

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Manusia adalah makhluk sosial yang memerlukan pemenuhan kebutuhan dalam mendapatkan informasi dari luar dirinya. Dengan berbagai upaya yang dilakukan oleh manusia dalam mendapatkan sebuah informasi yang diperoleh dari berbagai sarana atau media informasi. Media komunikasi massa yang saat ini digunakan oleh masyarakat antara lain media cetak, media elektronik, dan media online. Media informasi tersebut antara lain media massa cetak seperti koran, majalah, tabloid, buku dan sebagainya ataupun media massa elektronik seperti TV, radio, internet dan sebagainya yang memuat suatu berita. Informasi yang didapatkan membuat kita selaku pembaca penasaran dan tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang berita yang disampaikan oleh media massa tersebut.

Media massa cetak adalah suatu media yang penyampaian pesannya berbentuk tertulis dan dicetak berupa lembaran seperti koran majalah tabloid dan lain-lain. Media massa elektronik adalah sebuah media yang dalam penyampaian informasinya disajikan dengan bentuk audio ataupun visual seperti televisi dan radio. Kemudian hadir media online sebagai perkembangan media komunikasi massa.

Media online adalah media massa yang tersaji secara online di situs web (*website*) internet. Media online ini juga produk jurnalistik online. Jurnalistik online disebut juga *cyber journalism* didefinisikan sebagai pengumpulan fakta

suatu peristiwa yang kemudian ditulis atau diketik sesuai fakta yang ada, yang mana tulisan tersebut dilangsir dan berita yang ada disebar luaskan secara online di internet. Dengan munculnya media online ini informasi dari sebuah peristiwa akan sangat cepat dapat disampaikan oleh pemilik media kepada masyarakat melalui pemberitaan di media online.¹

Kehadiran media online membuat informasi atau berita yang disebarkan menjadi lebih cepat dan dapat diakses kapanpun dan dimanapun oleh masyarakat dengan koneksi internet. Hal ini membawa perubahan tersendiri dalam perilaku komunikasi baik komunikasi personal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Berita di media online disajikan semenarik mungkin dengan adanya audio visual seperti di televisi. Sejarah munculnya media online di Indonesia ini, tentunya tidak terlepas dari pengaruh dinamika sosial dan politik di negeri ini. Internet merupakan salah satu teknologi di jagat baru yang menawarkan berbagai kemudahan untuk berkomunikasi dan penyebaran informasi.

Dengan melihat perkembangan teknologi yang berkembang pesat seseorang bisa mengakses informasi atau berita yang diluar kemampuan manusia. Berita adalah apa yang dilakukan oleh pengguncang dan penggerak tingkat lokal, nasional dan internasional untuk mempengaruhi kehidupan individu. Berita pun merupakan kejadian yang tidak disangka-sangka yang untungnya atau sayangnya telah terjadi.² Seperti yang dikatakan Mc Dougall,

¹ M. Romli, Asep Syamsul, *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online* (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), h. 20.

² Kusumaningrat, *Jurnalistik Teori dan Praktik* (Bandung: PT. Remaja Rosda Kary, 2012), h. 39.

setiap hari ada jutaan peristiwa di dunia ini dan semuanya secara potensial dapat menjadi berita.³ Menurut Blayer berita adalah sesuatu yang termasa yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar dapat menarik pembaca untuk membaca berita tersebut.

Secara tidak langsung media online adalah media massa yang tersaji secara online di situs (*website*) internet. Media online ini juga produk jurnalistik online. Jurnalistik online disebut juga *cyber journalism* didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet”. Dengan munculnya media online ini informasi dari sebuah peristiwa akan sangat cepat dapat disampaikan oleh pemilik media kepada masyarakat melalui pemberitaan di media online.⁴

Kehadiran media online membuat informasi atau berita yang disebarkan menjadi lebih cepat dan dapat diakses kapanpun dan dimanapun oleh masyarakat dengan koneksi internet. Hal ini membawa perubahan tersendiri dalam perilaku komunikasi baik komunikasi personal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Berita di media online disajikan semenarik mungkin dengan adanya audio visual seperti di televisi. Sejarah munculnya media online di Indonesia ini, tentunya tidak terlepas dari pengaruh dinamika sosial dan politik di negeri ini. Internet merupakan salah satu teknologi di jagat baru yang menawarkan berbagai kemudahan untuk berkomunikasi dan penyebaran informasi.

³ Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media* (Yogyakarta:LkiS, 2005), h. 102.

⁴ Romli, h. 20.

Perkembangan media di Indonesia ini media online yang pertama kali muncul diinternet oleh Republika Online www.republika.co.id pada Agustus 1994. Kemudian disusul oleh awak media Tempo Group karena majalahnya yang dibredel pada masa Orde Baru, maka dari itu muncul tempo interaktif.com sekarang tempo.com, dan kemudian disusul dengan media-media lainnya seperti waspada online dan kompas online. Namun sang pelopor media online yang menjadi pakem media online di Indonesia adalah Detik.com (www.detik.com) yang mengawali pada tahun 1998 oleh Budiono Darsono, Yayan Sopyan, Abdul Rahman dan Didi Nugraha. Tujuannya agar berita yang ditulis ini cepat sampai pada pembaca tanpa menunggu cetak dan keputusan editor terlebih dahulu, dan ini merupakan bentuk adanya partisipasi publik (*citizen journalism*).⁵

Lima tahun belakangan ini dunia politik memasuki rancah media massa untuk mendukung kepentingan-kepentingan tertentu. Saat ini banyak pemimpin perusahaan media massa yang cukup besar di Indonesia masuk ke dalam dunia politik Nasional seperti Aburizal Bakrie yang saat ini menjadi ketua umum partai Golkar (Golongan Karya) merupakan pemimpin Bakrie Group yang membawahi beberapa media massa seperti ANTV (PT Cakrawalan Andalas Television), TVOne, dan portal media online viva.co.id. Surya Paloh ketua umum partai Nasional Demokrat (Nasdem) yang memiliki perusahaan media massa seperti Media Indonesia, Lampung Post, dan portal media online

⁵ Sumber:<http://Kompasiana.com>, diakses pada tanggal 27 Maret 2015 pukul 19.00 WIB.

metrotvnews.com yang tergabung dalam Media Grup. Serta ketua umum partai Perindo Hary Tanoesoedibjo pemilik MNC Group yang membawahi MNC TV, Global TV, RCTI, dan Okezone.com. Masuknya pemimpin media massa ini memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap pemberitaan-pemberitaan politik yang dimuat di media massa baik media cetak, elektronik, maupun media online. Dengan demikian media tidak mungkin terbebas dari kepentingan politik karena didukung oleh kekuatan politik tertentu. Adanya kepentingan dari media massa turut mempengaruhi berita yang disampaikan kepada khalayak, dan fakta yang disampaikan bukanlah fakta yang objektif melainkan fakta yang telah dikonstruksi oleh media atau penulis/wartawan dengan latar belakang kepentingan tertentu.⁶

Kompas.com yang merupakan media online nasional yang memiliki beragam informasi. Kompas.com sebenarnya diperkenalkan pertama kalinya dengan nama kompas online pada tanggal 22 Oktober 1995. Dan dalam perkembangannya, terbentuk Kompas Cyber Media sejak 6 Agustus 1998. Kompas.com merupakan situs berita terpercaya di Indonesia. Diupdate selama 24 jam sehari, dengan total readership lebih dari 15 juta orang. Tingkat kunjungan ke kompas.com atau lebih dikenal dengan sebutan *Page View*, rata-rata mencapai 40 juta setiap bulan.⁷

Republika.com pertama adalah koran nasional yang dilahirkan oleh kalangan komunitas muslim bagi publik di Indonesia. Direktur utama republika

⁶ Agus Sudibyo, *Politik Media dan Petarungan Wacana* (Yogyakarta: LkiS, 2001), h. 11.

⁷ <http://www1.kompas.com/aboutus.php> diakses pada 29 Maret 2021.

saat ini adalah Erick Thohir yang juga merupakan ketua umum Asosiasi Televisi Swasta Indonesia (ATVSI). Penerbitan tersebut merupakan puncak dari upaya panjang kalangan umat islam, khususnya para wartawan muda yang dipimpin oleh eks wartawan tempo, Zaim Uchrowi yang telah menempuh berbagai langkah. Republika.com dibangun oleh Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) melalui perusahaan PT Abdi Bangsa. Sehingga, republika terbit pada 4 Januari 1993. Kemudian pada tahun 1995, republika membuka situs web di internet yang dikenal dengan republika.com.⁸

Hal menarik dari penelitian ini adalah peneliti dapat melihat korporasi dari dua media online, yakni kompas.com oleh Kompas Gramedia dan Republika.com oleh Mahaka Media. Kompas.com dikenal dengan media nasional, sedangkan Republika.com dikenal dengan media nasional untuk komunitas muslim. Media online kompas.com merupakan kumpulan-kumpulan berita terkini yang dapat langsung diakses melalui internet. Berita-berita yang terdapat dalam kompas.com memang berbeda dengan yang ada dalam kompas surat kabar, namun dengan kompas.com pembaca dapat mengetahui kejadian-kejadian yang baru terjadi tanpa harus menunggu dicetak.⁹

Dalam media masa Kompas.com dan Replubika.com memberitakan kebijakan SKB 3 Menteri dengan dalih itu merupakan suatu upaya untuk mencari titik persamaan dari berbagai perbedaan yang ada di masyarakat. Dengan adanya SKB 3 Menteri ini bertujuan agar masing-masing umat

⁸ [http://id.m.wikipedia.org/wiki/Republika_\(surat_kabar\)](http://id.m.wikipedia.org/wiki/Republika_(surat_kabar)) diakses pada 29 Maret 2021.

⁹ Dewi Prawitasari, *Analisis Framing Pemberitaan Kompas.com dan Vivanews.com pada Peristiwa Runtuhnya Terowongan Tambang PT Freeport Indonesia* (Commonline Departemen Komunikasi, 2013), vol. 2.

beragama memahami ajaran agama secara substantif, dan tidak memaksakan untuk harus sama. Sehingga alasan tersebut secara garis besar membuat peneliti merasa tertarik untuk mendeskripsikan fungsi penelitian dengan judul "Analisis Framing Terhadap Pemberitaan Kebijakan Surat Keputusan Bersama (SKB) 3 Menteri Tentang Pemakaian Identitas Agama Pada Seragam Sekolah Di Media Online Kompas.Com Dan Republika.Com".

A. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan di latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimanakah framing pemberitaan kebijakan Surat Keputusan Bersama (SKB) 3 Menteri tentang pemakaian identitas agama pada seragam sekolah di media online Kompas.com dan Republika.com?
2. Bagaimana perbedaan pemberitaan media online Kompas.com dan Republika.com terhadap kebijakan Surat Keputusan Bersama (SKB) 3 Menteri tentang pemakaian identitas agama pada seragam sekolah?

B. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui framing pemberitaan kebijakan Surat Keputusan Bersama (SKB) 3 Menteri tentang pemakaian identitas agama pada seragam sekolah di media online Kompas.com dan Republika.com.

2. Untuk mengetahui perbedaan pemberitaan dalam Kompas.com dan Republika.com terhadap kebijakan Surat Keputusan Bersama (SKB) 3 Menteri tentang pemakaian identitas agama pada seragam sekolah.

C. Kegunaan Penelitian

Secara teoritis, peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi serta manfaat, kemudian memperluas dan memperkaya pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi. Khususnya dibidang jurnalistik mengenai framing dalam pemberitaan. Sehingga dapat memberikan informasi bagi pembaca khususnya untuk mahasiswa Ilmu Komunikasi.

Secara Praktis, penelitian ini bisa menjadi gambaran bagaimana pembingkaiian berita yang dilakukan oleh media online dalam memberitakan kebijakan SKB 3 Menteri tentang pemakaian identitas agama pada seragam sekolah yang dilakukan oleh media online kompas.com dan republika.com. hasil penelitian ini sangat diharapkan dapat menjadi kritik dan saran terhadap isi berita di antara kedua media onliine, yakni kompas.com dan republika.com.

D. Definisi Operasional

1. Analisis Framing

Analisis Framing adalah pembingkaiian sebuah peristiwa, individu, kelompok dan lainnya atau dengan kata lain framing digunakan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan atau media massa ketika menyeleksi isu dan menulis sebuah berita.¹⁰ Framing merupakan metode penyajian realitas dimana kebenaran

¹⁰ Sobur Alex, *Analisis Teks Media* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001), h. 30.

tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halus, dengan memberikan penonjolan pada aspek tertentu dan penulisan tersebut fakta adanya.¹¹

2. SKB 3 Menteri

SKB 3 Menteri adalah sebuah Surat Keputusan Bersama yang dilakukan oleh 3 menteri, diantaranya Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Menteri dalam Negeri dan Menteri Agama. SKB 3 Menteri yang dimaksud adalah terkait dengan penggunaan pakaian seragam dan atribut bagi peserta didik, pendidik dan tenaga kependidikan di lingkungan sekolah yang diselenggarakan pemerintah daerah pada jenjang pendidikan dasar dan menengah.¹²

3. Identitas Agama

Identitas agama adalah sebuah dimensi yang penting dalam identitas seseorang dan identitas tersebut pemberian secara sosial dan budaya, bukan hasil dari pilihan individu.¹³

4. Media Online

Media online adalah sebuah sarana untuk berkomunikasi secara online melalui website dan aplikasi yang hanya bisa diakses dengan internet. Berisikan teks, suara, foto dan video. Pengertian media online secara umum mencakup semua jenis situs website dan aplikasi, termasuk situs berita, situs

¹¹ Agus Sudibyo, *Politik Media dan pertarungan Wacana* (Yogyakarta:LkiS, 2001), h. 64.

¹² [https://lifestyle.kontan.co.id/news/6-keputusan-utama-skb-3-menteri-tentang-seragam - dan-atribut-sekolah-negeri](https://lifestyle.kontan.co.id/news/6-keputusan-utama-skb-3-menteri-tentang-seragam-dan-atribut-sekolah-negeri) diakses Kamis, 4 Februari 2021 11.00 WIB.

¹³ Judith N. Martin, Thomas K. Nakayama, *Intercultural Communication in Contexts* (Inggris: McGraw Hill, 2009), h. 180.

perusahaan, situs lembaga atau instansi, blog, forum komunitas, media sosial situs jualan dan aplikasi chatting.¹⁴

Media online Kompas.com adalah sebuah portal web yang berisi berita dan artikel daring di Indonesia. Kemudian Republika.com berawal sebagai koran nasional yang dilahirkan oleh kalangan komunitas muslim bagi publik di Indonesia dan sekarang dikenal sebagai republika online (ROL).

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam tinjauan pustaka berguna untuk membantu peneliti dalam menentukan langkah-langkah sistematis dari teori dan analisis framing. Penelitian terdahulu dijadikan referensi dalam menggunakan analisis framing pada penelitian ini sehingga peneliti dapat dengan tepat menggunakan analisis framing pada objek yang akan diteliti. Berikut adalah penelitian terdahulu yang telah peneliti kumpulkan sebagai referensi dalam menggunakan analisis framing:

1. Skripsi karya Bobby Tridona (2016), di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Perguruan Tinggi Universitas Lampung, Bandar Lampung. Judul penelitian ini adalah “Analisis Framing Pemberitaan Konflik Gubernur DKI Jakarta dan DPRD DKI Jakarta di Media Online (Analisis Framing pada Media Online Kompas.com dan Detik.com periode 27 Februari – 10 Desember 2015)”.¹⁵ Penelitian ini mencari framing berita tentang konflik Gubernur

¹⁴<https://www.google.com/amp/s/www.akudigital.com/bisnis-tips/pengertian-media-online/amp/> diakses selasa, 9 maret 2021 pukul 12.40 WIB.

¹⁵ Bobby Tridona, *Analisis Framing Pemberitaan Konflik Gubernur DKI Jakarta dan DPRD DKI Jakarta di Media Online: Analisis Framing pada Media Online Kompas.com dan*

DKI Jakarta dan DPRD DKI yang berfokus pada media online kompas.com dan detik.com.

2. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah (Universitas Syiah Kuala) Program Studi Ilmu Komunikasi karya Murti Ali Lingga, dengan judul “Analisis Framing Pemberitaan Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender (LGBT) Pada Media Online Republika.co.id dan Tempo.co”.¹⁶ penelitian ini mencari bentuk pemberitaan Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender (LGBT) di media online republika.co.id dan tempo.co dengan berdasarkan analisis framing Robert N. Entman. Dengan hasil penelitiannya bahwa media mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu.
3. Jurnal karya Maulidatus Syahrotin Naqqiyah, di UIN Sunan Ampel Surabaya. Dengan judul penelitian “Analisis Framing Pemberitaan Media Online Cnn Indonesia.Com dan Tirto.Id Mengenai Kasus Pandemi Covid-19”.¹⁷ Penelitian ini membahas tentang analisis teks media dalam kasus pandemi Covid-19 di media online dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana media online dalam mbingkai berita terkait pandemi Covid-19. Hasil dari penelitian ini bahwa media online CNN Indonesia lebih menekankan pada pemberitaan pemaksimalisasi peran pemerintah untuk

Detik.com periode 27 Februari – 10 Desember 2015 (Bandar Lampung: Perguruan Tinggi Universitas Lampung, 2016).

¹⁶ Murti Ali Lingga, *Analisis Framing Pemberitaan Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender (LGBT) Pada Media Online Republika.co.id dan Tempo.co* (Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah, 2018), vol. 3.

¹⁷ Maulidatus Syahrotin Naqqiyah, *Analisis Framing Pemberitaan Media Online Cnn Indonesia.Com dan Tirto.Id Mengenai Kasus Pandemi Covid-19* (UIN Sunan Ampel Surabaya: Jurnal Kopis, 2020), vol. 3.

membentuk opini positif, sedangkan Tirto.id lebih menekankan pada pemberitaan tenaga medis mengenai Covid-19.

4. Jurnal Ilmu Komunikasi karya Muhammad Rizal. Dengan judul “Analisis Framing Pemberitaan Politik Capres dan Cawapres di Media Sosial pada Akun Detik.com”.¹⁸ Penelitian ini berupaya untuk memahami dan menganalisis media online detik.com dalam membingkai pemberitaan capres dan cawapres dengan menyampaikan peristiwa kepada publik. Dengan hasil penelitian menyebutkan bahwa media online detik.com lebih selektif dalam pemilihan berita dan berusaha menonjolkan berita yang dipilih dengan pemakaian kata atau kalimat yang menarik serta menyembunyikan fakta-fakta sesuai realitas yang ada.
5. Skripsi karya Muhammad Gani Ray (2020), di Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Judul penelitian ini adalah “Analisis Framing Pemberitaan Seputar Kasus Pembakaran Bendera Tauhid pada Kompas.com dan Republika.co.id Edisi Oktober 2018”.¹⁹ Penelitian ini lebih memfokuskan untuk mencari framing dari pemberitaan seputar kasus pembakaran bendera tauhid antara media online kompas.com dan republika.co.id. Hasil dari penelitian ini menegaskan bahwa kompas.com memberitakan bahwa kasus hukum yang terjadi adalah diluar kesengajaan

¹⁸ Muhammad Rizal, *Analisis Framing Pemberitaan Politik Capres dan Cawapres di Media Sosial pada Akun Detik.com* (Universitas Mulawarman: eJournal Ilmu Komunikasi, 2015), vol. 3.

¹⁹Muhammad Gani Ray, *Analisis Framing Pemberitaan Seputar Kasus Pembakaran Bendera Tauhid pada Kompas.com dan Republika.co.id Edisi Oktober 2018* (IAIN Padangsidempuan, 2020).

pelaku, sedangkan republika.co.id memberitakan bahwa kasus ini sebagai hukum karena pelaku sengaja membakar bendera tauhid.

6. Jurnal karya Karman dengan judul “Media Massa Dan Konstruksi Realitas (Analisis Framing Terhadap Pemberitaan SKB 3 Menteri Tentang Ahmadiyah di Indonesia pada Surat Kabar Harian Suara Pembaruan dan Republika)”.²⁰ Penelitian ini membahas tentang bagaimana sikap media massa (Suara Pembaruan dan Republika) terkait masalah Ahmadiyah yang dikonstruksi melalui framing. Kemudian, hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa Suara Pembaruan memandang bahwa persoalan Ahmadiyah ini menyangkut HAM/kebebasan beragama. Berbeda dengan Republika yang memandang Ahmadiyah sebagai bentuk penistaan, pelecehan, penyimpangan, serta penodaan pada pokok-pokok ajaran islam.
7. Jurnal karya Dina Fadiyah dengan judul “Analisis Framing Pemberitaan Ahok vs Lulung dalam Konflik Penerbitan PKL di Pasar Tanah Abang Jakarta Pusat dalam Media Online Detik.com”.²¹ Penelitian menjelaskan tentang bagaimana fokus pemberitaan media online detik.com mengenai isu Basuki Tjahja Purnama (Ahok) vs Abraham Lunggana (Lulung) dalam konflik penerbitan PKL di pasar Tanah Abang, Jakarta Pusat. Hasilnya penelitian ini menganggap bahwa media detik.com dapat berperan dalam

²⁰ Karman, *Media Massa Dan Konstruksi Realitas: Analisis Framing Terhadap Pemberitaan SKB 3 Menteri Tentang Ahmadiyah di Indonesia pada Surat Kabar Harian Suara Pembaruan dan Republika* (Jakarta Pusat: Jurnal Studi Komunikasi dan Media, 2013), vol. 17.

²¹ Dina Fadiyah, *Analisis Framing Pemberitaan Ahok vs Lulung dalam Konflik Penerbitan PKL di Pasar Tanah Abang Jakarta Pusat dalam Media Online Detik.com* (Jakarta Utara: Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial, 2014), vol. 2.

mengarahkan pemikiran para pembacanya meskipun media ini tidak dimiliki politikus ataupun seorang yang berasal dari anggota partai politik.

8. Jurnal karya Deva Ristiano dan Amalia Rosyadi Putri dengan judul “Pesan Dakwah Akhlak dalam Animasi Seri Nusa dan Rara pada Episode Toleransi Di Media Youtube; Analisa Simiotik Roland Barthes”.²² Penelitian ini menjelaskan bagaimana peneliti dapat mengetahui pesan-pesan dakwah akhlak yang dapat dilihat secara langsung maupun tidak langsung dengan teori semiotik Ronald Bathers. Hasil dari pesan dakwah akhlak dalam animasi serial Nusa dan Rara pada judul toleransi di youtube menunjukkan sikap tolong menolong tanpa melihat suku, tidak pernah pamrih dan berkata baik.

Peneliti memilih penelitian-penelitian di atas, dikarenakan sama-sama menggunakan analisis framing. Akan tetapi, model framing yang peneliti gunakan adalah model William A. Gamson dan yang membedakan penelitian disini adalah terletak pada topik pemberitaannya.

F. Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan dalam memahami keseluruhan isi skripsi ini, maka sistematika penulisan akan disusun sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan. a). Konteks Penelitian. b). Fokus Penelitian. c). Tujuan Penelitian. d). Kegunaan Hasil Penelitian. e). Definisi Operasional. f). Sistematika Penulisan.

²² Deva Ristiano dan Amalia Rosyadi Putri, *Pesan Dakwah Akhlak dalam Animasi Seri Nusa dan Rara pada Episode Toleransi Di Media Youtube; Analisa Simiotik Roland Barthes* (IAI Tribakti: Jurnal Kopis: Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam, 2020), vol. 3.

Bab II : Kajian Pustaka. a). Analisis Framing. b). Teori Ekonomi Politik Media. c). SKB 3 Menteri. d). Identitas Agama. e). Moderasi Beragama. f). Politik Identitas. g). Media Online.

Bab III : Metode Penelitian. a). Jenis dan Pendekatan Penelitian. b). Kehadiran Peneliti. c). Lokasi Penelitian. d). Sumber Data. e). Prosedur Pengumpulan Data. f). Analisis Data. g). Pengecekan Keabsahan Data. h). Tahapan-tahapan Penelitian

Bab IV: Paparan Data Penelitian Dan Pembahasan. a). Paparan Data. c). Temuan Penelitian. d). Pembahasan.

Bab V: Kesimpulan dan Saran. a). Kesimpulan. b). Saran

