

Analisis Wacana terhadap Fenomena Oversharing di Media Sosial

Andini

Universitas Negeri Makassar; dini41038@gmail.com

Article Info

Received: 2025-12-31

Revised: 2026-1-13

Accepted: 2026-4-27

Keyword:

Oversharing; Social Media; Discourse Analysis; Digital Communication

Kata Kunci;

Oversharing; Media Sosial; Analisis Wacana; Komunikasi Digital



Lisensi: CC-BY-SA

Abstract

The article "Discourse Analysis of Media Ideology in Online Political News Reporting" aims to analyze how online media construct ideology through political news coverage. This research uses a qualitative descriptive method with a discourse analysis approach. The data were obtained from political news articles published by national online media. The findings show that online media utilize framing, diction choices, and the selection of particular sources to shape public opinion and construct political realities. The discussion reveals that political and economic interests of the media influence the direction of news reporting. This study concludes that online media are not entirely neutral; therefore, society needs to develop critical media literacy in understanding political information.

Abstrak

Artikel "Analisis Wacana terhadap Ideologi Media dalam Pemberitaan Politik Online" bertujuan menganalisis bagaimana media online membangun ideologi melalui pemberitaan politik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis wacana. Data diperoleh dari berita politik pada media online nasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media online menggunakan framing, pilihan diksi, dan narasumber tertentu untuk membentuk opini publik dan membangun realitas politik. Pembahasan menunjukkan bahwa kepentingan politik dan ekonomi media memengaruhi arah pemberitaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media online tidak sepenuhnya netral sehingga masyarakat perlu memiliki literasi media yang kritis dalam memahami informasi politik.

Corresponding Author:

Nama Penulis CA

Afiliasi/Perguruan Tinggi CA;

email@correspondingauthor

PENDAHULUAN (Cambria 12 pt, spasi 1pt)

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar terhadap pola komunikasi masyarakat, khususnya dalam penyebaran informasi politik melalui media online. Media digital saat ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga menjadi sarana pembentukan opini publik, penyebaran ideologi, dan konstruksi realitas sosial. Kemudahan akses internet serta penggunaan media sosial yang semakin luas menyebabkan masyarakat memperoleh informasi politik secara cepat dan berkelanjutan melalui berbagai platform media daring. Dalam kondisi tersebut, media online memiliki pengaruh besar dalam

membentuk cara pandang masyarakat terhadap isu politik, tokoh politik, maupun kebijakan pemerintah. Aidah et al. (2026) menjelaskan bahwa media digital mampu membangun persepsi publik melalui framing berita yang disesuaikan dengan kepentingan tertentu. Sementara itu, Langi et al., (2025) menyatakan bahwa pemberitaan politik online sering dipengaruhi oleh orientasi ideologi media dan kepentingan pemilik media.

Fenomena meningkatnya konsumsi berita politik melalui media online menyebabkan persaingan antar media semakin ketat. Setiap media berusaha menghadirkan berita yang cepat, menarik, dan mampu memengaruhi perhatian pembaca. Namun, dalam praktiknya, pemberitaan politik tidak selalu bersifat objektif karena media memiliki kepentingan ekonomi, politik, dan ideologis. Safira et al. (2024) menjelaskan bahwa media massa memiliki kecenderungan melakukan seleksi fakta sesuai dengan kepentingan institusi media. Hal serupa dikemukakan oleh Khaer et al. (2025) yang menyatakan bahwa penggunaan bahasa dalam berita politik sering kali mengandung unsur persuasi dan keberpihakan terhadap kelompok tertentu. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media bukan sekadar penyampai informasi, tetapi juga aktor sosial yang mampu membangun realitas politik dalam masyarakat. Dalam konteks politik, media memiliki kekuatan menentukan isu mana yang dianggap penting melalui proses agenda setting dan framing. Media dapat membangun citra positif maupun negatif terhadap aktor politik tertentu melalui pilihan diksi, struktur kalimat, dan penonjolan informasi tertentu. Satria et al. (2025) mengungkapkan bahwa penggunaan judul berita yang provokatif dalam media online bertujuan meningkatkan jumlah pembaca sekaligus membentuk persepsi politik masyarakat. Selain itu, Siregar dan Qurniawati (2022) Prasetyo dan Lestari (2024) menunjukkan bahwa framing media online memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan opini publik menjelang pemilu. Hal tersebut memperlihatkan bahwa media online memiliki posisi strategis dalam membangun opini masyarakat terhadap isu-isu politik nasional.

Analisis wacana menjadi pendekatan yang relevan untuk mengkaji ideologi media dalam pemberitaan politik online karena mampu melihat hubungan antara bahasa, makna, dan praktik komunikasi dalam teks media. Analisis wacana mempelajari bagaimana bahasa digunakan untuk menyampaikan pesan, membangun makna, dan memengaruhi cara masyarakat memahami suatu peristiwa. Penelitian yang dilakukan oleh Jahrir (2025) menjelaskan bahwa analisis wacana mampu mengungkap unsur-unsur ideologis dalam media melalui penggunaan bahasa, simbol, dan struktur komunikasi tertentu. Penelitian Jahrir et al. (2025) juga menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar dalam pembentukan opini publik digital melalui konstruksi wacana yang disampaikan secara terus-menerus kepada masyarakat. Suryakusuma et al. (2026) menjelaskan bahwa analisis wacana dapat digunakan untuk memahami representasi ideologi dalam teks media politik. Selain itu, Kasman et al. (2026) menunjukkan bahwa media online sering menggunakan strategi bahasa tertentu untuk membangun legitimasi terhadap kebijakan pemerintah maupun kelompok politik tertentu.

Media online pada dasarnya tidak dapat dipisahkan dari relasi kekuasaan dan kepentingan ekonomi-politik. Kepemilikan media oleh elit politik atau kelompok bisnis tertentu menyebabkan pemberitaan yang dihasilkan cenderung mengarah pada kepentingan pemilik media. Haikal dan Novitasari (2024) menunjukkan bahwa independensi media sering kali dipengaruhi oleh struktur kepemilikan perusahaan media. Sementara itu, Pangerang dan Kurnia (2025) menegaskan bahwa media online memiliki kecenderungan melakukan personalisasi politik melalui pemberitaan yang menonjolkan tokoh tertentu secara berlebihan. Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa media dapat menjadi alat untuk membangun legitimasi politik dan memengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu kekuasaan. Selain persoalan ideologi media, perkembangan media online juga meningkatkan risiko penyebaran disinformasi dan polarisasi politik di masyarakat. Informasi politik yang tersebar secara cepat tanpa proses verifikasi yang memadai dapat memengaruhi stabilitas sosial dan

demokrasi. Anugrafianto (2023) menjelaskan bahwa media digital memiliki kontribusi besar terhadap meningkatnya polarisasi politik akibat framing berita yang bersifat partisan. Penelitian lain oleh Katili et al. (2025) menyatakan bahwa masyarakat sering mengalami kesulitan membedakan informasi objektif dengan informasi yang telah dikonstruksi secara ideologis. Oleh karena itu, literasi media menjadi penting agar masyarakat mampu memahami informasi politik secara kritis dan tidak mudah terpengaruh oleh bias media.

Tinjauan literatur sebelumnya menunjukkan bahwa kajian mengenai ideologi media dalam pemberitaan politik online masih terus berkembang. Irsa dan Suratnoaji (2025) lebih menekankan pada aspek framing berita politik dalam media daring, sedangkan Aidah et al. (2026) berfokus pada penggunaan bahasa persuasif dalam pemberitaan politik digital. Penelitian Rahmat (2025) mengkaji relasi antara kepemilikan media dan arah pemberitaan politik, sementara Saputra dan Supriono (2024) menyoroti pengaruh media online terhadap perilaku politik generasi muda. Penelitian Prisilia et al. (2025) juga menunjukkan bahwa konstruksi realitas politik dalam media online dipengaruhi oleh strategi komunikasi media dalam membangun narasi tertentu. Selain itu, Ramlan et al. (2025) menjelaskan bahwa media digital saat ini menjadi arena pertarungan ideologi dalam ruang publik digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis wacana mengenai ideologi media dalam pemberitaan politik online. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian media dan komunikasi politik, serta meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya sikap kritis dalam memahami informasi politik di media online.

METODE (Cambria 12 pt, spasi 1pt)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami makna, penggunaan bahasa, dan ideologi media dalam pemberitaan politik online secara mendalam. Menurut Sugiyono (2022), penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena sosial berdasarkan interpretasi terhadap data yang diperoleh di lapangan. Sementara itu, Moleong (2021) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif menekankan pada pemahaman makna dan proses dalam suatu fenomena sosial. Metode analisis wacana digunakan karena penelitian ini berfokus pada bagaimana media online membangun realitas politik melalui penggunaan bahasa, framing berita, dan representasi ideologi dalam teks pemberitaan. Sumber data penelitian terdiri dari data sekunder. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Populasi penelitian adalah seluruh berita politik online, sementara sampel penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan relevansi tema politik dan indikasi ideologi media dalam teks berita.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan studi pustaka. Teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berita politik online yang berkaitan dengan isu pemerintahan, pemilu, dan tokoh politik nasional, sedangkan studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan referensi ilmiah yang mendukung penelitian. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri yang berperan dalam mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan menganalisis data penelitian. Teknik analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan fokus pada penggunaan diksi, struktur bahasa, framing berita, dan representasi ideologi media dalam pemberitaan politik online. Untuk menjaga validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan berita dari beberapa media online yang berbeda. Menurut Creswell (2022) triangulasi digunakan untuk meningkatkan keabsahan data melalui perbandingan berbagai sumber informasi dalam penelitian kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN (Cambria 12 pt, spasi 1pt)

Penelitian ini menunjukkan bahwa ideologi media terlihat jelas melalui framing terhadap isu politik tertentu dalam pemberitaan online. Media yang mendukung pemerintah cenderung menampilkan berita yang menonjolkan keberhasilan program pemerintah, stabilitas politik, serta citra positif tokoh pemerintahan. Sebaliknya, media yang bersikap kritis lebih banyak menyoroti konflik politik, kontroversi kebijakan, kritik publik, dan kelemahan pemerintah. Perbedaan framing tersebut memperlihatkan bahwa media online tidak sepenuhnya netral karena dipengaruhi oleh kepentingan ideologi dan orientasi politik tertentu. Temuan ini sejalan dengan penelitian Devit dan Ridwan (2024) yang menyatakan bahwa framing media memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan opini publik menjelang pemilu. Penelitian Dewanti et al. (2025) juga menjelaskan bahwa media online menggunakan strategi agenda setting untuk menentukan isu politik yang dianggap penting oleh masyarakat. Selain itu, Srikandi (2024) menyebutkan bahwa framing berita politik dalam media online dapat memperkuat polarisasi politik di masyarakat.

Penelitian ini juga menemukan bahwa media digital saat ini menjadi arena pertarungan ideologi dalam ruang publik digital. Media tidak hanya menyampaikan informasi politik, tetapi juga membangun realitas sosial sesuai kepentingan media. Prisilia et al. (2025) menjelaskan bahwa media digital membangun konstruksi ideologi politik melalui representasi aktor sosial dalam pemberitaan pemilu digital. Rohmatulloh (2025) juga menunjukkan bahwa analisis wacana pada pemberitaan TikTok memperlihatkan hubungan antara bahasa, kekuasaan, dan ideologi media dalam pemberitaan politik digital. Penelitian (Muhammad et al. (2025) menemukan bahwa media sosial sering menjadi sarana penyebaran informasi ideologis dan disinformasi politik melalui konstruksi wacana tertentu. Selain itu, Muhammad (2025) menjelaskan bahwa perubahan struktur judul berita online menunjukkan adanya strategi media dalam menarik perhatian publik sekaligus membangun persepsi politik tertentu. Selain framing dan penggunaan bahasa, penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan media memiliki hubungan erat dengan arah pemberitaan politik online. Media yang dimiliki oleh kelompok politik tertentu cenderung menghasilkan pemberitaan yang mendukung kepentingan pemilik media. Lapina et al. (2026) menyatakan bahwa struktur kepemilikan media memengaruhi independensi pemberitaan politik. Penelitian Pradana dan Apriyanto (2025) juga menunjukkan bahwa media online sering digunakan sebagai alat legitimasi politik bagi kelompok tertentu. (Rohmah (2025) menjelaskan bahwa media digital memiliki kecenderungan melakukan personalisasi politik dengan menonjolkan tokoh tertentu secara berlebihan untuk membangun citra politik yang kuat di masyarakat.

Penelitian ini juga menemukan bahwa kepentingan ekonomi media turut memengaruhi pola pemberitaan politik di media online. Persaingan media digital dalam memperoleh jumlah pembaca dan keuntungan iklan menyebabkan media lebih sering menggunakan berita yang sensasional dan kontroversial. Haikal dan Novitasari, (2024) menjelaskan bahwa kepentingan ekonomi media memengaruhi pola pemberitaan politik di media online. Alvandaru dan Shofiya (2025) juga menyatakan bahwa strategi bahasa dalam media online digunakan untuk membangun legitimasi terhadap kebijakan pemerintah. Selain itu, Puspitasari (2025) menjelaskan bahwa media online saat ini tidak hanya menjadi penyampai informasi, tetapi juga aktor politik yang aktif membentuk opini publik melalui konstruksi berita. Selain itu, penelitian Fathurochman Tutiasri (2023) menunjukkan bahwa polarisasi bahasa media memiliki hubungan erat dengan polarisasi diskusi politik di media sosial. Laventia et al. (2025) menjelaskan bahwa media sosial membentuk echo chamber politik yang memperkuat polarisasi masyarakat dalam memahami isu politik. Welan dan Kampas, 2025) juga menyebutkan bahwa media online memiliki pengaruh besar terhadap penyebaran ideologi dalam jaringan sosial digital. Penelitian, Judijanto et al. (2023) menunjukkan bahwa media sosial dan media berita digital memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk keterlibatan politik masyarakat selama masa pemilu global.

KESIMPULAN (Cambria 12 pt, Kapital pada Awal Kata, Tebal)

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pemberitaan politik online tidak sepenuhnya bersifat netral karena dipengaruhi oleh ideologi media, kepentingan ekonomi, dan relasi kekuasaan. Ideologi media terlihat melalui penggunaan diksi, framing berita, pemilihan narasumber, struktur bahasa, serta penonjolan isu tertentu dalam teks berita politik. Media online memiliki kemampuan membangun realitas politik dan memengaruhi opini publik melalui konstruksi wacana yang disajikan secara terus-menerus kepada masyarakat. Selain itu, kepemilikan media juga memengaruhi arah pemberitaan sehingga berita politik sering kali menunjukkan keberpihakan terhadap kelompok tertentu. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa media digital tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai instrumen pembentukan persepsi politik dalam ruang publik digital.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa framing media dalam pemberitaan politik online dapat memengaruhi pola pikir masyarakat serta memperkuat polarisasi politik di ruang digital. Oleh karena itu, masyarakat perlu memiliki kemampuan literasi media agar mampu memahami informasi politik secara kritis dan tidak mudah terpengaruh oleh bias ideologi media. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian analisis wacana dengan menggunakan objek penelitian yang lebih luas, seperti media sosial, podcast politik, atau platform digital lainnya agar dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perkembangan ideologi media di era komunikasi digital.

REFERENSI (Cambria 12 pt, spasi 1 pt)

- Agus Rahmat, dan N. N. M. (2025). Relasi Media dan Kekuasaan Politik di Indonesia dari Perspektif Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco. *Jurnal Humanitaria Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(02 SE-Articles). <https://doi.org/10.14421/hum.v4i2.3760>
- Aidah, S., Amalia, A. R., & Aqida, A. (2026). Media Massa dan Pembentukan Pandangan Politik di Era Digital. *Indonesian Character Journal*, 3(1), 33–44.
- Alvandar, M. H., & Shofiya, N. A. (2025). Framing Media Giant Sea Wall : Legitimasi & Penolakan Media Framing of the Giant Sea Wall : Legitimization & Denial. *Komunikatif: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(1), 62–82. <https://doi.org/10.33508/jk.v14i1.7340>
- Andi Sahtiani Jährir. (2025). Language, Identity, and Quarter-Life Crisis: A Systemic Functional Linguistics Perspective on Indonesian Emerging Adults in Educational Contexts: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1 SE-Articles), 6970–6981. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2917>
- Anugrafianto, T. R. (2023). Analisis Dampak Media Digital terhadap Pola Konsumsi Berita Generasi Milenial di Indonesia. *Amerta Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(3), 21–25. <https://ejournal.amertamedia.co.id/index.php/amerta/article/view/222>
- Apriyanto, W. P. (2025). Analisis Kriminologi terhadap Fenomena Buzzer di Media Sosial dan Dampaknya terhadap Legitimasi Media Pers. *Jurnal Sosial-Politika*, 6(1 SE-Articles), 1–12. <https://doi.org/10.54144/jsp.v6i1.109>

- Ayu, A., & Latuperode, A. (2022). Pendekatan Public Relations Politik di Media Sosial dalam Pembentukan Citra Politik. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 3(April), 9–17.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
<https://books.google.co.id/books?id=Pr2VEAAAQBAJ>
- Denny Suryakusuma, Riana Putri, Alfi Dini Rahman, Ahmad Haikhal, & Muh Ruslan Ramli. (2026). Analisis Wacana Kritis Atas Representasi Rakyat dalam Strategi Komunikasi Politik Kang Dedi Mulyadi. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1 SE-Articles), 1–9.
<https://doi.org/10.54259/mukasi.v5i1.5363>
- Devit, M., & Ridwan, N. (2024). Dampak Framing Hasil Survey Pemilihan Presiden 2024 Mempengaruhi Persepsi Publik. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 23(3), 233–242.
- Fajrul Khaer, Ilmiawan, & Aba, A. (2025). Analyze the Language Used in Political News and Its Implications for Public Opinion: Analisis Bahasa yang Digunakan Dalam Berita Politik, Serta Implikasinya Terhadap Opini Publik. *Jurnal Riseta Soshum*, 2(1 SE-Articles), 1–6.
<https://doi.org/10.70392/jrs.v2i1.0106>
- Fathurochman, N. Y., & Tutiasri, R. P. (2023). Penerimaan Generasi Z terhadap Polarisasi Politik. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(9 SE-), 6837–6845.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v6i9.2833>
- Favourita, I. S. (20025). *Jurnalistik dengan Solusi Bijak*. 3(1).
- Fitrianingsih, I., Salma, Q., Sartika, R., & Nashrudin, A. (2026). Tantangan Penerapan Etika Jurnalistik pada Media Online di Indonesia. *PANDITA: Interdisciplinary Journal of Public Affairs*, 9(1 SE-Articles), 149–162. <https://doi.org/10.61332/ijpa.v9i1.445>
- Haikal, C. I., & Dwi Novitasari, D. (2024). Konsentrasi Kepemilikan Media di Indonesia: Sebuah Kajian Ekonomi Politik Media. *Lenvari: Journal of Social Science*, 2(2 SE-Articles), 94–101. <https://journal.lenvari.org/jss/article/view/137>
- Irsa, A. R., & Suratnoaji, C. (2025). Framing Berita Penahanan Hasto Kristiyanto oleh KPK dalam Detik.com dan Tempo.co. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(8 SE-), 9056–9062. <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i8.8945>
- Iswandi. (2025). *Komunikasi Politik Digital*. PT Penerbit Qriset Indonesia.
- Jahrir, A. S., Tahir, M., Jahrir, A. S., Garim, I., & Bungatang, B. (2025). Pelatihan Analisis Wacana Kritis dalam Menghadapi Pro Kontra Politik bagi Mahasiswa Bahasa dan Sastra Indonesia. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 5(4 SE-Articles), 3240–3253.
<https://doi.org/10.34697/jai.v5i4.2724>
- Jahrir, A. S., Tahir, M., & Makassar, U. N. (2025). Bahasa Hak Istimewa dan Krisis Legitimasi : Analisis Wacana Kritis atas Kontroversi Tunjangan Perumahan DPR 2025. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 5(4), 5353–5366.

- Jahrir, S., & Tahir, M. (2025). Strategi Wacana dan Kekuasaan dalam Pemberitaan Pembebasan Bea Masuk Barang Jemaah Haji : Telaah Model Teun A . Van Dijk Pendahuluan. 5(2), 1062–1070.
- Judijanto, L., Maulinda, R., Zulaika, S., Tjahyadi, I., Agama, I., Tarbiyatut, I., & Lamongan, T. (2023). Pengaruh Sumber Informasi dan Interaksi Sosial di Media Sosial terhadap Pembentukan Opini Politik Masyarakat di Indonesia. *Sanskara Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(01), 21–31.
- Kasman, N., Muh. Hanafi, M. H., Aswadi, A., & Kasman, R. (2026). Bahasa dan Politik dalam Wacana Global: Analisis Kritis terhadap Framing, Retorika, dan Kekuasaan. *Kongres Internasional Masyarakat Linguistik Indonesia, 2025(SE-Articles)*.
<https://doi.org/10.51817/kimli.v2025i.172>
- Katili, A. Y., Ade, S., Gobel, M., Usman, I., Bina, U., Gorontalo, T., & Terbuka, U. (2025). Komunikasi Politik di Era Post-Truth : Tantangan Kredibilitas Informasi Publik di Indonesia. *Jurnal Pendidikan, Hukum, Komunikasi*, 1(November), 130–145.
- Langi, M., Alow, R., & Lumenta, M. (2025). Hegemoni Media dalam Dinamika Politik di Indonesia. *JurnalInovasiPolitikaIndonesia*, 01(01), 38–46.
- Lapina, L., Priatna, A. N., Meira, D., & Puteri, S. A. (2026). Menafsir Ulang Independensi Pers Dalam Perspektif Etika Media: Studi Literatur Atas Pemberitaan Politik Tempo. *PANDITA: Interdisciplinary Journal of Public Affairs*, 9(1 SE-Articles), 81–91.
<https://doi.org/10.61332/ijpa.v9i1.442>
- Laventia, F., Faizal, A., & Slamet, S. (2025). Pendidikan Politik di Era Digital: Media Sosial sebagai Katalis atau Distorsi? *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(1 SE-Articles), 423–427. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i1.425>
- M Diaz Satria, dan Ghefira Nur Azzahra, dan A. S. (2025). Strategi Clickbait VS Judul Kredibel: Studi Komparatif Okezone.Com dan Tempo.Com dalam Media Berita Digital. *Journal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(1 SE-Articles), 87–96.
<https://doi.org/10.71242/maze8519>
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, A., Nashoha, M., Atqiyah, A. N., Mujahidin, M., Ahnaf, R. A., & Zahratun, N. (2025). Memahami Pancasila dalam Algoritma Media Sosial : Analisis Wacana Digital Tentang Ideologi Bangsa. *Jembatan Hukum: Kajian Ilmu Hukum, Sosial Dan Administrasi Negara*, 2.
- Muhammad Bahagia. (2025). Peran Media Massa dalam Membentuk Opini Publik: Studi Kasus pada Pengaruh Pemberitaan Politik terhadap Preferensi Pemilih dalam Pemilihan Umum. *Grondwet*, 4(1 SE-Articles), 50–64.
<https://ejournal.grondwet.id/index.php/gr/article/view/47>
- Muhammad Taufiqur Rohmatulloh, E. S. (2025). Kuasa dan Wacana: Mengurai Ideologi Politik Pemberitaan tentang “Peringatan Darurat” pada DetikNetwork. *Jurnal Keilmuan Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 7(1), 70–88.

- Nur, A., Putri, R. E., Meifilina, A., Balitar, U. I., & Blitar, K. (2025). Analisis Framing Media Online Detik.com dan Kumparan.com dalam Pemberitaan Isu Kumparan.com dalam Pemberitaan Isu. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(9).
- Pangerang, C. Z., & Kurnia, A. (2025). Analisis Framing Silent Majority Pada Media Online Kompas, CNN, Dan Detik. *Commtemporer: Jurnal Komunikasi Kontemporer*, 2(01 SE-Articles), 1–20. <https://doi.org/10.36782/cjik.v2i01.526>
- Prisilia, O., Andita, N., Zikri, F. D., & Muchith, C. (2025). Konstruksi Identitas Politik Melalui Representasi Media Digital. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 2(7 SE-Articles), 1296–1302. <https://doi.org/10.59837/jpnmb.v2i7.681>
- Puspitasari, D. I. (2025). Komunikasi Politik: Teori, Strategi, dan Penerapannya di Era Kontemporer. *Anak Hebat Indonesia*.
- Ramlan, A. F., Mustofa², M. U., Suhaini³, Z. I., Sarah, N. Q., Azizi⁴, 5, W. A. H. M. N., & Solihah⁶, R. (2025). Meninjau Kembali Runag Publik : Tinjauan Literatur Tentang Media Sosial dan Pembentukan Agenda Politik Melalui Lensa Habermas. *Urnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 9(2), 201–210.
- Retno Dewanti, Dwi Putri, H., & Lusianwati, H. (2025). Pengaruh Kepemilikan Media terhadap Agenda Setting di Indonesia. *DIVERSITY: Journal of Multi Science Linearity*, 3(1 SE-Articles), 1–15. <https://doi.org/10.58738/diversity.v3i1.869>
- Safira, Dhinanti, M., Nuranik, D. A., Azka, R., & Nazhif, M. N. (2024). Industrialisasi Media Massa dan Implikasinya terhadap Kualitas Berita: Studi Media Online Tempo dan Kompas. *Merdeka Indonesia Jurnal International*, 4(2 SE-Artikel), 405–420. <https://doi.org/10.69796/miji.v4i2.248>
- Sakina, I., Hendrik, D., Politik, D. I., & Andalas, U. (2025). Perkembangan media massa Indonesia : Analisis kekuatan politik dan pengaruhnya terhadap demokrasi The development of Indonesian mass media : An analysis of political power and its influence on democracy. *Jurnal Politik Indonesia*, 11(1), 96–106. <https://doi.org/10.20473/jpi.v11i1.66957>
- Saputra, M. R., & Hidayat, F. (2025). Dinamika Komunikasi Persuasif dalam Media Massa: Teknik, Strategi, dan Pengaruh terhadap Perilaku Masyarakat. *Jurnal Al Nahyan*, 2(1 SE-), 62–73. <https://doi.org/10.58326/jan.v2i1.152>
- Saputra, M., & Supriono, S. (2024). Pengaruh Media Masa Terhadap Partisipasi Pemuda Dalam Politik. *At-Tadabbur : Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 14(II SE-Articles). <https://ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/Attadabbur/article/view/936>
- Sidabutar, T. (2025). Analisis Wacana Politik pada Media Sosial : Strategi Persuasi dan Pembentukan Opini Publik. *Sinomim Journal of Language and Literature*, 03(01), 1–6.
- Siregar, A. K., & Qurniawati, E. F. (2022). Analisis framing pemberitaan buzzer di tempo. co. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 1–15.
- Siti Rohmah, M. (2025). Komunikasi Politik 5.0: Strategi, Media, dan Pengaruh Publik. CV Eureka Media Aksara.

- Sitorus, N. D., Sinaga, C. F. H., & Sihombing, B. (2026). Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk Atas Konstruksi Realitas Pendidikan dalam Media Massa. *Pena : Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 16(1 SE-Artikel), 1–12. <https://doi.org/10.22437/pena.v16i1.52636>
- Srikandi, M. B. (2024). Komunikasi Politik dan Polarisasi Publik: Studi Literatur dari Perspektif Media Massa. *Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal Dan Pembangunan*, 11, 189–196.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhardi, S., & Salamah, S. (2025). Bahasa sebagai Alat Hegemoni: Studi Literatur tentang Wacana Media. *Journal Media Public Relations*, 5(1), 8–16.
- Uktuvia, F., Arifin, B., Online, M., & Indonesia, N. (2024). Analisis Framing Kasus Rampang Pada Media Online BBC News Indonesia dan Tirto . id. *Jurnal Komunikasi Dan Dakwah*, 3(1), 33–52.
- Welan, A. E., & Kampas, E. (2025). Tantangan Ideologi Pancasila Di Era Media Sosial: Analisis Pengaruh Polarisasi Digital terhadap Persatuan Bangsa. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Dan Politik*, 3(2 SE-Articles), 146–157. <https://doi.org/10.61476/7mxyw976>
- Wulandari, L. (2025). Satire Media Sosial: Medium Baru Pembentukan Persepsi Politik Generasi Z. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 30(1), 1–30.

“Harap Baca dan pahami pedoman penulisan/Article Template untuk penyusunan naskah. Jika naskah yang dikirim tidak sesuai dengan pedoman template Apresiasi Sastra, atau menggunakan format yang berbeda, maka akan direject oleh tim redaksi sebelum ditinjau. Tim redaksi hanya akan menerima naskah yang memenuhi persyaratan format yang ditentukan.”