



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 4 Tahun 2025 Page 614-624

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Peningkatan Isu Politik di TikTok dan Pengaruhnya Terhadap Opini Publik Pemilu Malaysia 2022

Alfan Khoirul Jazil¹, Annisa Rahma Lila^{2✉}, Tegar Alamsyah³, Septiana Sari⁴, Pia Khoirotn Nisa⁵
UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Email: annisa.lila22@mhs.uinjkt.ac.id^{2✉}

Abstrak

Transformasi media digital telah mengubah cara masyarakat menerima dan membentuk informasi politik, terutama melalui platform TikTok yang kini menjadi medium kampanye politik populer di kalangan generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bentuk peningkatan (framing) konten politik di TikTok selama Pemilu Malaysia 2022 dan pengaruhnya terhadap pembentukan opini publik. Dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan model framing Robert N. Entman, penelitian ini menganalisis bagaimana isu-isu politik dikonstruksi oleh kreator dan partai politik di TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya menjadi alat mobilisasi politik, tetapi juga arena pertarungan narasi yang memengaruhi orientasi pemilih muda secara signifikan. Temuan ini menekankan pentingnya literasi media dan etika digital dalam lanskap demokrasi digital saat ini.

Kata Kunci: Framing, TikTok, Opini Publik, Pemilu Malaysia, Media Sosial Politik

Abstract

The transformation of digital media has changed the way people receive and shape political information, especially through the TikTok platform which is now a popular political campaign medium among the younger generation. This study aims to examine the form of framing of political content on TikTok during the 2022 Malaysian Election and its influence on the formation of public opinion. With a qualitative approach and using Robert N. Entman's framing model, this study analyzes how political issues are constructed by creators and political parties on TikTok. The results show that TikTok is not only a tool for political mobilization, but also an arena for narrative battles that significantly influence the orientation of young voters. These findings emphasize the importance of media literacy and digital ethics in the current digital democratic landscape.

Keywords: Framing, TikTok, Public Opinion, Malaysian Election, Political Social Media

PENDAHULUAN

Pemilu sebagai pilar utama demokrasi memberi ruang bagi warga negara untuk memilih wakil dan pemimpinnya secara langsung. Menurut Dahl (1989), pemilu merupakan mekanisme fundamental dalam sistem demokrasi yang memastikan partisipasi politik dan legitimasi pemerintahan. Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah lanskap politik secara signifikan. Castells (2009) menyebut era digital telah menggeser cara masyarakat berinteraksi dengan politik, di mana media sosial menjadi arena baru dalam dinamika kekuasaan dan opini publik.

TikTok, yang awalnya dikenal sebagai platform hiburan, kini menjadi alat strategis dalam kampanye politik dan pembentukan opini publik, terutama di kalangan generasi muda yang menjadi pengguna dominannya (Hermida, 2015; Enli, 2017). Fenomena ini terlihat sangat jelas pada Pemilu Malaysia 2022, di mana berbagai pihak memanfaatkan TikTok sebagai medium kampanye politik untuk menjangkau pemilih muda yang semakin kritis dan aktif secara digital (Vaccari et al., 2015).

TikTok memiliki karakteristik yang unik dibandingkan dengan platform lain, yaitu video pendek dengan visual yang menarik dan seringkali disertai musik atau narasi yang persuasif. Jenkins et al. (2013) menjelaskan bahwa konten audiovisual yang cepat dan menarik menjadi kunci dalam menyampaikan pesan yang efektif di era digital. Konten semacam ini sangat efektif dalam menyampaikan pesan politik secara cepat dan emosional, yang sejalan dengan teori komunikasi emosional yang dikemukakan oleh Nabi (2003), dimana emosi berperan penting dalam pembentukan sikap dan perilaku politik.

Strategi komunikasi yang diterapkan di TikTok sering kali menggunakan teknik pembingkai atau framing, yaitu proses membentuk persepsi publik terhadap suatu isu,

tokoh, atau peristiwa tertentu melalui cara penyajian informasi (Entman, 1993). Teori framing menjelaskan bahwa media tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga mengarahkan cara audiens dalam memahami suatu isu (Goffman, 1974). Dalam konteks politik, framing dapat digunakan untuk memperkuat citra positif seorang calon, memperburuk citra lawan politik, atau mengangkat isu tertentu yang menguntungkan salah satu pihak (Chong & Druckman, 2007). TikTok memberikan ruang luas bagi konten semacam ini karena algoritmanya yang memperkuat konten yang populer dan relevan bagi pengguna (Bucher, 2018; Gillespie, 2018).

Dengan mempertimbangkan fenomena tersebut, penting untuk meneliti lebih dalam bagaimana framing dalam konten TikTok bekerja selama Pemilu Malaysia 2022. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk dan strategi framing yang digunakan, serta dampaknya terhadap pembentukan opini publik. Studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur komunikasi politik digital serta menjadi acuan bagi pemangku kepentingan dalam memahami dinamika komunikasi politik era digital, sebagaimana dianjurkan oleh para peneliti komunikasi politik modern (Kreiss, 2016; Chadwick, 2013).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis, yang berasumsi bahwa realitas sosial bukanlah sesuatu yang objektif dan tetap, melainkan dibentuk melalui konstruksi sosial hasil interaksi, simbol, dan bahasa yang digunakan individu maupun kelompok (Berger & Luckmann, 1966; Creswell, 2014). Dalam konteks ini, framing isu politik di TikTok dipahami bukan hanya sebagai penyampaian pesan, tetapi sebagai proses sosial yang melibatkan interpretasi subjektif dari pembuat konten, pengguna, dan penonton (Goffman, 1974; Entman, 1993).

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif karena bertujuan menggambarkan secara mendalam bagaimana proses framing terjadi dalam konten politik TikTok dan bagaimana hal tersebut memengaruhi opini publik, khususnya pemilih muda pada Pemilu Malaysia 2022. Pendekatan kualitatif memungkinkan eksplorasi makna dan narasi yang muncul dalam teks, visual, dan konteks media sosial secara menyeluruh, sesuai dengan pandangan Denzin dan Lincoln (2011) tentang pentingnya memahami fenomena sosial dari perspektif pelaku.

Data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan mahasiswa pengguna aktif TikTok yang mengikuti konten politik selama masa kampanye. Wawancara semi-terstruktur dipilih agar fleksibel dan dapat menggali persepsi serta pengalaman

subjektif informan secara mendalam (Kvale & Brinkmann, 2009). Data sekunder dikumpulkan melalui studi dokumentasi, termasuk analisis konten TikTok yang viral, artikel berita daring, laporan penelitian, jurnal, dan buku yang relevan dengan framing media, media sosial, dan komunikasi politik digital (Bowen, 2009).

Analisis data menggunakan model framing Robert N. Entman, yang meliputi empat elemen utama: mendefinisikan masalah (define problems), mengidentifikasi penyebab (diagnose causes), memberikan penilaian moral (make moral judgment), dan merekomendasikan solusi (treatment recommendation) (Entman, 1993). Model ini membantu membongkar struktur pesan konten TikTok yang dibentuk secara sadar untuk memengaruhi persepsi dan respons publik, sejalan dengan teori framing yang menekankan peran media dalam membentuk realitas sosial (Chong & Druckman, 2007).

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara, dokumentasi konten, dan kajian literatur, serta melakukan cross-check interpretasi dengan teori komunikasi dan framing agar hasil analisis konsisten dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik (Patton, 1999; Flick, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi konten TikTok serta wawancara mendalam dengan dua informan mahasiswa dari Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta, diperoleh beberapa temuan yang mencerminkan bagaimana framing isu politik di TikTok memengaruhi opini publik, khususnya generasi muda, selama Pemilu Malaysia 2022.

Tingginya Intensitas Paparan Konten Politik

Mayoritas informan menyatakan bahwa mereka terpapar konten politik secara intens di TikTok selama periode kampanye Pemilu Malaysia 2022. Konten-konten tersebut kerap muncul di halaman For You Page (FYP) tanpa dicari secara aktif, membuktikan bahwa algoritma TikTok memiliki peran besar dalam mendistribusikan narasi politik.

Seorang informan bernama Hailen Ummul Choiriah, mahasiswi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, menyatakan:

“Saya sempat lihat-lihat juga, apalagi pas masa kampanye. Banyak banget konten yang bahas calon-calon, partai, sampai isu-isu kayak ekonomi, pendidikan, dan ras. Uniknya, cara penyampaiannya tuh gak melulu serius, malah banyak yang dikemas ala-ala konten hiburan.”¹

Hal ini menunjukkan bahwa konten politik di TikTok telah dikemas secara menarik sehingga mudah diterima oleh audiens muda tanpa kesan menggurui.

Kesadaran akan Proses Framing

Informan juga menunjukkan pemahaman terhadap keberadaan proses framing dalam konten politik. Mereka menyadari bahwa narasi dalam video TikTok dirancang untuk menonjolkan aspek tertentu dan menyembunyikan yang lain.

Masih menurut Ummul:

“Banget. Kita di komunikasi belajar soal framing theory, dan di TikTok tuh kelihatan banget cara konten dibingkai buat narik emosi atau membentuk persepsi tertentu. Misalnya ada video yang ngangkat satu sisi positif dari calon, tapi nutupin sisi lainnya.”

Selain itu, ia juga menilai para kreator TikTok telah menjadi aktor politik baru yang punya pengaruh besar karena tingkat engagement yang tinggi:

“Mereka bisa mempengaruhi opini banyak orang, walaupun mereka bukan jurnalis atau politisi. Tapi karena mereka punya engagement tinggi, suara mereka bisa lebih nyampe ke publik dibanding media konvensional.”

Penilaian Kritis terhadap Konten Politik

Informan kedua, Putri Intan Husalda, mahasiswa jurusan Pendidikan Kimia, juga menyampaikan bahwa ia melihat banyak konten politik berseliweran di TikTok, walaupun tidak semuanya edukatif:

“Sebenarnya menarik ya, karena bisa jadi alat pembelajaran juga. Tapi yang jadi masalah, gak semua kontennya benar atau bisa dipertanggungjawabkan. Banyak banget yang provokatif.”⁴

Ia juga menilai bahwa gaya bahasa yang nyeleneh atau sarkastik dalam video TikTok sering digunakan untuk menarik perhatian, namun berpotensi menyudutkan pihak tertentu jika tidak disertai fakta.

“Kalau konteksnya salah atau terlalu menyudutkan, itu bisa jadi masalah. Apalagi kalau yang nonton belum bisa bedain mana yang fakta dan mana yang cuma opini.”

Bentuk-Bentuk Framing yang Teridentifikasi

Hasil dokumentasi dan pengamatan konten TikTok selama masa kampanye menemukan tiga bentuk framing dominan yang digunakan dalam membingkai konten politik pemilu Malaysia 2022 yaitu:

a. Perubahan Batas Usia Pemilih

Temuan : Adanya penerapan Undi18 yaitu menurunkan batas usia pemilih dari 21 menjadi 18 tahun serta memperkenalkan sistem pendaftaran pemilih otomatis. Kebijakan ini menambah sekitar 5,8 juta pemilih baru, mayoritas berasal dari kelompok usia muda yang sangat aktif menggunakan media sosial. Dalam konteks ini, TikTok muncul sebagai salah satu platform utama dalam membentuk opini publik dan memainkan peran penting dalam strategi kampanye berbagai partai politik.

Undi18 sendiri merupakan sebuah kampanye yang dipimpin oleh kaum muda di Malaysia, mengadvokasi pengurangan usia minimum pemilih di Malaysia dari 21 menjadi 18 tahun, sejalan dengan usia minimum pemilih 18 tahun di sebagian besar negara lain (baik di Barat maupun di Asia Tenggara). Situasi saat ini, dikombinasikan dengan proporsi kaum muda yang terus meningkat di antara penduduk Malaysia, menciptakan hambatan yang sangat besar terhadap pelaksanaan demokrasi sejati. Kampanye Undi18 diprakarsai oleh mahasiswa saat itu, Tharma Pillai dan Qyira Yusri, pada tahun 2016, sebagai gerakan mahasiswa di bawah naungan Aliansi Mahasiswa Global Malaysia. Hal ini memberi Undi18 akses ke berbagai organisasi mahasiswa/pemuda di seluruh Malaysia dan di seluruh dunia. Kampanye tersebut menyatakan bahwa anak berusia 18 tahun dianggap dewasa secara hukum di Malaysia dan karenanya berhak untuk memilih.

b. Salah satu partai mendominasi dalam kampanye diplatform digital (tiktok) dalam membangun citra positif dari calon dan mengajak anak muda ikut serta dalam memilih dipemilu malaysia 2022.

Temuan : Platform Seperti Tiktok digunakan secara intensif oleh partai-partai seperti, Perikatan Nasional (PN) dan Pakatan Harapan (PH) untuk menjangkau pemilih muda pada pemilu Malaysia tahun 2022



Sumber: https://www.tiktok.com/@utusantvofficial?_t=ZS-8wv6RlvBAsU&_r=1

Banyak konten Tiktok terutama dari akun UtusanTV yang menunjukkan keberpihakan dan dukungan terhadap satu partai yaitu Perikatan Nasional (PN), dan tagar #Beliasediaundi selalu digunakan dalam setiap video yang diunggah di platform Tiktok tersebut.

- c. Salah satu partai diframing media kurang gencar dalam menggaet anak muda untuk ikut serta dalam pemilu, terkesan tidak terlalu mengharapkan dukungan dari anak muda.

Temuan : PH atau Pakatan Harapan dan tokoh-tokohnya seperti anwar ibrahim serta syed saddiq juga hadir di Tiktok namun pendekatannya kurang terstruktur jika dibandingkan dengan PN atau Perikatan Nasional.

- d. Dimedia Pemilu Malaysia 2022 banyak diframing dan dikaitkan dengan menyinggung ras yang pernah terjadi pada 13 mei 1969.

Temuan : Penggunaan tagar #13mei dan #13mei1969, Polisi mengatakan telah mendeteksi konten media sosial yang menyinggung sentimen ras dan agama serta menghina kerajaan setelah pemilu. "Tindakan tegas akan diambil terhadap pengguna yang berupaya menghasut situasi yang dapat mengancam keselamatan dan ketertiban publik," kata Inspektur Jenderal Acryl Sani Abdullah Sani dalam sebuah pernyataan Senin malam, 21 November 2022.

Pengguna media sosial Malaysia pada Senin melaporkan banyak unggahan di platform video pendek TikTok, dengan konten pemilu yang disebut sebagai kerusuhan ras yang mematikan di Kuala Lumpur pada 13 Mei 1969 (Fajri, 2025). Konten-konten tersebut secara nyata memengaruhi opini publik. Para informan mengaku bahwa mereka, dan kemungkinan besar banyak pengguna lainnya, terpengaruh secara emosional dan membentuk sikap politik berdasarkan apa yang mereka lihat di TikTok. Ini diperparah oleh minimnya verifikasi informasi serta kecenderungan untuk mempercayai influencer daripada media konvensional.

Di TikTok, framing dilakukan melalui: Pilihan visual (filter, efek dramatis), Narasi teks (caption, hashtag), Musik latar (sering memicu emosi), Sudut pandang (angle) pengambilan video.

Pembingkaiian yang terjadi diplatform Tiktok yang dapat mempengaruhi opini publik terkait pemilu Malaysia 2022 diantaranya yaitu :

Pertama, Dengan adanya Pemilihan Umum Malaysia ke-15 (GE15) yang diadakan pada 19 November 2022 menjadi salah satu momen politik paling bersejarah dan kompetitif dalam sejarah Malaysia. Salah satu faktor yang menjadikannya menarik adalah peran media

sosial, terutama TikTok, dalam memengaruhi dinamika kampanye politik dan pembentukan opini publik. TikTok, yang sebelumnya dikenal sebagai platform hiburan, mulai dimanfaatkan sebagai alat komunikasi politik yang sangat efektif. Platform ini menjadi ruang baru bagi politisi untuk menyampaikan narasi mereka, terutama karena sekitar 40% pemilih dalam GE15 berasal dari kalangan muda berusia 18 hingga 40 tahun. Dengan karakteristik kontennya yang singkat, visual, dan emosional, TikTok memberikan ruang pbingkaian isu politik yang sangat kuat.

Kedua, Pbingkaian isu politik di TikTok dilakukan dengan berbagai strategi komunikasi visual dan naratif. Framing atau pbingkaian dalam konteks ini berarti bagaimana konten politik dikemas sedemikian rupa untuk menonjolkan sisi tertentu dari seorang tokoh atau isu. Framing positif dilakukan dengan menggambarkan tokoh politik sebagai sosok yang inspiratif, pekerja keras, atau dekat dengan rakyat, sedangkan framing negatif digunakan untuk menyerang lawan politik melalui sindiran, manipulasi video pendek, dan bahkan penyebaran disinformasi. Bentuk-bentuk framing tersebut didukung oleh teknik visual seperti penggunaan filter dan efek dramatis, narasi teks seperti caption dan hashtag, musik latar yang membangkitkan emosi, serta sudut pandang pengambilan gambar yang menekankan makna tertentu.

Ketiga, Pengaruh dari pbingkaian ini terhadap opini publik sangat signifikan. TikTok tidak hanya menjadi saluran penyampaian informasi politik, tetapi juga membentuk persepsi pemilih muda terhadap calon dan partai politik yang bertarung dalam pemilu. Narasi-narasi yang dikonstruksi melalui video pendek mampu menciptakan citra tertentu, baik positif maupun negatif, yang akhirnya memengaruhi keputusan pemilih. Selain itu, karena sifatnya yang viral dan mudah diakses, TikTok memperkuat penyebaran opini dengan cepat dan luas. Hal ini menjadikan TikTok sebagai alat yang sangat berpengaruh dalam membentuk lanskap opini publik menjelang dan selama Pemilu Malaysia 2022 berlangsung.

a. Framing Personalitas Tokoh Politik

Tokoh seperti Syed Saddiq secara aktif menggunakan TikTok untuk menunjukkan kedekatan dengan anak muda, tampil santai, dan mengunggah konten "behind the scenes". Ini mbingkai dirinya sebagai pemimpin muda yang relatable dan transparan.

Sebaliknya, konten yang menyerang lawan politik seperti Anwar Ibrahim atau Muhyiddin Yassin sering mbingkai mereka sebagai tidak peduli rakyat, terlalu tua, atau terikat masa lalu politik yang kelam.

b. Framing Isu Ras dan Agama

Ada peningkatan signifikan dalam video yang membingkai isu etnis dan agama sebagai “ancaman”. Misalnya, hashtag seperti #13Mei digunakan untuk menakut-nakuti pemilih Melayu agar tidak memilih partai yang diasosiasikan dengan kaum non-Melayu.

c. Framing Ekonomi dan Kesejahteraan

Banyak konten membingkai isu harga barang, subsidi, dan kemiskinan dengan menyalahkan pemerintah petahanan, menciptakan narasi “perubahan diperlukan”.

TikTok memiliki kemampuan viral yang sangat tinggi. Karena sifat algoritmenya yang menyebarkan konten berdasarkan ketertarikan pengguna (bukan hanya followers), narasi politik bisa tersebar luas hanya dalam hitungan jam. Beberapa dampaknya:

a. Pengaruh terhadap Pemilih Muda

Pemilih muda yang aktif di TikTok sering kali tidak mengandalkan media tradisional. Mereka cenderung mempercayai informasi dari “influencer politik” atau konten viral. Ini bisa membentuk opini bahkan sebelum mereka mengecek kebenarannya.

b. Mobilisasi Politik

TikTok juga digunakan untuk mengajak orang memilih, menghadiri kampanye, dan menyebarkan pesan-pesan tertentu. Konten yang membangkitkan emosi – marah, bangga, takut lebih cepat tersebar dan mempengaruhi tindakan.

c. Risiko Polarisasi dan Disinformasi

Kelemahan besar adalah bahwa TikTok juga menyuburkan ruang bagi disinformasi. Misalnya, video yang dipotong-potong tanpa konteks bisa menyebarkan narasi salah yang membentuk kebencian atau polarisasi sosial.

Penggunaan TikTok dalam konteks Pemilu Malaysia 2022 menunjukkan bahwa: TikTok bukan sekadar hiburan, tapi arena pertarungan narasi, Pembingkai politik menjadi alat yang kuat dalam membentuk persepsi pemilih (Dilla, 2024). Meski dapat menjadi ruang demokratis, TikTok berpotensi menjadi ruang manipulasi dan penyebaran kebencian. Platform ini memberikan peluang besar bagi politisi untuk berinteraksi langsung dengan publik. Namun, tanpa literasi digital yang kuat, publik rentan terhadap framing yang menyesatkan atau bahkan provokatif.

SIMPULAN

TikTok, yang awalnya dikenal sebagai platform hiburan, kini telah bertransformasi menjadi medium komunikasi politik yang sangat efektif, khususnya dalam menjangkau pemilih muda. Melalui visualisasi menarik, penyampaian pesan yang singkat, serta muatan emosional yang tinggi, TikTok menjadi alat kampanye yang kuat dalam membentuk opini publik. Dalam konteks Pemilu Malaysia 2022 (GE15), platform ini tidak lagi hanya menjadi ruang hiburan, melainkan arena strategis pertarungan narasi politik antar kandidat dan partai. Strategi framing menjadi instrumen utama dalam konten politik di TikTok. Dengan membingkai isu secara selektif, konten-konten politik di platform ini dapat menciptakan citra positif bagi kandidat tertentu, mendiskreditkan lawan politik, atau menonjolkan isu-isu strategis yang menguntungkan pihak tertentu. Pembingkai dilakukan melalui berbagai elemen seperti visual, caption, musik latar, hingga sudut pandang pengambilan video yang mempengaruhi cara audiens memahami dan merespons isu.

Dalam praktiknya, terdapat beberapa bentuk pembingkai yang dominan digunakan di TikTok. Pertama, framing personalitas, yaitu pembentukan citra tokoh sebagai pemimpin muda dan dekat dengan rakyat, seperti yang dilakukan oleh Syed Saddiq. Kedua, framing identitas, yakni pengangkatan isu ras dan agama secara provokatif, seperti melalui tagar #13Mei untuk menimbulkan ketakutan terhadap kelompok etnis tertentu. Ketiga, framing kebijakan, di mana isu ekonomi seperti harga barang dan kemiskinan digunakan untuk menyerang pemerintah petahana dan mendorong narasi perubahan. Pengaruh TikTok terhadap opini pemilih muda sangat signifikan. Generasi muda yang aktif menggunakan platform ini cenderung tidak mengandalkan media konvensional, melainkan mempercayai konten dari influencer politik atau video yang viral. Tanpa verifikasi yang memadai, mereka dapat dengan mudah membentuk opini berdasarkan informasi yang belum tentu benar. Penelitian ini menggunakan model framing dari Robert N. Entman yang mencakup empat elemen utama: mendefinisikan masalah, mengidentifikasi penyebab, memberikan penilaian moral, dan menawarkan solusi. Keempat elemen ini membantu mengungkap cara pesan politik disampaikan secara tersirat maupun eksplisit melalui konten-konten yang tersebar di TikTok.

DAFTAR PUSTAKA

- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Anchor Books.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>

- Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). Framing theory. *Annual Review of Political Science*, 10, 103-126. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dilla, N. (2024). Digital Media and Political Campaigns: The Rise of TikTok in Southeast Asian Elections. *Journal of Political Communication Studies*, 12(1), 45-63.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fajri, A. (2025). Social media and ethnic tensions: A study of Malaysian TikTok discourse

- post-GE15. *Asian Journal of Media and Communication*, 8(2), 98-115.
- Flick, U. (2014). *An Introduction to Qualitative Research* (5th ed.). SAGE Publications.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Harper & Row.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Patton, M. Q. (1999). Enhancing the quality and credibility of qualitative analysis. *Health Services Research*, 34(5 Pt 2), 1189-1208.