

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN *FRAMING* MEDIA DARING TERHADAP FDI DI PROYEK PEMBANGUNAN IKN

Bab ini menyajikan menyajikan analisis komparatif dan interpretasi mendalam terhadap temuan *framing* dari dua belas media daring yang telah dipaparkan secara rinci dalam Bab III. Jika Bab III menyajikan deskripsi mendalam tentang bagaimana masing-masing media secara individual membingkai *Foreign Direct Investment* (FDI) dalam proyek pembangunan Ibu Kota Nusantara (IKN), maka Bab IV melakukan sintesis lintas media untuk mengidentifikasi pola-pola dominan, menjelaskan variasi sistematis antar klaster, dan menginterpretasikan temuan tersebut melalui dua kerangka teoritis yang diintegrasikan yakni Teori Pembingkai Media dan Teori FDI.

Analisis komparatif ini penting karena mengungkap bahwa *framing* media tentang FDI di proyek pembangunan IKN bukanlah fenomena monolitik, melainkan medan pertarungan wacana di mana berbagai aktor media dengan kepentingan institusional, orientasi ideologis, dan demografi audiens yang berbeda berkompetisi untuk mendefinisikan pemahaman publik tentang viabilitas, desirabilitas, dan keberlanjutan investasi asing dalam proyek strategis nasional. Tidak ada narasi tunggal yang dominan secara absolut; yang ada adalah berbagai narasi bersaing yang hidup berdampingan dan mencerminkan pluralisme media daring sekaligus fragmentasi dalam wacana publik tentang megaprojek pembangunan IKN.

Pembahasan disusun dalam tiga sub-bab utama: (1) analisis komparatif *framing* IKN yang mengkaji bagaimana dua belas media membingkai proyek secara keseluruhan; (2) analisis komparatif *framing* FDI yang mengkaji bagaimana media membingkai peran investasi asing secara spesifik; dan (3) analisis implikasi temuan yang menghubungkan pola *framing* dengan variabel struktural media dan kerangka teoritis.

4.1 Framing IKN: Spektrum dari Suportif hingga Kritis

Analisis komparatif terhadap dua belas media daring mengungkap bahwa tidak ada konsensus dalam membingkai proyek pembangunan IKN, dengan spektrum yang sangat luas dari sangat suportif hingga sangat kritis. Berdasarkan hasil pengkodean 119 artikel, distribusi *framing* IKN menunjukkan polarisasi yang jelas: Antara News berada di ujung paling suportif dengan 80% *positive framing* dan 0% *negative framing*, sementara CNBC Indonesia berada di ujung paling kritis dengan 80% *negative framing* dan 0% *positive framing*. Di antara kedua kutub ini, sepuluh media lainnya terdistribusi dalam spektrum yang mencerminkan keberagaman orientasi editorial media daring Indonesia.

4.1.1 Klaster Suportif-Optimistik

Antara News, IDN Times, dan Kompas.com membentuk Klaster Suportif-Optimistik dengan *positive framing* yang mendominasi ($\geq 50\%$) dan *negative framing* yang sangat rendah ($< 30\%$). Ketiga media ini merepresentasikan dua logika berbeda yang menghasilkan hasil serupa.

Antara News dengan 80% *positive framing* dan 0% *negative framing* mendominasi *positive framing* karena mandat struktural sebagai kantor berita BUMN yang berfungsi sebagai penguat narasi pemerintah. Kritik terhadap proyek unggulan presiden akan bertentangan dengan fungsi institusionalnya sebagai suara yang bersifat *semi-official* (Herman & Chomsky 1988). Setiap perkembangan bermasalah seperti pengunduran diri pejabat Otorita IKN atau pemotongan anggaran besar-besaran tidak diberitakan atau di-*reframe* sebagai "tantangan yang sedang dikelola dengan baik". Ini bukan sekedar bias individual jurnalis Antara, melainkan konsekuensi sistemik dari posisi institusional media sebagai BUMN di bawah pengawasan pemerintah.

IDN Times dengan 50% *positive framing* dan hanya 10% *negative framing* mencapai dominasi *positive* bukan karena tekanan pemerintah, melainkan karena posisinya sebagai media generasi muda yang audiensnya millennial dan Gen-Z memiliki preferensi kuat untuk konten aspirasional dan optimis tentang masa depan Indonesia. Perbedaan generasional ini signifikan: generasi muda tanpa memori langsung tentang kegagalan megaprojek era Orde Baru cenderung lebih optimistik tentang kapasitas negara untuk merealisasikan visi ambisius (Mannheim 1952; Tapscott 2008). Format listikel IDN Times juga secara inheren menghasilkan *positive framing* memilih angka-angka yang konkret dan membangun narasi pencapaian yang mudah dikonsumsi oleh pembaca muda.

Kompas.com dengan 50% *positive framing* dan 20% *negative framing* menunjukkan posisi yang paling berimbang di dalam klaster ini. Sebagai media arus utama dari Kelompok Kompas Gramedia yang memiliki warisan jurnalisme yang

panjang, Kompas.com berupaya menjaga keseimbangan editorial dengan merayakan setiap pencapaian investasi asing tercermin dari diksi "akhirnya" dan "akhirnya resmi masuk" namun tetap melaporkan realitas yang bermasalah seperti "buntut pemotongan HAT, pemerintah dapat rapor merah" dan "ternyata investor asing yang resmi masuk baru satu". Proporsi *negative framing* sebesar 20% yang lebih tinggi dari Antara News (0%) mencerminkan komitmen Kompas.com terhadap independensi editorial yang tidak dimiliki media BUMN.

4.1.2 Klaster Seimbang-Pragmatis

The Jakarta Post, VoA Indonesia, Media Indonesia, Detik.com, dan Bisnis Indonesia membentuk Klaster Seimbang-Pragmatis di mana tidak ada satu *framing* yang mencapai $\geq 60\%$, dan distribusi positif-netral-negatif relatif merata. Media-media ini mencerminkan orientasi editorial yang mengutamakan pelaporan faktual di atas posisi normatif yang kuat.

Bisnis Indonesia dengan 50% *neutral framing* adalah media yang paling konsisten berimbang. Keseimbangan ini mencerminkan jurnalisme bisnis yang mendalam mengevaluasi setiap perkembangan murni berdasarkan merit ekonomis: ketika ada kemajuan substansial *groundbreaking* investasi terealisasi, media ini membingkai positif dengan data kuantitatif spesifik; ketika ada kegagalan (pembatalan investor, realisasi kosong), media ini membingkai negatif dengan analisis finansial yang ketat. Keseimbangan ini adalah rasionalitas berbasis pasar: media bisnis yang terlalu bias pro atau anti-pemerintah akan kehilangan kredibilitas di mata pembaca dengan literasi tinggi eksekutif, investor, pembuat kebijakan yang mampu memverifikasi klaim secara independen (Hamilton 2004).

Detik.com dengan distribusi 30%-30%-40% (positif-negatif-netral) menunjukkan keseimbangan khas media pasar massal. Sebagai portal berita terbesar di Indonesia berdasarkan jumlah pembaca, Detik.com harus menarik spektrum luas audiens dengan preferensi ideologis yang beragam terlalu optimistis akan mengasingkan pembaca yang skeptis, terlalu pesimistis akan mengasingkan pembaca yang optimistis. Model bisnis berbasis volume yang memaksimalkan jangkauan audiens lintas spektrum ideologis menciptakan insentif struktural untuk menjaga keseimbangan editorial (Hamilton 2004).

The Jakarta Post dengan distribusi 40%-20%-40% (positif-negatif-netral) menunjukkan pola yang paling menarik dalam klaster ini. Sebagai satu-satunya media berbahasa Inggris dalam corpus, The Jakarta Post menggunakan pendekatan editorial yang khas: (*scare quotes*) (tanda kutip editorial) yang halus sebagai penanda skeptisisme tanpa membuat klaim editorial langsung, penggunaan diksi ("*business gambling*") untuk mengkarakterisasi klaim pemerintah, dan pemilihan artikel analisis yang lebih berani dibanding media domestik. Temuan bahwa The Jakarta Post masuk klaster seimbang dan bukan kritis menunjukkan bahwa standar jurnalisme internasional yang dianutnya menghasilkan pemberitaan yang tidak se-kritis media investigatif domestik dalam membingkai proyek IKN. Ini relevan secara strategis karena The Jakarta Post adalah media yang paling mungkin dibaca oleh investor asing, diplomat, dan pemangku kepentingan internasional.

VoA Indonesia dengan distribusi 40%-20%-40% mencerminkan standar jurnalisme internasional yang mengutamakan verifikasi dan keseimbangan sumber. Yang membedakan VoA dari media lain dalam klaster ini adalah kesediaannya

mengutip analisis asing dan independen seperti Kevin O'Rourke dan Yanuar Nugroho dalam artikel tentang dampak mundurnya pejabat OIKN perspektif yang sangat jarang muncul di media domestik. Penggunaan diksi jarak editorial ("klaim masih banyak investor lain", "ketika Jokowi promosi IKN") menunjukkan VoA mempertahankan posisi sebagai pengamat eksternal yang tidak terikat kepentingan domestik.

Media Indonesia dengan distribusi 44%-33%-22% adalah kasus yang paling menarik dalam kluster ini. Meskipun pemiliknya (Surya Paloh) adalah tokoh politik dalam koalisi pemerintah, Media Indonesia tetap memproduksi artikel *berframing* negatif yang sangat kuat termasuk editorial "Pepesan Kosong Investasi Asing IKN" dan laporan ICW tentang kekhawatiran korupsi dana IKN. Ini menantang asumsi simplistik bahwa kepemilikan politik secara otomatis menentukan konten editorial (McQuail 2010). Penjelasan yang lebih tepat adalah bahwa Media Indonesia mengoperasikan model pemisahan yang jelas antara kepentingan politik pemilik dan tanggung jawab editorial redaksi, atau bahwa kritik terhadap proyek IKN tidak dianggap bertentangan dengan kepentingan Partai NasDem sebagai oposisi parsial.

4.1.3 Kluster Kritis-Sketis

CNN Indonesia, Kumparan, Tempo.co, dan CNBC Indonesia membentuk Kluster Kritis-Skeptis dengan *negative framing* yang mendominasi ($\geq 50\%$) dan *positive framing* yang sangat rendah ($< 25\%$). Keempat media ini menjalankan fungsi kritis dengan karakter yang berbeda namun menghasilkan pola *framing* yang konsisten.

CNBC Indonesia dengan 80% *negative framing* adalah yang paling ekstrem dalam seluruh corpus. Sebagai media bisnis-finansial, CNBC Indonesia menggunakan lensa pasar yang memiliki toleransi nol terhadap inefisiensi ekonomi. Kosakata yang digunakan mencerminkan standar ketat jurnalisme bisnis: "terancam mangkrak", "investasi nihil", "APBN menipis", "belum laku", "biang kerok" register bahasa yang mencerminkan evaluasi pasar yang blak-blakan tanpa pelunakan diplomatis (Schudson 2003). CNBC Indonesia tidak membingkai kegagalan menarik FDI sebagai masalah komunikasi yang dapat diselesaikan dengan strategi pemasaran lebih baik, melainkan sebagai masalah fundamental kelayakan investasi yang membutuhkan reformasi struktural.

Kumparan dengan 70% *negative framing* merupakan media dengan kritik yang paling konseptual-eksistensial. Artikel-artikel seperti "IKN di Ujung Tanduk", "Mengapa Perusahaan Asing Lebih Memilih Berinvestasi di Negara Tetangga?", dan eksposé inkonsistensi pernyataan menteri ("Bahlil Akui Belum Ada Investasi Asing di IKN, Dulu Sebut Sudah Rp 50 Triliun") menunjukkan tradisi jurnalisme akuntabilitas yang kuat. Kumparan tidak hanya mendokumentasikan kegagalan eksekusi, tetapi mempertanyakan premis dasar model pendanaan IKN: apakah realistis mengharapkan 80% pendanaan dari swasta dan FDI untuk proyek yang secara fundamental adalah infrastruktur pemerintahan? (Waisbord 2000).

Tempo.co dengan 60% *negative framing* dan nol artikel *berframing* positif menunjukkan posisi editorial yang paling konsisten kritis dalam corpus. Sebagai media investigatif dengan tradisi jurnalisme kritis sejak era 1970-an, Tempo.co memiliki warisan budaya redaksi yang tidak berkompromi dengan narasi

pemerintah. Bahkan ketika melaporkan peristiwa yang secara faktual positif *groundbreaking* investor China, Tempo mempertahankan jarak editorial menggunakan "sebut IKN menarik" alih-alih mengafirmasi klaim presiden secara langsung. Artikel "Momentum Menyetop Proyek IKN" adalah contoh paling eksplisit: Tempo secara editorial menyarankan penghentian proyek, posisi yang tidak akan ditemukan di satu pun media lain dalam corpus.

CNN Indonesia dengan 50% *negative framing* adalah media yang paling moderat dalam kluster kritis. Berbeda dari Tempo dan Kumparan yang membangun narasi kritis yang berkelanjutan, CNN Indonesia lebih reaktif: berita-berita negatif yang dominan muncul sebagai respons terhadap pengakuan pejabat sendiri ("Jokowi soal Investasi Asing di IKN: Sampai Saat Ini Belum Ada"). CNN Indonesia memanfaatkan strategi *framing* yang cerdas: membiarkan pejabat mengakui kegagalan mereka sendiri, sehingga media tidak perlu membuat klaim kritis secara langsung cukup memilih kutipan mana yang dijadikan judul.

Variasi dramatis dalam *framing* IKN dari 0% hingga 80% *negative framing* dapat dijelaskan secara sistematis melalui variabel struktural yang membentuk perilaku media, mengkonfirmasi proposisi sentral dalam ekonomi politik media bahwa konten adalah *outcome* dari kondisi material produksi media, bukan sekadar pilihan profesional atau preferensi individual jurnalis (Mosco 2009). Kepemilikan media adalah prediktor terkuat: media BUMN (Antara) sangat suportif karena mandat institusional; media swasta komersial besar (Kompas, Detik) menunjukkan posisi moderat karena harus menyeimbangkan berbagai pemangku kepentingan; media alternatif independen (Kumparan) paling kritis

karena kebebasan dari kendala struktural. Model bisnis juga membentuk *framing* melalui ekspektasi audiens: media bisnis (CNBC, Bisnis Indonesia) menuntut standar kritis tinggi karena sofistikasi audiens; media anak muda (IDN Times) menekankan optimisme karena konten aspirasional selaras dengan preferensi audiens muda.

4.2 Framing FDI: Opportunity, Realization dan Sovereignty

Analisis komparatif terhadap variabel *Framing* FDI mengungkap pola yang berbeda dari variabel IKN. Jika variasi *framing* IKN didorong terutama oleh orientasi editorial media terhadap pemerintah, variasi *framing* FDI lebih dipengaruhi oleh substansi pemberitaan tentang investasi asing itu sendiri apakah yang diberitakan adalah potensi yang belum terealisasi, realisasi aktual yang terbatas, atau isu kontrol negara. Dari empat kategori *framing* FDI yang dianalisis (*opportunity*), (*dependency*), (*realization*), (*sovereignty*) dan (*realization*) mendominasi di delapan dari dua belas media, sementara *opportunity framing* mendominasi hanya di tiga media (Antara, IDN Times, The Jakarta Post). *Dependency framing* dan *sovereignty framing* muncul sebagai kategori minor namun dengan distribusi yang bermakna secara analitis.

4.2.1 Dominasi Realization Framing

Realization framing yang membingkai kesenjangan antara komitmen dan realisasi investasi asing mendominasi di delapan dari dua belas media dengan proporsi yang sangat bervariasi: dari 90% pada Tempo.co hingga 40% pada The Jakarta Post dan IDN Times. Dominasi *realization framing* di mayoritas media

mencerminkan fakta empiris yang tidak dapat disangkal: hingga akhir periode analisis, hanya satu investor asing (Ayedh Dejem Group dari Dubai) yang melakukan FDI langsung murni tanpa struktur *joint venture*. Fakta ini membuat *realization framing* hampir tak terhindarkan bagi media yang mengutamakan akurasi faktual.

Tempo.co menunjukkan *realization framing* tertinggi (90%) karena secara konsisten memfokuskan pemberitaan pada dokumentasi kesenjangan antara janji dan fakta. Artikel-artikel seperti "Belum Ada Investor Asing Masuk IKN, Jokowi Dulu Sebut Ada Ratusan Investor yang Antre" dan "Analisis Desak IKN Dikaji Ulang Setelah Sepi Investor Asing" menggunakan *realization framing* sebagai alat akuntabilitas mengkontraskan klaim historis pemerintah dengan kondisi faktual saat ini. CNBC Indonesia (70%) dan CNN Indonesia (70%) juga menggunakan *realization framing* dengan intensitas tinggi, namun dengan register yang berbeda: CNBC menggunakan kosakata pasar ("nihil", "kosong", "terancam mangkrak"), sementara CNN menggunakan atribusi pengakuan pejabat sebagai sumber utama.

Bisnis Indonesia (70%) menunjukkan proporsi *realization framing* yang tinggi meskipun profil medianya relatif berimbang. Ini konsisten dengan tradisi jurnalisme bisnis yang mengutamakan data konkret atas narasi aspirasional: ketika realisasi FDI yang terdokumentasi hanya Rp 1,5 triliun dari Rusia (per Desember 2024) dan satu investor dari Dubai, Bisnis Indonesia melaporkan angka tersebut apa adanya sebagai *realization framing* tanpa menambahkan spin positif atau negatif yang berlebihan. Kemampuan Bisnis Indonesia untuk menggunakan *realization framing* yang tinggi (70%) sekaligus mempertahankan distribusi IKN

yang relatif berimbang (20%-30%-50%) menunjukkan bahwa *realization framing* tidak selalu berkonotasi negatif ia bisa bersifat netral-faktual, melaporkan "seberapa jauh" realisasi sudah berjalan, bukan hanya menyoroti "betapa jauhnya gap dari target".

4.2.2 *Opportunity Framing* dan Konteks Audiensnya

Opportunity framing mendominasi hanya di tiga media: The Jakarta Post (50%), Antara News (40%), dan IDN Times (40%). Distribusi ini mengungkap pola yang sangat bermakna: ketiga media yang paling banyak menggunakan *opportunity framing* adalah media yang audiensnya paling jauh dari wacana domestik yang skeptis pembaca asing/internasional (The Jakarta Post), pembaca muda yang optimistis (IDN Times), dan penerima resmi komunikasi pemerintah (Antara News).

Temuan bahwa The Jakarta Post memiliki proporsi *opportunity framing* tertinggi (50%) adalah yang paling signifikan secara kebijakan. Dalam perspektif (*two-level games*) (Putnam 1988), ini berarti bahwa investor asing yang mengakses informasi tentang IKN melalui media berbahasa Inggris akan terpapar pada narasi yang jauh lebih kondusif dibanding pembaca domestik. Kesenjangan narasi antara media berbahasa Inggris dan media berbahasa Indonesia ini menciptakan situasi di mana persepsi risiko investor asing berpotensi lebih rendah dari persepsi risiko publik domestik yang dapat menjelaskan mengapa investor asing yang sesekali berkunjung atau mengikuti perkembangan melalui media internasional cenderung

lebih optimistis dibanding ekonom domestik yang mengikuti pemberitaan media berbahasa Indonesia yang lebih kritis.

Antara News (40%) menggunakan *opportunity framing* sebagai bagian dari misi komunikasi pemerintah: setiap kunjungan diplomatik, setiap *letter of intent* setiap pernyataan minat investor dikemas sebagai peluang yang sedang menuju realisasi. IDN Times (40%) menggunakan *opportunity framing* sebagai respons terhadap preferensi audiens muda yang lebih tertarik pada narasi "apa yang bisa terjadi" daripada "mengapa ini belum terjadi". Format listikel IDN Times "4 Investor Asing Siap Masuk ke IKN", "3 Investor Asing Ikut Bangun 90 Hunian" secara inheren membangun *opportunity framing* melalui presentasi angka dan rencana yang konkret.

4.2.3 Dependency dan Sovereignty Framing sebagai Narasi Minor

Dependency framing muncul hanya pada 5 dari 119 artikel (sekitar 4%), namun distribusinya yang terkonsentrasi pada Kumparan (20%) dan Detik.com (10%) memiliki makna analitis. Kemunculan *dependency framing* menunjukkan bahwa ada sebagian kecil pemberitaan yang beranjak dari pelaporan fakta investasi menuju refleksi struktural tentang implikasi ketergantungan pada modal asing. Kumparan dengan artikel "IKN di Ujung Tanduk: Ancaman Mangkrak di Tengah Pendanaan" dan "Mengapa Perusahaan Asing Lebih Memilih Berinvestasi di Negara Tetangga?" menggunakan *dependency framing* untuk mempertanyakan model pendanaan IKN secara fundamental: bukan hanya seberapa besar FDI yang

masuk, tetapi apakah model ketergantungan pada modal asing untuk proyek strategis nasional adalah pilihan yang tepat secara struktural.

Sovereignty framing (30%) menunjukkan distribusi yang menarik: Antara News memiliki proporsi tertinggi (30%), diikuti Detik.com (20%) dan IDN Times (20%). Ini adalah temuan yang kontra-intuitif media yang paling pro-pemerintah justru yang paling banyak menggunakan *sovereignty framing*. Penjelasannya adalah bahwa *sovereignty framing* Antara News bersifat positif: membingkai negara sebagai agensi yang kuat dan berdaulat yang aktif mengelola dan menjamin arus FDI ("OIKN: Jaminan Keberlanjutan IKN Berikan Kepastian kepada Investor", "Optimalisasi Upaya Pemerintah Menarik Investor Asing ke IKN"). Ini berbeda dari *sovereignty framing* yang defensif atau proteksionis. Di sisi lain, kemunculan *sovereignty framing* pada Kumparan (10%) dan CNN Indonesia (10%) cenderung lebih kritis: membingkai kebijakan "rem investor asing" sebagai upaya negara mengendalikan modal asing yang potensial mereduksi investasi yang sebenarnya dibutuhkan.

4.3 Framing Sebagai Contested Terrain

Penelitian ini ditegaskan bahwa temuan tentang dominasi *positive framing* pada suatu media tidak dapat disamakan dengan keberhasilan kebijakan investasi yang sesungguhnya, demikian pula dominasi *negative framing* tidak secara otomatis berarti proyek pembangunan IKN gagal menarik investasi. Kedua hal ini berada pada level analisis yang berbeda: *framing* media adalah konstruksi naratif tentang suatu peristiwa, sementara realisasi investasi adalah fakta ekonomi yang

dapat diverifikasi secara independen melalui data resmi (Entman 1993). Sebagai ilustrasi, Antara News mencatatkan 80 persen artikel berframing positif terhadap IKN, namun realisasi FDI murni yang berhasil diidentifikasi dalam corpus penelitian ini tetap hanya satu investor (Ayedh Dejem Group) - menunjukkan bahwa intensitas *framing* positif tidak berkorelasi langsung dengan besaran realisasi investasi yang sesungguhnya terjadi.

Sebaliknya, CNBC Indonesia yang mendominasi *negative framing* (80%) tetap melaporkan adanya perkembangan investasi yang konkret, seperti dua investor asing yang melakukan *groundbreaking* pada September 2024. Hubungan antara *framing* media dan realitas kebijakan bersifat tidak langsung dan dimediasi oleh banyak faktor lain di luar cakupan penelitian ini, termasuk kepentingan institusional media, ketersediaan sumber informasi, dan konteks politik saat artikel ditulis (Shoemaker dan Reese 2014).

Oleh karena itu, pembahasan dalam penelitian ini secara konsisten menjaga jarak analitis: temuan tentang pola *framing* disajikan sebagai gambaran tentang konstruksi wacana media, bukan sebagai evaluasi terhadap keberhasilan atau kegagalan kebijakan investasi pemerintah. Secara keseluruhan, temuan penelitian ini mengungkap bahwa framing media daring tentang FDI di proyek pembangunan IKN merupakan (*contested terrain*) medan pertarungan wacana di mana tidak ada satu narasi yang berhasil mendominasi secara absolut. Keberagaman framing ini memiliki implikasi penting bagi OIKN dan pemerintah dalam merancang strategi komunikasi.

Pertama, keberadaan Klaster Suportif-Optimistik (Antara, IDN Times, Kompas) dan Klaster Seimbang-Pragmatis (The Jakarta Post, VoA, Detik, Bisnis) menunjukkan bahwa ada segmen media yang berpotensi menjadi mitra komunikasi strategis bukan dalam arti "mengontrol" pemberitaan, melainkan dalam arti menyediakan informasi yang akurat dan terverifikasi yang dapat diolah media menjadi narasi yang lebih berimbang. Khususnya The Jakarta Post, sebagai media yang paling mungkin dibaca oleh investor asing dengan *opportunity framing* FDI tertinggi (50%), dapat menjadi kanal komunikasi yang efektif untuk menjangkau audiens internasional.

Kedua, keberadaan Klaster Kritis-Skeptis yang kuat (CNBC, Kumparan, Tempo, CNN) menunjukkan bahwa kritik media terhadap proyek pembangunan IKN bukan sekadar "sentimen negatif" yang dapat diredam dengan strategi *public relations* melainkan cerminan dari masalah struktural nyata: absennya FDI murni (hanya satu investor), pemotongan anggaran besar, dan inkonsistensi kebijakan. Rekomendasi yang paling substantif bukan untuk "memperbaiki narasi media" tetapi untuk memperbaiki substansi yang menjadi dasar narasi transparansi data realisasi FDI, konsistensi kebijakan lintas pemerintahan, dan kejelasan regulasi jangka panjang.

Ketiga, temuan tentang kesenjangan narasi antara media berbahasa Inggris (lebih optimistis) dan media berbahasa Indonesia (lebih beragam dan kritis) memiliki implikasi strategis bagi OIKN dalam mengelola komunikasi dengan audiens yang berbeda. Investor asing dan publik domestik tidak terpapar pada narasi yang sama yang berarti persepsi risiko dan peluang yang terbentuk dapat

berbeda secara signifikan. Strategi komunikasi yang efektif perlu mempertimbangkan segmentasi audiens ini secara eksplisit.

Secara keseluruhan, kecenderungan media-media daring melihat FDI di proyek pembangunan IKN sebagai peluang sekaligus tantangan realisasi mengakui bahwa investasi asing adalah kebutuhan pragmatis untuk menutup kesenjangan pendanaan, namun secara bersamaan mendokumentasikan dengan sangat rinci betapa jauh jarak antara komitmen dan fakta lapangan mencerminkan fungsi *watchdog* dan fungsi informasi media yang berjalan secara bersamaan. Lanskap media yang terfragmentasi ini, meskipun menciptakan wacana publik yang kompleks dan tidak seragam, juga menyediakan keragaman perspektif yang esensial dalam masyarakat demokratis, di mana pemerintah tidak dapat sepenuhnya mengontrol narasi ketika lanskap media cukup beragam dan independen tetap berperan aktif (McQuail 2010).