

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Politik identitas menjadi salah satu isu yang kerap muncul menjelang pemilihan kepala daerah maupun pemilihan presiden. Secara singkat, politik identitas dipahami sebagai gerakan politik yang mengedepankan perbedaan sebagai karakteristik utama dalam menyerap dukungan masyarakat, proses ini berimplikasi pada tindakan meniadakan orang lain yang tidak masuk ke dalam kriteria atau kategori identitas yang sama (Abdillah 2002, 16). Dampak negatif yang berimplikasi pada pengkotak-kotakan latar belakang identitas masyarakat Indonesia yang majemuk dikhawatirkan menimbulkan perpecahan dan sikap intoleransi antar masyarakat apabila ditambah dengan pembingkaiannya yang dilakukan oleh media.

Perkembangan media yang sangat pesat saat ini membuat masyarakat bisa menerima informasi dari berbagai macam sumber. Bagaimana media mengkonstruksikan politik identitas melalui proses pembingkaiannya dan mendistribusikannya menjadi referensi bagi masyarakat dalam menyikapi keberadaan politik identitas menjadi penting untuk dianalisis. Karena sejatinya, media bukan hanya menjadi sarana hiburan namun harus berfungsi dalam menghadirkan informasi-informasi yang faktual guna kepentingan masyarakat. Penggunaan strategi politik identitas sebagai narasi-narasi politik dalam kampanye sering dijumpai.

Sejak zaman pemerintahan orde lama dimana Presiden Sukarno memberikan ruang bagi tokoh-tokoh agama dari beberapa organisasi keagamaan seperti Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah untuk masuk secara langsung dalam partai politik berbasis keagamaan, misalnya Masyumi yang pada akhir dalam Keppres Nomor 200 tahun 1960, Sukarno sendiri kemudian membubarkan partai politik berbasis keagamaan. Beralih ke zaman pemerintahan orde baru, politik

identitas secara perlahan hilang dalam narasi-narasi politik. Berbeda dari era Sukarno yang terkesan memberikan ruang pada isu-isu politik identitas, Suharto pada awal kepemimpinannya tidak memberikan peluang pada gerakan-gerakan politik yang mengedepankan politik identitas (Renhoard 2019, 7).

Pemerintah orde baru mengontrol dengan ketat setiap gerakan-gerakan politik yang mengedepankan isu-isu identitas. Namun mendekati akhir dari masa-masa pemerintahan orde baru, Suharto merubah strategi politiknya guna memperkuat kedudukannya sebagai presiden dengan merangkul kembali tokoh-tokoh yang mengedepankan narasi-narasi politik identitas, khususnya dari kalangan tokoh agama (Daulay 2014, 3).

Berlanjut pada era reformasi dimana kebebasan berpolitik, pers, berpendapat, berekspresi dan kebebasan lainnya yang bersifat positif terkekang pada era pemerintahan orde baru, isu-isu politik identitas kembali berperan penting sebagai strategi politik untuk menarik perhatian masyarakat pada kalangan tertentu. Kebebasan ini mendorong tokoh politik dari kalangan Islam memanfaatkan momen reformasi untuk mendorong pembentukan Indonesia menjadi negara dengan prinsip syariat Islam (Daulay 2014, 174). Meskipun gagal, gerakan politik identitas ini berhasil memunculkan perda-perda syariah di berbagai daerah yang ada di Indonesia.

Politik identitas pasca orde baru yang ditandai dengan terbukanya peran serta masyarakat sipil secara luas dalam politik dan munculnya sistem desentralisasi menimbulkan perebutan kekuasaan pada lingkup-lingkup kecil di Indonesia yang mendorong aktor-aktor politik menggunakan strategi politik identitas untuk mengekspresikan ambisi politiknya serta menghimpun dukungan dari masyarakat yang memiliki latar belakang yang sama dengan aktor politik itu sendiri (Mahpudin 2021, 7). Meningkatnya ambisi-ambisi aktor politik dalam menghimpun dukungan menggunakan strategi politik identitas ini pun didukung dengan penambahan jumlah kabupaten di Indonesia yang semula berjumlah 300 kabupaten di tahun 1999 menjadi 440 kabupaten di tahun 2004 (Klinken 2007, 22). Setelah munculnya sistem demokrasi secara langsung dimana setiap

masyarakat memiliki hak suara untuk memilih pilihannya mendorong aktor-aktor politik untuk mempertajam eksploitasi politik identitas dalam kampanye-kampanye politiknya.

Salah satu praktik politik identitas yang menyita perhatian publik pernah terjadi di tahun 2017. Pemilihan Gubernur DKI Jakarta yang pekat dengan praktik politik identitas dianggap menimbulkan sikap eksklusif, diskriminasi terhadap kelompok lain, berkurangnya sikap toleransi, dan menimbulkan konflik berdasarkan identitas agama (Hamid 2019, 4). Isu politik identitas yang marak diangkat pada pemilihan Gubernur DKI Jakarta didominasi oleh politik identitas menyangkut etnis dan agama. Seperti penjelasan singkat diatas terkait dampak dari strategi politik identitas ini, pada pemilihan gubernur DKI Jakarta menimbulkan perpecahan dan sikap intoleransi dimana bermunculan spanduk-spanduk penolakan untuk mensholatkan jenazah pendukung dan pembela Ahok yang saat itu sedang terjerat kasus penistaan agama dianggap sebagai tindakan yang haram (Suara.com 2017).

Fenomena ini menunjukkan bahwa adanya gerakan yang timbul akibat politik identitas yang berdampak pada sikap eksklusif terhadap kelompok yang dianggap diluar kelompok identitas tertentu (Drajat 2019, 6). Bukan hanya pemilihan kepala daerah di Jakarta, praktik politik identitas pun banyak digunakan di daerah lainnya, pemilihan gubernur Sumatera Utara misalnya. Isu politik identitas dengan mengedepankan putra daerah sebagai pertimbangan untuk memilih kepala daerah dirasa cukup ampuh untuk menarik minat masyarakat daerah setempat, bahkan isu kedaerahan mengalahkan isu-isu penting lainnya (bbc.com 2018).

Strategi kampanye menggunakan isu-isu politik identitas juga dikhawatirkan menguat pada pemilihan kepala daerah di Jawa barat. Direktur riset Populi Center Usep S. Akhyar menyatakan pilgub Jabar berpotensi meningkatkan praktik politik identitas karena di Jawa Barat politik identitas masih sangat kuat dengan banyaknya kalangan Islam garis keras yang ada di Jawa Barat (tempo.co 2017).

Penggunaan strategi politik identitas tidak hanya digunakan sebagai cara menarik perhatian pemilih untuk pemilihan kepala daerah saja, strategi ini kerap dilakukan oleh aktor-aktor politik yang ikut terlibat dalam pemilihan presiden. Jika melihat pada pemilu di tahun 2009, isu politik identitas yang diangkat mengedepankan kesejahteraan masyarakat yang tergolong miskin, kedua pasangan calon menunjukkan beberapa penggambaran-penggambaran kemiskinan sebagai bahan kampanye politiknya (Masduki 2015, 24).

Beralih pada pemilihan presiden 2014, penggunaan strategi politik identitas terus berlanjut. Isu identitas yang menjadi komoditas pada pemilihan presiden di tahun 2014 di dominasi oleh isu-isu SARA (antaranews.com 2014). Isu-isu yang diangkat oleh aktor-aktor politik mulai bergeser dari isu kesejahteraan masyarakat miskin dan ekonomi menjadi isu-isu rasial, suku, dan agama. Meningkatnya isu SARA pada pemilihan presiden di tahun 2014 menjadi motor penggerak munculnya praktik kampanye menggunakan politik identitas sebagai strategi kampanye di pemilihan presiden selanjutnya pada tahun 2019. Hasil survei yang dilakukan oleh Litbang Kompas menunjukkan menjelang pemilihan umum 2019 sebanyak 24,9 persen masa kampanye dipenuhi oleh isu-isu politik identitas berbasis agama, suku, ras, dan golongan. Sedangkan 27,1 persen kampanye dipenuhi dengan hasutan dan adu domba (Mahpudin 2021, 10). Akibat hal ini, Litbang Kompas mencatat dari hasil surveinya terkait dampak keterbelahan akibat perbedaan politik di tahun 2019, 79,1 persen responden sepakat bahwa keterbelahan yang terjadi pada masa pemilihan presiden di tahun 2019 merusak demokrasi (kompas.com 2022).

Hasil laporan Pusat Kajian Politik Universitas Indonesia menunjukkan bahwa isu keagamaan menjadi isu utama yang paling sering diangkat ketika membahas politik identitas (PuskapolUI 2019). Dengan banyaknya deretan praktik politik identitas yang dominan menggunakan isu agama, suku, ras, dan golongan di khawatirkan kembali terjadi di pemilu 2024. Melihat dampak negatif dari adanya politik identitas, sangat disayangkan masih banyaknya aktor-aktor politik yang

mengedepankan isu-isu agama, suku, ras, dan golongan demi kepentingan pribadinya dalam narasi-narasi kampanyenya.

Penelitian dengan topik serupa terkait isu politik identitas dengan judul “Representasi Isu Politik Identitas Dalam Pemilihan Presiden 2019 Pada Pemberitaan Kompas.com”. Penelitian ini dilakukan oleh Epi Aresih Tansal pada tahun 2019. Penelitian yang dilakukan berfokus untuk menganalisis teks berita tentang isu politik identitas sepanjang pilpres tahun 2019 yang dimuat pada kolom pemberitaan politik di media daring kompas.com. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui representasi dari cara media mengkonstruksi isu politik identitas tersebut.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode analisis framing model Robert Entman. Hasil penelitian dengan metode analisis framing Robert Entman ini menunjukkan bahwa kompas.com dalam melakukan pembingkai pada beritanya melihat isu politik identitas sebagai sebuah permasalahan yang dapat mengancam keutuhan persatuan dan keharmonisan bangsa Indonesia yang majemuk karena hampir seluruh isi berita yang ditampilkan kompas.com menarasikan isu politik identitas sebagai modal bagi para aktor politik meningkatkan nilai elektoralnya masing-masing. Selain itu, peneliti juga menemukan bahwa teks-teks berita yang ditulis oleh kompas.com cenderung memilih diksi atau kata yang provokatif terhadap kelompok pemilih muslim dan mengangkat alur pemberitaan dari satu sudut pandang saja (Tansal 2019, 14).

Penelitian lainnya yang digunakan sebagai kajian literatur yang menyangkut topik pemberitaan serupa berjudul “Konstruksi Politik Identitas di Media Online (Analisis Berita Pasca Hukuman Vonis Penjara Kasus Penodaan Agama Basuki Tjahaja Purnama atau Ahok pada Tempo.co dan Republika.co.id Periode 9-12 Mei 2017)”. Penelitian ini dilakukan oleh Erwin Tandoro dan Nyarwi Ahmad, S.I.P., M.A pada tahun 2019. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana media Tempo.co dan Republika.co.id membingkai isu-isu

politik identitas yang berkaitan dengan kasus Ahok pasca ditetapkan vonis hukuman penjara atas tindakan penistaan agama yang dilakukannya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis framing model Pan dan Kosicky terhadap 14 pemberitaan tempo.co dan republika.co.id. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua media tersebut dalam membingkai isu politik identitas cenderung memperkuat isu itu sendiri, namun sikap memperkuat isu politik identitas ini dianggap peneliti terkadang inkonsisten karena munculnya indikasi yang berbeda-beda pada penyusunan keempat perangkat analisisnya. Melalui pemberitaannya, tempo.co cenderung menilai kasus Ahok ini sebagai bagian dari konflik yang melibatkan politik identitas pada ras, sementara republika.co.id memandang kasus Ahok sebagai sentimen keagamaan yang sangat negatif (Erwin Tandoro 2019, 2).

Kajian terkait penelitian terdahulu lainnya yang berkaitan dengan isu politik identitas lainnya dengan judul “Politik Identitas Dalam Pemilihan Presiden 2019 (Analsis Framing Pemberitaan Kampanye Pilpres 2019 pada Medcom.id). Penelitian ini dilakukan oleh Laylia Farida dan M. Gafar Yoedtadi pada tahun 2019. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menggambarkan hasil pembingkaiian yang dilakukan oleh media online medcom.id dalam menulis isi pemberitaan terkait kampanye pemilihan presiden pada tahun 2019. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis menggunakan analisis framing model Robert Entman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa portal media online medcom.id terbukti melakukan pembingkaiian pada unsur politik identitas dengan mendukung pernyataan para paslon dengan menambahkan informasi yang dianggap benar pada isi beritanya. Dalam hasil analisis yang dilakukan peneliti, didapati medcom.id menonjolkan isu-isu politik identitas, khususnya terkait isu suku dan agama (Yoedtadi 2019, 6)

Penelitian serupa terkait analisis konstruksi penggambaran isu politik identitas dengan judul “Konstruksi Politik Identitas Melalui Visual Fotografi (Studi Analisa Pesan Visual Paul Martin Lester Pada Foto Deklarasi Kemenangan Joko Widodo dan KH. Ma’aruf Amin)” juga dilakukan oleh Ignasius Liliek

Senaharjanta pada tahun 2020. Penelitian ini berfokus untuk mengetahui makna pesan pada foto deklarasi kemenangan Joko Widodo dan KH. Ma'aruf Amin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode analisis pesan visual menggunakan enam perspektif visual Paul Martin Lester untuk mengeksplorasi makna dari foto deklarasi kemenangan capres dan cawapres, peneliti mendapati bahwa pesan dalam foto deklarasi kemenangan capres dan cawapres Joko Widodo dan KH. Ma'aruf Amin ingin mengedepankan identitas nasionalis religius atau islam nusantara yang dirasa dekat dengan masyarakat Indonesia. selain itu, foto deklarasi kemenangan ini pun ingin menunjukkan bahwa capres dan cawapres terpilih dinilai memiliki kedekatan dengan rakyat yang berada di pemukiman melalui fotonya mereka ingin menyampaikan bahwa pemerintah berpihak kepada masyarakat kelas bawah (Ignasius 2020, 1).

Berdasarkan beberapa kajian terhadap penelitian terdahulu, konstruksi politik identitas yang diteliti oleh peneliti memiliki fokus penelitian yang berbeda menggunakan sudut pandang media online berbasis keagamaan. Media online berbasis keagamaan dianggap penting sebagai objek penelitian karena sejatinya media keagamaan merupakan media yang dikelola oleh institusi-institusi keagamaan bukan perorangan, yang mengedepankan toleransi dan penyebaran konten-konten bersifat baik sesuai misi agama (pgi.or.id 2021).

Media keagamaan mulanya merupakan media bersifat internal dan dikonsumsi oleh komunitas tertentu saja. Media berbasis keagamaan yang mengedepankan identitas spesifik dari satu golongan masyarakat memiliki kesamaan pada karakteristik media komunitas. Media komunitas mengedepankan beberapa karakteristik, seperti proximity, empathy, dan interaksi. (Pawito 2007, 2). Proximity berbicara tentang keterkaitan berita-berita yang disampaikan oleh media komunitas berkenaan dengan masyarakat pada satu wilayah atau identitas yang spesifik. Media komunitas cenderung menonjolkan berita-berita yang berkaitan dengan identitas tertentu karena karakteristik tersebut.

Empathy merujuk pada karakter media komunitas yang memiliki kecenderungan untuk saling berbagi rasa dan perasaan. Dengan adanya karakteristik ini, media komunitas mengedepankan kesamaan orientasi kultur, tujuan, dan kepentingan-kepentingan bersama dengan khalayak yang spesifik. Interaksi yang terbangun antara media komunitas dan masyarakat dapat terjalin dengan erat karena masyarakat dapat mendatangi kantor media dengan mudah, memberikan saran, masukan, dan kritik dengan pemberitaan yang dibuat media komunitas secara luas. Namun seiring perkembangan zaman media keagamaan kemudian menjadi media yang dikonsumsi oleh masyarakat yang luas.

Dengan adanya kesamaan karakteristik media berbasis agama dengan media komunitas, media berbasis agama lebih mengedepankan kepentingan masyarakat yang memiliki orientasi kultur yang sama dan pemilik media cenderung mengakomodasi saran maupun masukan dari khalayaknya. Berbeda dengan media mainstream yang cenderung mengedepankan kepentingan pemilik modal dan komersialisasi media, media berbasis keagamaan dinilai mengedepankan kepentingan masyarakat. Kecenderungan media berbasis keagamaan yang mengedepankan kepentingan masyarakat dengan orientasi identitas tertentu menjadi penting untuk diteliti karena media akan membuat berita yang berguna dan berdampak baik bagi khalayaknya.

Idealnya komunitas keagamaan mayoritas pada saat ini cenderung mendukung kelompoknya dan mengesampingkan kelompok lainnya yang minoritas dan terpinggirkan. Dapat terlihat dari beberapa fenomena polarisasi yang timbul akibat politik identitas yang terjadi di beberapa pemilihan kepala daerah maupun pemilihan presiden. Namun kenyataannya masih terdapat media keagamaan yang mengedepankan sikap toleransi dan menghargai keberagaman. Masih terdapat media yang tetap memperhatikan masyarakat minoritas dan tidak mendukung praktik politik identitas. Pada saat ini pengeksploitasian identitas, khususnya sentimen keagamaan menjadi bahan bakar yang ampuh dalam mengumpulkan simpatisan. Media sebagai sarana penyebaran isu politik identitas menjadi penting untuk diamati.

Bagaimana media keagamaan membingkai isu politik identitas menjadi penting, selain karena politik identitas identik dengan isu agama, media keagamaan dituntut untuk tetap toleran. Dengan lingkup penelitian yang spesifik, peneliti dapat melihat bagaimana media melakukan pembingkaiian terhadap isu-isu politik identitas yang diangkat oleh media berbasis keagamaan karena isu politik identitas melekat salah satunya pada isu agama. Peneliti terfokus cara penulisan dan teks berita dan cara media berbasis keagamaan memandang isu politik identitas.

1.2 Rumusan Masalah

Penggunaan strategi politik identitas dalam ajang pemilu atau kegiatan-kegiatan politik sebagai cara untuk mendapatkan dukungan dari komunitas-komunitas tertentu yang memiliki pengaruh besar bagi perolehan suara masing-masing partai terus berlangsung dari masa ke masa. Strategi ini terbukti mampu mempengaruhi masyarakat Indonesia dalam menentukan pilihan politiknya. Penonjolan isu politik identitas yang dilakukan oleh politisi tidak terlepas dari adanya dampak yang positif maupun negatif bagi masyarakat Indonesia.

Bagi para politisi, isu politik identitas bisa saja menguntungkan bagi dirinya. Selain itu, isu politik identitas juga bisa digunakan untuk menjatuhkan lawan politik melalui kampanye-kampanye hitam. Penggunaan politik identitas memang tidak sepenuhnya ditolak oleh para politisi. Isu politik identitas menjadi positif karena dianggap berperan dalam melestarikan kebudayaan, keagamaan, dan faktor identitas lainnya. Namun dampak lainnya pun muncul ketika penggunaan isu politik identitas memecah belah kesatuan masyarakat Indonesia yang majemuk.

Penonjolan aspek-aspek identitas tertentu yang ada di Indonesia berujung pada tindakan pemisahan identitas yang satu dengan yang lainnya. Dampak buruk ini menyebabkan beberapa tindakan negatif lainnya hingga berujung pada tindakan diskriminatif pada identitas yang berada di luar lingkup identitas tertentu. Politik

menjadi salah satu isu yang tidak luput dari perhatian media. Media juga berperan dalam membingkai dan mendistribusikan setiap agenda-agenda politik.

Bagaimana cara media mengkonstruksikan politik identitas menjadi sangat penting, karena media dapat menjadi referensi bagi masyarakat dalam memandang penggunaan isu-isu politik identitas yang kerap diangkat oleh para politisi. Pemilu akan kembali digelar pada tahun 2024 secara bersamaan. Aktivitas politik pun sudah mulai gencar dilakukan pada tahun 2023 oleh beberapa partai politik. Karena itu, peneliti merasa pending untuk dilakukan penelitian untuk menganalisis praktik pembngkaian yang dilakukan mendia menjelang pemilu 2024. Rumusan masalah yang digunakan peniliti untuk menganalisis Bagaimana Media Online berbasis Keagamaan Membingkai Isu-isu Politik Identitas Menjelang Pemilu 2024 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pembingkai yang dilakukan oleh media-media berbasis agama, khususnya media komunitas keagamaan tertentu terkait isu-isu politik identitas yang mengangkat isu-isu agama yang terjadi khususnya pada masa-masa menjelang pemilihan umum di Indonesia pada portal media *online* nu.or.id.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan peneliti dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Manfaat Akademis

1. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan dan dapat dijadikan salah satu sumber pengetahuan mengenai pembingkai media khususnya media berbasis keagamaan atas sebuah peristiwa, dalam penelitian ini terkait pembingkai isu-isu politik identitas di Indonesia menjelang pemilihan umum.

2. Penelitian ini diharapkan memiliki hal yang menjadi sumber rujukan bagi mahasiswa/i sebagai peneliti dalam penelitian lain menyangkut media yang berkaitan dengan pembingkai berita di kemudian hari.

b. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan menjadi sumber gambaran tentang bagaimana media, khususnya media berbasis keagamaan, khususnya media komunitas keagamaan melakukan kerjanya dalam mengkonstruksi beritanya melalui pembingkai suatu peristiwa yang kemudian diberitakan.

2. Hasil dari penelitian ini diharapkan memberi masukan kepada media yang akan diteliti oleh peneliti, untuk menerapkan standar jurnalisme yang sesuai dalam pemberitaannya atas analisis framing terhadap pemberitaan isu-isu politik identitas yang marak terjadi sebagai isu yang dikampanyekan menjelang pemilihan umum di Indonesia.

c. Manfaat Sosial

Hasil penelitian ini berguna bagi masyarakat dalam menentukan media sebagai pilihan dan referensi sumber untuk mendapatkan informasi atau berita yang berguna bagi kepentingan masyarakat dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Dengan kata lain, masyarakat dapat menyadari bahwa media sering kali digunakan untuk memperburuk atau memperbaiki isu-isu tertentu melalui pembingkai. Penelitian ini juga bermanfaat sebagai referensi masyarakat dalam memilih sumber informasinya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa bab dan sub-bab, diantaranya :

- Halaman Sampul

Pada bagian ini memuat logo Universitas Kristen Indonesia, judul penelitian, nama tim peneliti beserta nomor induk mahasiswa, program studi, fakultas, dan nama universitas, dan tahun pembuatan proposal penelitian.

- Bab 1. Pendahuluan

- a. Latar Belakang

Pada bagian ini berisi penjelasan terkait topik permasalahan atau fenomena yang akan diteliti, disertai uraian argumentasi dan pendapat mengenai perlunya topik permasalahan ini diteliti.

- b. Perumusan Masalah

Pada bagian ini disertakan beberapa pertanyaan yang digunakan untuk menunjuk inti masalah yang sedang diteliti.

- c. Tujuan Penelitian

Pada bagian ini memuat uraian yang menyebutkan secara spesifik maksud dan tujuan yang hendak dicapai dari penelitian yang dilakukan.

- d. Manfaat Penelitian

Pada bagian ini diuraikan beberapa manfaat yang ingin dicapai, mulai dari manfaat akademis, manfaat praktis, dan manfaat sosial.

- e. Sistematika Penulisan

Bagian ini menjabarkan tentang struktur penulisan dari proposal penelitian secara menyeluruh dari awal sampai akhir secara bab per bab.

- Bab 2. Tinjauan Pustaka

- a. Landasan Teori

Pada bagian ini dijelaskan beberapa teori atau konsep yang relevan dengan topik permasalahan yang sedang diteliti.

- b. Kerangka Teoritis

Pada bagian ini peneliti mulai mengaitkan topik yang sedang diteliti dengan konsep atau teori yang sudah diuraikan sebelumnya.

c. Kerangka Berpikir

Pada bagian ini peneliti memberikan sistematika penelitian yang tersusun dalam bagan penelitian.

• Bab 3. Metodologi Penelitian

a. Paradigma Penelitian

Pada bagian ini peneliti menjelaskan paradigma yang digunakan untuk memandang topik permasalahan yang sedang.

b. Pendekatan Penelitian

Pada bagian ini peneliti memberi penjelasan terkait pendekatan penelitian yang digunakan dan disertai dengan alasan penggunaan pendekatan penelitian tersebut.

c. Metode Penelitian

Pada bagian ini peneliti memberi penjelasan terkait metode penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data-data terkait topik permasalahan.

d. Metode Pengambilan Informan

Pada bagian ini peneliti menjabarkan bagaimana proses pengambilan narasumber atau sumber informasi, kriteria informan atau sumber informasi yang sesuai dengan topik permasalahan, serta teknik pengambilan informan.

e. Sumber Data

Pada bagian ini peneliti menjabarkan sumber data yang akan didapat baik sumber data primer maupun sumber data sekunder.

f. Metode Pengumpulan Data

Pada bagian ini peneliti menjabarkan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data.

g. Teknik Analisis Data

Pada bagian ini peneliti menjabarkan caramenganalisis data yang sdah dikumpulkan sebelumnya.

h. Teknik Interpretasi Data

Pada bagian ini peneliti menjabarkan analisis data atau interpretasi peneliti yang dilakukan pada data yang sudah dikumpulkan yang nantinya menjadi acuan peneliti dalam menjawab permasalahan atau kesimpulan dari topik permasalahan yang diteliti.

i. Keabsahan Data

Pada bagian ini peneliti menjabarkan bagaimana metode pengumpulan data dan analisis data dinilai kualitasnya.

- Bab 4. Pembahasan

- a. Penyajian gambaran umum terkait subjek penelitian yang dipilih dan sumber informasi atau data yang telah dipilih.

- b. Pemaparan hasil penelitian berupa data-data yang sudah terseleksi yang didapat dari proses analisis data atau pengkodean.

- c. Memaparkan hasil interpretasi data dengan mengaitkan serta membedah secara mendalam dengan kerangka teoritis yang telah ditentukan.

- Bab 5. Penutup

- a. Kesimpulan

- b. Saran

- Daftar Pustaka.