilayah yang sakral, yang suci. Tidak boleh ada pihak luar yang mencampuri keputusan-keputusan redaksi. Nah dalam situasi seperti ini, NU Online itu sebenarnya mempunyai support sistem dan mempunyai ekosistem pers yang cukup baik. Ekosistem cukup baik itu dalam arti begini. Pengurus PBNU itu tidak bisa mengintervensi secara langsung keputusan-keputusan editorial yang diambil oleh NU Online. Karena selama bertahun-tahun ya mereka memahami bahwa NU Online ini adalah satu
--	--

	entitas yang independen. Pasti pengurus itu punya kepentingan ya. Setiap pengurus itu punya kepentingan politik masing-masing. Mereka juga ingin memasukkan kepentingan politiknya lewat media resmi PBNU. Tapi alhamdulillah selama 23 tahun terakhir sikap independensi NU Online itu masih bisa dijaga. Jadi akhirnya independensi itu membuat para pengurus bahkan mungkin sampai level ketua umum menghormati NU Online sebagai institusi pers. Jadi untuk menjaganya bagaimana? Salah satunya adalah dengan membuat NU Online ini sebagai perusahaan. Ada PT yang menaungi NU Online. Namanya PT Visi Berkah bangsa. Dan PT itulah yang didaftarkan juga ke Dewan Pers. Artinya NU Online ini perusahaan pers. Ini perusahaan. Bukan hanya entitas yang berada di bawah PBNU dan bisa dengan seenaknya diintervensi. Nah ini PT inilah yang kemudian menjadi jembatannya. Menjadi mediator antara PBNU dengan NU Online. Artinya tidak bisa sembarang orang masuk dan mengintervensi redaksi NU Online.
--	---

		Berikutnya adalah karena kita sifatnya PT, maka di dalam susunan redaksi NU Online itu bukan pengurus sifatnya, tapi pekerja. Jadi semua awak redaksi NU Online itu katakanlah tetap seperti itu siapapun rezim yang berkuasa, siapapun ketua umumnya. Karena mereka statusnya pekerja. Bukan pengurus. Pengurus boleh berganti ya, ketua umum pengurus boleh berganti. Tapi redaksi NU Online tetap. Itu dua cara mendasar itu yang saya pikir bisa membuat NU Online menjaga independensinya selama lebih dari 20 tahun. Berikutnya adalah karena kita sifatnya PT, maka di dalam susunan redaksi NU Online itu bukan pengurus sifatnya, tapi pekerja. Jadi semua awak redaksi NU Online itu katakanlah tetap seperti itu siapapun rezim yang berkuasa, siapapun ketua umumnya. Karena mereka statusnya pekerja bukan pengurus. Pengurus boleh berganti ya, ketua umum pengurus boleh berganti. Tapi redaksi NU Online tetap. Itu dua cara mendasar itu yang saya pikir bisa membuat NU Online menjaga independensinya selama lebih dari 20 tahun.
--	--	--

10.	Adakah tantangan yang dihadapi oleh media NU dalam memberitakan politik, mengingat media NU dikenal sebagai media keagamaan ?	Ya tantangannya tadi ya, kita harus mengemas framing, angle, dan lain sebagainya itu dalam konteks yang sesuai dengan kaidah-kaidah agama. Itu tantangannya, kita nggak bisa menafsirkan atau memberikan angle dan memasang framing yang ugal-ugalan. Yang sebebaskan-bebasnya tidak bisa. Karena ada di samping kanan-kiri itu ada rambu-rambu keagamaan. Salah satu tantangan yang mungkin tidak dimiliki oleh media-media mainstream ya. Bagaimana agar semua produk-produk kita itu comply, menuruti rambu-rambu agama. Nah mungkin misalnya NU Online membuat berita yang mendorong ateisme misalnya. Mendorong orang-orang menjadi ateis misalnya. Kan nggak mungkin. Kita media keagamaan. Kita punya ideologi media sendiri atau misalnya NU Online mendorong dan memberi dukungan penuh kepada LGBT misalnya. Itu nggak mungkin. Karena kita punya kaidah-kaidah dan norma-norma keagamaan yang kita pegang. Nah itu tantangannya.
-------------------	--	---

	Jadi kita memainkan... Karena ini saya katakan berkali-kali ya ke teman-teman di redaksi bahwa NU Online ini menanggung, di pundaknya ini menanggung dua beban sekaligus: Beban sebagai institusi pers ya, yang harus bertanggung jawab kepada publik dan bekerja untuk kepentingan publik. Beban kita bekerja sebagai media resmi Nahdlatul Ulama. Dua hal ini bukan bagi kami, bukan sesuatu yang dipertentangkan. Tidak. Kita memanggul dua hal ini bareng-bareng secara bersama-sama. Salah satu tantangan yang kami hadapi saat ini termasuk di dalam memproduksi berita-berita politik. Kita tidak mendukung calon tertentu. Kita netral. Kita juga proporsional, berimbang dalam mengambil berita. Di sisi lain kita juga punya tanggung jawab untuk informasi yang jernih kepada orang-orang NU. Nah di dalam dua dunia inilah NU Online ini bekerja. Itu kan tantangan sendiri ya.
--	---

Lampiran 2 : Dokumentasi

A. Dokumentasi Wawancara



B. Dokumentasi Kolom Komentar Media Instagram NU Online



Lampiran 3: *Coding* Berita Pilpres 2024 Media NU Online

A. Berita bernada netral

Name: BERITA PILPRES 2024 MEDIA NU ONLINE

Created On: 6/24/2025 3:08:08 PM

Modified On: 6/24/2025 3:08:08 PM

Nada Netral Berita Pilpres 2024 Media NU Online

1. Jelang **Debat** Capres Kelima: Sarbumusi Sorot Problem Hubungan Industrial dan Upah Minimum
2. Jelang **Debat** Capres Kelima: Pergunu Tekankan Perlindungan Hukum dan Kesejahteraan Guru
3. **Debat** Capres Ini: 10 Etika dan Seninya Dalam Pandangan Islam
4. **Debat** Prabowo dan Ganjar Tentang Program Makan Gratis Untuk Cegah Stunting
5. **Debat** Keempat Pilpres 2024 Bahas Masalah Lingkungan Hidup, Akademisi Soroti Upaya Pembenahannya
6. Jelang **Debat** Capres Kelima: Ahli Gizi Harapkan Langkah Konkret Capres Atasi Permasalahan Gizi
7. Jelang **Debat** Capres Kelima: Pilpres, Ahli Gizi Ungkap Penanganan Masalah Gizi Perlu Pendekatan yang Menyeluruh

8. Pemilu 2024 Tiga Capres Cawapres Komitmen Wujudkan Kampanye **Damai** dan Taat Hukum
9. **Debat** Pilpres 2024, KPU Tetapkan Ada Debat Capres dan Cawapres
10. Penampilan Debat Perdana Anies, Prabowo dan Ganjar **Menurut** Pakar Linguistik
11. Sosok Mega Suryani dan Harun Al Rasyid yang Disebut dalam **Debat** Capres 2024, Ini Faktanya
12. Di **Debat** Pertama, Para Capres Belum Sampaikan Komitmen Pemenuhan HAM Secara Konkret
13. Pakarnya **Sebut** Kunci Pertumbuhan Ekonomi Kerakyatan yang Perlu Perhatian Pada Debat Cawapres
14. **Debat** Cawapres 2024 Bahas Sembilan Aspek Ekonomi dan Keuangan
15. **Debat** Cawapres: Pakar, Jangan Jadi Penonton Saat Ekonomi Digital Masuki Era Industri 5.0
16. **Debat** Cawapres Soal APBN, APBD: Pakar Soroti Penyerapan Anggaran Cenderung Membengkak di Akhir Tahun
17. **Debat** Soal APBN: Cak Imin, Gibran, dan Mahfud Saling Singgung Pembangunan IKN

18. Cak Imin, Gibran, Mahfud Kompak Usung Kebijakan Penguatan Ekonomi Kerakyatan Digital
19. **Debat** Cawapres: Visi Misi Gibran, Keberlanjutan, dan Penyempurnaan
20. Ketika Cak Imin, Gibran, dan Mahfud **Debat** Soal Pajak, Kepemilikan Lahan Hingga SGIE
21. **Debat** Cawapres: Begini Tanggapan Capres
22. Guru Besar Ilmu Politik UIN Jakarta: **Debat** Capres Cawapres Jadi Faktor Kunci Pengaruhi Pemilih
23. Kaleidoskop 2023: **Debat** Capres dan Cawapres Perdana Pemilu 2024
24. **Debat** Ketiga Pilpres 2024 Tampilkan Para Capres Bahas Pertahanan Hingga Geopolitik
25. **Debat** Ketiga Pilpres: Akademisi Sebut Kebijakan IKN dan Smelter Pengaruhi Keamanan Negara
26. **Debat** Capres Bahas Pertahanan: Akademisi Ingatkan Trisakti Sukarno
27. **Debat** Capres Ketiga: Visi Anies, Indonesia Sebagai Pemain Utama Global

28. Debat Capres Ketiga: Ganjar Akan Prioritaskan Kepentingan Nasional Dalam Politik Luar Negeri
29. Debat Capres Ketiga: Bahas Kerja Sama Selatan-Selatan, Prabowo Tekankan Pentingnya Kekuatan Ekonomi dan Geopolitik Indonesia
30. Debat Capres: Kerja Sama Selatan-Selatan, Apa Itu?
31. Debat Capres: Anies, Prabowo, Ganjar Bahas Politik Luar Negeri Hingga Strategi Soal Utang Negara
32. Debat Capres Ketiga: Strategi Para Capres Atasi Sektor Keamanan yang Tumpang Tindih
33. Debat Capres Ketiga: Anies Tanya Prabowo Soal Hubungan Etika dengan Kemampuan Menjaga Kedaulatan Negara
34. Anies dan Ganjar Beri Nilai Kecil Kinerja Kemenhan, Ini Jawaban Prabowo pada Debat Capres
35. Perdebatan Anies, Ganjar dan Prabowo Soal Pembelian Alutsista Bekas
36. Jelang Debat Keempat Cawapres: Pangan Jadi Faktor Penting, Keamanan dan Stabilitas Negara
37. Guru Besar UI Jelaskan Fungsi Alutsista Yang Dibahas Capres di Debat Ketiga

38. Guru Besar UI **Jelaskan** Fungsi Alutsista Yang Dibahas Capres di Debat Ketiga
39. Soal **Debat** Capres Cawapres: Ketua KPU, Formatnya Sama Dengan Sebelumnya
40. **Debat** Keempat Pilpres: Alissa Wahid, Kita Tunggu Gagasan Untuk Lindungi Hak Masyarakat Adat
41. Jelang **Debat** Keempat Cawapres: Indonesia Dihadapkan Pada Tingginya Deforestasi
42. Jelang **Debat** Keempat Cawapres: Indonesia Dihadapkan Pada Tingginya Deforestasi
43. **Debat** Keempat Cawapres: Cak Imin, Desa Harus Jadi Pusat Pembangunan
44. **Debat** Keempat Cawapres: Gibran, Program Hilirisasi Harus Dilanjutkan dan Diperluas Cakupannya
45. **Debat** Keempat Cawapres: Mahfud MD Komitmen Tangani Kedaulatan Pangan Untuk Petani dan Nelayan
46. **Debat** Cawapres Bahas Hak Masyarakat Adat, Mahfud MD Tertibkan Birokrasi, Cak Imin dan Gibran Bangun Dialog
47. Komitmen dan Strategi Tiga **Cawapres** Wujudkan Redistribusi Tanah Lewat Reforma Agraria

48. Ini Strategi **Cawapres** Agar Warga Desa Minat Tinggal di Desa
49. 3 **Cawapres** Sorot Reforma Agraria, Ini Perbedaan Redistribusi dan Sertifikasi Tanah
50. Tutup **Debat** Cawapres: Mahfud Singgung Hukum Tumpul, Gibran Lanjutkan Hilirisasi, Cak Imin Naikkan Dana Desa
51. Apa Itu Greenflation yang Jadi **Perdebatan** Cawapres: Mahfud dan Gibran
52. Jelang **Debat** Capres Kelima: Perundungan di Satuan Pendidikan Masih Tinggi
53. Jelang **Debat** Capres Kelima: Ketua PBNU Soroti Kesenjangan Masyarakat Bawah dan Indonesia Timur
54. Jelang **Debat** Capres Kelima: Ketua PBNU Tekankan Pemerataan Ekonomi dan Perluasan Pusat Pertumbuhan
55. Segmen Keenam Pada **Debat** Kelima Pilpres 2024 Jadi 4 Menit
56. KPU Klaim 4 Kali **Debat**, Jangkau 394 Juta Penonton
57. **Debat** Capres 2024: Ganjar dan Anies Singgung Tata Kelola Bansos
58. Saat Anies, Prabowo, dan Ganjar Saling Beri **Pesan** Menyentuh di Debat Terakhir

59. Para Capres Bilang Lindungi PMI, Perlu Pelibatan Aktivis - Ini Respons Konfederasi Sarbumusi
60. Debat Kelima Pilpres Bahas Kesehatan: Ahli Gizi Soroti Implementasi Program Gizi Tepat Sasaran
61. KPU Larang Penggunaan Singkatan dan Istilah Tak Lazim Pada Debat Ketiga Pilpres 2024
62. Masyarakat Adat Terpinggirkan, Akademisi Minta Debat Keempat Pilpres 2024 Bahas Kearifan Bangsa
63. Analisis Linguistik dari Ekspresi dan Gaya Bicara Anies, Prabowo dan Ganjar dalam Debat Perdana
64. Debat Keempat: Tafsir Ayat Kerusakan Alam Ar-Rum 41 yang Disinggung Cawapres Mahfud MD
65. Debat Capres: 5 Ketua KPU Singgung Ayat Perebutan Kekuasaan, Begini Tafsirnya
66. Pesan Gus Mus di Tahun Pemilu: Beda Pilihan Itu Alamiah, Jaga Kerukunan
67. Katib Aam PBNU Imbau Masyarakat Jaga Kekondusifan Negara Selama Masa Kampanye Pemilu 2024
68. Pilihan Dalam Pemilu: Ketua PBNU Cintai dan Benci Sewajarnya

69. Tokoh Bangsa Serukan Transisi Kepemimpinan dan Pemilu 2024 Berjalan **Damai**
70. Festival Budaya IPPNU Sampaikan **Pesan** Perdamaian Hadapi Tahun Politik
71. Simak Kembali **Janji** dan Visi Pertahanan Capres: Anies, Prabowo dan Ganjar
72. Soroti Pinjol, Mahfud MD **Sebut** Perlu Penguatan Literasi dan Regulasi Digital
73. **Bahas** Pembersihan Gas Emisi, Gibran Tanya Mahfud Soal Regulasi CCS
74. **Janji** Anies Muhaimin Soal Pemberantasan Korupsi, Revisi UU KPK
75. Gagasan **Capres** Soal Pemberian Konsesi Disabilitas Belum Substantif
76. Komitmen Ketiga **Cawapres** Tentang Penguatan Investasi UMKM
77. Ganjar **Janji** Internet Gratis, Prabowo: Orang Miskin Harus Makan
78. Ganjar Pranowo **Janjikan** Satu Desa Satu Faskes, Satu Nakes, Pendidikan, Inklusi, Revisi UU Cipta Kerja
79. **Cawapres** Cak Imin Gagasan Slepetnomiks Untuk Wujudkan Kesenjangan dan Keadilan Ekonomi

80. Strategi **Cawapres** Atasi Praktik Ilegal Pertambangan, Buka Data Agraria dan Cabut Izin
81. Strategi **Capres** Atasi Komersialisasi Budaya: Siapkan Dana Abadi Hingga Bentuk Kementerian Kebudayaan
82. Strategi Anies, Prabowo, dan Ganjar: **Bangun** Kedaulatan Teknologi Informasi di Indonesia
83. Prabowo **Tegaskan** Pentingnya Kekuatan Negara Singgung Pertahanan di Gaza Palestina
84. Anies, Prabowo, dan Ganjar Didorong **Perhatikan** Problem Inklusi Bagi Kaum Disabilitas
85. Infrastruktur Air Untuk Generasi Sehat dan Cerdas Jadi Bahasan **Cawapres**
86. Gibran **Sebut** Sudah Ada Investor Masuk ke IKN, Siapa Saja
87. Gibran **Bangun** Infrastruktur, Tak Harus Bebani APBN
88. Rekomendasi Sarbumusi Untuk Para **Capres** Soal Ketenagakerjaan
89. Alissa Wahid **Tegaskan** Debat Capres Cawapres Jadi Jembatan Komunikasi Membangun Bangsa, Begini Etikanya
90. 7 Poin Komitmen Tokoh Lintas Agama Wujudkan Pemilu **Damai**
91. Komisi Disabilitas: Harap Pemimpin Indonesia **Mampu** Koordinasikan Perlindungan Hak Disabilitas

92. Analisis Alissa Wahid Terhadap Capres 2024 Dalam **Debat** Pertama
93. Gus Yahya, Khofifah Harus Non-Aktif dari Ketum Muslimat NU
Jika **Resmi** Masuk Tim Kampanye Pilpres
94. **Doa** Sebelum Coblos, Surat Suara, Ijazah dari Gus Mus
95. Gus Mus: Urusan NU Memenangkan Indonesia Bukan **Capres**
96. Kiai Anwar Iskandar Jelaskan Makna Politik **Menurut** KH Mahrus Ali Lirboyo
97. Filsuf **Ungkap** Tolok Ukur Demokrasi, Gus Dur Adalah Kepentingan Rakyat
98. Inaya Wahid **Jelaskan** Kontribusi Gus Dur Terhadap Demokrasi, Membela Rakyat Bukan Minta Dibela
99. Puncak **Etika** Politik Gus Dur
100. Gusdurian Luncurkan Gardu Net Untuk Kawal Demokrasi dan **Pantau** Pemilu 2024
101. Alissa Wahid: **Pemilu** Diadakan Untuk Mewujudkan Pemerintahan yang Kompeten
102. Pemilu 2024 **Katib** Aam PBNU Hormati Pilihan Orang Lain Tanpa Perlu Mencaci

103. Kampanye Dimulai, **Bawaslu** Minta Peserta Pemilu 2024 Tak Lakukan Politisasi Sara
104. Haul ke-14 Gus Dur, Telurkan **Amanat** Ciganjur untuk Penyelenggaraan Pemilu 2024
105. Kampanye Pemilu: **Jujur** dan Bermartabat, Gusdurian Gelar Gardu Jalanan, Titik Nol di 20 Wilayah Indonesia
106. Ulama dan Aktivis Pakistan **Pelajari** Moderasi Beragama dan Demokrasi ala Indonesia
107. Kelakar Gus Mus Soal **Presiden** Boleh Kampanye dan Memihak, Tapi Harus Cuti
108. **Mengenang** Harlah ke-40 NU: 1 Boleh Sibuk Berpolitik Tapi Tujuan Pokok Nahdlatul Ulama Adalah Beramal
109. **Doa** Imam Besar Masjid Istiqlal Untuk Kampanye Pemilu 2024 Yang Damai
110. **Debat** Capres Singgung Ayat Kekuasaan, Begini Tafsirnya
111. **Debat** Capres 5: Singgung Welfare State, Begini Pandangan Islam
112. Tafsir Ayat Pemerataan Ekonomi yang Disinggung Mahfud MD dalam **Debat** Cawapres 2024
113. Hukum Menempelkan Stiker Caleg atau Calon **Presiden** di Rumah Warga Tanpa Izin

114. Pemimpin Yang Ingkar Janji Menurut Hukum Islam
115. Debat Capres: Pilih Membangun SDM Militer atau Membeli Alutsista, Begini Pandangan Islam
116. Tiga Nasehat Kepemimpinan Untuk Khalifah Umar Bin Abdul Aziz
117. Posisi Hak Suara Dalam Pemilu Menurut Islam
118. Terlanjur Terima Uang Politik, Bagaimana Tasarufnya
119. Khutbah Jumat Menjaga Silaturahmi dan Saling Menghormati di Tahun Politik
120. Khutbah Jumat: Larangan Diskriminasi Karena Beda Pilihan
121. Khutbah Jumat: Jadilah Pemilih dan Peserta Cerdas untuk Pemilu Berkualitas
122. Khutbah Jumat: Menjaga Persaudaraan dan Persatuan di Tahun Politik
123. Khutbah Jumat: Menghormati Perbedaan Pendapat di Tahun Politik
124. Ketentuan TPS pada Pemilu 2024: Lokasi, Bentuk Hingga Tata Letak
125. Ini 5 Jenis Surat Suara Pemilu 2024: Kenali Perbedaan Warnanya

126. **Ketentuan** Pemungutan Suara dengan Sistem Noken dalam Pemilu di Papua
127. Memasuki Masa Kampanye Pemilu 2024 **Bawaslu** Luncurkan 3 Saluran Aduan Hoaks
128. Begini Cara Mengetahui **Profil** Caleg pada Pemilu 2024
129. NU Muhammadiyah: Pilpres Mesti **Kondusif**, Menang Jangan Jumawa, Kalah Legowo
130. 5 Isu Pendidikan: Ini Perlu Disorot Tajam dalam **Debat** Capres Kelima
131. Pengajuan Pindah TPS Diperpanjang Hingga 7 Februari, Berikut **Syarat** dan Prosedurnya
132. **Pemilu** 2024 Begini Tata Cara Mencoblos Yang Benar di TPS
133. Jika Pilpres Dua Putaran, KPU Tetapkan Pencoblosan 26 Juni **2024**
134. Jelang Pemilu 2024: **Presiden** Jokowi Ingin Santri dan Pelajar Gunakan Hak Pilih Terbaik-Baiknya
135. Jelang Pemilu 2024: **Presiden** Jokowi Ingin Santri dan Pelajar Gunakan Hak Pilih Terbaik-Baiknya
136. Anda di Luar Kota? Begini Cara Ajukan Pindah Tempat Memilih pada **Pemilu** 2024

137. Pastikan Terdaftar Sebagai Pemilih, Begini Cara Cek DPT **Pemilu** 2024 Secara Online
138. 3 Cara WNI di Luar Negeri Ikut Coblos **Pemilu** 2024
139. Masyarakat Rentan dan Marjinal Terancam Tak Bisa Nyoblos dalam **Pemilu** 2024
140. Distribusi Logistik **Pemilu** 2024: KPU Logistik Tahap 1 Sudah 100 Persen
141. Olah Limbah APK **Pemilu** 2024: LPBINU Siap Berdayakan Bank Sampah Nusantara
142. Tok Pemerintah Tetapkan 14 Februari Libur Nasional **Pemilu** 2024
143. LKNU **Sebut** Banyak Isu Kesehatan yang Tak Dibahas di Debat Capres 2024
144. Dokter NU Nilai Pembahasan Isu Kesehatan di **Debat** Capres, Belum Konkret, Hanya Untuk Menangkan Suara
145. Soal Pemindahan Ibu Kota Negara, Begini **Sikap** Ketiga Capres 2024
146. Waspada Hoaks Selama Masa Kampanye **Pemilu** 2024
147. Deklarasi Kampanye **Damai** Peserta Pemilu 2024 Diminta Tak Umbar Sisi Negatif Lawan

148. Ini Peraturan Tentang Kampanye **Pemilu** 2024
149. **Pemilu** 2024: KPU Kampanye Rapat Umum Dibagi Jadi Tiga Zona
150. Jelang **Pemilu** 2024: Forum Orang Muda Respons Isu Demokrasi Hingga Hukum dan HAM
151. Dokumen yang Wajib Dibawa Saat Mencoblos pada 14 Februari **2024**
152. Komisioner, Komisi Disabilitas Soroti Minimnya Pembahasan Isu Konsesi dalam **Debat** Capres
153. MUI, Ormas Islam, dan Majelis Agama Gaungkan Deklarasi Pemilu **Damai**
154. **Debat** Keempat Pilpres 2024: KPU Tetapkan Enam Tema Debat Dari Sebelumnya Tujuh
155. **Debat** Capres Cawapres Pemilu 2024 Digelar 5 Kali Berikut Jadwalnya
156. Tema **Debat** Capres dan Cawapres Pada Pemilu 2024
157. **Debat** Capres Cawapres Pemilu 2024, KPU Akan Undang Panelis Rumuskan Pertanyaan
158. **Debat** Pilpres 2024, KPU Tampung Usulan Nama Panelis dan Moderator Dari Tim Paslon

159. Format **Debat** Capres Cawapres RI Dari Masa ke Masa Sejak 2004 Sekarang
160. Ini **Profil** 11 Panelis di Debat Perdana Capres 2024
161. KPU Tetapkan 11 Nama Panelis untuk **Debat** Cawapres 2024
162. Format **Debat** Cawapres Sama Persis dengan Sebelumnya
163. **Debat** Cawapres: Pakar Prediksi Anggaran Jumbo Kemenhan 2024 Jadi Topik Hangat
164. Ini **Profil** 11 Panelis Yang Rumuskan Pertanyaan pada Debat Ketiga Pilpres 2024
165. KPU Tetapkan 5 Perubahan Pada **Debat** Ketiga Capres 2024, Apa Saja
166. KPU: Panelis **Debat** Pilpres 2024 Punya Integritas Akademik yang Bisa Dipertanggungjawabkan
167. Tak Berubah: Begini Format dan Alur **Debat** Ketiga Pilpres 2024
168. 11 Panelis **Debat** Ketiga Pilpres Akan Dikarantina Pada 5-8 Januari 2024
169. Jadi Tema **Debat** Ketiga Pilpres 2024, Ini Beda Keamanan dan Pertahanan
170. Jelang **Debat** Capres 2024: Putaran Ketiga, Ketiga Capres Masuki Istana Senayan

171. Disorot Cawapres: Gibran, Ini **Profil** Desa Ketapanrame, Model Sukses Reformasi Desa dan Keberlanjutan Wisata
172. KPU Umumkan 12 Panelis **Debat** Kelima Pilpres 2024, Ada dari UGM Hingga UIN Jakarta
173. Inilah **Profil** 12 Panelis Debat Kelima Pilpres 2024
174. Perhimpunan Dokter NU Minta **Debat** Kelima Pilpres 2024 Bahas 6 Isu Krusial di Sektor Kesehatan
175. Bagaimana **Sikap** Media Menghadapi Berbagai Hasil Survei Politik
176. Temuan **Survei** Indikator Politik Soal Pendapat Publik Tentang Debat Cawapres
177. KPU: Total Ada 63 Lembaga **Survei** yang Mendaftar untuk Pemilu 2024
178. Debat Capres: Ini Pandangan Masyarakat Menurut **Survei** Indikator Politik
179. **Survei** IPNU Jatim: Pelajar Cenderung Terhadap Pemimpin yang Punya Keberpihakan pada Anak Muda
180. Santri dan Nahdliyin Harus **Jawab** Dinamika Sosial Politik dan Ekonomi

181. Ada Usulan **Debat** Capres Cawapres Pakai Bahasa Inggris, Ini Jawaban KPU
182. Gusdurian Dicatut Dukung **Capres** Cawapres, Langkah Hukum Akan Diambil
183. Masukan Untuk Capres **Cawapres** Soal Pencegahan Ekstremisme
184. NU Kukuhkan **Peran** Sebagai Otoritas Agama, Perkuat Otoritas Politik
185. JPPi **Jelaskan** 3 Catatan Untuk Ketiga Capres Soal Problem Pendidikan
186. JPPi Nilai: Tak Ada Tawaran Inovatif dari Ketiga **Capres** Soal Kesejahteraan Guru
187. Jokowi: **Presiden** Boleh Kampanye dan Memihak, Bagaimana Secara Hukum dan Etika

B. Berita bernada positif

Name: BERITA PILPRES 2024 MEDIA NU ONLINE

Created On: 6/24/2025 3:08:08 PM

Modified On: 6/24/2025 3:08:08 PM

Nada Positif Berita Pilpres 2024 Media NU Online

1. Ketua KPU **Dorong** Partisipasi Publik di Setiap Debat Capres dan Cawapres

2. Ganjar Tanyakan **Solusi** Ekonomi Untuk Pertahanan Nasional Pada Debat Capres Ketiga: Anies Perbesar GDP dan APBN
3. Jual Beli Serangan: Anies dan Prabowo Soal **Pertahanan** Siber, Singgung Anggaran Kemenhan Hingga Food Estate
4. Saat Ganjar dan Anies Layani Pertanyaan Wartawan, Prabowo Langsung Beri **Pernyataan**
5. Jelang Debat Capres Kelima: Ketua PBNU **Dorong** Pemerataan Mutu Pendidikan
6. Debat Capres Kelima: Prabowo **Canangkan** Strategi Transformasi Bangsa
7. Mampu Jaga Stabilitas Negara, Rais PBNU **Imbau** Semua Pihak Tak Remahkan NU
8. Halaqah Fiqih Peradaban: Langkah NU **Jaga** Umat dari Ancaman Sosial Politik
9. Wamenag: **Jaga** Netralitas, Kawal Moderasi, dan Toleransi
10. Pemilu 2024 PBNU Tegaskan Pentingnya **Jaga** Harmoni dan Ketertiban Masyarakat
11. Pemilu 2024 Wapres **Imbau** Masyarakat Gunakan Hak Pilih Meski Bukan di Domisilinya

12. Pemilu 2024: Sejumlah Tokoh **Berharap** Keutuhan Bangsa Tetap Terjaga
13. Di Hadapan Ribuan Muslimat NU, Jokowi Minta **Jaga** Ketertiban Selama Pemilu 2024
14. Tiga Strategi Anies Baswedan Perkuat **Pertahanan** Siber dan Satelit
15. Jurus Anies, Prabowo, dan Ganjar Untuk Tingkatkan **Harapan** Hidup Warga
16. Gibran Ajak Anak Muda **Optimalkan** Bonus Demografi Untuk Mewujudkan Indonesia Emas
17. Gibran **Dorong** Energi Hijau Terbarukan, Mahfud dan Muhaimin Singgung Pajak Karbon
18. Gagasan **Penting** Gus Dur Tentang Demokrasi Adalah Membentuk Kekuatan Masyarakat Sipil
19. Cak Imin **Rencanakan** 40 Kota Selevel Jakarta Untuk Atasi Masalah Perkotaan 2045
20. Jurus Ganjar, Mahfud: Berantas Korupsi, **Digitalisasi** Sistem Keuangan
21. Berantas Korupsi: Prabowo, Gibran Tawarkan **Kenaikan** Gaji Para Pejabat

22. Mahfud MD **Canangkan** 21 Program Menuju Indonesia Bersih dan Makmur
23. Mahfud MD Fokus Berantas Korupsi Untuk Target **Pertumbuhan** Ekonomi 7 Persen
24. **Pertahanan** Kebudayaan Luput dari Sorotan Capres Anies, Prabowo dan Ganjar
25. Pemilu 2024 Wapres **Berharap**: Siapapun Yang Menang Bisa Merangkul Semua
26. Gus Yahya: Respons **Pernyataan** Nadirsyah Hosen, Itu Prasangka Saja
27. Tanggapi Komentar Tokoh NU Soal Dukungan Politik, Gus Yahya Itu **Pernyataan** Pribadi, Bukan Lembaga
28. **Dorong** Pemilu Berlangsung Aman, Wakil Rais Aam PBNU: Jangan Sampai Ubah Dasar Negara
29. Gus Yahya Tegaskan Islam **Mendukung** Prinsip Universal HAM
30. **Harapan** Gen Z di Debat Capres 2024, Saling Adu Gagasan Bukan Gimik
31. Jelang Pencoblosan, Warga Harap Pemimpin Baru Berikan **Solusi** Konkret Untuk Kesejahteraan

32. Sejumlah Tokoh Bangsa Temui Ketua KPU, **Harap** Pemilu 2024 Berlangsung Adil dan Transparan

33. Melihat Realitas Masyarakat Sekitar TPST Bantargebang: Dampak Lingkungan dan **Harapan** Kepada Presiden RI Berikutnya

C. Berita bernada negatif

Name: BERITA PILPRES 2024 MEDIA NU ONLINE

Created On: 6/24/2025 3:08:08 PM

Modified On: 6/24/2025 3:08:08 PM

Nada Negatif Berita Pilpres 2024 Media NU Online

1. Seperti Apa Strategi Anies, Prabowo dan Ganjar Soal **Konflik** di Laut China Selatan
2. Prabowo Tanya Peningkatan Anggaran Pertahanan, Ganjar Tekankan Prioritas Laut, **Kritik** Pengadaan Pesawat Bekas
3. Ganjar Tanyakan **Penurunan** Capaian Pertahanan Nasional: Prabowo Ada, Covid, Krisis Ukraina, BBM Naik
4. Jelang Debat Cawapres LPP PBNU Jelaskan Akar **Konflik** Agraria di Indonesia
5. Soal **Konflik** Agraria: Mahfud dan Cak Imin Kompak Bentuk Badan Khusus, Gibran Sebut Kuncinya Digitalisasi

6. Hadapi **Tantangan** Pemilu 2024, Wapres Ingatkan Ulama Terus Jaga Persatuan Bangsa
7. Alissa Wahid Ingatkan Potensi **Perpecahan** Keluarga Akibat Politik
8. Akademisi Politik: Identitas **Rusak**, Mimpi Tentang Republik
9. Gibran **Sindir** Muhaimin dan Tim: Gunakan Botol Plastik Tapi Bertanya Tentang Lingkungan Hidup
10. Dibahas Cak Imin dan Gibran: Akademisi Jelaskan **Tantangan** Program Dana Desa untuk Tingkatkan Ekonomi
11. SMRC: Politik Uang Hanya 10 Persen Pengaruhi Pemilih dan **Tidak** Efektif
12. Bawaslu Tegaskan Peserta Pemilu, Bagi-Bagi Sembako, Masuk Kategori **Politik Uang**
13. Gus Yahya Tegaskan NU **Tidak** Terlibat Dukung-Mendukung Pilpres 2024
14. PBNU **Nonaktifkan** 63 Caleg dan Tim Sukses Capres Cawapres
15. PBNU **Nonaktifkan** Erick Thohir dari Ketua Lakpesdam NU
16. Sikapi Situasi Politik Jelang Pemilu 2024: Gusdurian Temukan 105 Dugaan **Pelanggaran**
17. Gus Dur Bikin Demokrasi di Indonesia **Tidak** Seolah-olah

18. Saat Gibran **Sindir** Muhaimin: Enak Banget Ya Gus, Sambil Baca Catatan
19. PBNU **Pemberhentian** Ketua PWNNU Jatim Sesuai AD/ART dan Tak Ada Kaitan dengan Politik Praktis
20. Pelaku Politik Uang di Pemilu 2024 Terancam **Pidana**
21. Mukernas III MUI Hasilkan Taujihat Pemilu 2024 Dari Tolak Politik Uang Hingga **Manipulasi** Suara
22. Mahbub Djunaidi dan Pembredelan Duta Masyarakat Karena Bikin Laporan **Kecurangan** Pemilu
23. Najwa Shihab **Kritik** Format Debat Capres Cawapres, KPU Harus Lebih Independen dan Substansial
24. Jadi Tema Debat Cawapres: Berikut Gejolak **Konflik** Agraria di Indonesia
25. **Kritik** Terhadap Hasil Survei, Metodologi Kurang Transparan, Sumber Pendanaan Kurang Terbuka
26. JPPi Nilai: Ketiga Capres **Gagal** Tawarkan Solusi Konkret Terhadap Biaya Pendidikan Tinggi
27. JPPi **Kecam** Kampanye Politik di Sekolah, Keluarkan 5 Maklumat
28. JPPi **Kecam** Kampanye Politik di Sekolah, Keluarkan 5 Maklumat

29. Problem di Papua Bukan Hanya HAM Sipil dan Politik Tapi Juga
HAM Ekonomi Sosial dan Budaya

30. Kasus HAM Perlu Jadi Perhatian Serius Capres Cawapres 2024