

Pola Konten Pemberitaan Pemilu 2024 dan Ideologi Moderatisme di Media Keislaman Online

Said Romadlan¹
saidromadlan@uhamka.ac.id

Abstract: This study aims to comprehend the pattern of news content of Indonesia's 2024 presidential election and the ideology on the media *suaramuhammadiyah.id* and NU online during the presidential election campaign. Using a qualitative content analysis method, this study found that the news content of the two online Islamic media had different patterns in issue selection and source determination. Meanwhile, in the category of content tendencies, the two online media showed relatively the same pattern, that is, both were neutral. This study also found that the news content of the media *suaramuhammadiyah.id* and NU online was influenced by the ideology of moderation. This can be seen from the tendency of the content of the two online media which disseminated moderate Islamic ideology developed by Muhammadiyah and NU. The tendency of neutrality is in accordance with the values of Muhammadiyah and NU moderation, as contained in the doctrine of Muhammadiyah's "Islam Berkemajuan" (Progressive Islam) and NU's "Islam Nusantara" (Islam of the Archipelago).

Keywords: Media content, Islamic online media, media ideology, presidential campaign news.

Abstrak: Studi ini bertujuan memahami pola isi pemberitaan Pemilu 2024 dan ideologi pada media *suaramuhammadiyah.id* dan *NU online* selama masa kampanye pemilihan presiden. Menggunakan metode analisis isi kualitatif, studi ini menemukan bahwa konten pemberitaan kedua media keislaman online tersebut memiliki pola yang berbeda dalam kategori pemilihan isu dan penentuan narasumber. Sedangkan pada kategori kecenderungan isi, kedua media tersebut menunjukkan pola yang relatif sama, yaitu sama-sama netral. Studi ini juga mendapati bahwa konten pemberitaan media *suaramuhammadiyah.id* dan *NU online* dipengaruhi oleh ideologi moderatisme. Hal ini dapat dilihat dari kecenderungan isi kedua media online tersebut yang cenderung netral dan menyebarkan paham Islam moderat yang dikembangkan Muhammadiyah dan NU. Kecenderungan netralitas tersebut sesuai dengan nilai-nilai moderatisme Muhammadiyah dan NU, sebagaimana yang terkandung doktrin 'Islam Berkemajuan' Muhammadiyah dan 'Islam Nusantara' NU.

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Pendahuluan

Pada tahun 2024, Indonesia menyelenggarakan pemilihan presiden (Pilpres) untuk memilih presiden baru. Pilpres 2024 ini menjadi momentum krusial yang akan menentukan Indonesia di masa mendatang karena akan memunculkan presiden baru yang akan memimpin Indonesia lima tahun ke depan. Berdasarkan penetapan Komisi Pemilihan Umum (KPU), terdapat tiga nama sebagai calon Presiden Indonesia 2024 sesuai dengan nomor urutnya yaitu Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo. Anies Baswedan diusung dan dicalonkan oleh Partai Nasional Demokrat (Nasdem), Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), dan Partai Keadilan Sejahtera (PKS). Anies Baswedan memilih Muhaimin Iskandar, Ketua Umum PKB, menjadi calon wakil presidennya. Sedangkan Prabowo Subianto dicalonkan oleh Partai Gerindra bersama Partai Golkar, Partai Demokrat, dan Partai Amanat Nasional (PAN). Prabowo Subianto memilih Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presidennya. Adapun Ganjar Pranowo didukung dan dicalonkan oleh Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) yang berkoalisi dengan Partai Persatuan Pembangunan (PPP), dan Perindo. Ganjar Pranowo berpasangan dengan Mahfud MD sebagai calon wakil presidennya.

Sebagaimana lazimnya sebuah kontestasi, dalam setiap Pilpres termasuk Pilpres 2024, setiap calon presiden dan wakil presiden serta partai pendukungnya akan berupaya keras untuk mendapat dukungan dari semua kalangan baik individu, kelompok, dan organisasi agar dapat memenangi dan terpilih menjadi presiden dan wakil presiden pada Pilpres 2024. Salah satu kelompok yang suaranya selalu diperebutkan oleh para calon presiden pada setiap Pilpres adalah umat Islam. Umat Islam di Indonesia direpresentasikan oleh dua organisasi Islam terbesar yaitu Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU). Kedua organisasi Islam ini berhaluan moderat (*washatiyah*) (Azra, 2005). NU dan Muhammadiyah sama-sama bergerak di bidang pendidikan, pesantren, dan kesehatan (Barton, 2014), dan memiliki pengikut yang sangat besar di seluruh Indonesia.

Permasalahannya adalah pada implikasi dari pandangan moderat kedua Ormas Islam tersebut dalam bidang politik, terutama pada saat

Pilpres tahun 2024. Muhammadiyah misalnya secara kelembagaan tidak pernah secara resmi, eksplisit dan tegas mendukung salah satu calon presiden (netral), seperti pada Pilpres 2019 lalu (Nashir et al., 2019; Ridho, 2019). Sedangkan NU melalui pernyataan Ketua Umum Pengurus Besar NU, KH. Yahya Cholil Staquf menegaskan bahwa NU secara lembaga tidak terlibat dalam kampanye atau dukung mendukung dalam pemilihan presiden (pilpres) 2024, (NU online, 18/01/2024).

Kecenderungan Pimpinan Pusat (PP) Muhammadiyah dan Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) bersikap netral pada Pemilu 2024 sebagai konsekuensi pandangan moderat dari kedua organisasi Islam terbesar di Indonesia ini disebarluaskan oleh media online resmi mereka yaitu *suaramuhammadiyah.id* dan *NU online*. Peran kedua media online tersebut menjadi penting sebagai penyebar informasi pandangan politik PP. Muhammadiyah dan PBNU yang akan menjadi acuan warga Muhammadiyah dan NU dalam menentukan sikap politik dalam Pilpres 2024 (Saputra & Nazim, 2017; Sukmono & Junaedi, 2020).

Hasil studi sikap politik Muhammadiyah yang lebih menjaga jarak dengan partai politik juga dilakukan pada Pilpres 2019. Pada Pilpres tahun 2019 Muhammadiyah lebih mengambil sikap netral, tidak mendukung capres-cawapres yang berkontestasi saat itu yaitu Joko Widodo-Ma'ruf Amin dan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno. Muhammadiyah lebih memilih istiqomah menjaga netralitas dalam Pilpres tersebut dan memberikan kebebasan kepada seluruh warga Muhammadiyah untuk memberikan hak suaranya kepada pasangan capres-cawapres sesuai pilihannya masing-masing (Ridho, 2019).

Sedangkan menurut Romadlan et al., (2021) dalam studi mengenai kontradiskursus makna jihad sebagai teror di media online *suaramuhammadiyah.id* dan *NU online* menyatakan bahwa kedua media online tersebut berperan penting dalam melawan radikalisme melalui berita-berita dan artikel-artikel yang ditampilkan mengenai makna jihad. Bahwa jihad tidak berarti kekerasan, peperangan, atau terorisme, jihad adalah berusaha sungguh-sungguh untuk mendapatkan sesuatu yang unggul untuk kemajuan umat.

Penelitian lain yang selingkup dengan penelitian ini adalah mengenai pemberitaan tentang Muhaimin Iskandar pada Pilpres 2024. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagai calon presiden pada Pilpres 2024, Muhaimin Iskandar, Ketua Umum PKB dalam pemberitaan media online banyak mendapat dukungan dari para tokoh agama seperti kiai yang berpengaruh di masyarakat (Ramadhani & Wahyu, 2024). Penelitian ini sebenarnya juga mengenai Pilpres 2024, tapi fokusnya lebih pada pemberitaan Muhaimin Iskandar sebagai calon presiden, sedangkan dalam penelitian ini lebih pada keseluruhan calon presiden, bahkan dalam konteks ini, posisi Muhaimin Iskandar adalah sebagai calon wakil presiden dari Anies Baswedan.

Disamping itu, Pangestu & Putri, (2022) yang meneliti mengenai pola pemberitaan media online dalam pelaporan serangan terorisme di Indonesia 2016-2020 menunjukkan bahwa bahwa media online Kompas.com melalui pemberitaannya menciptakan stereotip pelaku teroris. Selanjutnya menggambarkan penderitaan para korban. Selain itu Kompas.com juga fokus pada kekerasan dalam pemberitaan yang dapat menebar ketakutan dan kepanikan di kalangan publik.

Penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) yaitu mengenai pola-pola isi media online yang memang belum banyak dikaji dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Kebaruan penelitian juga dapat dilihat dari isu yang diteliti yaitu mengenai Pemilu 2024, meskipun sudah terdapat penelitian mengenai Pemilu 2024, tetapi fokus penelitiannya berbeda. Selain kebaruan tersebut, penelitian ini juga memiliki urgensi yaitu; *Pertama*, secara teoretis penelitian ini mengembangkan konsep pola isi media (*patterns of media content*) online, terutama dalam konteks pemberitaan mengenai Pilpres 2024. *Kedua*, secara praktis penelitian ini dapat menunjukkan pola-pola isi media online sebagai representasi sikap politik organisasi Muhammadiyah dan NU pada Pilpres 2024, dan selanjutnya dapat digunakan sebagai acuan oleh warga kedua Ormas Islam tersebut dalam memilih presiden dan wakil presiden pada Pemilu 2024.

Ideologi moderatisme pada pola isi pemberitaan media online mengenai pemilu 2024 media online suaramuhammadiyah.id dan NU online yang menjadi fokus penelitian ini belum diteliti oleh peneliti

lain. Pola-pola isi media (*patterns of media content*) sebagai konsep dapat diartikan sebagai kecenderungan yang terus-menerus suatu media dalam memberitakan sebuah peristiwa. Pola-pola isi media selalu dikaitkan dengan ide-ide, orang-orang, aktivitas-aktivitas, dan pandangan-pandangan yang paling sering dimunculkan oleh media, dan dalam gaya atau model seperti apa pandangan tersebut ditampilkan (Shoemaker & Reese, 1996).

Pola-pola isi media sebagai kecenderungan yang terus menerus dalam memberitakan sebuah isu dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Menurut Shoemaker dan Reese (1996), pola-pola isi media dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu (a) faktor individu pekerja media, (b) faktor praktik/rutinitas media, (c) faktor organisasi media, (d) faktor ekstramedia, dan (e) faktor ideologi. Dalam penelitian ini faktor yang akan dikaji sebagai faktor yang mempengaruhi pola-pola isi media online *suaramuhammadiyah.id* dan *NU online* mengenai Pemilu 2024 adalah faktor ideologi. Ideologi sendiri dapat didefinisikan sebagai seperangkat makna, nilai, dan kepercayaan yang digunakan untuk mengabstraksikan pandangan dunia atau pandangan kelas (William, 1977).

Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif. Alasan penggunaan analisis isi kualitatif ini karena dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam dalam memahami isi media melalui dengan melihat konteks sosial yang terjadi saat berita diproduksi. Analisis isi kualitatif juga menekankan interaksi peneliti dengan material yang dianalisis dan wawancara mendalam, sehingga isi komunikasi dapat diletakkan pada konteks yang tepat untuk dianalisis (Kriyantono, 2009).

Media online yang menjadi subyek penelitian ini adalah *suaramuhammadiyah.id* dan *NU online* karena keduanya merupakan media online resmi organisasi keIslaman terbesar di Indonesia, Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU). Unit

analisis studi ini adalah pemberitaan yang dimuat selama kampanye Pilpres 2024, yaitu 28 November 2023 sampai dengan 10 Februari 2024, yang meliputi judul, isi, narasumber, dan foto.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode dokumentasi dan kajian pustaka (*literature review*). Dokumentasi adalah data yang berbentuk seperti dokumen pribadi, data-data administrasi, dokumen berkala, dan berita-berita media massa (Eriyanto, 2019). Dalam penelitian ini dokumentasi adalah berita-berita *suaramuhammadiyah.id* dan NU online selama kampanye Pilpres 2024. Adapun Studi pustaka dilakukan untuk memperoleh data mengenai latar belakang konteks penelitian yang dilakukan (Berger, 2011). Studi Pustaka dalam penelitian ini digunakan untuk mengungkapkan faktor ideologi yang memengaruhi pola-pola isi media online Pemilu 2024 selama kampanye Pilpres pada Pemilu 2024.

Pemberitaan *suaramuhammadiyah.id* dan NU online mengenai Pemilu 2024

Hasil dan Pembahasan

Selama kampanye Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024, pada 28 November 2023 sampai dengan 8 Februari 2024, pemberitaan *suaramuhammadiyah.id* dan NU online mengenai Pemilu 2024 dari segi isunya sangat beragam. Pada penelitian ini, pemberitaan-pemberitaan yang di analisis adalah pemberitaan mengenai Pemilu 2024 yang berkaitan dengan Muhammadiyah dan NU sebagai organisasi Islam moderat di Indonesia.

Secara umum berdasarkan pengamatan judul dan isinya, pemberitaan *suaramuhammadiyah.id* mengenai Pemilu 2024 selama kampanye kampanye Pilpres lebih menonjolkan mengenai peran organisasi-organisasi otonom (Ortom) Muhammadiyah seperti Aisyiyah, Nasyiatul Aisyiyah, dan Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM) dalam

Pemilu 2024, termasuk peran Forum Rektor PTMA. Pemberitaan suaramuhammadiyah.id mengenai peran Ortom Muhammadiyah dapat dilihat pada judul-judul seperti [“Jelang Pemilu 2024, ‘Aisyiyah Berkomitmen Wujudkan Pemilihan Cerdas dan Pemilu Inklusif’](#) (22/1/2024), [“PDA Purworejo Gandeng KPU, Tingkatkan Pendidikan Politik bagi Perempuan”](#) (19/12/2023), dan [“SMAMX Undang Ketua Umum PP IPM Gelar Deklarasi Pemilu Anti Hoax”](#) (5/12/2023).

Selain itu, suaramuhammadiyah.id juga menonjolkan isu-isu mengenai peran Perempuan dan posisi kelompok-kelompok difabel, dan juga mengenai isu-isu pelaksanaan Pemilu 2024 yang diharapkan berlangsung jujur dan adil, damai, serta sukses. Pemberitaan suaramuhammadiyah.id mengenai peran Perempuan dan posisi kelompok-kelompok difabel dapat dilihat pada judul-judul seperti [“Seminar PRNA Kalirejo, Dukung Kaum Perempuan Terlibat Aktif dalam Pemilu 2024”](#) (29/1/2024), [“Warga ‘Aisyiyah Harus Bijak Memilih’](#) (3/2/2024), dan [“Peringati HDI, MPM PP Muhammadiyah Dorong Kelompok Difabel Sukseskan Pemilu 2024”](#) (23/12/2023). Sedangkan mengenai isu-isu pelaksanaan Pemilu 2024 yang diharapkan berlangsung jujur dan adil, damai, serta berkualitas dapat diamati dalam judul-judul berita berikut,

[“Kawal Pemilu 2024 yang Luber dan Jurdil, Forum Rektor PTMA Tandatangani MoU dengan Bawaslu RI”](#) (3/2/2024), [“Songsong Pemilu Berkualitas, KPU Berkolaborasi dan Bersinergi dengan Aisyiyah”](#) (13/12/2023), dan [“Muhammadiyah Makassar Deklarasi Gerakan Indonesia Bersaksi Pemilu Damai 2024”](#) (29/12/2023).

Di sisi yang lain, NU online dalam pemberitaan-pemberitaannya mengenai Pemilu 2024 selama kampanye kampanye Pilpres lebih menonjolkan isu-isu himbauan tokoh-tokoh NU untuk menjaga harmoni, keutuhan bangsa, dan kondusifitas negara selama kampanye Pilpres dan Pemilu, serta Pemilu dapat berlangsung damai. Isu-isu tersebut dapat dilihat pada berita-berita NU online seperti, [“Pemilu 2024, PBNU Tegaskan Pentingnya Jaga Harmoni dan Ketertiban Masyarakat”](#) (16/12/2023), [“Pemilu 2024, Sejumlah Tokoh Berharap Keutuhan Bangsa Tetap Terjaga”](#) (12/1/2024), dan [“Katib Aam PBNU Imbau Masyarakat Jaga Kondusifitas Negara Selama Masa Kampanye](#)

[Pemilu 2024](#) (29/11/2023), serta [“Doa Imam Besar Masjid Istiqlal untuk Kampanye Pemilu 2024 yang Damai”](#) (28/11/2023).

Di samping itu, isu-isu lain yang juga menonjol diberitakan NU online adalah mengenai netralitas NU dalam Pemilu 2024 ini. Isu mengenai netralitas NU ini dapat diamati pada judul-judul berita NU online berikut, [“Gus Yahya Tegaskan NU Tidak Terlibat Dukung Mendukung Pilpres 2024”](#) (18/1/2024), [“Pesantren Tebuireng Tepis Rumor Dukungan terhadap Capres-Cawapres”](#) (7/2/2024), dan [“PBNU Nonaktifkan 63 Caleg dan Tim Sukses Capres-Cawapres”](#) (21/1/2024).

Sedangkan mengenai isu-isu penggunaan hak pilih, termasuk hak pilih kelompok-kelompok marginal dalam masyarakat dapat dilihat pada pemberitaan NU online dalam judul-judul berikut,

[“Telang Pemilu 2024, Presiden Jokowi Ingin Santri dan Pelajar Gunakan Hak Pilih Terbaik-baiknya”](#) (23/1/2024), [“Pemilu 2024, Wapres Imbau Masyarakat Gunakan Hak Pilih Meski Bukan di Domisilinya”](#) (10/1/2024), dan [“Masyarakat Rentan Dan Marjinal Terancam Tak Bisa Nyoblos Dalam Pemilu 2024”](#) (7/2/2024).

Pola Pemberitaan Pemilu 2024 dalam Media *suaramuhammadiyah.id*

Pola-pola isi media online dalam penelitian ini dikategorikan ke dalam tiga pola isi media, yaitu (1) pemilihan isu, (2) penentuan narasumber, dan (3) kecenderungan isi. Pemilihan isu berkaitan dengan isu-isu yang yang ditonjolkan oleh media online *suaramuhammadiyah.id* dan NU online mengenai Pemilu 2024 selama Kampanye Pilpres. Sedangkan penentuan narasumber adalah orang-orang yang menjadi sumber berita yang pernyataannya dikutip oleh media online *suaramuhammadiyah.id* dan NU online mengenai Pemilu 2024 selama Kampanye Pilpres. Adapun kecenderungan isi merupakan kecenderungan untuk memihak, tidak memihak, dan netral pada salah satu paslon capres dan cawapres yang ditampilkan oleh media online *suaramuhammadiyah.id* dan NU online.

Pada kategori pemilihan isu, *suaramuhammadiyah.id* menekankan pada masalah peran pemilih perempuan dalam Pemilu 2024, terutama peran Aisyiyah dan Nasyiatul Aisyiyah (NA) sebagai organisasi otonom

(Ortom) Perempuan Muhammadiyah. Mengenai pemilihan isu peran pemilih perempuan ini dapat dilihat pada berita-berita *suaramuhammadiyah.id* yang berjudul,

["Jelang Pemilu 2024, 'Aisyiah Berkomitmen Wujudkan Pemilih Cerdas dan Pemilu Inklusif'" \(22/1/2024\)](#), ["Seminar PRNA Kalirejo, Dukung Kaum Perempuan Terlibat Aktif dalam Pemilu 2024"](#), (29/1/2024), dan ["Songsong Pemilu Berkualitas, KPU Berkolaborasi dan Bersinergi dengan Aisyiah" \(13/12/2023\)](#).

Selain itu, *suaramuhammadiyah.id* juga menonjolkan isu mengenai peran kader Muhammadiyah, terutama mahasiswa dan pelajar Muhammadiyah, lembaga-lembaga, dan para Rektor PTMA dalam Pemilu 2024. Pemilihan isu mengenai peran kader-kader Muhammadiyah dapat diamati pada berita-berita *suaramuhammadiyah.id* berikut,

["Ideopolitor PDM Sleman, Siap Berkontribusi dalam Pemilu 2024"](#) (22/1/2024), ["Pemilu Jangan Sampai Kehilangan Substansi"](#) (2/2/2024), ["Peringati HDI, MPM PP Muhammadiyah Dorong Kelompok Difabel Sukseskan Pemilu 2024"](#) (23/12/2023), dan ["Kawal Pemilu 2024 yang Luber dan Jurdil, Forum Rektor PTMA Tandatangani MoU dengan Bawaslu RI"](#) (3/2/2024).

Isu lainnya yang ditonjolkan pula oleh *suaramuhammadiyah.id* selama Pemilu 2024 adalah mengenai netralitas Muhammadiyah pada Pemilu 2024. Netralitas Muhammadiyah dalam Pemilu 2024 dapat dilihat pada berita dengan judul ["Pandangan Muhammadiyah Ihwal Pemilu 2024"](#) (27/1/2024), dan ["Ketua PP Muhammadiyah Tegaskan 172 PTMA Tidak Terlibat Saksi Capres Manapun"](#) (19/12/2023).

Untuk kategori penentuan narasumber, pola-pola isi media online *suaramuhammadiyah.id* dalam pemberitaannya mengenai Pemilu 2024 selama Kampanye Pilpres dapat diklasifikasikan dalam empat kelompok narasumber, yaitu (1) pimpinan dan pengurus Muhammadiyah/Aisyiah, (2) akademisi, (3) pejabat negara termasuk KPU dan Bawaslu, dan (4) Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Narasumber-narasumber *suaramuhammadiyah.id* dari pimpinan dan pengurus Muhammadiyah menjadi narasumber dominan di *suaramuhammadiyah.id*, di antaranya adalah Prof Dr H Abdul Mu'ti,

Med. (Sekretaris Umum PP Muhammadiyah), Prof. Irwan Akib (Ketua Pimpinan Pusat Muhammadiyah Bidang Pendidikan, Seni, Budaya dan Olah Raga), Salmah Orbayinah (Ketua Umum Pimpinan Pusat 'Aisyiyah), Dr. Tri Hastuti Nur Rochimah, M.Si. (Sekretaris Umum PP 'Aisyiyah), Prof Ir Sarjito, MT., Ph.D. (Wakil Ketua IV MPM PP Muhammadiyah), Dr.phil. Ridho Al-Hamdi, M.A. (Ketua LHKP PP. Muhammadiyah), Siti Syamsiyatun (Ketua LPPA PP 'Aisyiyah), Jeni Rahmawati, SIP. (Sekretaris PWNA Lampung), Arif Jamali Muis, M.Pd. (Sekretaris PDM DIY), dan lain-lainnya.

Adapun narasumber dari kalangan akademisi suaramuhammadiyah.id lebih mengutamakan menggunakan akademisi dari kalangan Perguruan Tinggi Muhammadiyah/Aisyiyah (PTMA). Akademisi yang menjadi narasumber suaramuhammadiyah.id di antaranya adalah Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P., IPM., ASEAN, Eng. (Ketua Umum Forum Rektor PTMA), Prof. Iwan Satriawan, S.H., MCI., Ph.D., (Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta), Irfan Fatkhurohman M.Pd., (Kepala Biro Humas dan Protokol Universitas Muhammadiyah Purwokerto), dan Alfianur Rizal RRA M.Pd. (Waka Kesiswaan SMA Muhammadiyah 10 Surabaya).

Untuk narasumber dari kalangan pejabat negara, termasuk pimpinan dan anggota KPU/Bawaslu, narasumber yang digunakan oleh suaramuhammadiyah.id adalah Rahmad Bagja S.H., LL.M. (Ketua Bawaslu RI), Mochammad Arifudin, S. Hum. (Ketua Bawaslu Kota Malang), Drs. Ali Mulyanto, M.M. (Mewakili PJ Walikota Malang), Bambang Eka Cahya Widodo, (Mantan Ketua Bawaslu RI 2008-2012), Dra. Hj. Kustini Sri Purnomo (Bupati Sleman), Betty Epsilon Idroos (Ketua Divisi Data dan Informasi KPU RI), dan Jarot Sarwosambodo, S.E., (Ketua KPU Purworejo). Sedangkan narasumber dari kalangan LSM di antaranya Ya'qud Nanda Gudban (Ketua Komunitas Perempuan Peduli Indonesia), Ane Permatasari (Pusat Studi Gender, Anak, dan Disabilitas UMY), dan Kuni Fatonah (Ketua KSP Bank Difabel Ngaglik, Sleman).

Berkaitan dengan kategori kecenderungan isi, suaramuhammadiyah.id dalam pemberitaannya mengenai Pemilu

2024 selama Kampanye Pilpres lebih cenderung netral, tidak memihak salah satu paslon capres-cawapres, meski terdapat juga kecenderungan isi suaramuhammadiyah.id yang cenderung memihak paslon capres-cawapres nomor satu, dan cenderung tidak memihak paslon capres-cawapres nomor dua.

Kecenderungan isi suaramuhammadiyah yang netral salah satunya dapat ditemukan pada berita yang berjudul [“Ketua PP Muhammadiyah Tegaskan 172 PTMA Tidak Terlibat Saksi Capres Manapun”](#) (19/12/2023), dalam berita tersebut ditulis pernyataan tegas dari Prof. Irwan Akib, Ketua Pimpinan Pusat Muhammadiyah Bidang Pendidikan, Seni, Budaya dan Olah Raga, yang menyatakan bahwa, *“sikap Muhammadiyah telah ditegaskan dalam Rapat Konsolidasi Nasional pada bulan November 2023 lalu di Yogyakarta, bahwa Muhammadiyah akan tetap netral dalam Pemilu 2024 dan tidak mendukung partai politik atau pasangan capres-cawapres tertentu”*.

Sedangkan kecenderungan isi suaramuhammadiyah.id yang cenderung memihak paslon capres-cawapres nomor satu, dapat dicermati pada berita yang berjudul, [“Pemilu Jurdil, Bukan Hanya Tugas KPU dan Bawaslu”](#) (29/1/2024). Suaramuhammadiyah.id mengutip pernyataan Prof. Iwan Satriawan, S.H., M.C.I., Ph.D., Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,

“jadi pemilih itu harus punya kemampuan menganalisis karakter calon pemimpin, dia demokratis atau otoriter, lihat rekam jejaknya bukan janjinya. Kalau ingin memilih pemimpin, maka Anda harus melihat kemampuannya untuk melakukan perubahan”.

“Perubahan” merupakan jargon paslon capres-cawapres nomor satu Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar.

Adapun kecenderungan isi suaramuhammadiyah.id yang cenderung tidak memihak paslon capres-cawapres nomor dua, terdapat pada judul berita [“Pandangan Muhammadiyah Ihwal Pemilu 2024”](#) (27/1/2024). Mengutip pernyataan Prof Dr H Abdul Mu’ti, Med., Sekretaris Umum PP Muhammadiyah, suaramuhammadiyah.id menulis,

“ini tentu demokrasi yang meniscayakan adanya etik dan etika, selain memang konstitusi dan peraturan yang melekat dengannya.

Persoalan etik dan etika berdemokrasi itu meniscayakan bagaimana proses-proses itu senantiasa mengedepankan moralitas, senantiasa mengedepankan keluhuran budi, dan tentu menggambarkan betapa bangsa Indonesia ini adalah bangsa yang berkeadaban tinggi”.

Isu etik dan etika sempat dialamatkan kepada paslon capres-cawapres nomor dua, yaitu Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka berkaitan dengan putusan MK yang dinilai melanggar etika.

Pola Isi Pemberitaan Pemilu 2024 di Media *NU online*

Pola isi media online *NU online* mengenai Pemilu 2024 selama kampanye Pilpres juga dapat dianalisis melalui tiga kategori, yaitu pemilihan isu, penentuan narasumber, dan kecenderungan isi. Pada kategori pemilihan isu, terdapat isu-isu yang ditonjolkan oleh *NU online* yaitu mengenai pelaksanaan Pemilu 2024 yang diharapkan berlangsung damai, harmoni dan tertib, aman dan kondusif serta pemilu yang menjunjung konstitusi dan nilai-nilai luhur bangsa. Isu mengenai pelaksanaan Pemilu damai ini paling menonjol di antara isu-isu lain dalam pemberitaan *NU online* mengenai Pemilu 2024 selama kampanye Pilpres. Pemberitaan *NU online* yang berkaitan dengan isu ini dapat diamati pada judul-judul di antaranya [“Pemilu 2024, PBNU Tegaskan Pentingnya Jaga Harmoni dan Ketertiban Masyarakat”](#) (16/12/2023),

[“Haul Ke-14 Gus Dur Telurkan Amanat Ciganjur untuk Penyelenggaraan Pemilu 2024”](#) (16/12/2024), [“Doa Imam Besar Masjid Istiqlal untuk Kampanye Pemilu 2024 yang Damai”](#) (28/11/2023), dan [Katib Aam PBNU Imbau Masyarakat Jaga Kekondusifan Negara Selama Masa Kampanye Pemilu 2024”](#) (29/11/2023).

Selain itu, *NU online* dalam pemberitaannya mengenai Pemilu 2024 selama kampanye Pilpres juga memilih isu mengenai penggunaan hak pilih, termasuk hak pilih kelompok-kelompok masyarakat yang marjinal. Penonjolan isu mengenai hak pilih dalam Pemilu 2024 ini dapat dilihat pada berita-berita *NU online* berikut,

“Pemilu 2024, Wapres Imbau Masyarakat Gunakan Hak Pilih Meski Bukan di Domisilinya” (10/1/2024), *“Jelang Pemilu 2024, Presiden Jokowi Ingin Santri dan Pelajar Gunakan Hak Pilih Sebaik-baiknya”* (23/1/2024), dan *“masyarakat rentan dan marjinal terancam tak bisa nyoblos dalam pemilu 2024”* (7/2/2024).

Pemilihan isu lainnya yang ditonjolkan NU online adalah mengenai netralitas NU sebagai organisasi Islam yang moderat pada Pemilu 2024 ini. Penonjolan NU online mengenai isu ini dapat diamati pada berita *“Gus Yahya Tegaskan NU Tidak Terlibat Dukung Mendukung Pilpres 2024”* (18/1/2024), *“Pesantren Tebuireng Tepis Rumor Dukungan terhadap Capres-Cawapres”* (7/2/2024), dan *“PBNU Nonaktifkan 63 Caleg dan Tim Sukses Capres-Cawapres”* (21/1/2024).

Berkaitan dengan kategori penentuan narasumber, NU online dalam pemberitaannya mengenai Pemilu 2024 selama kampanye Pilpres cenderung memilih narasumber-narasumber dari kalangan internal organisasi NU sendiri. Secara umum, penentuan narasumber NU online dapat dikategorikan dalam tiga kelompok narasumber, yaitu (1) pimpinan PBNU dan tokoh NU, (2) pejabat negara, (3) Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Pimpinan PBNU dan tokoh-tokoh NU yang menjadi narasumber NU online di antaranya adalah KH. Yahya Cholil Staquf (Ketua Umum Pengurus Besar Nahdlatul Ulama), KH. Akhmad Said Asrori (Katib 'Aam Pengurus Besar Nahdlatul Ulama), KH. Nurul Yaqin Ishaq (Katib Pengurus Besar Nahdlatul Ulama), KH. Ahmad Mustofa Bisri (Mustasyar Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU)), H. Amin Said Husni (Wakil Ketua Umum PBNU Bidang Organisasi, Keanggotaan dan Kaderisasi), KH. Nasaruddin Umar (Imam Besar Masjid Istiqlal/ Rais Syuriyah Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU)), KH. Abdul Hakim Machfudz (Pengasuh Pondok Pesantren Tebuireng), dan Sinta Abdurrahman Wahid (Istri Gus Dur).

Untuk narasumber dari pejabat negara, NU online menonjolkan narasumber-narasumber di antaranya Joko Widodo (Presiden Republik Indonesia), KH. Ma'ruf Amin (Wakil Presiden Republik Indonesia), Lukman Hakim Saifuddin (Menteri Agama RI 2014-2019, dan Hasyim Asy'ari (Ketua KPU). Sedangkan narasumber dari kalangan

LSM, NU online menggunakan narasumber seperti Komarudin Hidayat (Gerakan Nurani Bangsa), Nurul Amalia Salabi (Perkumpulan untuk Pemilu dan Demokrasi (Perludem), dan Eddy Setiawan (Institut Kewarganegaraan Indonesia).

Adapun untuk kategori kecenderungan isi, pola-pola isi media NU online dalam pemberitaannya mengenai Pemilu 2024 selama kampanye Pilpres adalah cenderung netral tidak memihak salah satu paslon capres-cawapres. Netralitas NU online dalam Pemilu 2024 dapat diamati pada judul dan isi pemberitaan NU online berikut,

[“Gus Yahya Tegaskan NU Tidak Terlibat Dukung Mendukung Pilpres 2024”](#) (18/1/2024). Dalam berita ini NU online menuliskan, “Ketua Umum Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) KH Yahya Cholil Staquf menegaskan bahwa NU secara lembaga tidak terlibat dalam kampanye atau dukung mendukung dalam pemilihan presiden (pilpres) 2024. “NU secara kelembagaan jelas tidak terlibat. Kita tidak mempersoalkan orang mau mendukung ini-itu silakan saja. Tetapi tidak melibatkan lembaga, tidak mengatasmakan lembaga. Itu saja, dan tidak membawa bendera NU, tidak melakukannya di kantor NU, tidak boleh, pribadi tidak menghalangi”.

Netralitas NU online dalam Pemilu 2024 juga dapat dilihat pada judul berita [“Pesantren Tebuireng Tepis Rumor Dukungan terhadap Capres-Cawapres”](#) (7/2/2024), yang isinya sebagai berikut,

“Pengasuh Pondok Pesantren Tebuireng, KH. Abdul Hakim Machfudz atau akrab disapa Gus Kikin, menepis rumor bahwa Pesantren Tebuireng mendukung salah satu capres-cawapres pada pemilu 2024. Gus Kikin dalam pernyataan sikap yang resmi yang dikeluarkan Pesantren Tebuireng menyatakan bahwa pesantren yang dipimpinnya itu tidak pernah terlibat politik praktis termasuk memberikan dukungan terbuka dalam kontestasi pilpres 2024. Pesantren Tebuireng tetap dalam posisi netral dan tidak berpihak dalam kontestasi pilpres 2024 dalam rangka menjaga persatuan dan semangat ukhuwah”.

Sebagai konsekuensi netralitas pada Pemilu 2024, NU online menampilkan berita lanjutan yakni [“PBNU Nonaktifkan 63 Caleg dan](#)

[Tim Sukses Capres-Cawapres](#)” (21/1/2024). Dalam berita tersebut dituliskan,

“Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) resmi menerbitkan surat keputusan (SK) tentang penonaktifan fungsionaris pengurus yang mencalonkan diri sebagai anggota legislatif (caleg) dan menjadi tim sukses calon presiden dan wakil presiden (carpes dan cawapres) pemilu 2024”.

Berdasarkan analisis isi di atas, terdapat pola-pola isi media yang berbeda antara media online *suaramuhammadiyah.id* dan *NU online*, baik pada kategori pemilihan isu, penentuan narasumber, dan kecenderungan isinya. Pada kategori pemilihan isu, *suaramuhammadiyah.id* menonjolkan isu mengenai peran pemilih Perempuan dan peran kader-kader Muhammadiyah pada Pemilu 2024. Sedangkan *NU online* lebih memilih isu yang berkaitan dengan Pemilu 2024 yang damai, aman, dan kondusif. Isu lainnya adalah mengenai penggunaan hak pilih pada Pemilu 2024. Selain perbedaan dalam pemilihan isu, kedua media online ini sama-sama menekankan isu netralitas masing-masing organisasi, yakni Muhammadiyah dan NU.

Pada kategori penentuan narasumber *suaramuhammadiyah* dan *NU online* juga memiliki pola-pola yang berbeda. Meskipun sama-sama mengandalkan narasumber dari kalangan internal organisasi masing-masing namun *suaramuhammadiyah.id* dalam pemberitaannya lebih dominan menggunakan narasumber dari kalangan pimpinan dan pengurus Muhammadiyah Perempuan. Sedangkan *NU online* cenderung didominasi oleh narasumber pemimpin dan tokoh NU dari kalangan laki-laki. Hal ini terkait dengan pemilihan isu masing-masing media online yang memang berbeda. Selain itu, perbandingan penentuan narasumber juga dapat dilihat dari latar belakang narasumber, *suaramuhammadiyah.id* menggunakan narasumber dari kalangan akademisi, terutama dari Perguruan Tinggi Muhammadiyah/Aisyiyah (PTMA), sedangkan *NU online* tidak menggunakan narasumber dari kalangan akademisi, tapi lebih banyak menentukannya dari kalangan kiai atau tokoh-tokoh NU. Hal ini salah

satunya berkaitan dengan kepercayaan terhadap narasumber yang berbeda dari kedua media online tersebut.

Berkaitan dengan kecenderungan isi pemberitaan *suaramuhammadiyah.id* dan *NU online* dikaitkan dengan kecenderungan untuk memihak atau tidak memihak salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden, secara umum kedua media online resmi organisasi Muhammadiyah dan NU ini cenderung netral, tidak memihak salah satu paslon capres-cawapres. Meskipun dalam satu pemberitaannya *suaramuhammadiyah.id* sedikit ada perbedaannya, yaitu tersirat memihak salah satu paslon capres-cawapres, dan tidak memihak paslon capres-cawapres. Kecenderungan isi kedua media online yang lebih netral ini salah satunya dipengaruhi oleh faktor ideologi kedua organisasi Islam yang moderat.

Tabel 1: Perbandingan Pola Isi Pemberitaan Pemilu 2024 pada Media NU online dan *suaramuhammadiyah.id* dalam Masa Kampanye.

Kategori Pola-pola Isi	<i>Suaramuhammadiyah.id</i>	<i>NU Online</i>
Pemilihan Isu	Peran pemilih perempuan dan kader Muhammadiyah pada Pemilu 2024.	Pemilu 2024 yang damai, aman, dan kondusif, penggunaan hak pilih.
Penentuan Narasumber	Kalangan internal Muhammadiyah, terutama perempuan, dan akademisi.	Pimpinan dan tokoh NU, serta pejabat negara Presiden dan wakil presiden.
Kecenderungan Isi	Netral, tidak mendukung salah satu paslon capres-cawapres.	Netral, tidak mendukung salah satu paslon capres-cawapres.

Berita Media Keislaman dan Kepentingan Ideologi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola-pola isi media *suaramuhammadiyah.id* dan *NU online* dalam pemberitaannya mengenai Pemilu 2024 selama kampanye Pilpres memiliki pola yang berbeda dalam kategori pemilihan isu dan penentuan narasumber. Sedangkan pada kategori kecenderungan isi, kedua media online tersebut relatif mempunyai pola yang relatif sama. Hasil penelitian ini

secara teoritis dapat mengembangkan konsep pola-pola isi media (*patterns of media content*) dengan menempatkan atau menggunakan konsep tersebut pada konteks pemberitaan media online mengenai Pemilu 2024 di Indonesia. Pola-pola isi media sendiri dapat diartikan sebagai kecenderungan yang terus-menerus suatu media dalam memberitakan sebuah peristiwa. Pola-pola isi media selalui dikaitkan dengan ide-ide, orang-orang, aktivitas-aktivitas, dan pandangan-pandangan yang paling sering dimunculkan oleh media, dan dalam gaya atau model seperti apa pandangan tersebut ditampilkan (Shoemaker & Reese, 1996).

Mengenai pola-pola isi media, Shoemaker dan Reese (1996), menyebutkan bentuk-bentuk isi media yaitu; *Pertama*, pola isi yang berkaitan dengan bias politik (*political bias*). Menurut Denis McQuail (2010), bias dianggap sebagai kecenderungan secara konsisten untuk menyimpang atau meninggalkan kebenaran obyektif. Mengacu pada tipologi bias berita yang terdiri atas bias terbuka dan bias tersembunyi, serta bias yang disengaja dan tidak disengaja, maka terdapat empat jenis bias berita, yaitu: (1) bias partisan (*partisanship*): keberpihakan editorial (*editorial endorsements*) kepada salah seorang kandidat politik; (2) propaganda: bias yang disengaja tapi relatif tersembunyi dan sulit diidentifikasi dalam sebuah berita; (3) *unwitting bias*: bias yang tanpa disengaja seperti pemilihan topik yang dianggap layak untuk dijadikan berita; dan (4) bias ideologi: bias yang disembunyikan dan ditanamkan dalam sebuah teks.

Kedua, pola isi media yang berkaitan dengan perilaku. Salah satu pola isi media yang berkaitan dengan perilaku adalah perilaku kekerasan (*violence*). Menurut studi Gerbner dan kawan-kawan menunjukkan bahwa sebesar 70% media menampilkan tayangan kekerasan. Hasil studi mereka juga menunjukkan adanya korelasi yang positif antara tayangan kekerasan di media dengan perilaku kekerasan di masyarakat. Bahkan pengaruh kekerasan dalam pemberitaan telah menyebar dan dirasakan oleh semua elemen masyarakat (*mainstreaming*), tanpa membedakan jenis kelamin, agama, tempat tinggal, etnis, usia dan status sosial ekonomi masyarakat (Potter, 2014; Shoemaker & Reese, 1996).

Ketiga, pola-pola isi media berkaitan dengan sumber berita dan isu berita. Menurut Gans (2004), dalam analisisnya terhadap *CBS*, *NBC*, *Newsweek*, dan *Time* menyebutkan bahwa berita-berita didominasi oleh sumber berita (aktor) “yang dikenal” (*knowns*) dibanding dengan sumber-sumber berita yang aktornya tidak dikenal (*unknowns*). Sedangkan menurut pandangan Sigal (1973), dalam studinya terhadap *Washington Post* dan *New York Times* menemukan bahwa pegawai (pejabat) merupakan sumber berita yang diutamakan oleh media. Hal ini karena sumber dari pegawai (*officials*) dianggap lebih akurat. Kecenderungan bahwa pegawai pemerintah atau polisi lebih sering digunakan sebagai sumber juga disebabkan karena tidak hanya mereka mudah dijumpai untuk wawancara, tapi juga karena jurnalis dan editor percaya bahwa mereka mempunyai sesuai yang penting untuk disampaikan (Shoemaker & Reese, 1996).

Keempat, pola-pola isi yang berhubungan dengan geografi, yang dapat dibagi menjadi pola domestik dan pola internasional yang berkaitan dengan korespondensi dan ulasan berita. Pola-pola isi media lainnya adalah pola demografis, yang berkaitan dengan jabatan atau pekerjaan. Kaum profesional lebih sering ditampilkan di media daripada staf administrasi dan pekerja jasa. Kelas menengah atas juga lebih sering diekspose oleh media daripada kelas menengah bawah (Shoemaker & Reese, 1996).

Berdasarkan analisis di atas, maka konsep pola-pola isi media dalam penelitian ini, maka hasil penelitian ini relevan dengan pola pertama, yaitu pola bias politik tepatnya bias ideologi, yakni bias yang disembunyikan dan ditanamkan dalam sebuah teks. Bias ideologi ini dapat diamati dari pola-pola isi media pada kategori pemilihan isu dan kecenderungan isi. Sebagaimana dijelaskan pada hasil penelitian, dari pola pemilihan isu dan kecenderungan isi, baik *suaramuhammadiyah.id* maupun NU online pada pemberitaannya mengenai Pemilu 2024 selama kampanye Pilpres terlihat netral, artinya kedua media online tersebut tidak memihak kepada salah satu paslon capres-cawapres.

Meskipun demikian, netralitas kedua media online ini justru menyimpan pesan-pesan tertentu yang disembunyikan dalam isi-isi beritanya, terutama kepentingan ideologi dari *suaramuhammadiyah.id*

dan *NU online* sebagai media online resmi Muhammadiyah dan NU. Dengan kata lain, pola-pola isi dan isu kedua media online yang netral ini dipengaruhi oleh ideologi yang dianut baik oleh Muhammadiyah ataupun NU. Selain terkait dengan bias ideologi, hasil penelitian ini juga relevan dengan pola-pola isi yang ketiga, yaitu penentuan narasumber dan pemilihan isu. Menurut Shoemaker dan Reese, pola-pola isi media dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu (a) faktor individu pekerja media, (b) faktor praktik/rutinitas media, (c) faktor organisasi media, (d) faktor ekstramedia, dan (e) faktor ideologi. Berdasarkan hasil penelitian ditentukan bahwa faktor yang memengaruhi pola-pola isi media *suaramuhammadiyah.id* dan *NU online* mengenai Pemilu 2024 selama kampanye Pilpres adalah faktor ideologi.

Ideologi sendiri dapat didefinisikan sebagai seperangkat makna, nilai, dan kepercayaan yang digunakan untuk mengabstraksikan pandangan dunia atau pandangan kelas (William, 1977). Menurut Samuel Becker (1984), ideologi mengatur cara kita memandang dunia dan diri kita, mengontrol apa yang kita lihat sebagai sesuatu yang alami dan nyata. Sebuah ideologi merupakan seperangkat bingkai referensi yang diintegrasikan di mana masing-masing kita melihat dunia dan tindakan kita menyesuaikan dengannya.

Sebagai sebuah nilai dan kepercayaan untuk memandang dunia, ideologi diikuti dan dipercaya untuk mengatur tindakan orang-orang dan masyarakat. Di Amerika Serikat sistem kepercayaan yang diikuti adalah sistem ekonomi kapitalis, kepemilikan privat, dan pasar bebas. Sistem kepercayaan tersebut berkaitan dengan etika Protestan dan nilai pencapaian individual masyarakatnya, termasuk pandangan politiknya yang menganut sistem demokrasi liberal. Nilai-nilai dan pandangan masyarakat Amerika Serikat tersebut selanjutnya diartikulasikan dan diafirmasi melalui media (Shoemaker & Reese, 1996). Menurut Thompson (1990), pola-pola makna dalam ideologi ditanamkan dalam bentuk-bentuk simbolik, termasuk tindakan-tindakan, situasi-situasi tertentu dan benda-benda bermakna dengan berbagai cara, seperti komunikasi antar-individual melalui berbagi pengalaman, konsepsi, dan kepercayaan.

Lantas, ideologi apa yang memengaruhi pola-pola isi media online *suaramuhammadiyah.id* dan *NU online* mengenai Pemilu 2024 selama kampanye Pilpres? Ideologi yang memengaruhi kedua media online tersebut adalah ideologi moderatisme atau tengahan (*washattiyah*). Moderatisme merupakan posisi tengah di antara Islam liberal dan Islam konservatif (Burhani, 2013). Sebagaimana diketahui, *suaramuhammadiyah.id* dan *NU online* merupakan media online resmi (*official*) Organisasi Islam Muhammadiyah dan NU. Fungsi utama kedua media online resmi ini adalah pelantang atau corong yang menyuarakan kepentingan-kepentingan paham Islam Berkemajuan Muhammadiyah dan Islam *Ablussunnah wal Jamaah* (Aswaja) NU (Romadlan et al., 2021).

Sebagai media online resmi Muhammadiyah dan NU, *suaramuhammadiyah.id* dan *NU online* harus mengikuti dan selaras dengan ideologi moderatisme yang dianut oleh Muhammadiyah dan NU. Dalam dinamika sosial keagamaan di Indonesia, Muhammadiyah dan NU merupakan organisasi Islam mainstream Indonesia yang berhaluan moderat (Azra, 2005). Selain itu, kedua organisasi Islam ini memiliki karakteristik sebagai organisasi Islam moderat (Burhani, 2011, 2012; Hilmy, 2013). Moderatisme Muhammadiyah dibungkus dalam jargon Islam Berkemajuan, yakni Islam yang mengedepankan nilai-nilai *tawassuth* (jalan tengah), *tasamuh* (toleransi), *syura* (musyawarah). Sedangkan NU menggunakan jargon Islam Aswaja atau Islam Nusantara yang mengikuti nilai-nilai moderat (*tawasuth*), toleransi (*tasamuh*), keadilan (*adalah*), berimbang (*tawazun*), dan persaudaraan (*ukhuwah*), termasuk pemikiran dan kehidupan yang sederhana (Nasikhin et al., 2022; D. Saputra, 2019; Yulianto, 2020).

Pengaruh ideologi moderatisme dalam pola-pola isi *suaramuhammadiyah.id* dan *NU online* mengenai Pemilu 2024 selama kampanye Pilpres dapat dilihat pada kecenderungan isi dari kedua media online tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecenderungan isi *suaramuhammadiyah.id* dan *NU online* mengenai Pemilu 2024 selama kampanye Pilpres cenderung netral, tidak memihak kepada salah satu paslon capres-cawapres. Netralitas *suaramuhammadiyah.id* ini dapat diamati pada salah satu judul berita,

[“Ketua PP Muhammadiyah Tegaskan 172 PTMA Tidak Terlibat Saksi Capres Manapun”](#) (19/12/2023). Sedangkan netralitas NU online dapat dilihat pada berita dengan judul, [“Gus Yahya Tegaskan NU Tidak Terlibat Dukung Mendukung Pilpres 2024”](#) (18/1/2024). Dalam hal ini, baik *suaramuhammadiyah.id* dan *NU online* pada pemberitaannya mengenai Pemilu 2024 selama kampanye Pilpres sama-sama menerapkan nilai-nilai moderatisme di antaranya yaitu *tawassuth* (jalan tengah), *tasamuh* (toleransi), keadilan (*adalah*), dan berimbang (*tawazun*).

Dengan demikian, implikasi teoritis penelitian ini adalah pada pengembangan konsep pola-pola isi media dalam konteks media online mengenai Pemilu 2024 selama kampanye Pilpres, di mana pola-pola isi media online dapat dikategorikan dalam kategori pemilihan isu, penentuan narasumber, dan kecenderungan isi. Di samping itu, secara teoritis penelitian ini juga memberikan pengayaan kajian mengenai pengaruh ideologi pada pola-pola isi media, di mana hasilnya menunjukkan adanya pengaruh ideologi moderatisme pada pola-pola isi media online *suaramuhammadiyah.id* dan *NU online* mengenai Pemilu 2024 selama kampanye Pilpres.

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, maka peneliti menyimpulkan sebagai berikut; *Pertama*, pola-pola isi media online *suaramuhammadiyah.id* dan *NU online* dalam pemberitaannya tentang Pemilu 2024 selama kampanye Pilpres memiliki pola yang berbeda dalam kategori pemilihan isu dan penentuan narasumber. Sedangkan pada kategori kecenderungan isi, kedua media online tersebut relatif mempunyai pola yang relatif sama, yaitu sama-sama netral, tidak memihak salah satu paslon capres-cawapres pada Pemilu 2024.

Kedua, pola-pola isi media online *suaramuhammadiyah.id* dan *NU online* dalam pemberitaannya mengenai Pemilu 2024 selama kampanye Pilpres dipengaruhi oleh ideologi moderatisme yang dianut oleh kedua media online tersebut. Hal ini dapat dilihat dari kecenderungan isi kedua media online yang cenderung netral. Di samping itu juga karena *suaramuhammadiyah.id* dan *NU online*

merupakan media online resmi Muhammadiyah dan NU yang keduanya merupakan organisasi Islam berhaluan moderat.

Ketiga, hasil penelitian mempertegas peran penting media online *suaramuhammadiyah.id* dan *NU online* sebagai media penyebar paham keislaman Muhammadiyah dan NU, yakni Islam Moderat. Hal ini dapat dilihat dari kecenderungan isi kedua media online tersebut yang cenderung netral, tidak memihak pada salah satu paslon capres-cawapres, dalam memberitakan mengenai Pemilu 2024 selama kampanye Pilpres. Kecenderungan isi yang netral tersebut sesuai dengan nilai-nilai moderatisme Muhammadiyah dan NU, sebagaimana yang terkandung doktrin Islam Berkemajuan Muhammadiyah dan Islam Nusantara (Aswaja) NU.

Referensi

- Azra, A. (2005). Islamic Thought: Theory, Concepts, and Doctrines in the Context of Southeast Asian Islam. In K. S. Nathan & M. Hashim Kamali (Eds.), *Islam in Southeast Asia* (pp. 3–21). ISEAS–Yusof Ishak Institute Singapore. <https://doi.org/10.1355/9789812306241-003>
- Barton, G. (2014). The Gülen Movement, Muhammadiyah and Nahdlatul Ulama: Progressive Islamic Thought, Religious Philanthropy and Civil Society in Turkey and Indonesia. *Islam and Christian–Muslim Relations*, 25(3), 287–301. <https://doi.org/10.1080/09596410.2014.916124>
- Becker, S. L. (1984). Marxist approaches to media studies: The British experience. *Critical Studies in Mass Communication*, 1(1), 66–80. <https://doi.org/10.1080/15295038409360014>
- Berger, A. A. (2011). *Media and Communication Research Methods an Introduction to Qualitative and Quantitative Approach* (2nd ed.). Singapore: Sage.
- Burhani, A. N. (2011). Lakum dīnukum wa-liya dīnī: the Muhammadiyah's Stance towards Interfaith Relations. *Islam*

- and Christian-Muslim Relations*, 22(3), 329–342.
<https://doi.org/10.1080/09596410.2011.586512>
- Burhani, A. N. (2012). Al-Tawassut wa-l I'tidāl: The NU and moderatism in Indonesian Islam. *Asian Journal of Social Science*, 40(5–6), 564–581. <https://doi.org/10.1163/15685314-12341262>
- Burhani, A. N. (2013). Liberal and Conservative Discourses in the Muhammadiyah: The Struggle for the Face of Reformist Islam in Indonesia. In M. Van Bruinessen (Ed.), *Contemporary Developments in Indonesian Islam* (pp. 105–144). ISEAS–Yusof Ishak Institute Singapore. <https://doi.org/10.1355/9789814414579-008>
- Eriyanto. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi* (3rd ed.). Jakarta: Universitas Terbuka.
- Gans, H. J. (2004). *Deciding what's news: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. Illinois: Northwestern University Press.
- Hilmy, M. (2013). Whiter Indonesia's Islamic Moderatism? A Reexamination on the Moderate Vision of Muhammadiyah and NU. *JOURNAL OF INDONESIAN ISLAM*, 7(1), 24. <https://doi.org/10.15642/JIIS.2013.7.1.24-48>
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media.
- Marsun, F., Karo, S. B., & Wirasati, W. (2023). Ideologi Media pada Pemberitaan Nusantara Sebagai Ibu Kota Baru Indonesia. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 19(1), 42–50. <https://doi.org/10.36451/jisip.v19i1.67>
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory* (6th ed.). London, Sage Publication.
- Nashir, H., Qodir, Z., Nurmandi, A., Jubba, H., & Hidayati, M. (2019). Muhammadiyah's Moderation Stance in the 2019 General Election: Critical Views from Within. *Al-Jami'ah*:

Journal of Islamic Studies. <https://doi.org/10.14421/ajis.2019.571.1-24>

- Nasikhin, N., Raaharjo, R., & Nasikhin, N. (2022). Moderasi Beragama Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah dalam Konsep Islam Nusantara dan Islam Berkemajuan. *Islamic Review: Jurnal Riset Dan Kajian Keislaman*, 11(1), 19–34. <https://doi.org/10.35878/islamicreview.v11i1.371>
- Ningsih, S., Zubair, A., & Gusfa, H. (2019). Indonesian Women Politicians Based on a Newspaper's Perception. *Proceedings of the First International Conference on Administration Science (ICAS 2019)*, 343, 480–486. <https://doi.org/10.2991/icas-19.2019.99>
- Pangestu, A., & Putri, S. A. R. (2022). Pola Pemberitaan Media Online Kompas.com dalam Pelaporan Serangan Terorisme di Indonesia 2016-2020. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 5(2), 193. <https://doi.org/10.24198/jkj.v5i2.34429>
- Potter, W. J. (2014). A Critical Analysis of Cultivation Theory. *Journal of Communication*, 64(6), 1015–1036. <https://doi.org/10.1111/jcom.12128>
- Ramadhani, D. F. A., & Wahyu, D. (2024). FRAMING MEDIA ONLINE LIPUTAN6.COM TERHADAP PEMBERITAAN CAPRES MUHAMMIN ISKANDAR PADA PILPRES 2024. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, XII(2).
- Ridho, A. (2019). Arah Politik Muhammadiyah dalam Pemilihan Presiden 2019: Sebuah Analisis Framing Media Online. *Kalijaga Journal of Communication*, 1(1), 1–16. <https://doi.org/10.14421/kjc.11.01.2019>
- Romadlan, S., Wibisono, D. P., & Triwahyuningsih, Z. (2021). Kontradiskursus Makna Jihad sebagai Teror di Media Online suaramuhammadiyah.id dan NU online. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(2), 151. <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.4355>
- Saputra, D. (2019). Deradikalisasi melalui Pendidikan Aswaja (NU) Berbasis Pesantren. *Proceeding: The 1st Faqih Asy'ari Islamic*

- Institute International Conference, 1*(Volume 1).
<http://proceeding.iaifa.ac.id/index.php/FAI3C/article/view/2>
- Saputra, R., & Nazim, A. M. (2017). Strategi Dakwah Islam melalui Media Online Nahdlatul Ulama. *MALAYSIAN JOURNAL FOR ISLAMIC STUDIES*, 2, 9–18. <https://journal.uniswa.edu.my/mjis/index.php/mjis/article/view/22>
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). *Mediating the Message Theories of Influences on Mass Media Content* (2nd ed.). New York, Longman Publisher.
- Sigal, L. V. (1973). *Reporters and Officials: The Organization dan Politics of Newsmaking*. Massachussets, DC Heath and Company.
- Sukmono, F. G., & Junaedi, F. (2020). Manajemen Konten dan Adaptasi Suara Muhammadiyah di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Global*, 9(2), 248–265. <https://doi.org/10.24815/jkg.v9i2.17845>
- Susanto, E. H., & Zhang, S. D. (2017). Critical Discourse Analysis of Interfaith Marriage News from Cyber Media in Indonesia. *Journal of Educational and Social Research*, 7(1), 91–104. <https://doi.org/10.5901/jesr.2017.v7n1p91>
- Thompson, J. B. (1990). *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*. Stanford: Stanford University Press.
- William, R. (1977). *Marxism and Literature*. New York: Oxford University Press.
- Yulianto, R. (2020). Islam Moderat Indonesia (Moderasi Muhammadiyah). *Al-Hikmah: Jurnal Studi Agama-Agama*, 6(1), 67–97. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30651/ah.v6i1.5413>