

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Analisis Framing

1. Pengertian Analisis Framing

Secara sederhana, framing dapat dianalogikan seperti kita sedang memotret. misalnya kita hendak memotret sebuah mobil, objek yang menjadi fokus perhatian adalah bagian interior, eksterior, mesin dan bagian lainnya. Namun, yang menjadi fokus perhatian adalah bagian interior.

Analisis framing merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media. Gagasan mengenai framing, pertama kali di lontarkan oleh beterson tahun 1955.¹ Mulanya, frame dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan dan wacana, serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh oleh Goffman pada 1974, yang mengandaikan frame sebagai kepingan-kepingan perilaku yang membimbing individu dalam membaca realitas.

Dalam ranah studi komunikasi, analisis framing mewakili tradisi yang mengedepankan pendekatan atau perspektif multidisipliner untuk menganalisis fenomena atau aktivitas komunikasi. Analisis framing digunakan untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksikan fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan dan tautan fakta dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perpektifnya.²

Analisis framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif itu pada

¹ Sobur Alex, *Analisis Teks Media* (Jakarta: PT Remaja Rosda Karya, 2012), h. 161.

² Sobur Alex, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001), h. 162.

akhirnya menentukan fakta apa yang akan diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, dan hendak dibawa ke mana berita tersebut.³

Jadi, kata kunci dari analisis framing adalah seleksi isu, pola penonjolan dan menulis berita. Analisis framing berpusat pada produksi berita oleh media. Penonjolan adalah merupakan sebuah produk interaksi antara teks dan penerima, maka kehadiran frame dalam teks tidak menjamin pengaruhnya terhadap pemikiran khalayak.⁴ Jadi perlu diingat analisis framing hanyalah pada level produksi teks media.

2. Analisis Framing William A. Gamson

Menurut William A. Gamson mendefinisikan framing dalam dua pendekatan, yaitu pendekatan menghasilkan framing dalam level kultural dan pendekatan psikologis yang menghasilkan framing dalam level individual. Framing dalam level kultural dimaknai sebagai batasan-batasan wacana serta elemen-elemen konstitutif yang terbesar dalam konstruksi wacana. Dalam hal ini, frame memberikan petunjuk elemen-elemen isu mana yang relevan untuk di wacanakan, problem-problem apa yang memerlukan tindakan-tindakan politis, solusi yang pantas diambil, serta pihak mana yang legitimate dalam wacana yang terbentuk.⁵

Framing dalam level individu, berangkat dari asumsi bahwa individu selalu bertindak atau mengambil keputusan secara sadar, rasional dan intensional, yang selalu merujuk pada *frame of reference* (kerangka referensi) dan *field of experience* (bidang pengalaman). Artinya, individu dalam makna realitas selalu melibatkan pengalaman hidup, wawasan sosial dan kecenderungan psikologisnya dalam menginterpretasi pesan yang ia terima. Pengalaman dan pengetahuan individu pada akhirnya mengendap dan mengkristal sehingga terbentuk (*schemata of interpretation*). Schemata inilah yang memebrikan kemampuan kepada individu untuk memetakan,

³ Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media* (Yogyakarta: Penerbit LKIS, 2002), h. 9.

⁴ Robert M. Entman, *Framing Toward Clarification of A Fractured Paradigm* (Journal of Communication, 1993), h. 78-79.

⁵ Eriyanto, h. 217-228.

menerima, mengidentifikasi dan memberika lebel pada inforasi yang diterimanya.

Gamson mengidentifikasi tiga sumber framing dalam level individu, yaitu wacana media, pengetahuan eksperiental (*eksperiental knowledge*) dan popular wisdom. Dan ternyata khalayak cenderung menggunakan sumber framing gabungan. hingga Gamson merumuskan adanya tiga strategi reseource, diantaranya:

- a) Strategi kultural, yaitu jika khalayak cenderung menggunakan wacana media dan popular wisdom untuk memahami suatu realitas.
- b) Strategi personal, jika khalayak cenderung menggunakan popular wisdom dan pengetahuan eksperiental.
- c) Strategi interaktif, jika khalayak cenderung menggunakan wacana media dan pengetahuan eksperiental.

Implementasi Popular Wisdom atau common sense dalam percakapan atau teks dapat dilkukan dengan dua perangkat, yakni:

- a) Rule of thumb, seperti peribahasa, parafrase atau perumpamaan-perumpamaan ayat suci.
- b) Analogi terhadap realitas hidup sehari-hari.

Sebuah package meiliki struktur internal. Pada inti struktur terdapat gagasan sentral (*core frame*) yang berisi elemen-elemen inti untuk memberikan pengertian yang relevan terhadap peristiwa dan mengarahkan makna isu yang dibangun melalui *condensing symbols*. Menurut Gamson, *condensing symbols* terdiri dari *framing devices* (yang mengarahkan bagaimana cara melihat isu) dan *reasoning devices* (yang memeberikan alasan pembenar apa yang seharusnya dilakukan terhadap isu tersebut).

Condensing Symbols (simbol yang dimampatkan) merupakan hasil pencermatan terhadap interaksi perangkat simbollik (*framing devices dan reasoning devices*) sebagai dasar digunakannya sebuah perspektif media. Dan Nimmo, membedakan *Refrential Symbol* dan *Condensing Symbol*. Refrential symbol merujuk pada kategori-ategori khusus atau umum dari

objek-objek, baik fisik, sosial, maupun abstrak dan memiliki makna denotatif. Sedangkan condensing symbol memiliki makna konotatif.

Menurut William A. Gamson framing adalah cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Cara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (*package*) melalui konstruksi atas suatu peristiwa dibentuk.⁶ Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk mengkonstruksi makna pesan-pesan yang ia sampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang ia terima. Selain itu, framing secara umum dapat dipahami sebagai metode untuk melihat bagaimana sebuah media bercerita (*story telling*) atas sebuah peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada cara melihat realitas yang dijadikan berita.

Ada dua perangkat bagaimana ide-ide tersebut dapat diterjemahkan dalam teks berita. Pertama, *framing device* (perangkat framing), yaitu perangkat yang berhubungan dan berkaitan langsung dengan ide sentral atau bingkai yang ditekankan dalam teks berita. Perangkat framing ini ditandai dengan pemakaian kata, kalimat, grafik/gambar dan metafora tertentu. Kedua, *reasoning device* (perangkat penalaran), yaitu sebuah gagasan tidak hanya berisi kata atau kalimat, gagasan itu juga selalu ditandai oleh dasar pembenar tertentu, alasan tertentu dan sebagainya. Dasar pembenaran dan penalaran tersebut bukan hanya meneguhkan suatu gagasan atau pandangan, melainkan lebih jauh membuat pendapat atau gagasan tampak benar, absah dan demikian adanya.⁷ Lewat aspek penalaran tersebut, khalayak akan menerima pesan itu sehingga tampak sebagai kebenaran, alamiah dan wajar. Sebaliknya, dalam suatu teks tidak terdapat elemen penalaran demikian, gagasan akan tampak aneh, tidak beralasan dan orang dengan mudah mempertanyakan pesan atau gagasan tersebut.⁸

⁶ Eriyanto, h. 223

⁷ Eriyanto, h. 226.

⁸ Sobur Alex, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing* 2001 (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya), h.162.

Seperti dijelaskan Gamson, *framing devices* terdiri atas *metaphors*, *exemplars*, *catchphrases*, *depiction* dan *visual image*. Sedangkan *reasoning devices* terdiri atas *root* (analisis kasual, consequences (efek-efek spesifik) dan *appeals to principle* (klaim-klaim moral). Berikut penjelasannya:

- a) *Metaphors* adalah cara memindahkan (*transpose*) makna sesuatu dengan merelasikan dalam bentuk analogi, sering berupa kiasan menggunakan kata: seperti, bak, bagai, laksana dan sebagainya. Sedangkan *metonymy* (*metaphors*) mentransfer makna dengan mengasosiasikan bagian kecil untuk mewakili keseluruhan.
- b) *Exemplars* adalah menguraikan atau mengemas fakta tertentu secara mendalam agar memiliki bobot makna lebih pada satu sisi untuk dijadikan rujukan/pelajaran. Posisinya sebagai pelengkap dalam kesatuan wacana. Tujuannya memperoleh pembenaran beroprasinya kekuasaan.
- c) *Catchphrases* merupakan istilah, bentukan kata, atau frase khas cerminan fakta yang merujuk pada pemikiran atau semangat sosial tertentu guna mendukung praktik kekuasaan. Dalam wacana berita, *catchphrases* biasa berwujud jargon, slogan atau semboyan.
- d) *Depictions* adalah penggambaran fakta memakai kata, istilah, kalimat bermakna konotatif dan bertendensi agar pemahaman khalayak terarah ke citra tertentu, misalnya mencuatkan gairah, harapan, ketakutan, posisi moral, serta perubahan. *Depictions* berupa *stigmatisasi*, *eufemisme*, *disfemisme*, atau *akromimisasi*. Pilihan kata, istilah dan kalimat sebagai oprasionalisasi *catchphrases* dan *depictions* dalam wacana mampu menempatkan seseorang atau pihak tertentu pada posisi tak berdaya, krena makna konotatifnya mampu melakukan kekerasan simbolik.
- e) *Visual images* adalah pemakaian foto diagram, grafis, tabel, kartun, dan sejenisnya untuk mengekspresikan kesan, misalnya perhatian (penegasan) atau penolakan (kontras), menggunakan huruf yang dibesar-dikecilkan, ditebalkan-dimiringkan atau di garis bawahhi, serta pemakaian

bermacam warna. Tata letak halaman juga merupakan bagian dari dimensi sosial wacana, seperti lebar kolom, penempatan halaman, dan panjang berita.

- f) *Roots* merupakan analisis kasual dengan mengedepankan hubungan yang melibatkan suatu objek atau lebih yang dianggap sebagai sebab terjadinya hal yang lain. Penggunaan *roots* adalah untuk memberikan alasan pembenar dalam penyimpulan.
- g) *Appeals to principle* adalah upaya memberikan alasan pembenaran dengan memakaai logika dan prinsip moral untuk mengklaim suatu kebenaran dalam membangun wacana. Sifat *appeals to principle* yang *apriori*, *dogmatis*, *simplistik* dan *monokasual* kadang membuat khalayak tak berdaya menyanggah isi argumentasi.

Gamson merupakan ilmuwan yang paling konsisten dalam mengembangkan konsep framing, mengidentifikasi frame sebagai organisasi gagasan sentral atau alur cerita yang mengarahkan makna peristiwa-peristiwa yang dihubungkan dengan suatu isu. Frame merupakan inti sebuah unit besar wacana publik yang disebut *package*. Framing dunia (aspek dunia) ini. Analisis wacana kritis itu tidak lebih dari dekonstruktif membaca dan menafsirkan masalah atau teks. Sambil tetap ingat bahwa teori-teori postmodern memahami setiap penafsiran realitas, karena itu realitas sendiri sebagai teks. Setiap teks dikondisikan dalam suatu wacana, sehingga disebut *Discourse Analysis*.⁹

B. Teori Ekonomi Politik Media

1. Pengertian Teori Ekonomi Politik Media

Teori ekonomi politik media adalah bagian dari teori makro. Teori ini merupakan nama lama yang dihidupkan kembali untuk digunakan dalam menyebutkan sebuah pendekatan yang memusatkan perhatian lebih banyak pada struktur ekonomi dari pada muatan (isi) ideologis media. Teori ini mengemukakan ketergantungan ideologi pada kekuatan ekonomi dan

⁹ Marianne W Jorgensen. *Analisis Wacana: Teori dan Metode* (Jakarta: Pustaka Belajar, 2007), hal. 2.

mengarahkan perhatian penelitian pada analisis empiris terhadap struktur kepemilikan dan mekanisme kerja kekuatan pasar media.

Menurut tinjauan ini, institusi media harus dinilai sebagai bagian dari sistem ekonomi yang juga bertalian erat dengan sistem politik. Kualitas pengetahuan tentang masyarakat, yang diproduksi oleh media untuk masyarakat, sebagian besar dapat ditentukan oleh nilai tukar berbagai ragam isi dalam kondisi yang memaksakan perluasan pasar dan juga ditentukan oleh kepentingan ekonomi para pemilik dan penentu kebijakan.

Teori ekonomi politik memiliki kekuatan pada tiga hal, yaitu berfokus pada bagaimana media dibangun dan dikendalikan, menawarkan penyelidikan empiris mengenai keuangan media dan mencari hubungan antara proses produksi konten media dan keuangan media.

Teori ekonomi politik bersifat kritis dimana teori ini mengajukan pertanyaan-pertanyaan tentang segala sesuatu dan menyediakan cara-cara pengganti untuk menafsirkan peran sosial media.

Teori ekonomi politik media fokus pada media massa dan budaya massa, dimana keduanya dikaitkan dengan berbagai permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat. Teori ini mengidentifikasi berbagai kendala atau hambatan yang dilakukan para praktisi media yang membatasi kemampuan mereka untuk menantang kekuasaan yang sedang mapan. Dimana penguasa membatasi produksi konten yang dilakukan pekerja media, sehingga konten media yang diproduksi tersebut kian memperkuat status quo. Sehingga menghambat berbagai upaya untuk menghasilkan perubahan sosial yang konstruktif. Upaya penghambatan para pemilik pemodal, bertolak belakang dengan teoritikus ekonomi politik ini, yang justru aktif bekerja demi perubahan sosial.¹⁰

2. Teori Ekonomi Politik Media Vincent Mosco

Vincent Mosco mendefinisikan ekonomi politik media sebagai studi hubungan sosial, khususnya hubungan kekuasaan yang memengaruhi

¹⁰ Media Suchaya, *Ruang Publik dan Ekonomi Politik Media* (Serang, Banten: Jurnal Komunikasi, 2013), vol. 2, h. 17.

produksi, distribusi dan konsumsi berbagai sumber daya termasuk sumber daya komunikasi. Ketika diterapkan pada media komunikasi, ekonomi politik cenderung memfokuskan perhatiannya pada bagaimana kerja institusi media berkaitan dengan institusi lainnya seperti institusi politik, keuangan dan industri serta bagaimana hal-hal tersebut memengaruhi industri media dan praktek-praktek profesional.

Vincent Mosco menyebut komodifikasi sebagai *the process of transforming use values into exchange values* atau proses mengubah nilai guna menjadi nilai tukar. Kemudian, Mosco juga mengidentifikasi tentang teori ekonomi politik media secara luas dengan "*The study of control and survival in social life*". Pada intinya ekonomi politik adalah studi tentang bagaimana media dapat bertahan hidup di tengah persaingan antar media yang dewasa ini semakin ketat.

Dalam perspektif yang dikemukakan oleh Vincent Mosco, terdapat tiga tahap yang dapat digunakan dalam membongkar rahasia yang dilakukan oleh media massa, yakni komodifikasi, spesialisasi dan strukturasi.¹¹ Berikut penjelasannya:

a) Komodifikasi

Komodifikasi adalah upaya yang dilakukan media massa dalam merubah segalanya agar dapat dijadikan sebagai alat penghasil keuntungan. Jadi komodifikasi salah satu pintu masuk dalam diskursus ekonomi politik media.

Bentuk komodifikasi media menurut Mosco ada empat bentuk komodifikasi di media, yaitu komodifikasi isi media, yaitu berhubungan dengan konten media yang disebarluaskan ke audiens. Kemudian komodifikasi audiens, yaitu berhubungan dengan *rating* guna kepentingan pengiklanan. Komodifikasi *cybernetik* (intrinsik) dan komodifikasi *cybernetik* (ekstensif), komodifikasi tiga dan empat ini biasa disebut

¹¹ Indah Wenerda, *Ekonomi Politik Vincent Moscow oleh Media Online Entertainment Kapanlagi.com* (Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta: Channel, 2015), vol. 3, h. 6.

dengan komodifikasi pekerja, yaitu berhubungan dengan bagaimana pekerja dimanfaatkan oleh pemangku kepentingan media.

b) Spasialisasi

Spasialisasi, yaitu upaya yang dilakukan pemilik media untuk mengatasi jarak dan waktu, dengan pemanfaatan teknologi, agar dapat memaksimalkan kerja dalam rangka meningkatkan keuntungan. Spesialisasi terkait dengan *space* dan *time*. Menurut Henri Lefebvre, spasialisasi merupakan proses mengatasi kendala batasan ruang dan waktu dalam kehidupan sosial.

Spasialisasi ini adalah perluasan institusional jaringan media dalam bentuk korporasi, baik korporasi skala kecil, menengah, maupun besar. Ukuran korporasi atau badan usaha ini dapat mengarah pada integrasi vertikal dan integrasi horizontal.

Spasialisasi horizontal adalah konsentrasi yang menyatukan industri media dengan cara memperluas produksi dan sumber daya media dengan cara membeli saham atau mengakuisisi media lain yang sama jenisnya dan setara. Spasialisasi vertikal adalah konsentrasi yang menggambarkan konsentrasi perusahaan-perusahaan dalam suatu lini bisnis yang memperluas kendali perusahaan atas proses produksi.

Spasialisasi dilakukan untuk memperluas jangkauan media kepada khalayak luas. Spasialisasi vertikal dapat terjadi antar negara, dimana salah satu perusahaan sebagai perusahaan induk dan satu lagi sebagai anak perusahaan. Salah satu dampak dari proses spasialisasi adalah akan terjadi monopoli media komunikasi.

c) Strukturasi

Strukturasi adalah *a process by which structures are constituted out of human agency, even as they provide the very medium of that constitution* (sebuah proses dimana struktur ditegakkan diluar keagenan manusia, bahkan benar-benar memberikan medium dari konstitusi tersebut).

Dalam teori ekonomi politik Vincent Mosco, proses strukturasi dapat menimbulkan adanya tindakan dan perubahan sosial yang dipengaruhi oleh struktur sosial seperti kelas, gender, ras, gerakan sosial dan hegemoni. Strukturasi politik ekonomi berkaitan dengan gerakan sosial yang ada dimasyarakat. Gerakan sosial saat ini tidak lagi dibatasi dengan pergerakan nyata, namun juga bisa dengan dukungan atau partisipasi secara online melalui media berjaringan internet. Strukturasi menciptakan hegemoni sebagai cara pandang dunia yang diterima begitu saja.

Strukturasi ini sebagai kelanjutan bentuk integrasi vertical pada spasialisasi. Mosco menggunakan strukturasi giddens untuk melihat bagaimana interaksi agen dan struktur dalam industri media komunikasi yang saling mempengaruhi dalam kegiatan produksi di media massa akibat perbedaan akses antara pekerja dan pemilik modal, sehingga menentukan kuasa siapa yang berpengaruh pada saat bekerja.¹²

Ketiga komponen ini saling terkait, yaitu ketika komodifikasi berlangsung dan menghasilkan produk, maka spasialisasi perluasan intitusional adalah sebuah keniscayaan. Hal ini kemudian dibatasi oleh regulasi atau struktur tertentu yang melingkupinya.¹³

C. SKB 3 Menteri

1. Pengertian SKB 3 Menteri

SKB 3 Menteri adalah Surat Keputusan Bersama yang dilakukan oleh 3 menteri, diantaranya Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud), Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) serta kementerian Agama (Kemenag), yang kemudian resmi menerbitkan surat keputusan bersama (SKB) 3 Menteri soal seragam beratribut agama.

¹² Zera Edenzwo Subandi, Teguh Priyo Sadono, Komodifikasi, Spasialisasi, Strukturasi dalam Media Baru di Indonesia: Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco Pada Line Weebtone (Universitas Bunda Mulia Jakarta: National Conference Of Creative Industry, 2018) h. 827-828.

¹³ Lintang Citra Christiani, *Spasialisasi Grup Media Jawa Pos* (Universitas Diponegoro: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2015), vol. 12, h. 201-202.

Keputusan ini mengatur tentang penggunaan pakaian seragam dan atribut sekolah bagi peserta didik, pendidik dan tenaga kependidikan di lingkungan sekolah yang diselenggarakan pemerintah daerah pada jenjang pendidikan dasar dan menengah.

2. Isi SKB 3 Menteri

Aturan yang tercantum dalam Surat Keputusan Bersama (SKB) 3 Menteri itu menyatakan, pemda maupun sekolah tidak diperbolehkan untuk mewajibkan atau melarang murid mengenakan seragam beratribut agama. SKB tersebut ditandatangani oleh menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nadiem Makarim, Menteri Dalam Negeri Tito Karnavian dan Menteri Agama Yaquut Cholil Qoumas.

Menag menyebutkan, lahirnya SKB 3 Menteri ini merupakan upaya untuk mencari titik persamaan dari berbagai perbedaan yang ada di masyarakat. Mengatakan SKB 3 Menteri bukan memaksa agar sama, tetapi masing-masing umat beragama memahami ajaran agama secara substantif, bukan hanya simbolik.¹⁴

3. Kebijakan SKB 3 Menteri

Dilansir laman resmi kemdikbud.go.id, keputusan ini merupakan wujud konkret komitmen pemerintah dalam:

- a) Menegakkan “Bhineka Tunggal Ika”.
- b) Membangun karakter toleransi di masyarakat.
- c) Menindak tegas praktik-praktik pada sektor pendidikan yang melanggar semangat kebangsaan tersebut.

keputusan utama dari aturan SKB 3 Menteri ini, diantaranya adalah:¹⁵

- a) Keputusan bersama ini mengatur sekolah negeri yang diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah (Pemda).

¹⁴ <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/edu/read/2021/02/04/091604671/skb-3-menteri-6-keputusan-utama-pakaian-seragam-di-sekolah-negeri> di akses selasa, 09 Maret 2021 pada pukul 13.25 WIB.

¹⁵ <https://www.tribunnews.com/nasional/2021/02/05/apa-itu-skb-3-menteri-soal-seragam-sekolah-ini-penjelasan-lengkapny> diakses jum,at, 5 februari 2021 pukul 09:17 WIB.

- b) Peserta didik, pendidik dan tenaga kependidikan berhak memilih antara :
- 1) Seragam sekolah dan atribut tanpa kekhususan agama.
 - 2) Seragam dan atribut dengan kekhususan agama.
- c) Pemda dan sekolah tidak boleh mewajibkan atau melarang seragam dan atribut dengan kekhususan agama.
- d) Pemda dan kepala sekolah wajib mencabut aturan yang mewajibkan atau melarang seragam sekolah dan atribut dengan kekhususan agama paling lama 30 (tiga puluh) hari kerja sejak keputusan bersama ini ditetapkan.
- e) Jika terjadi pelanggaran terhadap keputusan bersama ini, maka sanksi yang akan diberikan kepada pihak yang melanggar, yaitu:
- 1) Pemda memberikan sanksi disiplin bagi kepada kepala sekolah, pendidik dan atau tenaga kependidikan yang bersangkutan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
 - 2) Gubernur sebagai wakil pemerintah pusat memberikan sanksi kepada bupati atau wali kota berupa teguran tertulis dan atau sanksi lain sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
 - 3) Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) memberikan sanksi kepada gubernur berupa teguran tertulis dan atau sanksi lain sesuai ketentuan-ketentuan peraturan perundang-undangan. Kemudian memberikan sanksi kepada bupati atau wali kota berupa teguran tertulis dan atau sanksi lainnya dalam hal gubernur sebagai wakil pemerintah pusat tidak melaksanakan ketentuan sebagaimana dimaksud.
 - 4) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) memeberikan sanksi kepada sekolah terkait bantuan oprasional sekolah (BOS) dan bantuan pemerintahan lainnya yang bersumber dari Kemendikbud sesuai aturan perundang-undangan.

- 5) Kementerian Agama (Kemenag) melakukan pendampingan dan penguatan pemahaman keagamaan dan praktik beragama yang moderat ke pemda dan atau sekolah yang bersangkutan. Kemudian dapat memberikan pertimbangan untuk pemberian dan penghentian sanksi sebagaimana dimaksud di atas.
- f) Peserta didik, pendidik dan tenaga kependidikan beragama islam di Provinsi Aceh dikecualikan dari ketentuan keputusan bersama ini sesuai kekhususan Aceh berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan terkat pemerintahan Aceh.

Lebih lanjut SKB 3 Menteri ini dirancang untuk dapat menegakkan keputusan-keputusan terkait yang telah ditetapkan sebelumnya serta melindungi hak dan kewajiban warga masyarakat Indonesia terutama peserta didik, pendidik dan tenaga kependidikan di sekolah negeri.

D. Identitas Agama

1. Pengertian Identitas

Identitas menurut Stella Ting Toomey merupakan refleksi diri yang berasal dari keluarga, gender budaya, etnis dan proses sosialisasi. Identitas pada dasarnya merujuk pada refleksi dari diri kita sendiri dan persepsi orang lain terhadap diri kita sendiri dan persepsi orang lain terhadap diri kita. Sementara itu, Gardiner W. Harry dan Kosmitzki Cotinne melihat identitas sebagai pendefinisian diri seseorang sebagai individu yang berada dalam perilaku, keyakinan dan sikap.¹⁶

Adanya identitas berawal dari teori identitas sosial yang dikemukakan oleh Henri Tajfel dan John Turner pada tahun 1979. Teori tersebut awalnya dikembangkan untuk memahami dasar psikologis dari diskriminasi antarkelompok. Tajfel dan Turner berusaha untuk mengidentifikasi kondisi minimal yang akan melakukan diskriminasi terhadap anggota kelompok lain.

2. Pengertian Agama

¹⁶ Larry A. Samovar, Richard E. Portr Edwin R. McDaniel, *Communication Between Cultures* (Inggris: Cengage Learning, 2009), h. 154-161.

Agama adalah sistem yang mengatur kepercayaan dan peribadatan Kepada Tuhan Yang Maha Kuasa serta tata kaidah yang berhubungan dengan budaya dan pandangan dunia yang menghubungkan manusia dengan tatanan kehidupan. Banyak agama memiliki mitologi, simbol dan sejarah suci yang dimaksudkan untuk menjelaskan makna hidup yang menjelaskan asal-usul kehidupan atau alam semesta. Dari keyakinan mereka tentang kosmos dan sifat manusia, orang memperoleh moralitas, etika, hukum agama atau gaya hidup yang disukai.

3. Pengertian Identitas Agama

Identitas agama merupakan dimensi yang penting dalam identitas seseorang. Identitas tersebut merupakan pemberian secara sosial dan budaya, bukan hasil dari pilihan individu. Hanya pada era modern, identitas agama menjadi hal yang bisa dipilih, bukan identitas yang diperoleh saat lahir. Identitas agama ditandai dengan adanya ritual yang dilakukan oleh pemeluk agama tersebut. Identitas agama juga ditandai dengan busana yang dipakai.¹⁷

Bisa dikatakan bahwa identitas agama adalah jenis pembentukan identitas tertentu. Khususnya pengertian keanggotaan kelompok pada suatu agama dan pentingnya keanggotaan kelompok ini berkaitan dengan konsep diri seseorang. Identitas agama belum tentu sama dengan religiusitas dan religiusitas. Meskipun ketiga istilah ini memiliki kesamaan religiusitas dan religiusitas merujuk pada nilai keanggotaan kelompok agama serta partisipasi dalam acara keagamaan, misalnya pergi ke gereja. Identitas agama, disisi lain merujuk secara khusus pada keanggotaan kelompok agama terlepas dari aktivitas atau partisipasi keagamaannya.

E. Moderasi Beragama

1. Pengertian Moderasi Beragama

Secara bahasa, moderasi berasal dari bahasa Inggris, moderation yang memiliki arti sikap sedang, sikap tidak berlebih-lebihan. Sementara dalam

¹⁷ Judith N. Martin, Thomas K. Nakayama, *Intercultural Communication in Contexts* (Inggris: McGraw Hill, 2009), h.192

bahasa Arab, kata moderasi sering diartikan dengan kata wasatiyyah, sedangkan dalam KBBI dapat diartikan sebagai pengurangan kekerasan dan penghindaran ekstrimesme. Jadi, moderasi beragama adalah proses memahami sekaligus mengamalkan ajaran agama secara adil dan seimbang, agar terhindar dari perilaku yang menyimpang yang tidak ada di ajarkan dalam agama. seperti, menghakimi seseorang tanpa menanyakan terlebih dahulu apa permasalahannya, merampas yang bukan miliknya dan sebagainya. hal ini perlu kita perhatikan dengan cara pandang dan sikap moderat dalam beragama, karena ini sangatlah penting bagi kita dalam kehidupan sehari-hari. Terkhususnya di negara Indonesia yang memiliki beranekaragam suku bangsa dan agama.¹⁸

2. Ciri-ciri Moderasi Beragama

Adapun ciri-ciri dari wasatiyyah (moderasi beragama) yang disampaikan oleh Afrizal Nur Mukhlis, sebagai berikut:¹⁹

- a) *Tawassuth* (mengambil jalan tengah), yaitu pemahaman dan pengalaman yang tidak *ifrath* (berlebih-lebihan dalam beragama) dan *tafrith* (mengurangi ajaran agama).
- b) *Tawazun* (berkeseimbangan), yaitu pemahaman dan pengamalan agama secara seimbang yang meliputi semua aspek kehidupan, baik *duniawi* maupun *ukhrawi*, tegas dalam menyatakan prinsip yang dapat membedakan antara *inhira* (penyimpangan) dan *ikhtilaf* (perbedaan).
- c) *I'tidal* (lurus dan tegas), yaitu menempatkan sesuatu pada tempatnya dan melaksanakan hak dan memenuhi kewajiban secara proporsional.
- d) *Tasamuh* (toleransi), yaitu mengakui dan menghormati perbedaan, baik dalam aspek keagamaan dan berbagai aspek kehidupan lainnya.
- e) *Musawah* (egaliter), yaitu tidak bersikap diskriminatif pada yang lain disebabkan perbedaan keyakinan, tradisi dan asal usul seseorang.

¹⁸ <https://www.kompasiana.com/maulana30637/5f349390d541df394c1a5a72/moderasi-beragama?page=all>. Diakses pada tanggal 27 Mei 2021 pukul 10.43.

¹⁹ Muhammad Fahri dan Ahmad Zainuri, *Moderasi Beragama di Indonesia* (UIN Raden Fatah Palembang: Jurnal Raden Fatah Intizar, 2019), vol. 25 h. 99.

- f) *Syura* (Musyawarah), yaitu setiap persoalan diselesaikan dengan jalan musyawarah untuk mencapai mufakat dengan prinsip menempatkan kemaslahatan diatas segalanya.
- g) *Ishlah* (reformasi), yaitu mengutamakan prinsip reformatif untuk mencapai keadaan lebih baik yang mengakomodasi perubahan dan kemajuan zaman dengan berpijak pada kemaslahatan umum (*maslahah 'ammah*) dengan tetap berpegang prinsip *al-muhafazhah 'ala al-qadimi al-shalih wa al-akhdzu bi al-jadidi al-ashlah* (melestarikan tradisi lama yang masih relevan dan menerapkan hal-hal baru yang lebih relevan).
- h) *Aulawiyah* (mendahulukan yang prioritas), yaitu kemampuan mengidentifikasi hal ihwal yang lebih penting harus diutamakan untuk diterapkan dibandingkan dengan yang kepentingannya lebih rendah.
- i) *Tathawwur wa Ibtikar* (dinamis dan inovatif), yaitu selalu terbuka untuk melakukan perubahan-perubahan kearah yang lebih baik.

F. Politik Identitas

1. Pengertian Politik Identitas

Politik identitas menjadi salah satu bahasan penting dalam lembaga perpolitikan di Indonesia, isu mengenai politik identitas akhir-akhir ini juga eringkali muncul di berbagai media massa. Baik politik identitas berdasarkan agama, jenis kelamin, arti etnis, unsur budaya dan lain sebagainya. Atas dasar itulah pula, kehadiran tipe lembaga sosial perpolitikan menjadi penting karena memiliki seperangkat atura-aturan untuk melaksanakan sebuah kekuasaan dan wewenang.

Pada dasarnya politik identitas bisa dikatakan sebagai alasan politik yang di dasari pada kesamaan masyarakat yang terpinggirkan atau yang mencoba menghimpun kekuatan untuk menunjukkan kelompok-kelompok tertentu dalam proses eksistensi dirinya menjadi lebih besar.

Politik identitas adalah sebuah alat politik suatu kelompok seperti etnis, suku, budaya, agama atau yang lainnya untuk tujuan tertentu, misalnya sebagai bentuk perlawanan atau sebagai alat untuk menunjukkan jati diri suatu kelompok tersebut. Identitas dipolitikan melalui interpretasi

secara ekstrim, yang bertujuan untuk mendapat dukungan dari orang-orang yang merasa sama, baik secara ras, etnisitas, agama, maupun elemen perekat lainnya.²⁰

Politik identitas hadir sebagai narasi resisten kelompok terpinggirkan akibat kegagalan narasi arus utama mengakomodir kepentingan minoritas secara positif, politik identitas menghadirkan wahana mediasi penyuaaraan aspirasi bagi yang tertindas.

2. Bentuk-bentuk Politik Identitas

Politik identitas merupakan partisipasi individual pada kehidupan sosial yang lebih ditentukan oleh budaya dan psikologis seseorang. Selain itu, konstruksi identitas berada pada konteks yang selalu diwarnai dengan relasi kekuasaan. Berangkat dari kondisi inilah akhirnya Castells membagi pembangunan politik identitas ke dalam tiga bentuk yakni:²¹

- a) *Legitimizing Identity*, yakni di mana identitas diperkenalkan oleh institusi masyarakat yang dominan untuk memperpanjang dan merasionalisasikan dominasi mereka *vis a vis* dengan aktor-aktor sosial.
- b) *Resistance identity* (Identitas Resistensi) umumnya ditampilkan oleh aktor sebagai bentuk resistensi atas stigmatisasi yang dialami maupun dominasi yang dihadapi, sehingga identitas yang seringkali ditampilkan adalah selalu bertentangan dengan bentuk yang dominan. Identitas resistensi didasari oleh atau dalam aktor yang terkena pengeksklusian yang tidak adil mengembangkan resistensi atas dasar kelangsungan hidup terhadap oposisi yang kuat terhadap kekuatan masyarakat dominan.
- c) *Project Identity* (identitas Proyek) lebih kompleks dari semua bentuk identitas yang diungkapkan Castells. Karenanya mereka adalah aktivitas yang paling unik dan yang akan menanggung kekuatan transformasi

²⁰ Alfaqi M.Z., *Memahami Indonesia Melalui Perspektif Nasionalisme, Politik Identitas, Serta Solidaritas* (Jurnal Ilmiah Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, 2016), vol. 2, h. 28.

²¹ Gusti Made Arya Suta Wirawan, *Identitas Politik dan Politik Identitas Masyarakat Muslim di Bali* (Singaraja: Jurusan Pendidikan Sosiologi FHS UNDIKSHA, 2018), h. 188.

positif terhadap aturan keras dari derestrukturisasi kapitalisme dan jaringan elit teknologi dan informasi.

3. Ciri-ciri Politik Identitas

Ciri khas yang ada di dalam politik identitas, antara lain:

- a) Memiliki kesamaan dan tujuan untuk membentuk kekuatan berdasarkan peta politiknya.
- b) Ketidak puasaan yang muncul dari dalam masyarakat yang merasa terpinggirkan.
- c) Memberikan jalur politik sebagai alternatif untuk menyatukan kekuatan dalam rangkaian agenda demokrasinya.

G. Media Online

1. Pengertian 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 mencakupi semua jenis situs website dan aplikasi, termasuk situs berita, situs perusahaan, situs lembaga/instansi, blog, forum komunitas, media sosial situs jualan dan aplikasi chattingan.

Dengan media massa manusia memenuhi kebutuhannya akan berbagi hal. Salah satunya dengan media online yang tergolong media paling baru. Media massa online tidak pernah menghilangkan media massa lama tetapi mensubstitusinya. Media online merupakan tipe baru jurnalisme karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik dari jurnalisme tradisional. Fitur-fitur uniknya mengemuka dalam teknologinya, menawarkan kemungkinan-kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita.

2. Macam Media Online

Septiawan Santana²² menyebutkan, terdapat lima perbedaan utama antara media massa online dan media massa tradisional yang sekaligus menjadi karakteristik media massa online, yaitu:

- a) Kemampuan internet untuk mengkombinasikan sejumlah media.
- b) Kurangnya tirani penulis tas pembaca.
- c) Tidak seorangpun dapat mengendalikan perhatian khalayak.
- d) Internet dapat membuat proses komunikasi berlangsung sinambung.
- e) Interaktifitas web.
- f) Kecepatannya secara keseluruhan, yang menarik sekaligus menakutkan.

3. Fungsi Media Online

Dalam fungsi yang ada, fungsi utama media online adalah fungsi Surveillance, yaitu mmberikan informasi kepada khalayak. Tetapi bukan itu saja, media online juga mencakup semua fungsi komunikasi massa yang lain.

Media sosial memiliki beberapa fungsi menurut Keitzman media sosial terdiri dari tujuh fungsi, diantaranya yaitu:²³

- a) *Identity* terkait dengan gambaran peraturan identitas para pengguna dalam sebuah media sosial menyangkut nama, usia, jenis kelamin, profesi, lokasi serta foto.
- b) *Conversations* gambaran pengaturan individu yang satu dengan yang lain dalam berkomunikasi di media sosial.
- c) *Sharing* gambaran pertukaran, pembagian, serta penerimaan konten berupa teks, gambar atau video yang dilakukan oleh para pengguna.
- d) *Presence* gambaran individu yang satu menggunakan media sosial mengakses individu yang lainnya.
- e) *Relationship* gambaran terjadinya antar individu saling terhubung.
- f) *Reputation* gambaran individu pengguna media sosial dapat mengidentifikasi orang lain serta dirinya.

²² Septiawan Santana, *Jurnalisme Kontemporer* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005), h. 137.

²³ Ellyda Retpitasari dan Nila Audini Oktavia, *Prefensi Penggunaan Media Sosial Terhadap Keberagaman Remaja* (Tribakti: Jurnal Pemikiran Keislaman, 2020), vol. 31 h. 19

g) *Groups* gambaran individu dapat membentuk komunitas dan sub komunitas dari latar belakang minat atau demografi yang berbeda.

Fungsi dan manfaat media online pada praktiknya, fungsi media online ini sama saja dengan media massa pada biasanya. Berikut ini ialah beberapa fungsi media online secara umum:²⁴

a) Fungsi Informasi

Pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan berita, data, gambar, fakta dan pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengertidan bereaksi secara jelas terhadap kondisi internasional, lingkungan dan orang lain, dan agar dapat mengambil keputusan yang tepat.

b) Fungsi Sosialisasi

Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.

c) Fungsi Disuksi dan Perdebatan

Menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau penyelesaian perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum dan agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kegiatan bersama di tingkat internasional, nasional dan lokal.

d) Fungsi Pendidikan

Pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak dan pendidikan keterampilan serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.

e) Fungsi Memajukan Kebudayaan

²⁴ Nurudin, *Pengantar Ilmu Komunikasi Massa* (Jakarta: Rajawali Pers, 2007), h. 63.

Penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan citra (image) dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik, komedi, olah raga, permainan dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok dan individu.

f) Fungsi Hiburan/Motifasi

Menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang untuk menentukan pilihan dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.

g) Fungsi Integrasi

Menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu kesempatan memperoleh berbagai pesan yang diperlukan mereka agar mereka dapat saling kenal dan mengerti dan menghargai kondisi, pandangan dan keinginan orang lain.

4. Ciri-ciri Media Online

Khalayak memiliki sifat-sifat sebagaimana yang ada pada konsep massa. Jadi khalayak media massa mempunyai sifat dan karakteristik, yaitu khalayak massa terdiri dari jumlah yang besar, ada diberbagai tempat, tidak interaktif kecuaki dengan bantuan komunikasi telepon, terdiri dari lapisan masyarakat yang sangat heterogen, tidak terorganisir dan bergerak sendiri.²⁵

Berikut ciri-ciri media online:

a) Kecepatan Informasi

Peristiwa atau kejadian yang terjadi dilapangan dapat di upload secara langsung dalam hitungan menit atau detik. Dengan demikian mempercepat distribusi informasi ke media dengan jangkauan global via jaringan internet dan dalam waktu beriringan.

b) Informasi bisa di Update

Updating informasi bisa dikerjakan dengan gampang serta cepat, baik berupa perbaikan isi, data dan tata bahasa ataupun berupa perkembangan terbaru sebuah isu atau momen. Ketika ada update

²⁵ Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa* (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), h. 75.

informasi terkait informasi lama, maka bisa dilakukan perubahan. Proses pembaruan atau update ini bisa dikerjakan secara realtime.

c) Berinteraksi dengan Audience

Salah satu kelebihan media online adanya fungsi interaktif. Berbagai fitur media online seperti email, chat, games online dan survey. Audience bahkan bisa memberi tahu keluhan, anjuran, tanggapan ke bagian redaksi dan segera bisa dibalas.

d) Personalisasi

Pengguna atau pembaca bisa memutuskan informasi mana yang diperlukan. Media online memberikan kesempatan kepada tiap-tiap pembaca cuman mengambil informasi yang relevan bagi dirinya dan menghapus informasi yang tidak dibutuhkan.

e) Kapasitas muatan dapat ditambah

Tiap-tiap informasi media disupport oleh penyimpanan data yang ada di server computer. Informasi yang sudah di publish, akan tetapi tersimpan dan dapat ditambah kapan saja dan dapat dicari dengan mesin pencari.

f) Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*)

Pada media online seluruh informasi yang disampaikan bisa dihubungkan dengan sumber yang releva, baik dari sumber yang sama atau bahkan dari sumber yang berbeda. Dengan pemakaian *Hyperlink*, maka pengguna bisa membuka info lain dengan satu klik saja.