

Analisis Pembingkai Kempen Media Sosial Berunsurkan Perkauman dan Agama oleh Calon Perikatan Nasional Selangor dalam Pilihan Raya Umum Ke-15

AZIZUDDIN HUSAIRI MAT JUSOH @ HUSSAIN
SABARIAH MOHAMED SALLEH
Universiti Kebangsaan Malaysia

ABSTRAK

Di Malaysia, penggunaan media sosial telah diiktiraf sebagai strategi yang relevan dan efektif untuk kempen pemasaran sosial dan membolehkan penggerak politik mencapai khalayak yang luas. Platform media sosial memainkan peranan yang sangat penting dalam pola 'diet' media dikalangan pengundi digital asli (*digital native*) dan dapat mendorong keterlibatan dalam kempen pilihan raya. Pengundi baharu yang menggunakan platform ini lebih terdedah kepada komunikasi langsung dari aktor politik daripada pengundi berpengalaman, sementara kandungan dari berita di platform media sosial memainkan peranan yang sama dalam pola 'diet' media kedua-dua kumpulan tersebut. Kajian ini memfokuskan kepada pembingkai kandungan hantaran kempen politik di media sosial milik calon Perikatan Nasional (PN) negeri Selangor yang bertanding sepanjang tempoh berkempen PRU15. Kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti isu khusus berunsur perkauman dan agama yang telah digunakan dalam kempen pilihan raya dan bagaimana ia dibingkai melalui kandungan hantaran di saluran media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, TikTok dan YouTube. Dengan menggunakan kaedah analisis kandungan, pengkaji telah membuat analisis untuk mengenal pasti isu khusus dan cara ia dibingkai. Hasil kajian mendapati antara isu khusus yang berkait rapat dengan perkauman dan agama adalah Teraju dan Ekuinas, pemimpin beragama, PN dan agama Islam, peruntukan usahawan Bumiputera, *Sisters In Islam*, Bahasa Melayu, dasar afirmatif, ICERD, pengundi India dan transgender. Manakala bingkai moral merupakan bingkai paling utama digunakan diikuti oleh bingkai tanggungjawab, bingkai kesan ekonomi, bingkai kepentingan manusia dan bingkai konflik.

Kata kunci: *Pembingkai, Perikatan Nasional, Pilihan Raya Umum ke-15, kempen media sosial, perkauman.*

Framing Analysis of Racial and Religious-Themed Social Media Campaigns by Perikatan Nasional Candidates in Selangor During the 15th General Election

ABSTRACT

In Malaysia, the use of social media has been recognized as a relevant and effective strategy for social marketing campaigns, enabling political actors to reach a wide audience. Social media platforms play a crucial role in the media "diet" of digital-native voters and can drive engagement in election campaigns. New voters using these platforms are more exposed to direct communication from political actors compared to experienced voters, while news content on social media platforms serves a similar role in the media "diet" of both groups. This study focuses on the framing of political campaign content on the social media accounts of Perikatan Nasional (PN) candidates contesting in Selangor during the 15th General Election (GE15). The study aims to identify specific issues related to race and religion used in the election campaign and how they were framed through posts on social media channels such as Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, and YouTube. Using content analysis methods, the researcher identified specific issues and examined their framing. The findings show that issues closely related to

race and religion include Teraju and Ekuinas, religious leadership, PN and Islam, Bumiputera entrepreneur allocations, Sisters In Islam, the Malay language, affirmative policies, ICERD, Indian voters, and transgender issues. The moral frame was the most commonly used, followed by the responsibility frame, the economic impact frame, the human-interest frame, and the conflict frame.

Keywords: *Framing, Perikatan Nasional, 15th General Elections, social media campaign, racism.*

PENGENALAN

Pada masa kini politik dan media digital terutamanya media sosial dilihat menjadi salah satu elemen yang penting dalam kehidupan seharian masyarakat. serta tidak dapat dipisahkan. Dengan adanya platform komunikasi moden ini, ia menggalakkan lagi interaksi secara langsung dan bebas antara parti politik, penggubal dasar dan orang ramai. Ini sekaligus telah meningkatkan lagi aktiviti politik dalam masyarakat (Fountaine, 2017) dan secara tidak langsung telah mengubah serta memperkasakan cara ahli politik berkomunikasi dan berinteraksi dengan penyokong dan pengundi mereka.

Media sosial memainkan peranan yang penting dalam membentuk corak politik dan pilihan raya di rantau Asia Tenggara ini. Walau bagaimanapun masih kurang kajian yang dijalankan dalam memahami impak media sosial terhadap kempen pilihanraya (Tapsell, 2020). Kempen politik melalui media sosial kini dilihat sebagai signifikan dan menjadi salah satu cara memecahkan norma hegemoni media arus perdana dan saluran komunikasi rasmi (Tapsell, 2020). Di Malaysia, media sosial dilihat telah mula digunakan sebagai wadah kempen Pilihan Raya Umum (PRU) sejak tahun 2013 lagi tetapi tidak secara meluas. Pandemik Covid19 telah menjadi pemangkin kepada penggunaan media sosial sebagai salah satu instrumen utama komunikasi samada secara langsung mahupun tidak langsung (Berita Harian, 2021) termasuklah dalam memperoleh maklumat politik sepanjang pilihan raya berlangsung. Dalam hal ini, para pengundi mengikuti akaun rasmi calon-calon parti politik di platform media sosial seperti Facebook dan juga melayari laman web parti-parti politik untuk mengetahui perkembangan aktiviti parti sepanjang pilihan raya kerana bagi mereka media sosial bebas daripada dikuasai oleh mana-mana parti politik (Nurul, Syed & Akmar, 2019). Ini dibantu dengan peningkatan kadar literasi media baharu yang agak tinggi semasa pandemik serta ditambah pula dengan masyarakat pada hari ini, tidak kira peringkat usia, telah mempunyai akses kepada jumlah kandungan digital yang pelbagai dengan jumlah yang sangat tinggi melalui pelbagai alatan-alatan komunisasi moden seperti telefon pintar, tablet, computer dan juga komputer riba (Kemp, 2023). Kebangkitan media sosial ini telah menjadi pemangkin kepada evolusi kempen pilihan raya yang mana ahli politik dan juga calon pilihan raya boleh mengawal sepenuhnya imej dan sentimen yang mereka ingin kongsi dengan pengundi (Mohamed & Manan, 2020). Ini memberikan kebebasan kepada mereka dalam merangka dan menetapkan hala tuju tema mahupun topik pembangkaian yang ingin mereka ketengahkan kepada pengundi.

Keputusan PRU15 telah menunjukkan tiada satu parti mahupun gabungan parti politik yang berjaya memenangi 112 kerusi parlimen tetapi PN telah menunjukkan prestasi yang agak baik dengan berjaya memenangi kerusi parlimen ke dua terbanyak iaitu sebanyak 74 kerusi dari 171 kerusi yang mereka tandangi yang mana hanya kurang 8 kerusi dari jumlah kerusi yang dimenangi oleh PH. Naib Presiden PKR, Nurul Izzah Anwar, mengakui bahawa PN terlalu menonjol di media sosial menyebabkan sukar untuk PH-BN menangkis fitnah ditabur parti itu, khususnya di platform aplikasi TikTok apabila PN dilihat menggunakan medium berkenaan secara agresif dan ia menjadi satu ancaman kepada PH (Berita Harian, 2023).

Landskap politik di Malaysia dilihat ditentukan oleh entiti politik yang berbeza berdasarkan identiti (Ostwald & Oliver, 2020). Perkara ini juga dibincangkan oleh disokong oleh (Nurul, Syed & Akmar, 2019; Ostwald & Subhan, 2021; Roknifard, 2021; Wain, 2021) yang merumuskan bahawa ciri politik di Malaysia dipengaruhi oleh permainan identiti etnik dan agama, serta pengaruh parti politik dan ideologi. Selain itu, konteks politik Malaysia juga dipengaruhi oleh percampuran agama dan ideologi politik, terutamanya dalam konteks norma sosial Melayu-Muslim (Schultz, 2019). Oleh kerana itu juga dapat dilihat pemusatan pemilikan media yang berkaitan dengan kuasa politik telah menjadi norma di Malaysia yang mana mempengaruhi pengawalan pintu masuk (*gatekeeping*) media arus perdana dan membentuk realiti yang mencerminkan batasan ekonomi, politik, dan ideologi (Samsudin & Ibrahim, 2021).

Kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti serta melihat bagaimana isu khusus berunsurkan perkauman dan agama telah digunakan oleh calon PN semasa kempen PRU15 di Selangor melalui hantaran kempen media sosial di akaun media sosial peribadi mereka di platform-platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, TikTok dan YouTube. Sebagai negara yang terdiri daripada masyarakat yang majmuk, isu kaum dan agama harus difahami dalam mengekalkan keharmonian negara. Natijahnya, ia boleh digunakan secara konstruktif bagi memupuk sifat nasionalis dan perpaduan dalam masyarakat tetapi ianya juga boleh digunakan sebagai alat oleh sesetengah pihak untuk menanggung di air yang keruh dalam survival politik (Munandar et al., 2019; Bakoy & Kalnes, 2010).

TINJAUAN LITERATUR

Peranan Media Sosial Sebagai Medium Kempen Pilihan Raya

Pada amnya, kempen pilihan raya mempunyai dua objektif utama iaitu memberi maklumat kepada pengundi mengenai calon yang bertanding dan menggerakkan pengundi agar mengambil bahagian dalam pilihan raya serta menyokong calon atau parti politik tertentu (Stuckelberger, 2019). Tahap penglibatan pengundi merupakan aspek penting dalam kempen pilihan raya, dan kajian terdahulu telah menunjukkan bahawa kempen dan calon dapat mempengaruhi tahap penglibatan pengundi melalui pelbagai strategi dan usaha (Harkan & Eriyanto, 2021; Uche et al., 2020). Kempen pilihan raya semakin dipengaruhi oleh pelbagai faktor termasuk penggunaan media sosial yang mana telah menjadi medan penting bagi ahli politik termasuk calon pilihan raya dalam mempengaruhi keputusan pilihan raya (Kelm et al., 2019).

Dalam beberapa tahun terakhir ini landskap kempen pilihan raya di Malaysia dilihat telah mengalami transformasi yang ketara. Pilihan Raya Umum 2018 menjadi peristiwa bersejarah yang membawa kepada perubahan kerajaan yang memerintah selepas enam dekad lamanya, daripada Barisan Nasional (BN) kepada Pakatan Harapan (PH) (Aziz & Tayeb, 2022; Ting & Ahmad, 2021; Nizah & Bakar, 2021; Noor, 2019). Pengaruh media sosial terhadap kempen pilihan raya juga dilihat agak ketara, di mana Pilihan Raya Umum 2022 menyaksikan evolusi kempen pilihan raya melalui teknik-teknik baharu yang berkaitan dengan platform media baharu dan kemajuan teknologi terkini seperti siaran langsung (*livestreaming*) dan kandungan video (Tapsell, 2023). Tambahan lagi, penggunaan media sosial sebagai platform perkongsian berita sememangnya telah diakui dan dianggap sebagai trend baharu dalam penyebaran berita terutamanya dalam perbincangan berkaitan politik semasa tempoh pra dan pasca pilihan raya (Jamali, Normah & Shahrul, 2022; Hedman & Djerf-Pierre, 2013).

Selain itu, evolusi kempen pilihan raya juga dilihat merangkumi pembinaan agenda politik berdasarkan isu-isu tertentu, kerangka pemikiran, dan minat pengguna dalam membentuk corak politik di platform media sosial seperti Twitter dan Facebook semasa pilihan raya (Alonso-Muñoz et al., 2021). Sementara itu, pengaruh alat digital seperti *Google Trends* juga dilihat sebagai alat peramal yang berpotensi mengunjurkan pilihan politik pengundi dalam pilihan raya yang menyumbang kepada perkembangan strategi kempen pilihan raya moden (Harkan & Eriyanto, 2021). Perkembangan ini menunjukkan perubahan kempen politik dan pengaruh yang semakin meningkat di platform digital dalam membentuk wacana politik dan tingkah laku pengundi termasuk menjadi medium komunikasi baharu untuk berinteraksi dengan pengundi. Dapatan kajian oleh Koc-Michalska et al. (2020) telah mendapati bahawa interaktiviti merupakan unsur yang paling penting selain masa dan kandungan visual pada setiap hantaran media sosial dalam menarik perhatian pengundi semasa berkempen.

Media sosial juga telah digunakan sebagai alat untuk pengiklanan politik, promosi kempen, dan penyebaran kandungan berkaitan calon (Fauzan, 2022; Widhiasthini, 2020). Ia memberikan platform kepada calon-calon untuk berkomunikasi tentang agenda dasar mereka, berinteraksi dengan pengundi, dan menangani kebimbangan khalayak (Fauzan, 2022). Perkara ini disokong oleh Tham et al. (2022) yang menyatakan penggunaan kempen digital turut menjadi satu tren yang semakin menonjol serta mencerminkan gaya kempen politik 'Americanization' dan ini selaras dengan era keempat komunikasi politik (Tham et al., 2022). Ini menjadikan media sosial sebagai medium yang semakin penting bagi masyarakat untuk memahami tentang isu politik dan isu semasa (Jamali, Normah & Shahrul, 2022).

Perbincangan mengenai peranan media sosial dalam kempen pilihan raya kini semakin meluas termasuk perdebatan mengenai sama ada platform seperti Twitter membantu atau menghalang penglibatan khalayak dalam kempen (Zhao, 2022). Penggunaan media sosial semakin meningkat dalam kempen pilihan raya dan terdapat pertambahan jumlah penyelidikan mengenai penggunaannya dan impaknya di pelbagai negara (Bruns et al., 2021; Seggaard & Nielsen, 2013).

Penggunaan Isu Agama dan Kaum dalam Kempen Pilihan Raya

Pembangkaian dalam bidang kajian komunikasi politik adalah konsep yang kompleks dan mempunyai sifat yang pelbagai rupa serta memainkan peranan penting dalam membentuk pendapat awam dan pembuatan dasar. Dalam kajian Anshori et al. (2022), mereka menekankan pentingnya pembangkaian dalam kempen pilihan raya kerana ianya memainkan peranan penting dalam pembentukan persepsi awam untuk mencapai sesuatu objektif politik.

Kajian yang dilakukan oleh Mann et al. (2019), mendapati bahawa mesej yang dibingkaikan mempengaruhi penglibatan politik dan tingkah laku pengundi. Menyokong perkara ini, kajian oleh Kim dan McKinnon (2022) memberi tumpuan kepada keberkesanan mesej kempen dalam meraih undi partisan di Amerika Syarikat. Di Malaysia, Pilihan Raya Umum 2022 (PRU15) telah menyaksikan peningkatan kempen dengan menggunakan taktik-taktik inovatif seperti siaran langsung (*live streaming*) dan kandungan video, yang memberi impak signifikan kepada dinamik pilihan raya (Tapsell, 2023). Dalam pilihan raya presiden Brazil 2018, isu-isu berkaitan jantina, bangsa, dan agama digunakan untuk kelebihan politik serta memberikan kesan kepada polarisasi demografi pengundi tempatan (Layton et al., 2021; Upadhyay, 2021). Selain itu, Taufiq et al. (2022) melihat penggunaan secara strategik isu-isu agama dalam komunikasi politik semasa pilihan raya Indonesia mempengaruhi tingkah laku pengundi. Nurul, Syed dan Akmar (2019) pula mendapati bahawa isu politik berunsurkan

perkauman masih wujud dalam parti-parti politik dalam Pilihan Raya Umum Malaysia yang ke-14 pada tahun 2018.

Oleh itu, peranan identiti politik dalam kempen pilihanraya di Malaysia dilihat sangat kompleks dan melibatkan pelbagai dimensi. Politik identiti memainkan peranan penting dalam membentuk strategi dan mesej kempen politik. Ia melibatkan penggunaan elemen seperti etnik, agama, bahasa, kawasan geografi, dan lain-lain untuk menarik sokongan daripada pengundi yang berkaitan dengan kumpulan atau kelompok tertentu. Perkara ini dipercayai boleh memberi kesan yang besar terhadap hasil pilihan raya dan mempengaruhi pola undi di Malaysia.

Teori Pembingkai Semetko dan Valkenburg (2000)

Semetko dan Valkenburg (2000) telah memperkenalkan rangka kerja analisis bingkai yang terdiri daripada lima elemen generik utama, iaitu bingkai tanggungjawab, konflik, kesan ekonomi, kepentingan manusia, dan moraliti. Bingkai ini berfungsi sebagai asas perbandingan dalam menganalisis liputan media berita, dengan penekanan terhadap pentingnya memahami cara media membingkai isu politik. Pendekatan ini dapat memberikan kesan signifikan terhadap pemahaman dan persepsi khalayak terhadap peristiwa serta aktor politik dalam konteks komunikasi politik.

Selain itu, teori pembingkai ini turut menekankan impaknya terhadap pendapat umum, yang merupakan elemen kritikal dalam kempen pilihan raya (Chong & Drukman, 2007). Teori ini juga dapat digunakan untuk meneliti bagaimana budaya politik mempengaruhi penyusunan isu-isu dan peristiwa politik (Muñiz et al., 2018). Oleh itu, teori pembingkai Semetko dan Valkenburg (2000) sangat relevan dalam konteks kempen pilihan raya, di mana liputan media berperanan membentuk pandangan pengundi serta mempengaruhi keputusan pilihan raya.

Melalui penggunaan bingkai ini, analisis kandungan terhadap kempen pilihan raya dapat dilaksanakan untuk mengenal pasti matlamat calon, selain memahami strategi dan teknik yang digunakan oleh calon serta parti politik dalam menyampaikan mesej politik mereka. Kajian ini amat sesuai untuk diterapkan dalam konteks platform media sosial, yang kini menjadi medium utama dalam menyebarkan kandungan politik semasa kempen pilihan raya.

METODOLOGI KAJIAN

Pada peringkat awal, analisis pembingkai tematik secara kualitatif dilaksanakan terhadap hantaran media sosial calon Perikatan Nasional (PN) sepanjang tempoh berkempen PRU15. Analisis ini bertujuan mengenal pasti isu-isu berkaitan perkauman dan agama dalam kandungan kempen. Selepas itu, pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis bagaimana isu-isu tersebut dibingkai berdasarkan model pembingkai Semetko dan Valkenburg (2000). Pendekatan kualitatif memberikan pemahaman menyeluruh dan fleksibiliti dalam mengenal pasti tema (Foley et al., 2019), manakala pendekatan kuantitatif membantu menganalisis corak dan strategi pembingkai secara sistematik.

Kajian ini menggunakan kaedah pensampelan bertujuan, dengan memilih 22 calon PN dari Selangor yang aktif menggunakan akaun media sosial peribadi semasa tempoh berkempen dari 5 hingga 18 November 2022. Calon-calon ini dipilih kerana PRU15 merupakan pilihan raya pertama PN sebagai parti baru yang berjaya memenangi 74 kerusi parlimen.

Semua hantaran kempen berkaitan identiti politik, perkauman, dan agama yang dimuat naik telah dianalisis.

Bagi memastikan kesahan data, penilaian rakan sebaya digunakan (Mokhtar & Jamil, 2021) dan ujian Cohen Kappa dijalankan untuk mengukur tahap persetujuan antara penganalisis (Main et al., 2021). Kebolehpercayaan kajian pula diperkukuhkan melalui analisis berulang dan pemeriksaan kebolehpercayaan antara juru kod menggunakan lima bingkai generik Semetko dan Valkenburg (2000).

DAPATAN KAJIAN

Data yang diperoleh telah diinterpretasi menggunakan pendekatan secara analisis kandungan dalam mengenal pasti dan menganalisis isu-isu khusus berkaitan dengan identiti politik berunsurkan perkauman dan agama terhadap hantaran yang dimuat naik di media sosial oleh para calon Perikatan Nasional (PN) di Selangor semasa tempoh berkempen PRU15 berdasarkan lima dimensi pembungkahan Semetko dan Valkenburg (2000).

Hasil daripada pensampelan bertujuan yang dilakukan ke atas akaun media sosial 22 orang calon Perikatan Nasional di negeri Selangor sepanjang tempoh berkempen PRU15, terdapat 5 orang calon yang telah membuat sejumlah 7 hantaran kempen berunsurkan perkauman dan agama sepanjang tempoh berkenaan. Daripada analisis ke atas 7 hantaran berkenaan, dapat dikenalpasti 10 isu khusus digunakan dalam kandungan hantaran-hantaran kempen tersebut. Isu-isu khusus berkenaan adalah isu Teraju dan Ekuinas, Bahasa Melayu, Dasar Afirmatif, ICERD, Pengundi India, Peruntukan bagi Usahawan Bumiputera, *Sisters in Islam*, Transgender, PN dan Agama Islam serta Pemimpin Beragama.

Jadual 1: Perkaitan Isu Identiti Politik Perkauman dan Agama yang Dibungkahkan Berdasarkan 5 Bingkai Generik (Semetko & Valkenburg, 2000) dengan Calon Berkaitan

Isu Yang Dibungkahkan Berdasarkan 5Bingkai Generik Semetko & Valkenburg (2000) Oleh Calon PN					
Calon	Bingkai Tanggungjawab	Bingkai Konflik	Bingkai Kesan Ekonomi	Bingkai Kepentingan Manusia	Bingkai Moral
Mohamed Diah Baharun	i. ICERD ii. Sisters In Islam iii. Peruntukan bagi usahawan Bumiputera iv. Bahasa Melayu	i. Pengundi India ii. Pemimpin beragama	i. Dasar afirmatif ii. Peruntukan bagi usahawan Bumiputera	i. Pemimpin beragama	i. Sisters In Islam ii. Transgender iii. Pemimpin beragama
P. Jaya Chandran	i. Teraju dan Ekuinas		i. Teraju dan Ekuinas	i. Teraju dan Ekuinas	
Mohd Ghazali Md Hamin					i. PN dan agama Islam
Datuk Dr Ahmad Yunus Hairi					i. PN dan agama Islam
Dr. Halimah Ali					i. PN dan agama Islam

Analisis Isu Berkenaan Identiti Politik Yang Digunakan

Hasil analisis kajian mendapati terdapat 10 isu khusus berasaskan identiti politik perkauman dan agama digunakan dalam kandungan hantaran kempen di media sosial oleh calon PN. Analisis kandungan secara mendalam terhadap setiap isu khusus yang digunakan adalah seperti berikut;

a. Isu Teraju dan Ekuinas

Hantaran kempen ini telah menyoroti apa yang telah terjadi kepada kedua-dua institusi ini semasa Lim Guan Eng dari parti DAP memegang jawatan sebagai Menteri Kewangan sepanjang tempoh pemerintahan kerajaan PH selama 22 bulan yang lepas dalam usaha beliau untuk mensabotaj agenda Bumiputera. Hantaran ini dilihat sebagai kandungan kempen politik yang mengeksploitasi isu identiti politik, secara khususnya identiti kaum dengan tujuan untuk mendapatkan sokongan daripada kumpulan tertentu dalam masyarakat setempat, yang membawa kepada peningkatan sikap tidak bertoleransi dan polarisasi (Soenjoto, 2019). Dari dimensi pembingkai Semetko dan Valkenburg (2000), isu ini telah dibingkai dari 3 dimensi pembingkai iaitu bingkai tanggungjawab, bingkai kesan ekonomi dan bingkai kepentingan manusia.

Bingkai tanggungjawab dapat diperhatikan apabila kandungan hantaran mencadangkan bahawa peringkat tertentu kerajaan atau organisasi atau individu bertanggungjawab terhadap sesuatu isu atau masalah tersebut (Semetko dan Valkenburg, 2000). Ini dapat dilihat melalui pembingkai yang memberi perhatian kepada Lim Guan Eng selaku Menteri Kewangan pada ketika itu terhadap usaha beliau mengganggu gugat agenda Bumiputera melalui Teraju dan Ekuinas serta memberikan impak secara langsung kepada golongan Bumiputera termasuk kaum Melayu.

Bingkai kesan ekonomi pula dapat dilihat apabila kandungan kempen politik ini menyebut tentang kerugian dari segi kewangan serta peluang ekonomi akibat dari tindakan Lim Guan Eng selaku Menteri Kewangan pada masa itu terhadap golongan Bumiputera secara amnya dan kaum Melayu secara khususnya.

Selain itu, bingkai kepentingan manusia pula dikenal pasti apabila kandungan hantaran menyentuh berkenaan keperibadian Lim Guan Eng yang didakwa marah kerana usahanya untuk menutup Ekuinas gagal lalu memperuntukkan hanya RM100 sebagai token kepada Ekuinas dalam Bajet 2020 yang disediakan oleh beliau. Selain itu, kandungan kempen ini juga memberikan gambaran keperibadian Lim Guan Eng yang negatif dengan agenda sekularismenya dalam mengganggu gugat kepentingan dan kedudukan istimewa Bumiputera dan orang Melayu (Gethin & Jenmana, 2021). Selain menyentuh keperibadian Lim Guan Eng secara individual, isu ini juga dibingkai dengan mengaitkan DAP secara kolektif dalam usaha mensabotaj agenda Bumiputera menerusi Teraju dan Ekuinas. Perkara ini telah menjadi antara penyebab kenapa BERSATU bersama beberapa kepimpinan lain dari parti komponen PH meninggalkan pakatan politik itu dan membentuk pakatan baharu iaitu PN. Diakhir hantaran berkenaan, Muhyiddin juga turut berpesan kepada pengundi supaya tidak mengundi PH kerana realitinya dikuasai oleh DAP yang berkemungkinan menjejaskan kepentingan orang Melayu. Isu ini dibingkai selari dengan ciri-ciri bingkai kepentingan manusia yang menekankan bagaimana sesetengah individu dan kumpulan terjejas oleh sesuatu isu tersebut serta kandungan hantaran yang menggunakan kata adjektif (sifat) yang boleh menimbulkan perasaan kemarahan dan prihatin dikalangan pengundi terutamanya pengundi Melayu berkenaan isu yang dimainkan.

Isu ini dilihat dibingkai ke arah naratif yang negatif dalam menimbulkan perasaan terancam dan amarah serta membangkitkan kebencian terhadap Lim Guan Eng, DAP dan juga PH dalam meraih undi daripada pengundi Tambun secara khususnya dan pengundi di seluruh Malaysia secara amnya yang membaca hantaran berkenaan dalam usaha untuk menukar undi Melayu-PH kepada undi Melayu-PN.

b. Perikatan Nasional dan Agama Islam

Perkaitan Perikatan Nasional (PN) dengan agama Islam turut menjadi suatu pendekatan yang digunakan sebagai kandungan kempen politik oleh calon PN sepanjang tempoh berkempen. Isu ini dilihat memfokuskan kepada agenda parti serta gabungan pakatan politik itu sendiri secara umumnya. PN dilihat memanfaatkan kelebihan PAS yang merupakan sekutu utama gabungan itu dalam meraih undi dengan menggunakan pendekatan berunsurkan identiti politik keagamaan. Hasil dari analisis yang dijalankan menunjukkan terdapat 3 calon PN menggunakan pendekatan yang mengaitkan PN dengan agama Islam dalam kandungan kempen mereka yang dimuat naik di media sosial mereka sepanjang tempoh berkempen pada PRU15.

Kandungan hantaran berkenaan dibingkai berdasarkan bingkai moral yang mana kandungan hantaran menawarkan tindakan pengaturan atau penetapan sosial khusus tentang cara berkelakuan. Secara ringkasnya, kandungan kempen cuba mengaitkan PN dengan unsur dan perjuangan agama Islam selain secara tidak langsung memberitahu pengundi bahawa mereka (PN) juga menjunjung agenda agama Islam dan merupakan pakatan politik serta calon yang ideal, mempunyai akhlak yang selari dengan ajaran Islam dan sesuai diundi sebagai pemimpin mereka yang bakal memimpin mereka bukan sahaja menuju ke arah kemajuan di dunia tetapi juga ke arah akhirat yang lebih sejahtera. Oleh itu menjadi keperluan kepada mereka selaku orang Islam untuk memilih serta mengundi calon-calon PN jika dibandingkan dengan calon-calon lain pada pilihanraya berkenaan.

Arah pembingkai kandungan hantaran bagi isu ini dibingkai ke arah positif tanpa ada sebarang elemen negatif yang memburukan mana-mana pihak. Pengolahan isu dalam kandungan hantaran kempen hanya berkisarkan kepada pembentukan imej PN serta calon dan kepemimpinannya yang positif dengan menanamkan unsur agama Islam melalui naratif penggabungan dengan parti PAS yang mementingkan agama selaras dengan agenda perjuangannya dalam imej PN itu sendiri.

c. Pemimpin Beragama

Penekanan aspek agama dalam memilih pemimpin merupakan antara pendekatan yang digunakan dalam hantaran kandungan kempen oleh calon PN. Berbeza dengan isu PN dan agama Islam yang dibincangkan di atas, isu ini menumpukan kepada ciri atau karakter pemimpin beragama Islam secara individu iaitu merujuk kepada pemimpin dalam PN dan calon PN yang bertanding.

Kandungan hantaran kempen berkenaan dibingkai berdasarkan bingkai moral dengan menggunakan pendekatan pemimpin beragama yang mana kandungan hantaran merujuk kepada akhlak, Tuhan serta ajaran agama. Terdapat juga kandungan kempen yang dimuat naik dibingkai berdasarkan bingkai konflik dimana kandungan hantaran ini menggambarkan perselisihan faham antara pihak, individu dan/atau kumpulan berkenaan kredibiliti orang alim sebagai pemimpin.

Hantaran-hantaran di atas mempamerkan arah pbingkaian yang positif dengan cubaan membina naratif positif terhadap kepimpinan PN sedia ada yang cukup berkaliiber serta mempunyai kapasiti bukan sahaja untuk mengetuai kepimpinan negara tetapi juga memimpin khalayak terutama yang beragama Islam ke jalan yang dikehendaki agama.

d. Isu Bahasa Melayu

Dalam hantaran berbentuk video yang memaparkan sorotan laporan berita tempatan bergambar bersama penulisan ringkas dengan kapsyen utamanya “22 BULAN YANG NGERI” terdapat kandungan kempen yang menentang isu berkenaan bahasa rasmi yang digunakan dalam urusan kerajaan. Sorotan laporan berkenaan bertajuk “Kenyataan rasmi Menteri dalam bahasa Mandarin” merujuk kepada Lim Guan Eng yang pada ketika itu merupakan Menteri Kewangan Kerajaan Malaysia telah mengeluarkan kenyataan rasmi kementerian beliau yang dimuat naik di laman sosial miliknya dalam Bahasa Mandarin. Tindakan berkenaan telah di persoalkan oleh banyak pihak kerana sepatutnya beliau menggunakan Bahasa Melayu dalam urusan berkaitan kementerian dan kerajaan.

Perkara 152(6) Perlembagaan Persekutuan menegaskan peranan bahasa Melayu sebagai bahasa urusan rasmi di tiga lapis pentadbiran negara iaitu di peringkat kerajaan Persekutuan, kerajaan negeri dan pihak berkuasa awam. Ini menunjukkan kepentingan pentingnya bahasa Melayu dalam sistem pentadbiran negara Malaysia termasuk bagi urusan surat-menyurat di jabatan kerajaan. Perkara ini juga menekankan keperluan untuk memastikan bahawa bahasa Melayu diberi keutamaan dalam semua aspek pentadbiran negara, termasuk dalam bidang pendidikan, perundangan, dan politik. Oleh itu, isu berkaitan penggunaan bahasa selain bahasa Melayu dalam urusan rasmi kerajaan ini dibingkaikan dari dimensi bingkai tanggungjawab yang mana kandungan hantaran mencadangkan bahawa peringkat tertentu kerajaan atau organisasi atau individu bertanggungjawab terhadap sesuatu isu atau masalah tersebut.

Isu ini secara jelas mempunyai arah pbingkaian yang negatif dalam membina naratif yang negatif dikalangan khalayak terutamanya pengundi Melayu yang berjiwa patriotik terhadap kebiadaban Lim Guan Eng dalam cubaan beliau mencemari serta menggugat kedudukan bahasa Melayu sebagai bahasa rasmi.

e. Isu Dasar Afirmatif

Sorotan laporan bertajuk “Anwar mahu mansuh dasar afirmatif” merujuk kepada Ketua Umum Pakatan Harapan pada ketika itu, Datuk Seri Anwar Ibrahim yang mencadangkan supaya dasar tindakan afirmatif terutamanya Dasar Ekonomi Baru (DEB) yang memberikan kedudukan istimewa kepada orang Melayu dan Bumiputera di Malaysia dihapuskan. DEB ini diiktiraf sebagai salah satu program tindakan afirmatif berasaskan kaum yang paling luas di seluruh dunia, yang dilaksanakan antara tahun 1970 dan 1990 (Asadullah et al., 2023). Dasar ini juga telah memberi kesan yang mendalam kepada landskap politik dan sosioekonomi negara, membentuk perbincangan mengenai pengurangan kemiskinan dan penyertaan politik (Ting & Ahmad, 2021). Oleh itu, pemansuhan dasar ini akan memberikan sedikit sebanyak kesan kepada masyarakat terutamanya dari aspek pembangunan ekonomi golongan Melayu dan Bumiputera.

Kandungan kempen politik dalam hantaran di atas dilihat dibingkaikan berdasarkan bingkai kesan ekonomi dimana kandungan hantaran seperti di atas secara tidak langsung memberi gambaran kepada pengundi tentang kedudukan istimewa yang dinikmati hasil dari

DEB berkenaan aspek bantuan perniagaan sekarang dan dimasa depan jika dasar ini dihapuskan. Oleh itu, kandungan hantaran berkenaan juga secara tidak langsung memberi gambaran tentang kesan ekonomi terhadap sesetengah pihak samada dengan meneruskan atau tidak meneruskan tindakan yang berkenaan. Arah pembingkaihan isu dasar afirmatif di dalam kandungan hantaran kempen ini menjurus ke arah negatif dalam membina naratif negatif terhadap Dato' Seri Anwar bin Ibrahim selaku Ketua Umum PH yang mana bakal menggugat kedudukan istimewa Bumiputera dan orang Melayu melalui ideologi beliau jika memenangi PRU15 kelak.

f. Isu ICERD (Konvensyen Antarabangsa Mengenai Penghapusan Diskriminasi Kaum).

ICERD ini merupakan konvensyen pertama daripada sembilan konvensyen hak asasi manusia selepas Deklarasi Hak Asasi Manusia Sejagat (UNHR) (1948) yang telah diterima pakai oleh Pertubuhan Bangsa-Bangsa Bersatu (PBB) pada 21 Disember 1965 (United Nations Malaysia 2020). Isu ICERD ini menimbulkan kontroversi di Malaysia kerana kebimbangan mengenai potensi kesannya terhadap Perkara 153 Perlembagaan Persekutuan, yang menggariskan kedudukan istimewa orang Melayu dan membenarkan kuota di institusi awam (Jalli et al. 2022). Peningkatan bantahan dari pelbagai pihak serta lapisan masyarakat yang diterima oleh pihak kerajaan akhirnya membawa kepada pengumuman akhir oleh pihak kerajaan untuk tidak meratifikasi ICERD (United Nation Malaysia, 2020). Status Malaysia sebagai salah satu daripada dua negara majoriti Islam di dunia yang belum meratifikasi ICERD menjadi tumpuan dalam perbincangan mengenai isu ini di peringkat global (Tiara & Surwandono, 2022).

Sorotan laporan bertajuk “Kerajaan cadang ratifikasi ICERD” merujuk kepada kenyataan yang dikeluarkan oleh Waytha Moorthy selaku menteri yang bertanggungjawab mengenai perpaduan nasional dan kesejahteraan sosial berkenaan langkah ke arah ratifikasi ICERD dengan tujuan menjadikan rekod hak asasi manusia negara dihormati dunia. Langkah ini juga dikatakan selari dengan manifesto kerajaan Pakatan Harapan.

Hasil penelitian mendapati kandungan hantaran berkenaan menggunakan isu ICERD bagi membentuk naratif identiti politik dalam kempen politik mereka berdasarkan bingkai tanggungjawab dimana kandungan hantaran seperti di atas mencadangkan bahawa peringkat tertentu kerajaan atau organisasi atau individu mempunyai keupayaan untuk menangani isu atau masalah tersebut. Kandungan hantaran itu juga mencadangkan bahawa peringkat tertentu kerajaan atau organisasi atau individu bertanggungjawab terhadap isu atau masalah tersebut. Dari aspek arah pembingkaihan, isu ini dibingkaikan ke arah negatif dalam membina naratif negatif terhadap tindakan kerajaan yang memerintah pada ketika itu, iaitu PH, yang mempunyai ideologi yang selari dengan langkah ratifikasi ICERD dimana didakwa jika diteruskan boleh menjejaskan kedudukan istimewa orang Melayu dan agama Islam.

g. Isu Pengundi India

Kandungan kempen politik dalam hantaran yang dianalisis dilihat dibingkaikan berdasarkan bingkai konflik dimana kandungan hantaran kempen menggambarkan sesebuah pihak, individu atau kumpulan saling mencela atau menyalahkan satu sama lain. Dalam isu ini, Ketua Pergerakan Pemuda UMNO Malaysia pada ketika itu, Dr. Asyraf Wajdi Dusuki, mendakwa Kulasegaran menuduh orang Melayu telah mendiskriminasi orang India dan mencetuskan sentimen kemarahan orang India terhadap orang Melayu dengan memberi tanggapan negatif layanan orang Melayu terhadap orang India di Malaysia ketika menyampaikan ucapan

kempen beliau dalam bahasa Tamil di depan pengundi berbangsa India semasa berkempen di PRK Rantau (MediaUMNO, 2019).

Isu ini dibingkaikan dalam kandungan hantaran kempen politik calon bagi memberi makluman kepada pengundi berkenaan naratif perkauman yang dimainkan dalam kalangan pengundi serta komuniti India terhadap orang Melayu. Arah pbingkaian bagi isu ini pula menjurus ke arah negatif yang membina naratif negatif terhadap aktor politik Kulasegaran, Naib Pengerusi Kebangsaan DAP dan juga merupakan Menteri Sumber Manusia semasa kerajaan PH memerintah pada ketika itu. Pbingkaian isu ini dilihat bertujuan untuk membina naratif negatif terhadap kerajaan PH melalui kredibiliti kepimpinan serta sifat pemimpin utama PH terutamanya dalam mencetuskan isu perkauman yang boleh merosakkan keamanan negara seperti Malaysia yang terdiri dari kepelbagaian kaum.

h. Isu Peruntukan bagi Usahawan Bumiputera

Kandungan kempen politik dalam hantaran yang dianalisis dilihat dibingkaikan berdasarkan bingkai tanggungjawab dimana kandungan hantaran mencadangkan bahawa peringkat tertentu kerajaan atau organisasi atau individu mempunyai keupayaan untuk menangani isu atau masalah tersebut. Selain itu, kandungan hantaran ini juga mencadangkan penyelesaian kepada sesuatu isu atau masalah tersebut. Dalam kandungan kempen ini, 'peringkat tertentu kerajaan' yang merujuk kepada Kementerian Pembangunan Usahawan yang pada ketika itu dilaporkan bercadang untuk mengkaji semula dan mengurangkan segala bentuk peruntukan mahupun geran percuma yang disalurkan kepada usahawan Bumiputera dalam Bajet 2019 selari dengan keadaan semasa negara. Menteri berkenaan juga menekankan bahawa bantuan hanya akan diberikan kepada golongan sasaran berkelayakan serta usahawan yang berusaha untuk meningkatkan pendapatan sebagai suatu penyelesaian kepada isu ekonomi semasa negara. Perkara ini dilihat seolah-olah mengikis mengganggu gugat hak golongan Bumiputera, terutamanya kaum Melayu, yang diberikan sebelum ini di zaman pemerintahan kerajaan terdahulu. Oleh itu, Isu ini dilihat digunakan sebagai suatu pendekatan mengeksploitasi isu identiti, secara khususnya menggunakan pendekatan identiti kaum bertujuan untuk mendapatkan sokongan daripada kumpulan demografi tertentu melalui kandungan kempen yang dihantar (Soenjoto, 2019).

Isu ini dilihat dibingkaikan dengan arah pbingkaian yang negatif dalam usaha membina naratif negatif terhadap ideologi pentadbiran kerajaan PH terhadap pembangunan ekonomi golongan Bumiputera dan orang Melayu. Pbingkaian sebegini boleh menimbulkan rasa terancam dan tergugat di kalangan Bumiputera dan orang Melayu terutamanya terhadap pentadbiran kerajaan PH jika kembali memerintah seterusnya mempengaruhi pengundi-pengundi Melayu.

i. Isu Sisters in Islam (SIS)

SIS adalah sebuah organisasi terkemuka di Malaysia yang memperjuangkan hak-hak wanita Islam serta dilihat sangat aktif dalam mencabar pelaksanaan Undang-undang Keluarga Islam dan juga mempersoalkan peranan Islam secara meluas dalam pembentukan dasar awam (Htun & Weldon, 2015; Kusmana, 2022). Selain itu, kerja advokasi SIS juga dilihat mencabar kuasa hegemoni dan pengaruh budaya Islam sebagai ideologi negara serta menyumbang kepada persaingan dinamik kuasa Islam di negara ini (Ghazali, 2019). Sorotan laporan yang digunakan sebagai kandungan kempen politik berkenaan mempunyai kapsyen seperti berikut;

“Pertubuhan yang difatwakan sesat dan menyeleweng... SIS terkenal sebagai sebuah pertubuhan feminis liberal tegar yang sering mengelirukan masyarakat.”

Kapsyen di atas menunjukkan penggunaan sentimen keagamaan dalam kandungan hantaran kempen politik, iaitu merupakan antara unsur identiti politik yang paling menonjol digunakan untuk menarik simpati penyokong serta pengundi, dan menghentam kedudukan lawan dalam kempen pilihan raya (Aronowitz, 2014; Munandar et al., 2019).

Kandungan kempen politik dalam hantaran yang telah dianalisis dibingkaikan berdasarkan bingkai tanggungjawab dan bingkai moral. Kandungan hantaran kempen mencadangkan bahawa peringkat tertentu kerajaan atau organisasi atau individu mempunyai keupayaan untuk menangani isu atau masalah tersebut. Sorotan laporan berkenaan juga dilihat mbingkaikan isu SIS ini dari bingkai moral yang mana kandungan hantaran merujuk kepada akhlak dan perkara berkaitan dengan ajaran agama. Secara keseluruhan, hantaran kandungan kempen di atas menggunakan isu SIS yang mana dikaitkan dengan identiti politik yang menyentuh sensitiviti agama dalam menarik perhatian para pengundi dengan mewujudkan perasaan terancam dengan tindakan kerajaan PH dan DAP itu.

Manakala arah pembungkahan bagi isu ini pula adalah menghala ke arah negatif dimana menggambarkan kerajaan PH menyokong dan mengiktiraf perjuangan SIS yang dilihat tidak selari dengan ajaran dan amalan Islam di Malaysia. Perkara ini seolah memberi isyarat bahawa kerajaan PH akan memudahkan agenda sekular dan liberal meresap masuk ke dalam masyarakat Malaysia seterusnya berjaya menghakis kesucian dan kedaulatan agama Islam secara perlahan-lahan.

j. Isu Transgender

Isu hak transgender dan politik identiti telah menjadi topik penting di Malaysia, dengan gerakan yang semakin menyokong perjuangan pengiktirafan individu transgender dan hak mereka (Vadevelu et al., 2018). Di peringkat global, hubungan antara agama dan politik telah menyumbang kepada penindasan individu transgender di seluruh dunia, seperti yang dibuktikan oleh pengaruh gerakan "bekas gay" terhadap identiti politik – hak asasi Kristian di Amerika Syarikat (Robinson & Spivey, 2019). Perjuangan untuk hak transgender juga telah digunakan sebagai senjata identiti transgender oleh ahli politik konservatif dalam kempen politik mereka (Castillo, 2023). Individu transgender pada hari ini, terutamanya dalam masyarakat Islam, sering menghadapi cabaran yang berpunca daripada ketegangan agama, salah faham, dan kekurangan penyelidikan berkualiti, yang membawa kepada permusuhan dan diskriminasi yang meluas (Taslim & Canales, 2023).

Kandungan kempen politik dalam hantaran yang dianalisis dilihat dibingkaikan berdasarkan bingkai moral yang mana kandungan hantaran mempunyai mesej moral serta kandungan hantaran juga ada menawarkan tindakan pengatur atau penetapan sosial khusus tentang cara berkelakuan. Isu ini dilihat dibingkaikan ke arah negatif dalam kandungan hantaran kempen yang di muatnaik di media sosial dan membentuk naratif negatif terhadap kepemimpinan dan pentadbiran kerajaan PH yang dilihat ‘mesra’ dengan transgender yang merupakan sebahagian daripada ideologi LGBT (Lesbian, Gay, Bisexual, dan Transgender) dimana secara jelas bertentangan dengan ajaran Islam.

PERBINCANGAN

Kajian Semetko dan Valkenburg (2000) yang memfokuskan kepada pementakan berita di akhbar dan televisyen telah mendapati bahawa bingkai tanggungjawab yang paling utama digunakan, diikuti oleh bingkai konflik, bingkai kesan ekonomi, bingkai kepentingan manusia, dan bingkai moral. Manakala dalam kajian ini yang memfokuskan pada pementakan kandungan hantaran kempen politik di media sosial mendapati bahawa bingkai moral yang paling utama digunakan, diikuti bingkai tanggungjawab, bingkai kesan ekonomi dan seterusnya bingkai kepentingan manusia serta bingkai konflik. Terdapat sedikit berbezaan daripada hasil kajian ini iaitu bingkai moral yang merupakan bingkai paling kurang digunakan berdasarkan kajian Semetko dan Valkenburg (2000) tetapi merupakan bingkai paling utama digunakan dalam kajian ini diikuti bingkai tanggungjawab. Manakala bingkai konflik yang merupakan bingkai kedua paling utama digunakan berdasarkan kajian Semetko dan Valkenburg (2000) tetapi dalam kajian ini merupakan bingkai paling kurang digunakan.

Perbezaan corak pementakan ini sebenarnya bukanlah perkara yang asing memandangkan terdapat beberapa perbezaan terhadap latar belakang dan sifat pelaporan dalam pensampelan kedua-dua kajian ini. Terdapat kajian-kajian lepas yang turut menunjukkan corak pementakan yang berbeza dengan Semetko dan Valkenburg (2000). Perbezaan corak pementakan antara kajian-kajian ini adalah disebabkan perbezaan dari aspek budaya dan geo-politik kajian-kajian tersebut. Kajian Semetko dan Valkenburg (2000) berlatar belakangkan budaya dan geo-politik Eropah yang semestinya terdapat perbezaan dari segi pendekatan pementakan yang digunakan jika dibandingkan dengan kajian ini yang berlatar belakangkan budaya dan geo-politik masyarakat di Malaysia yang terletak di benua Asia. Perkara ini dilihat selari dengan dapatan kajian oleh Liu et al. (2022) yang mengkaji perbezaan antara pementakan laporan media China dan media Barat berkenaan liputan monopoli perusahaan anti-internet di China dengan menggunakan 5 bingkai generik Semetko dan Valkenburg (2000) sebagai kaedah pengasingan laporan berita dalam kajiannya. Liu et al. (2022) berpendapat bahawa kedua-dua media China dan media Barat telah memberikan laporan dan pandangan yang berbeza disebabkan oleh pendirian, budaya, dan perspektif mereka.

Selain itu, kajian Semetko dan Valkenburg (2000) yang menggunakan sampel berita dari media cetak dan televisyen melaporkan isu berkenaan dari perspektif orang ketiga atau bilik berita manakala sampel kajian ini pula menggunakan kandungan kempen itu sendiri secara terus dari sumbernya untuk dianalisis. Tambahan lagi, berita yang dikeluarkan oleh media cetak dan televisyen pada ketika itu semestinya tertakluk kepada penapisan bilik berita dan juga editor berita yang bertindak menapis serta menetapkan arah pementakan sesuatu isu berkenaan. Kebiasaannya agensi berita atau syarikat media penerbitan dimiliki oleh pihak-pihak yang berkepentingan dari segi politik yang mana kebiasaannya penyuntingan berita yang dikeluarkan adalah tertakluk kepada kawalan, polisi serta arahan dari pihak atasan atau pun pemegang saham. Kawalan atau tapisan berita yang diterbitkan juga biasanya dikaitkan dengan peraturan dan undang-undang sesebuah negara tersebut serta tertakluk kepada panduan tambahan tertentu yang telah ditetapkan oleh pihak berkuasa tempatan.

Manakala sampel yang digunakan dalam kajian ini tidak tertakluk kepada mana-mana kawalan undang-undang mahupun tapisan daripada mana-mana pihak serta tidak melalui sebarang proses penyuntingan secara profesional. Perbezaan dari segi kedudukan geografi, medium penyampaian, sifat serta gaya pelaporan dan kawalan perundangan membuatkan

sampel kajian ini sedikit berbeza seterusnya memberikan hasil analisis kajian yang sedikit berbeza jika dibandingkan dengan kajian Semetko dan Valkenburg (2000).

Selain itu, penemuan hasil kajian ini juga mendapati bahawa hantaran kempen politik media sosial juga menggunakan elemen sentimen dengan membangkitkan emosi kepada para pembaca agar mengambil perhatian terhadap isu yang diketengahkan kerana ia juga memberi kesan kepada ramai orang dan juga ekonomi negara. Ini jelas menunjukkan bahawa perbezaan penggunaan bingkai hantaran kempen politik ini banyak bergantung pada sifat sensasi atau serius sesuatu kandungan yang digunakan oleh aktor politik tersebut (Semetko & Valkenburg, 2000).

KESIMPULAN

Kajian ini mendapati bahawa bingkai moral diikuti bingkai tanggungjawab adalah bingkai yang paling dominan. Ini sedikit berbeza dengan pendapat yang dikeluarkan oleh Semetko dan Valkenburg (2000) dimana mereka menyatakan bahawa dari konteks media tradisional, saluran program yang serius seperti akhbar atau saluran berita televisyen lebih cenderung membingkaihan isu berdasarkan bingkai tanggungjawab dan bingkai konflik. Seterusnya bingkai kesan ekonomi dan bingkai kepentingan manusia serta diakhiri dengan bingkai yang paling kurang iaitu bingkai konflik. Urutan dominasi ini sedikit berbeza dengan urutan yang nyatakan oleh Semetko dan Valkenburg (2000) dalam kajian yang dijalankan oleh mereka iaitu bingkai tanggungjawab merupakan bingkai yang paling mendominasi diikuti bingkai konflik, bingkai, kesan ekonomi, bingkai kepentingan manusia dan seterusnya bingkai moral. Banyak isu-isu yang melibatkan tadbir urus serta peristiwa yang menjurus ke arah negatif yang dilakukan serta berlaku terhadap menteri-menteri dalam kerajaan PH pada ketika itu. Isu ini dibingkaikan ke arah negatif bagi menimbulkan rasa terancam dan takut di atas akibat yang bakal masyarakat terutamanya golongan Bumiputera dan orang Melayu jika PH kembali menjadi kerajaan.

Kajian ini memberikan gambaran serta maklumat berkenaan pembinaan naratif politik melalui proses pembingkaihan kandungan hantaran kempen politik media sosial dengan menggunakan isu-isu semasa yang berasaskan perkauman dan agama oleh calon pilihan raya sepanjang tempoh berkempen dalam meraih perhatian serta undi para pengundi. Analisis pembingkaihan yang dijalankan dari konteks pembingkaihan Semetko dan Valkenburg (2000) ini juga memberikan maklumat kepada calon parti politik serta pemegang taruh mereka dalam merangka strategi kempen politik melalui naratif yang dikehendaki serta menyebelahi pihak mereka.

PENGHARGAAN

Kajian ini telah dibuat dengan sokongan daripada penyelidikan SK-2022-036 dan pihak Architects of Diversity (AOD).

BIODATA

Azizuddin Husairi Mat Jusoh @ Hussain adalah graduan Sarjana Sains Sosial (Pengurusan Komunikasi) di Pusat Kajian Media & Komunikasi, UKM. Emel: azizhwork@gmail.com

Sabariah Mohamed Salleh memegang jawatan sebagai Professor Madya di Pusat Kajian Media dan Komunikasi, UKM. Bidang kepakaran beliau adalah literasi media dan maklumat. Emel: sabariah@ukm.edu.my

RUJUKAN

- Aronowitz, S. (2014). *The politics of identity: Class, culture, social movements*. Routledge.
- Alonso-Muñoz, L., Tirado-García, A., & Casero-Ripollés, A. (2022). Telegram in campaign: The use of mobile instant messaging services in electoral political communication. *Communication & Society*, 35(4), 71-88.
- Anshori, M. A., Pawito, P., Kartono, D. T., & Hastjarjo, S. (2022). Comparative framing: Media strategy in public communication policy. *KnE Social Sciences*, 7(5), 126–139. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i5.10545>
- Aziz, M. F. A., & Tayeb, A. (2022). Dinamika sistem dua blok parti pada PRU-14: Kajian kes di Felda Trolak Utara, Perak. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 7(8), e001661.
- Bakoy, E., & Kalnes, O. (2010). The Hadia story: Digital storytelling in election campaigns. *Seminar.net*, 6(2). <https://doi.org/10.7577/seminar.2446>
- Berita Harian*. (2021, August 20). Ismail Sabri - TPM paling cepat dilantik sebagai Perdana Menteri. <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2021/08/853809/ismail-sabri-tpm-paling-cepat-dilantik-sebagai-perdana-menteri>
- Berita Harian*. (2023, June 5). Kempen agresif PN di media sosialancam PH, BN. <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2023/06/1110667/kempen-agresif-pn-di-media-sosial-ancam-ph-bn>
- Bruns, A., Angus, D., & Graham, T. (2021). Twitter campaigning strategies in Australian federal elections 2013–2019. *Social Media + Society*, 7(4), 205630512110634. <https://doi.org/10.1177/20563051211063462>
- Castillo, S. (2023). The battle for trans rights: Political spectacle theory and its implications for education policy. *Sexuality, Gender & Policy*, 6(1), 8-15.
- Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). Framing theory. *Annu. Rev. Polit. Sci.*, 10, 103-126.
- Foley, K., Ward, P., & McNaughton, D. (2019). Innovating qualitative framing analysis for purposes of media analysis within public health inquiry. *Qualitative Health Research*, 29, 1810–1822. <https://doi.org/10.1177/1049732319826559>
- Fontaine, S. (2017). What's not to like?: A qualitative study of young women politicians' self-framing on Twitter. *Journal of Public Relations Research*, 29(5), 219-237.
- Fauzan, I. (2022). Voter behaviour and the campaign pattern of candidates during pandemics in regional head election in Medan City, North Sumatra. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 13(2), 305-320.
- Gethin, A., & Jenmana, T. (2021). Democratization and the construction of class cleavages in Thailand, The Philippines, Malaysia, and Indonesia, 1992–2019. In A. Gethin, C. Martínez-Toledano & T. Piketty (Eds.), *Political cleavages and social inequalities* (pp. 375-404). De Gruyter.
- Ghazali, W. (2019). Islam as the state ideology: exploring from Gramsci's notion of power, culture and ideology. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(1), 338-352.
- Harkan, A. A., & Eriyanto. (2021). *Predicting the results of the 2019 Indonesian presidential election with Google Trends*. Asia-Pacific Research in Social Sciences and Humanities Universitas Indonesia Conference (APRISH 2019) (pp. 1-9). Atlantis Press.
- Hedman, U., & Djerf-Pierre, M. (2013). The social journalist: Embracing the social media life or creating a new digital divide? *Digital Journalism*, 1(3), 368-385.

- Htun, M., & Weldon, S. (2015). Religious power, the state, women's rights, and family law. *Politics & Gender, 11*(03), 451-477.
- Jamali, B. S., Normah M., & Shahrul, N. S. (2022). Perbincangan politik di laman Twitter: Atribut isu politik dalam ciapan media di Malaysia semasa tempoh pra dan pasca Pilihan Raya Umum Ke 14. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication, 38*(4), 231-249.
- Kelm, O., Dohle, M., & Bernhard, U. (2019). Politicians' self-reported social media activities and perceptions: Results from four surveys among German parliamentarians. *Social Media + Society, 5*(2).
- Kemp, S. (2023, January 26). Digital 2023 global overview report – Malaysia. *DataReportal*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>
- Kim, K. E., & McKinnon, L. M. (2022). An experimental study of the effectiveness of negative campaign messaging: Will outcome framing work for partisans in polarised politics? *Journal of Creative Communications, 18*(1), 26-39.
- Koc-Michalska, K., Lilleker, D. G., Michalski, T., Gibson, R., & Zajac, J. M. (2020). Facebook affordances and citizen engagement during elections: European political parties and their benefit from online strategies? *Journal of Information Technology & Politics, 1-14*.
- Kusmana, K. (2022). The Quran and family concept in modern Southeast Asia: Case study of Indonesia and Malaysia. *El Harakah Jurnal Budaya Islam, 24*(1), 85-108.
- Layton, M. L., Smith, A. E., Moseley, M. W., & Cohen, M. J. (2021). Demographic polarization and the rise of the far right: Brazil's 2018 Presidential Election. *Research & Politics, 8*(1).
- Liu, Y., Ye, X., & Zhou, Y. (2022). A framing analysis of chinese and western media coverage of anti-internet enterprise monopoly in China. *Journal of Humanities and Social Sciences Studies, 4*(4), 221-225.
- Mann, C., Arceneaux, K., & Nickerson, D. W. (2019). Do negatively framed messages motivate political participation? Evidence from four field experiments. *American Politics Research, 48*(1), 3-21.
- Main, A., Yahya, R. H., & Mahat, H. (2021). Inter-rater reliability assessment for motivating factors in blood donation using Cohen's Kappa analysis. *Journal of Social Sciences and Humanities, 6*(1), 1-22.
- MediaUMNO. (2019, April 12). Hasut dan fitnah: Wajah rasis DAP terserlah dalam ucapan Kempen Kulasegaran di Rantau. <https://umno-online.my/2019/04/12/hasut-dan-fitnah-wajah-rasis-dap-terserlah-dalam-ucapan-kempen-kulasegaran-di-rantau/>
- Mohamed, S., & Manan, K. A. (2020). Facebook and political communication: A study of online campaigning during the 14th Malaysian General Election. *IJUM Journal of Human Sciences, 2*(1), 1-13.
- Mokhtar, M. M., & Jamil, M. (2021). Sudut pandang pelaksanaan kajian kes kualitatif terhadap naturalisasi penyelidikan pendidikan Bahasa Melayu. *Asian Journal of Civilizational Studies (AJOCS), 3*(2), 93-111.
- Munandar, M., Suyahmo, S., & Suhardiyanto, A. (2019). Identity politics in social media in the 2019 Presidential Election. *Proceedings of the 1st International Symposium on Indonesian Politics, SIP 2019, 26-27 June 2019, Central Java, Indonesia*.

- Muñiz, C., Saldierna, A. R., & Marañón, F. D. J. (2018). Framing of electoral processes: The stages of the campaign as a moderator of the presence of political frames in the news. *Palabra Clave*, 21(3), 740-771.
- Nizah, M., & Bakar, A. (2021). The use of WhatsApp on political marketing agenda in Malaysia politics. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(8).
- Noor, M. N. M. (2019). Persaingan PRU ke-14 di Pahang: Pengekalan status quo melalui pertembungan tiga penjuru. *Malaysian Journal of Society and Space*, 15(4).
- Nurul, N. H., Syed, A. S. A., & Akmar, H. A. G. (2019). Media, isu dan tingkah laku pengundi dalam Pilihan Raya Umum ke-14: Satu kajian awal. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(2), 293-312.
- Ostwald, K., & Oliver, S. (2020). Four Arenas: Malaysia's 2018 election, reform, and democratization. *Democratization*, 27(4), 662-680.
- Ostwald, K., & Subhan, M. S. (2021). Regional identity formation in Malaysia: Primacy of the political center and its essentialized ethnic identities. *Asian Politics Policy*, 13(1), 37-55.
- Robinson, C. M., & Spivey, S. E. (2019). Ungodly genders: Deconstructing ex-gay movement discourses of "transgenderism" in the US. *Social Sciences*, 8(6), 191.
- Roknifard, J. (2021). Multifaceted Islam: Malaysia. *Journal of International Analytics*, 12(4), 68-87.
- Samsudin, D., & Ibrahim, F. (2021). Indonesian and Malaysian press policy: Pre and post-independence. *International Journal of Media and Communication Research*, 2(2), 01-11.
- Schultz, C. (2019). How does faith feel? The language and affect of belief. *Bijdragen tot de Taal-, Land- en Volkenkunde*, 175(4), 506-532.
- Segaard, S. B., & Nielsen, J. A. (2013). Local election blogs: Networking among the political elite. *Information Polity*, 18(4), 299-313.
- Semetko, H., & Valkenburg, P. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109.
- Soenjoto, W. (2019). Eksploitasi isu politik identitas terhadap identitas politik pada generasi milineal Indonesia di era 4.0. *Journal of Islamic Studies and Humanities*, 4(2), 187-217.
- Stuckelberger, S. (2019). Mobilizing and chasing: The voter targeting of negative campaigning – Lessons from the Swiss case. *Party Politics*, 27(2), 341-350.
- Tapsell, R. (2020). Social media and elections in Southeast Asia: The emergence of subversive, underground campaigning. *Asian Studies Review*, 45(1), 117-134.
- Tapsell, R. (2023). Social media and Malaysia's 2022 Election: The growth and impact of video campaigning. *Pacific Affairs*, 96(2), 303-321.
- Taslim, N., & Canales, A. D. (2023). De Novo evaluation of gender Dysphoria misconceptions and Islamic religious perplexity: Is there any chance of reconciliation? *Journal of Gender, Culture and Society*, 3(1), 06-18.
- Taufiq, A., Siahaan, H. M., & Pramono, M. F. (2022). Religious issues as a message in political communications during local elections. *Jurnal Studi Komunikasi*, 6(2), 631-654.
- Tham, J., Carson, A., Aman, A., Chinnappa, A., McClean, C. T., & Omurkulova-Ozierska, E. (2022). *Digital campaigning and political finance in Asia and the Pacific Region: A new age for an old problem*. International IDEA.

- Tiara, A., & Surwandono, S. (2022). Constructivism explained Malaysia's ratification withdrawal of international convention on the elimination of all forms of racial discrimination (ICERD) in 2018. *Journal of Islamic World and Politics*, 6(2), 170-187.
- Ting, S., & Ahmad, S. (2021). Everyday interactions and political participation of Malaysian youth. *Journal of Youth Studies*, 25(5), 616-635.
- Uche, E. U., Aja, E. F., & Okonkwo, C. (2020). Electoral security and voter-turnout in the 2019 Gubernatorial Election in Abia State: Interrogating the narratives. *IJASOS: International e-journal of Advances in Social Sciences*, 6(16), 80-92.
- Upadhyay, P. (2021). The dichotomy of rights and development: A rights-based approach to development in Nepal. *Journal of Political Science*, 21, 62-74.
- Vadevelu, K., Singh, P. S. J., Firdaus, R. R., Samsurijan, M. S., Latif, A. R. A., & Yahaya, M. H. 2018. Transgender coping strategies dealing with family members in Penang, Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(2).
- Wain, A. 2021. The politicisation of Islam in Malaysia and its opponents. *ICR Journal*, 12(1), 27-52.
- Widhiasthini, N. W. (2020). Sharing economy on election campaign through social media. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(6), 79-85.
- Zhao, J. (2022). The democratic hindrance of social media platforms such as Twitter in election campaigning. *Journal of Social Science and Humanities*, 4(9), 92 - 95.