

Koalisi Wacana Pembangunan IKN Pada Kampanye Pemilu 2024

Muhammad Holaudi Putra

Fakultas Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia

E-mail: m.holaudi@gmail.com

Abstrak

Pembangunan IKN menjadi wacana di masa pemilu Presiden 2024. Wacana para paslon melalui media yang terafiliasi dengan partai politik tertentu, diasumsikan akan memberikan ruang dalam membicarakan kebijakan pembangunan IKN ke depannya. Sangat mungkin terjadi para pemilik modal mengarahkan medianya untuk menyampaikan wacana sesuai kepentingan mereka. Dalam model propaganda Herman & Chomsky, pemilik modal dan penguasa (elit media) memiliki kekuatan untuk merekayasa opini publik melalui media yang dimiliki. Pemilihan narasumber sesuai kemauan penguasa menjadikan wacana informasi yang pro kepada kebijakan penguasa. Penelitian ini bertujuan mengetahui koalisi wacana berupa konsep dan aktor yang muncul dari berita pembangunan IKN pada kampanye pemilu 2024. Dengan menggunakan discourse network analysis untuk menganalisis wacana yang muncul di empat media online terpilih melalui pendekatan mix method kualitatif dan kuantitatif, tampak koalisi wacana dan koalisi aktor yang terbentuk mengenai pemberitaan pembangunan IKN selama masa kampanye pemilu Presiden 2024 cenderung pro pembangunan IKN, dan wacana yang muncul hampir seragam.

Kata Kunci: *discourse network analysis, media online, model propaganda*

Abstract

The development of IKN has become a discourse during the 2024 Presidential election. The discourse of the candidates through media affiliated with certain political parties is assumed to provide space for discussing future IKN development policies. It is very possible that capital owners will direct their media to convey discourse according to their interests. In Herman & Chomsky's propaganda model, capital owners and authority (media elites) have the power to engineer public opinion through the media they own. The selection of sources according to the wishes of the rulers creates a discourse of information that is pro- government's policies. This study aims to determine the discourse coalition in the form of concepts and actors that emerged from the news of the development of the IKN in the 2024 election campaign. By using discourse network analysis to analyze the discourse that emerged in four selected online media through a qualitative and quantitative mix method approach, it appears that the discourse coalition and actor coalition formed regarding the news of IKN development during the 2024 Presidential election campaign tend to be pro-IKN development, and the discourse that emerged was almost uniform.

Keywords: *discourse network analysis, online media, propaganda model*

PENDAHULUAN

Wacana pemindahan Ibu Kota sudah ada sejak masa Presiden Soekarno. Era Orde Lama telah mendatangkan ahli perencana kota dari Rusia untuk mendesain Kota Palangka Raya sebagai calon Ibu Kota RI (Hutasoit, 2018). Rencana pemindahan Ibu Kota Negara dari DKI Jakarta ke wilayah lain, juga terjadi pada masa pemerintahan Presiden Soeharto, Presiden BJ

Habibie, Presiden Soesilo Bambang Yudhoyono, dan Presiden Joko Widodo pada periode pertama. Mantan Kepala Bappenas, Bambang Brodjonegoro, mengatakan “Ketika saya menjadi menteri Bappenas di 2017, saya juga baru tahu ide memindahkan ibu kota sudah disampaikan oleh Pak Jokowi ke pendahulu saja, Pak Andrinof” (Sadat, 2023). Presiden Joko Widodo meminta Bappenas menggelar kajian pemindahan Ibu Kota negara dengan maksud mendorong diversifikasi pusat pertumbuhan (Hutasoit, 2018). Dalam Pidato Kenegaraan saat Sidang Bersama DPD-DPR RI pada 16p Agustus 2019, Presiden Joko Widodo meminta izin terkait rencana pemindahan ibu kota negara ke Pulau Kalimantan. Momen itu terjadi setelah pasangan Joko Widodo dan Ma’ruf Amin ditetapkan sebagai Presiden dan wakil Presiden terpilih pada Pemilu 2019. Presiden mengatakan bahwa pemindahan ibu kota bertujuan untuk pemerataan dan keadilan ekonomi di Indonesia (Hakim & Galih, 2019). Namun, dari hasil penelusuran kanal YouTube Narasi *Newsroom* (2024), sepanjang kampanye untuk periode kedua Presiden Joko Widodo, tidak menyebut janji politik berupa pemindahan ibu kota. Ketika Tim Narasi *Newsroom* menelusuri dokumen visi dan misi pasangan Joko Widodo-Ma’ruf Amin pada Pemilu 2019, tak satu pun ditemukan frasa soal Ibu Kota.

Kebijakan pemindahan Ibu Kota Negara dari Jakarta menuju Ibu Kota Nusantara (IKN) menuai pro dan kontra. Dari hasil penelitian Arsi & Waluyo (2021) mengenai analisis sentimen wacana pemindahan Ibu Kota di Twitter pada periode 17 Januari 2020 sampai dengan 20 Februari 2020, sebanyak 1.236 tweets menunjukkan 404 sentimen positif dan mayoritas netizen menunjukkan 832 sentimen negatif. Apalagi investasi asing skala besar seperti yang disampaikan pemerintah di awal pembangun IKN belum ada yang mendukung. Porsi penggunaan APBN yang nilainya telah mencapai puluhan triliun, kerap menjadi pembahasan di masyarakat. Total anggaran yang disalurkan untuk pembangunan IKN mencapai Rp76,5 triliun, dengan rincian alokasi dana pada APBN 2022 sebesar Rp5,5 triliun, APBN 2023 Rp27 triliun, dan pagu APBN 2024 Rp44 triliun (Silfia, 2024). Pada masa pemilu Presiden dan wakil Presiden 2024 untuk mencari suksesor Joko Widodo dan Ma’ruf Amin tak luput dengan pembahasan mengenai kelanjutan IKN. Ragam opini dan berita bermunculan mengenai IKN pada masa kampanye.

Masa kampanye pemilu 2024 berlangsung sejak 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024. Pada masa itu, media arus utama memberitakan hal terkait pelaksanaan pemilu 2024 dan para calon Presiden dan wakil Presiden 2024. Tentu saja akan muncul *framing* berita yang baik dari media tertentu terhadap salah satu pasangan calon (paslon) yang memiliki afiliasi politik dengan partai pendukung paslon tersebut. Media Group memiliki afiliasi dengan Partai

Nasional Demokrat (NasDem), dimana Surya Paloh sebagai pemiliknya juga menjabat Ketua Umum Partai NasDem yang mendukung pasangan Anies Baswedan & Muhaimin Iskandar sebagai paslon Presiden-wakil Presiden nomor urut 1. Viva yang merupakan bagian dari Bakrie Group, dikenal dekat dengan partai Golongan Karya (Golkar) yang mendukung pasangan Prabowo Subianto & Gibran Rakabuming Raka sebagai paslon Presiden-wakil Presiden nomor urut 2. MNC Group yang didirikan Hary Tanoesoedibjo, memiliki afiliasi dengan Partai Persatuan Indonesia (Perindo), yang mendukung pasangan Ganjar Pranowo & Mahfud MD sebagai paslon Presiden-wakil Presiden nomor urut 3.

Selama masa kampanye, berita media arus utama yang memiliki afiliasi politik tersebut kerap memberitakan mengenai pembangunan IKN yang makin hangat dikarenakan dikaitkan dengan janji politik dari masing-masing paslon. Sebagai contoh, berita nasional di *metrotvnews.com* milik Media Group pada tanggal 6 Desember 2023, menuliskan pandangan Anies terkait IKN dengan judul “Timnas AMIN Bersyukur Kritik Anies Terhadap IKN Disorot Media Asing”. Dalam berita tersebut dituliskan bahwa Anies memang dalam beberapa kesempatan mengkritisi IKN Nusantara. Teranyar, Anies menyatakan bakal mengkaji ulang UU Nomor 3 Tahun 2022 tentang IKN jika terpilih di pemilihan Presiden (Pilpres) 2024 (Hafiez, 2023).

Pada dasarnya, setiap media harus memikul tanggung jawab pelaporan yang berimbang dan adil untuk menunjukkan etika profesional jurnalisme (Hassan & Azmi, 2021). Namun keberpihakan terhadap kepentingan politik pemilik, dianggap dapat mempengaruhi isi berita. Keterlibatan pemilik media dalam menentukan *agenda setting* dan *framing* dari mediana terhadap suatu isu, di mata khalayak umum mungkin secara kasat mata tidak akan tampak ada komando langsung dari pemilik kepada redaksinya dalam menentukan isu apa yang boleh dipublikasikan atau tidak. Namun bagi pemerhati media, afiliasi politik pemilik akan menampilkan berita yang tentu tidak akan bertentangan dengan kepentingan politik sang pemilik. Dalam tayangan sinjar di kanal YouTube Panggil Saya BTP (2024), Andini Effendi, seorang presenter/jurnalis yang berpengalaman hampir dua dekade berkarir dalam perusahaan media, menyatakan “...tuhannya saya dulu di media itu kan adalah pemilik modal dan pengiklan, itu dua tuhan saya tuh. Di jurnalistik, saya kuliah jurnalistik belajarnya itu, kamu kerja sebagai wartawan, tuhan kamu ada dua: pemilik modal dan pengiklan.”

Idealisme perusahaan media untuk menampilkan jurnalisme yang independen dan keberadaan kepentingan di belakangnya memunculkan asumsi awal bahwa berita yang dihasilkan media-media tersebut akan beragam *tone*-nya untuk disajikan kepada publik.

Terkait pengaruh politik terhadap media dalam memberitakan suatu isu, dijelaskan dalam penelitian Bachman & Ruiz (2023) yang membahas pers di Amerika Serikat. Ketergantungan pada pejabat pemerintah dapat mendistorsi apa yang diliput, bagaimana hal itu diliput, dan seberapa luas liputannya. Mengacu pada wawancara dengan orang dalam Washington dan analisis konten media, Lance Bennett, Regina Lawrence, dan Steven Livingston (2008) menggambarkan bagaimana media tunduk pada putaran politik elit. Mengenai mengapa hal ini penting, mereka menulis, 'Bahaya dalam lingkup jurnalisme Washington yang sempit sederhana saja: informasi yang mungkin penting untuk memahami dan mengevaluasi berita dalam tajuk berita sering kali tidak dilaporkan atau sangat kurang dilaporkan, karena tidak disetujui oleh sumber-sumber kuat yang menggerakkan berita'.

Tulisan Bachman & Ruiz (2023) sejalan dengan pemikiran Herman & Chomsky dalam bukunya *Manufacturing Consent: The Political Economy of Mass Media* (1988). Herman & Chomsky merumuskan model propaganda, dimana media berperan dalam memengaruhi pandangan masyarakat. Dalam model propaganda Herman & Chomsky, terdapat lima filter berita, dimana pada filter ketiga para elit media (pemerintah, korporasi, institusi besar, dan perusahaan media) tahu bagaimana menggunakan media dengan mempengaruhi narasi berita kepada publik, dengan memberikan informasi 'resmi' kepada media, pemanfaatan akun resmi, dan wawancara dengan pakar yang berpihak pada elit. Elit media ini menjadikan diri mereka penting dalam proses jurnalisme.

Beberapa faktor memengaruhi bagaimana media memberitakan suatu isu. Secara teoritis, berbagai upaya telah dilakukan untuk menempatkan faktor-faktor ini dalam tiga perspektif konseptual yang dominan dan saling terkait: *agenda setting*, *priming*, dan *framing*. *Agenda setting* mengacu pada bagaimana penekanan media terhadap isu memengaruhi persepsi publik tentang kepentingan relatifnya; *priming* adalah pengaruh media terhadap adopsi publik terhadap isu tertentu sebagai ukuran kinerja politik; dan *framing* mengacu pada batasan perspektif media, dan cara liputan yang memengaruhi pemahaman dan pandangan publik terhadap isu (Agyei-Mensah et al., 2022). Mengapa meneliti *framing* media dianggap penting, karena *framing* media berita dianggap kuat, memengaruhi apa yang diyakini orang, bagaimana perasaan mereka, dan bahkan bagaimana mereka berperilaku (Guo et al., 2023).

Namun peran media massa ditelaah lebih dalam oleh Herman & Chomsky dalam *Manufacturing Consent: The Political Economy of Mass Media*. Herman & Chomsky menyatakan aspek yang sangat penting dari fungsi media massa, yaitu melayani kepentingan hegemonik yang dominan dari kelompok-kelompok yang kuat seperti pemerintah dan

perusahaan-perusahaan global. Tentu saja media tidak menyebarkan propaganda secara terang-terangan kecuali jika propaganda tersebut dikendalikan oleh negara atau dikendalikan oleh kepentingan ekonomi yang kuat. Namun sebaliknya Herman dan Chomsky mendukung teori hegemoni Gramsci saat mereka menjelaskan bagaimana media massa biasanya bersimpati terhadap kebijakan pemerintah dan keputusan perusahaan, serta bagaimana media massa cenderung meminggirkan suara-suara yang tidak setuju. Argumen utama mereka adalah bahwa media menghasilkan persetujuan di antara publik dengan melaporkan kekhawatiran pemerintah begitu saja, tetapi mengabaikan untuk memeriksa faktor-faktor ekonomi, sosial, dan historis yang lebih luas yang membentuk urusan internasional. Sikap kritis media terhadap informasi yang berasal dari pakar, kerap dikesampingkan dengan alasan informasi yang diterima adalah informasi A1.

Dalam pandangan Chomsky (1997) dalam bukunya *Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda*, konsepsi lain demokrasi adalah publik harus dihalangi dalam usahanya untuk mengatur urusan mereka, dan alat-alat informasi harus senantiasa dikontrol secara ketat. Chomsky melihat bagaimana media dan humas menjadi alat propaganda untuk mengontrol informasi yang disajikan ke masyarakat guna mengatur pemikiran, merekayasa opini masyarakat, menghadirkan representasi sebagai sebuah kenyataan, dan diskriminasi persepsi. Model propaganda berfokus pada ketidaksetaraan kekayaan dan kekuasaan serta efek bertingkatnya pada kepentingan dan pilihan media massa. Model ini menelusuri rute yang digunakan uang dan kekuasaan untuk menyaring berita yang layak dicetak, meminggirkan perbedaan pendapat, dan memungkinkan pemerintah serta kepentingan swasta yang dominan menyampaikan pesan mereka kepada publik (Herman & Chomsky, 2010). Unsur-unsur pokok model propaganda, atau perangkat "filter" berita, tercakup dalam poin-poin berikut: (1) ukuran, kepemilikan yang terkonsentrasi, kekayaan pemilik, dan orientasi laba dari perusahaan-perusahaan media massa yang dominan; (2) iklan sebagai sumber pendapatan utama media massa; (3) ketergantungan media pada informasi yang disediakan oleh pemerintah, bisnis, dan "para pakar" yang didanai dan disetujui oleh sumber-sumber utama dan agen-agen kekuasaan; (4) "flak/kritik" sebagai sarana untuk mendisiplinkan media; dan (5) "antikomunisme" sebagai agama nasional dan mekanisme kontrol (Herman & Chomsky, 2010).

Kritik Herman & Chomsky terhadap perilaku media bersifat kuat dan meyakinkan, seperti halnya analisis mereka tentang pembentukan ideologi opini publik dan penyalahgunaan bahasa ala 'Orwellian' dalam demokrasi barat. '*Brainwashing under freedom*' adalah slogan

Chomsky untuk kemunafikan opini liberal barat dan hubungannya dengan kekuasaan. Tesis yang diajukan dalam buku *Manufacturing Consent*, bahwa persetujuan dalam ‘masyarakat bebas’ diproduksi melalui manipulasi opini publik, mungkin sekarang akan lebih tampak, menunjukkan penyensoran diri jurnalistik pada era di mana kepemilikan perusahaan atas media tidak pernah terkonsentrasi seperti sekarang, tekanan sayap kanan pada radio dan televisi publik meningkat, industri hubungan masyarakat berkembang secara eksponensial, dan nilai-nilai periklanan mendominasi proses produksi berita (Klaehn, 2002).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui koalisi wacana terkait konsep dan aktor mengenai berita pembangunan IKN yang ditampilkan dalam berita *online* terpilih pada masa kampanye pemilu 2024. Koalisi wacana menawarkan cara yang bisa membantu penelitian ini dalam mengobservasi wacana mengenai pembangunan IKN. Keunggulan dalam menganalisis koalisi wacana antara lain: (1) menganalisis tindakan strategis dalam praktik penerapan wacana pada isu-isu kontroversial; (2) menganalisis lebih dalam bagaimana praktik wacana dimainkan oleh para aktor; dan (3) mampu memetakan aktor yang berbeda-beda dalam mereproduksi wacana tanpa harus mengoordinasikan tindakan serta memiliki nilai yang sama (Hajer, 2002). Koalisi wacana dianggap mampu menguraikan bagaimana koalisi aktor yang berbeda-beda menanggapi isu pembangunan IKN, melihat hubungan antar aktor, dan kekuatan dari masing-masing koalisi wacana serta aktor. Peneliti berusaha mengkaji munculnya model propaganda dari koalisi wacana yang terbentuk terkait konsep atau isu apa yang kerap disampaikan dari masing-masing media berita *online* tersebut. Kemudian siapa aktor yang kerap tampil mengenai pemberitaan tentang pembangunan IKN selama masa kampanye. Apakah konsep dari keempat media tersebut saling beririsan atau memiliki kesamaan sebagai suatu bentuk koalisi wacana propaganda elit media, atau berbeda pada masing-masing media. Selain itu, kemunculan aktor yang hadir dalam keempat berita media tersebut akan menghasilkan data yang dapat diolah lebih lanjut siapa saja pakar yang kiranya memiliki afiliasi dengan elit media.

Penelitian ini mengenai model propaganda dari media arus utama kepada publik terkait kebijakan pemerintah yang dilakukan dengan analisis digital. Penelitian ini berupa analisis jejaring wacana (*discourse network analysis/DNA*) untuk mengetahui koalisi wacana dari konsep yang ditampilkan dan siapa aktor yang terlibat dalam wacana berita *online* pada empat media terpilih di kondisi transisi politik ke pemerintahan baru. DNA dapat digunakan untuk mengungkap aktor mana yang diberi suara, langkah kebijakan mana yang mereka dukung, dan dengan siapa mereka berbagi posisi kebijakan (Wagner & Payne, 2017). Pemahaman akan

hasil penelitian ini memiliki signifikansi penting dalam konteks analisis media mengenai propaganda kebijakan publik (khususnya IKN) yang telah mendapatkan atensi masyarakat. Penelitian tentang IKN sebelumnya menggunakan analisis wacana kritis, analisis sentiment, studi netnografi, atau analisis framing, dimana objek penelitian mengkaji pada satu media saja. Teori/konsep yang relevan dalam penelitian ini bisa memberi pemahaman mendalam mengenai bagaimana menganalisis lebih detail tentang propaganda melalui media yang dilakukan kelompok elit media. Signifikansi Praktis dalam penelitian ini, diharapkan dapat menjadi data yang dapat diolah lebih lanjut mengenai koalisi wacana terkait konsep dan aktor yang muncul pada media berita *online* terpilih tentang pemberitaan pembangunan IKN pada masa kampanye pemilu 2024.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, dimana realitas sosial dilihat sebagai sebuah hasil konstruksi. Kebenaran realitas bersifat relatif sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial atau para aktor. Maka dari itu penelitian ini menggunakan pendekatan *mix method* kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini melakukan riset digital analisis jejaring wacana (*discourse network analysis/DNA*), yang menggabungkan metode analisis jaringan sosial yang bersifat kuantitatif dan analisis wacana yang bersifat kualitatif dengan melakukan koding induktif, guna menangkap konsep dan atribut yang muncul secara menyeluruh dari berita-berita di media *online* yang menjadi jejak digital dalam penelitian.

DNA merupakan kombinasi antara metode analisis jaringan dengan analisis wacana kualitatif. Metode DNA sudah banyak digunakan untuk mendeskripsikan struktur dalam perdebatan kebijakan seperti tingkatan polarisasi, keberadaan koalisi, perubahan kebiasaan aktor-aktor dalam koalisi, dan kohesivitas dari koalisi yang terbentuk pada dinamika perdebatan (Sumirat & Eriyanto, 2023). DNA juga membantu mengungkap jaringan-jaringan (afiliasi) dalam pengambilan keputusan misalnya keterkaitan, kesamaan, dan konflik wacana antar aktor-aktor dalam arena politik (Fergie et al., 2019).

Subyek penelitian ini berupa berita media *online* tentang pembangunan IKN yang disajikan gratis untuk publik. Hal ini karena berita diharapkan lebih objektif dan dapat diandalkan daripada konten lain seperti artikel opini atau tajuk rencana (Hassan & Azmi, 2021). Berita yang terpilih dimaksudkan untuk melaporkan berita terkini dan biasanya ditulis atau disampaikan dalam bentuk yang singkat dan lugas, *feature stories* membahas secara

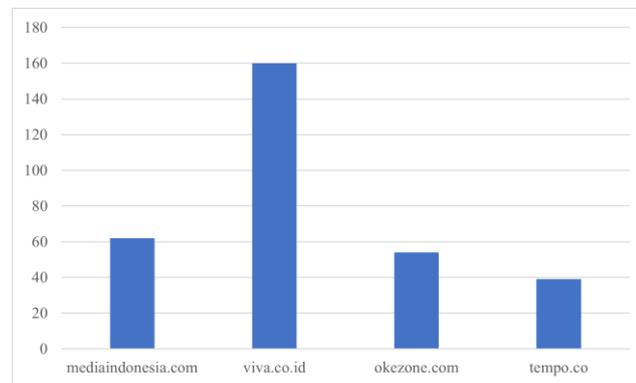
mendalam suatu subjek (Hassan & Azmi, 2021). Media berita *online* yang dipilih terdiri dari tiga media besar yang memiliki afiliasi dengan paslon peserta pemilu Presiden 2024 dan satu media besar yang dikenal kritis terhadap kebijakan pemerintah, serta terdapat dalam basis data *MediaCloud*. Media berita *online* yang diteliti adalah *mediaindonesia.com* (milik Media Group yang berafiliasi dengan paslon 1), *viva.co.id* (milik Bakrie & Brothers yang berafiliasi dengan paslon 2), *okezone.com* (milik MNC Group yang berafiliasi dengan paslon 3), dan *tempo.co* (milik Tempo Media yang dikenal sebagai media yang kritis (Mahendra, 2023)). Penelitian ini ingin membandingkan bagaimana keempat media tersebut mengemas berita mengenai pembangunan IKN dan membedahnya untuk mengetahui konsep dan aktor yang muncul.

Langkah awal yang dilakukan dalam penelitian adalah membuat basis data berita di *MediaCloud*. Dari basis data *MediaCloud* yang menggunakan kata kunci “Ibu Kota Nusantara” dan “IKN” pada koleksi dan sumber “Indonesia – *National*” dan “Indonesia – *State & Local*” di rentang waktu masa kampanye pemilu 2024 (28 November 2023 - 10 Februari 2024), ditemukan data tautan berita sebanyak 5884 berita dari 57 media berita *online*. Setelah melakukan filter pada 4 media berita *online* terpilih, ditemukan 636 tautan. Setelah melakukan *processing* data dengan memfilter berita khusus bahasa Indonesia dan bukan berbentuk opini, serta proses *coding* berita menggunakan aplikasi *Discourse Network Analyzer* (DNA) 2.0 milik Philip Leifeld, ditemukan 315 tautan berita yang peneliti analisis. DNA 2.0 digunakan untuk melakukan *coding* aktor, isu, dan persetujuan dari masing-masing berita terpilih. Hasil akhir dari *Discourse Network Analyzer* adalah mengeksport data perangkat lunak statistik dan jaringan (Leifeld, 2020). Untuk membuat visualisasi dan analisis data jaringan aktor dan isu, penelitian ini menggunakan *Visione* versi 2.23. *Visione* berguna dalam eksplorasi jaringan sosial dengan bantuan grafik untuk memvisualkan, memahami, dan menjelaskan struktur sosial (Brandes & Wagner, 2004).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pengolahan basis data di *MediaCloud* terhadap 4 media berita *online* yang menjadi subyek penelitian, ditemukan 315 tautan berita yang dilakukan proses analisis wacana. Dimana *viva.co.id* terdiri dari 160 berita, *mediaindonesia.com* 62 berita, *okezone.com* 54 berita, dan *tempo.co* sebanyak 39 berita. Proses *coding* dilakukan pada temuan wacana mengenai pembangunan IKN selama masa kampanye pemilu 2024 berlangsung. *Coding* diberikan untuk aktor yang muncul melalui identifikasi *person* dan *organization*. Kemudian

wacana yang muncul di-*coding* menjadi *concept* dari wacana tersebut. Kemudian pro dan kontra yang muncul mengenai pembangunan IKN, di-*coding* dengan menentukan *agreement* terhadap *concept* yang di wacanakan.

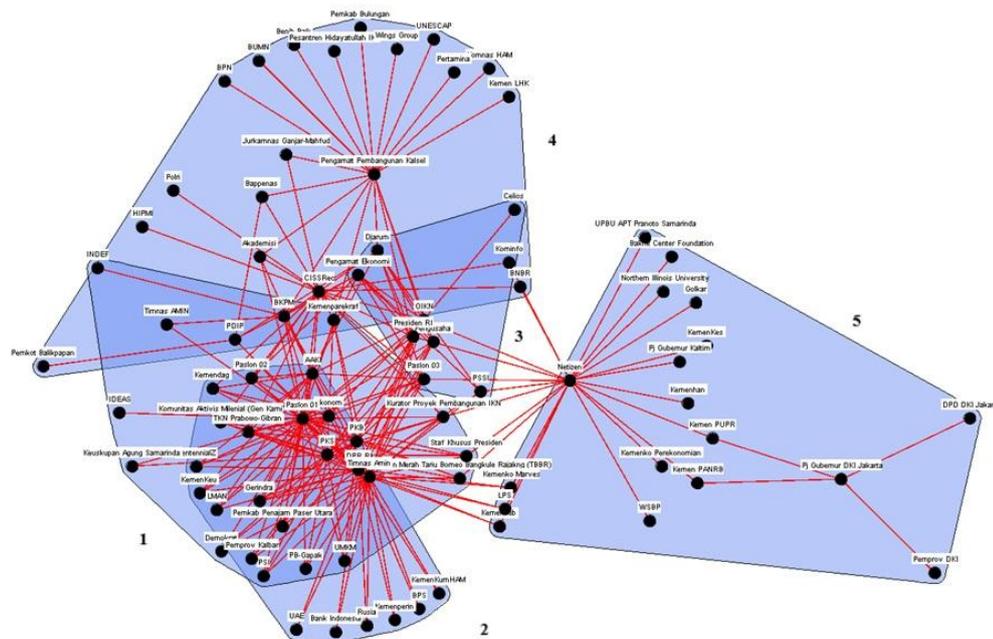


Gambar 1. Grafik temuan berita yang dianalisis

Wacana dari para aktor mengenai isu pembangunan IKN selama masa kampanye Pemilu 2024 terpecah menjadi dua kubu; pro dan kontra. Masing-masing aktor yang saling berhubungan berupaya membangun pesan agar dapat memengaruhi orang lain untuk menerima wacana tersebut. Para aktor menyampaikan berbagai macam argumentasi di berbagai kesempatan, salah satunya dalam wawancara dengan media massa. Argumentasi tersebut yang kemudian dipertarungkan untuk meyakinkan publik akan kebenaran yang disuarakan (Sumirat & Eriyanto, 2023). Aktor pendukung maupun kontra pembangunan IKN turut memanfaatkan media massa untuk menegaskan posisinya dalam mewacanakan isu IKN. Media berita *online* menjadi saluran yang efektif untuk aktor dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Koalisi wacana atau *discourse coalition* berasumsi setiap pembuat kebijakan menghadapi berbagai wacana dari berbagai aktor karena kebijakan bersifat terbuka untuk siapa saja (Sumirat & Eriyanto, 2023). Hajer (2002) mendefinisikan wacana sebagai rangkaian ide, konsep, dan kategorisasi yang diproduksi dan ditransformasikan melalui makna pada sebuah realitas sosial. Koalisi wacana menekankan pada pentingnya argumentasi yang diciptakan oleh para aktor. Wacana dirumuskan bersamaan dengan alur cerita dan kerangka konseptual dalam memandang isu tertentu. Koalisi wacana dapat dilihat dari wacana yang diorganisir oleh aktor-aktor berbeda. Dalam konteks pembangunan IKN, aktor pembuat kebijakan dalam hal ini pemerintah berhadapan dengan berbagai wacana dari aktor lain baik yang mendukung maupun tidak.

Hasil pengolahan 315 berita dari 4 media berita *online* menggunakan *Discourse Network Analyzer* menemukan 752 *statement* dari 181 *person* aktor baik yang pro dan kontra. Jika dikategorikan dalam *organization*, terdapat 104 *organization* aktor yang pro dan kontra. Dari hasil ekspor jaringan agregasi kualifikasi aktor yang berkonflik, terbentuk lima kluster koalisi besar. Koalisi aktor yang terbentuk dapat dilihat di gambar 2.



Gambar 2. Jaringan koalisi aktor pembangunan IKN selama periode kampanye pemilu 2024
Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Kluster 1 terdiri dari aktor sentral paslon 01 dan para para aktor yang terafiliasi dengan paslon 01, dimana wacana yang disampaikan pada media berita *online* dominan menyatakan kontra terhadap pembangunan IKN. Kluster 2 terdiri dari paslon 02 beserta afiliasinya, yang mewacanakan pro pembangunan IKN dan kerap di konfrontir media untuk meng-*counter* isu wacana dari paslon 01. Selain itu di kluster 2 terdapat DPR RI sebagai legislatif dengan multi partai yang wacana-nya ada yang pro dan ada yang kontra (terkait investasi dan penggunaan APBN) terhadap pembangunan IKN. Di kluster 2 juga terdapat aktor dari pemerintah seperti Kemenkeu, Kemenperin, KemenKumHam, Kemendag, LMAN, BPS, dan Bank Indonesia, yang dominan pro dan secara langsung meng-*counter* isu wacana kontra dari pihak paslon 01. Selain itu pihak asing yang memiliki minat untuk berinvestasi di IKN seperti Rusia dan UAE juga masuk dalam kluster ini dikarenakan wacana terkait investasi terhubung dengan pihak paslon 01 dan DPR RI.

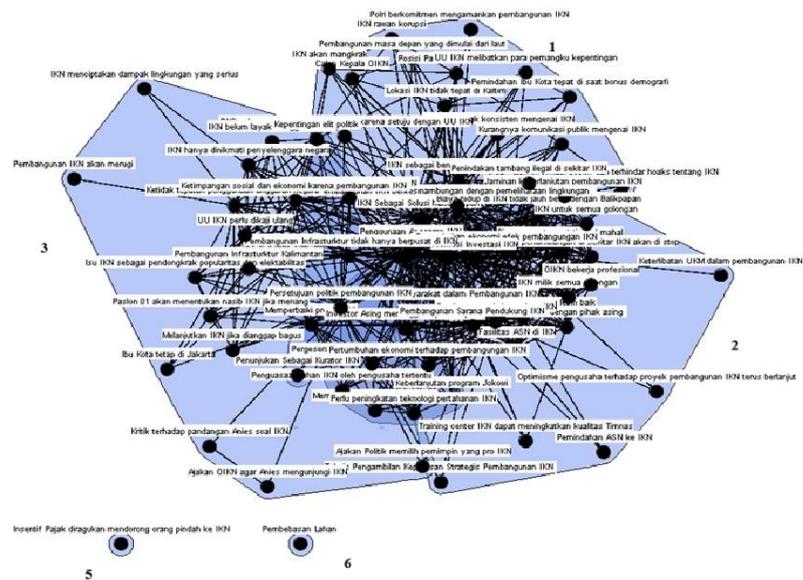
Klaster 3 terdapat aktor sentral Otorita Ibu Kota Nusantara (OIKN) dan Presiden RI yang kerap menyampaikan *statement* mengenai *progress* pembangunan infrastruktur di IKN. Pada klaster ini terdapat paslon 03 yang pro terhadap wacana pembangunan IKN, dan kerap memberikan apresiasi positif terhadap *progress* pembangunan infrastruktur di IKN. Selain itu, kelompok pengusaha dan pengamat juga berada di klaster ini. Klaster 4 merupakan para aktor yang mewacanakan pembangunan IKN yang berkesinambungan dengan lingkungan (reforestasi & IKN akan menjadi *green city*), pembangunan IKN sebagai *smart city* di masa depan, dan IKN sebagai solusi masa depan pemerataan sosial ekonomi di Indonesia. Keberadaan aktor Pengamat Pembangunan Kalsel yang menyatakan wacana kontra pembangunan IKN akan berkesinambungan terhadap lingkungan, menjadikan aktor tersebut terhubung dengan pihak yang pro pembangunan IKN berkesinambungan terhadap lingkungan, seperti pihak pemerintah, LSM lingkungan, dan CSR dari pihak pengusaha. Klaster 5 terbentuk dikarenakan para aktor mewacanakan pembangunan sarana pendukung IKN dan pemindahan ASN ke IKN. Pada klaster ini pemberitaan media dari *statement* netizen mengenai sarana IKN yang belum memadai, mendapatkan *counter* dari pihak pemerintah dan para pemangku kepentingan di lingkungan pemerintah yang menyampaikan wacana pro terhadap pembangunan sarana pendukung IKN berupa *progress* pembangunan sarana pendukung di IKN.

Klaster 1 dan klaster 2 tampak beririsan seperti tumpang tindih. Posisi ini menggambarkan perang wacana politis terkait pembangunan IKN. Pihak paslon 01 dan afiliasinya yang kerap mengkampanyekan IKN bukan prioritas, bukan solusi pemerataan, dan ketidak tepatan penggunaan APBN untuk IKN, *head to head* dengan banyak aktor di klaster 2 dari pihak pemerintah dan paslon 02 yang menyatakan wacana sebaliknya. Para aktor di klaster 3 dan 4 juga turut terhubung dengan para aktor dari klaster 1 terkait wacana yang kontra pembangunan IKN. Sehingga posisi klaster 4 juga beririsan dengan klaster 1, dikarenakan ada aktor di klaster 4 yang meng-*counter* secara langsung wacana kontra dari aktor yang kontra pembangunan IKN di klaster 1. Hal tersebut juga terjadi pada aktor di klaster 3, sehingga posisi klaster 3 dekat dengan klaster 1.

Koalisi aktor dari 4 media berita *online* diatas, menunjukan paslon 01 merupakan aktor yang paling sentral dalam perdebatan wacana pembangunan IKN. Paslon 01 memiliki tingkat sentralitas tertinggi dengan 7,11%, disusul Timnas Amin dengan 6,68%, dan DPR RI dengan 6,03%. Hal ini menunjukan bagaimana wacana paslon 01 kerap menimbulkan konflik dengan para aktor lainnya, sehingga terhubung dengan para aktor lain. Jika koalisi aktor dianalisis di

masing-masing media, ditemukan bahwa paslon 01 juga memiliki tingkat sentralitas tertinggi pada *mediaindonesia.com* dengan 12,34%, dan pada *viva.co.id* dengan 18,75%. Sedangkan pada *tempo.co*, nilai sentralitas paslon 01 hanya di angka 4,17%, dan 0% pada *okezone.com*. Pada *mediaindonesia.com* frekuensi kemunculan paslon 01 menunjukkan jumlah tertinggi. Hal ini sejalan dengan afiliasi politik paslon 01 dengan Media Group milik Surya Paloh. Surya Paloh tampak mengarahkan media miliknya sebagai ruang kampanye bagi paslon yang diusungnya. Hal ini bertolak belakang dengan *okezone.com* yang tampak minim menampilkan berita yang menghadirkan wacana paslon 01 mengenai pembangunan IKN. *Okezone.com* lebih sering menampilkan berita yang memuat wacana pembangunan IKN dari aktor paslon 03 yang merupakan afiliasi politik dari pemilik MNC Group, Hary Tanoesoedibjo. *Viva.co.id* yang memiliki afiliasi politik dengan paslon 02, menunjukkan nilai sentralitas yang tinggi bagi paslon 01. Namun dari jumlah frekuensi, berita dari aktor Presiden RI dan OIKN lebih mendominasi wacana yang pro pembangunan IKN. Wacana dari paslon 01 di-*framing* sebagai pihak oposisi yang langsung di *counter* oleh aktor lain yang pro pembangunan IKN oleh *viva.co.id*. Jadi walau tampak sentralitasnya tinggi, posisi paslon 01 seperti pihak antagonis. Analisis pada *tempo.co*, menunjukkan diantara tiga paslon, paslon 01 adalah aktor yang frekuensi wacana mengenai pembangunan IKN kerap ditampilkan, namun tingkat sentralitasnya tidak setinggi aktor DPR RI dan OIKN.

Wacana yang diusung oleh para aktor pro dan kontra pembangunan IKN beragam dan sebagian saling bertolak belakang. Total ada 752 *statement* para aktor dan diklasifikasikan dalam 71 konsep atau wacana. Jumlah wacana pro pembangunan IKN lebih banyak, yaitu 60 konsep, daripada wacana kontra pembangunan IKN, sebanyak 11 konsep. Dari hasil ekspor jaringan agregasi kualifikasi konsep, terbentuk enam klaster wacana, dimana empat klaster koalisi besar yang saling tumpang tindih, dan dua klaster terpisah dengan konsep lainnya. Koalisi wacana yang terbentuk dapat dilihat di gambar 3.



Gambar 3. Jaringan koalisi wacana pembangunan IKN selama periode kampanye pemilu 2024
Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Klaster 1, 2, 4 & 6 terdiri dari wacana yang mayoritas berasal dari aktor yang pro dengan pembangunan IKN. Sedangkan klaster 3 & 5 merupakan wacana yang kontra pembangunan IKN. Klaster 4 sendiri terletak di tengah-tengah irisan klaster 1, 2 & 3. Isi klaster 4 adalah wacana mengenai penggunaan anggaran IKN, memperbaiki proyek IKN, pengusaha lahan IKN oleh penguasa tertentu, keberlanjutan program Jokowi, perlu peningkatan teknologi pertahanan IKN, dan mempercepat pembangunan IKN. Keenam wacana tersebut terhubung dengan klaster 1, 2 & 3. Sebagai contoh wacana penggunaan anggaran IKN terhubung dengan wacana IKN sebagai bentuk Indonesiasentris di klaster 1, investasi IKN di klaster 2, dan ketimpangan sosial dan ekonomi karena pembangunan IKN. Klaster 5 & 6 terpisah dari wacana lainnya. Klaster 5 yang berisi wacana insentif pajak diragukan mendorong orang pindah ke IKN hanya muncul dari satu aktor dan aktor tersebut tidak menyampaikan wacana lain. Begitu pula dengan klaster 6 yang berisi wacana pembebasan lahan yang diwacanakan oleh dua aktor dan kedua aktor tersebut tidak mewacanakan konsep lain.

Dari 71 konsep yang muncul, wacana pembangunan sarana pendukung IKN menjadi wacana dengan tingkat frekuensi tertinggi sebanyak 95 kali. Hal ini kerap diwacanakan oleh aktor Presiden Jokowi dan OIKN. Frekuensi wacana tersebut kerap disampaikan pada saat Presiden Jokowi melakukan *groundbreaking* bangunan dan fasilitas umum di IKN pada medio akhir Desember 2023. Empat media berita *online* terpilih turut memberitakan wacana tersebut dan menampilkan aktor Presiden Jokowi dan perwakilan OIKN. Wacana IKN sebagai solusi

masa depan merupakan wacana dengan persentase sentralitas tertinggi sebanyak 4,47%. Wacana tersebut terletak di klaster 1 dan terhubung dengan wacana lain di klaster 2, 3 & 4.

Jika melihat wacana yang sering muncul dari masing-masing media, wacana mengenai pembangunan sarana pendukung IKN memiliki frekuensi tertinggi sebanyak 19 kali di *mediaindonesia.com*, disusul wacana pembangunan IKN berkesinambungan dengan pemeliharaan lingkungan sebanyak 14 kali, dan IKN sebagai bentuk Indonesiasentris serta persetujuan politik pembangunan IKN sebanyak 10 kali. Pada *viva.co.id*, wacana pembangunan sarana pendukung IKN juga memiliki frekuensi tertinggi sebanyak 50 kali, disusul IKN sebagai magnet investasi sebanyak 39 kali, dan pembangunan IKN berkesinambungan dengan pemeliharaan lingkungan sebanyak 27 kali. Sama halnya dengan *mediaindonesia.com* dan *viva.co.id*, wacana pembangunan sarana pendukung IKN juga memiliki frekuensi tertinggi sebanyak 22 kali di *okezone.com*. Selanjutnya IKN sebagai magnet investasi sebanyak 14 kali, dan fasilitas ASN di IKN sebanyak 8 kali. Sedangkan di *tempo.co*, wacana IKN sebagai solusi masa depan menjadi wacana yang kerap kali muncul sebanyak 13 kali, disusul dengan wacana IKN sebagai magnet investasi sebanyak 10 kali, dan persetujuan politik pembangunan IKN sebanyak 9 kali.

Kepemilikan media oleh para pemilik modal yang terafiliasi dengan elit politik dan menyediakan ruang bagi koalisinya kembali ditunjukkan pada masa pemilu 2024. Sama seperti pemilu Presiden 2014 dan 2019, peran media sebagai penggiring opini masyarakat terhadap afiliasi politiknya kembali terjadi. Tampak sulit bagi jurnalis yang bekerja di media dengan pemilik modal terafiliasi politik untuk menyajikan berita yang obyektif dan tidak berpihak pada salah satu kubu capres & cawapres. Media digunakan oleh para elit media (dalam hal ini pemilik modal dan penguasa) guna melakukan propaganda untuk merekayasa opini publik. Pandangan Noam Chomsky, bahwa demokrasi membuat alat-alat informasi harus senantiasa dikontrol secara ketat, guna menciptakan eksistensi kelompok elit dapat terjaga di dalam suatu sistem kenegaraan. Chomsky (1997) menjelaskan bahwa Walter Lippman (teoritis demokrasi liberal dan pemuka media) mengaggas ‘revolusi seni berdemokrasi’ dapat digunakan untuk membuat suatu ‘persetujuan buatan’, yaitu mengadakan persetujuan yang sebenarnya tidak diinginkan oleh pihak publik dengan menggunakan teknik propaganda. Jika mengacu pada filter berita pertama dan ketiga model propaganda Herman & Chomsky, dimana dominasi pemilik modal yang dominan, dan ketergantungan media pada sumber informasi yang disetujui agen kekuasaan, memuluskan upaya menjaga posisi para ahli dan penguasa,

memegang peran eksekutif yang melakukan pekerjaan berpikir, merencanakan dan memahami kepentingan bersama dilaksanakan oleh mereka (Chomsky, 1997).

Kepentingan pembangunan IKN saat ini sejatinya lahir dari kelompok penguasa, para pemilik modal, dan para ahli yang terlibat. Ruang kritik yang dihadirkan oleh media bagi masyarakat, diminimalisir, demi melegalkan kebijakan pembangunan IKN. Dari hasil temuan penelitian ini, mayoritas *statement* yang muncul di 4 media berita *online* menunjukkan *agreement* yang pro pembangunan IKN. Sebanyak 586 *statement* pro terhadap pembangunan IKN (78%) dan hanya 166 *statement* kontra terhadap pembangunan IKN (22%). Bahkan *mediaindonesia.com* yang terafiliasi dengan paslon 01, hanya memberikan 41 *statement* kontra terhadap pembangunan IKN (25%).

Kehadiran aktor yang pro dengan pembangunan IKN lebih dominan muncul sebanyak 93 aktor. Sedangkan hanya ada 22 aktor yang ditampilkan kontra pembangunan IKN. Hal ini menunjukkan bagaimana peran industri humas menampilkan aktor-aktor pilihan agen kekuasaan memanfaatkan media guna merekayasa opini publik untuk merepresentasikan kenyataan yang baik terhadap pembangunan IKN. Konsep atau wacana yang muncul juga didominasi dengan wacana yang pro pembangunan IKN. Asumsi awal peneliti bahwa *mediaindonesia.com* yang terafiliasi dengan paslon 01 yang menganggap IKN bukan prioritas dan *tempo.co* yang dikenal kritis akan menampilkan wacana yang berbeda, ternyata menampilkan dominasi wacana yang hampir serupa dengan 2 media lain. Untuk kasus *tempo.co*, peneliti menemukan artikel-artikel yang dirasa kritis terhadap kebijakan pembangunan IKN, ternyata disajikan di Tempo plus yang bisa diakses dengan cara berlangganan. Untuk artikel berita gratis mengenai pembangunan IKN di masa kampanye pemilu 2024, di dominasi oleh berita terkait ekonomi dan bisnis.

Pemanfaatan media massa oleh para aktor dan wacana yang pro kebijakan penguasa, dapat menjadi informasi yang tervalidasi guna melawan wacana dengan sentimen negatif mengenai pembangunan IKN yang muncul di masyarakat melalui media sosial. Keberadaan media massa yang diakui oleh pemerintah melalui Dewan Pers, melegitimasi apapun wacana yang muncul di media massa pasti valid kebenarannya. Tidak seperti wacana yang muncul di media sosial, yang apabila kontra produktif dengan kepentingan penguasa, bisa dilabeli berita hoaks atau misinformasi (bentuk model propaganda *flak* oleh penguasa).

SIMPULAN

Koalisi wacana dalam perdebatan pembangunan IKN di masa kampanye pemilu 2024 dibentuk untuk memengaruhi pandangan publik. Wacana-wacana yang diangkat oleh aktor pro maupun kontra sebagian besar membahas *progress* pembangunan yang sedang dan akan terjadi dan strategi politik dalam merebut simpati suara rakyat dalam kontestasi pemilu Presiden 2024. Wacana terkait *progress* pembangunan IKN didominasi dengan wacana pembangunan sarana dan infrastruktur yang terjadi dan akan terjadi, wacana pembangunan yang memperhatikan lingkungan, dan penggunaan anggaran untuk membangun. Sedangkan wacana yang terkait kepentingan politik dari masing-masing calon, muncul dikarenakan adanya wacana dari paslon 01 beserta afiliasinya mengenai IKN bukan prioritas, ketidaktepatan penggunaan anggaran, dan UU IKN perlu dikaji ulang. Sedangkan pada paslon 02 dan paslon 03 beserta afiliasi mereka muncul wacana seperti persetujuan politik pembangunan IKN, IKN sebagai solusi masa depan, dan IKN sebagai bentuk Indonesiasentris. Dua contoh wacana terakhir sejalan dengan wacana dari aktor dengan latar belakang pemerintah. Para aktor baik pro dan kontra berupaya untuk merasionalkan wacana yang dibawanya melalui narasi di media massa. Aktor-aktor dalam arena perdebatan pembangunan IKN selama masa kampanye pemilu 2024 berupaya agar wacana yang diusung menjadi dominan di masyarakat. Hal tersebut bertujuan untuk memengaruhi persepsi publik dalam memandang rencana pembangunan IKN. Berdasarkan temuan penelitian, wacana pro pembangunan IKN lebih dominan dibandingkan dengan kontra pembangunan IKN. Hal ini juga diperkuat dengan kuantitas aktor yang tampil lebih banyak dari pihak yang pro dengan pembangunan IKN.

Penelitian ini menunjukkan keempat media hampir memiliki *framing* dan isi berita yang sama, walaupun terafiliasi dengan kepentingan politik masing-masing kelompok yang berbeda. Jika menganalisis dengan model propaganda Herman & Chomsky, apa yang terjadi di media yang menjadi subyek penelitian, tergambar bahwa pemberitaan mengenai pembangunan IKN selama masa kampanye pemilu 2024, merupakan bentuk teknik propaganda penguasa yang melakukan rekayasa opini bahwa pembangunan IKN baik untuk kepentingan bersama, dengan menggunakan aktor-aktor yang direstui penguasa.

Berdasarkan penelitian ini, dapat dimungkinkan adanya penelitian lain terhadap kebijakan atau isu politik yang menimbulkan pro kontra di masyarakat dengan menggunakan riset digital analisis jejaring wacana (*discourse network analysis/DNA*). Terkait pembangunan IKN di masa kampanye pemilu pilpres 2024, dapat dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui opini masyarakat terhadap wacana tersebut. Apakah propaganda pro

pembangunan IKN yang muncul selama masa kampanye telah berhasil membentuk opini masyarakat yang afirmatif terhadap isu tersebut atau tidak. Dapat juga dilakukan penelitian eksperimen untuk menguji sejumlah berita yang pro pembangunan IKN pada masa kampanye 2024, apakah dapat membuat objek penelitian menjadi setuju dengan kebijakan tersebut, atau justru menunjukkan hasil penelitian yang condong apatis terhadap pembangunan IKN.

ACKNOWLEDMENT

Artikel jurnal ini ditulis berdasarkan hasil penelitian mandiri yang dilakukan dengan riset media digital atas bimbingan Dr. Eriyanto, S.I.P., M.Si.. Penulis mengucapkan terima kasih atas masukan dan penjelasannya untuk melakukan riset media digital dalam penelitian ini. Terima kasih juga kepada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian Komunikasi dan Digital sebagai pemberi beasiswa selama penulis menempuh masa studi.

REFERENSI

- Agyei-Mensah, S., Kyere-Gyeabour, E., Mwaura, A., & Mudu, P. (2022). Between Policy and Risk Communication: Coverage of Air Pollution in Ghanaian Newspapers. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(20). October 2022. DOI: 10.3390/ijerph192013246.
- Arsi, P. & Waluyo, R. (2021). Analisis Sentimen Wacana Pemandangan Ibu Kota Indonesia Menggunakan Algoritma Support Vector Machine (SVM). *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)* Vol. 8, No. 1, Februari 2021, hlm. 147-156. Februari 2021. DOI: 10.25126/jtiik.202183944.
- Bachman, J.S. & Ruiz, E.B. (2023). The geopolitics of human suffering: a comparative study of media coverage of the conflicts in Yemen and Ukraine. *Third World Quarterly* 45:1, 24-42. July 2023. DOI: 10.1080/01436597.2023.2228715.
- Bennett, W. L., Lawrence, R. & Livingston, S. (2008). *When the Press Fails: Political Power and the News Media from Iraq to Katrina*. Chicago: University of Chicago Press.
- Brandes, U., & Wagner, D. (2004). Analysis and Visualization of Social Networks. *Graph drawing software*, 321–340.
- Chomsky, N. (1997). *Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda*. New York: Seven Stories Press.
- Fergie, G., Leifeld, P., Hawkins, B., & Hilton, S. (2019). Mapping discourse coalitions in the minimum unit pricing for alcohol debate: a discourse network analysis of UK newspaper coverage. *Addiction*, 114(4), 741–753. <https://doi.org/10.1111/add.14514>.
- Guo, L., Su, C.C., & Chen, H.T. (2023). Do News Frames Really Have Some Influence in the Real World? A Computational Analysis of Cumulative Framing Effects on Emotions and Opinions About Immigration. *The international journal of press/politics* 1–21. October 2023. DOI: 10.1177/19401612231204535.
- Hafiez, F.A. (2023, Desember 6). Timnas AMIN Bersyukur Kritik Anies Terhadap IKN Disorot Media Asing. *MetroTV*. Diperoleh dari <https://www.metrotvnews.com/read/K5nCLYZY-timnas-amin-bersyukur-kritik-anies-terhadap-ikn-disorot-media-asing>

- Herman, E.S. & Chomsky, E. (2010). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. London: Random House.
- Hajer, M. A. (2002). Discourse Coalitions and the Institutionalization of Practice: The Case of Acid Rain in Great Britain. In F. Fischer (Ed.), *The Argumentative Turn in Policy Analysis and Planning* 43-76. Duke University Press.
- Hakim, R. N. & Galih, B. (2019, Agustus 16). Sidang Bersama DPD-DPR, Jokowi Minta Izin Pindah Ibu Kota ke Kalimantan. *Kompas*. Diperoleh dari <https://nasional.kompas.com/read/2019/08/16/10571051/sidang-bersama-dpd-dpr-jokowi-minta-izin-pindah-ibu-kota-ke-kalimantan?>
- Hassan, I., & Azmi, M.N.L. (2021). Islamophobia in non-Western media A content analysis of selected online newspapers. *Newspaper Research Journal* 2021, Vol. 42(1) 29–47. February 2021. DOI: 10.1177/0739532921989136.
- Hutasoit, W.L. (2018). Analisa Pemindahan Ibu Kota Negara. *Dedikasi Jurnal Ilmiah Sosial, Hukum, Budaya* Vol. 39, No. 2 (2018) 109-128. Desember 2018. DOI: <https://doi.org/10.31293/ddk.v39i2.3989>.
- Klaehn, J. (2002). A critical review and assessment of Herman and Chomsky's 'propaganda model'. *European journal of communication (London)*. June 2002. DOI: 10.1177/0267323102017002691.
- Leifeld, P. (2020). Policy Debates and Discourse Network Analysis: A Research Agenda. *Politics and Governance*, 8(2), 180–183. <https://doi.org/10.17645/pag.v8i2.3249>.
- Mahendra, R.E. (2023, September 13). Ipang Wahid Strategik Ungkap Media yang Jadi Referensi Masyarakat, Tempo.co Termasuk Media Dinilai Tajam dan Kritis. *Tempo* Diperoleh dari <https://www.tempo.co/politik/ipang-wahid-strategik-ungkap-media-yang-jadi-referensi-masyarakat-tempo-co-termasuk-media-dinilai-tajam-dan-kritis-144557>
- Narasi Newsroom (2024). *Di Balik Ambisi Jokowi dalam IKN | Narasi Explains*. <https://www.youtube.com/watch?v=eJhNmbPt7w>.
- Pangil Saya BTP (2024). RAKYAT BISA APA?. https://www.youtube.com/watch?v=1eqOG74Z9_0.
- Sadat, A. (2023, Desember 9). Bambang Brodjonegoro soal IKN: Mimpi Presiden Terdahulu yang Diwujudkan Jokowi. *Viva*. Diperoleh dari <https://www.viva.co.id/berita/nasional/1666077-bambang-brodjonegoro-soal-ikn-mimpi-presiden-terdahulu-yang-diwujudkan-jokowi>
- Silfia, I. (2024, September 23). Kemenkeu catat realisasi anggaran pembangunan IKN capai Rp18,9 triliun. *Antara*. Diperoleh dari <https://www.antaranews.com/berita/4353095/kemenkeu-catat-realisasi-anggaran-pembangunan-ikn-capai-rp189-triliun>
- Sumirat, P.A. & Eriyanto (2023). Koalisi Wacana dalam Debat Pemekaran Papua: Analisis Jaringan Wacana Debat Pemekaran Tiga Provinsi Baru di Papua. *Jurnal Riset Komunikasi* Vol. 6 No. 2. Agustus 2023. DOI: <https://doi.org/10.38194/jurkom.v6i2.739>.
- Wagner, P., & Payne, D. (2017). Trends, frames and discourse networks: analysing the coverage of climate change in Irish newspapers. *Irish Journal of Sociology*. 2017. DOI: 10.1177/0791603515627051.