

FRAMING BERITA CAPRES-CAWAPRES PADA PILPRES 2019 DI HARIAN UMUM REPUBLIKA DAN KORAN TEMPO

Ballian Siregar

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul

Jalan Arjuna Utara No.9, Tol Tomang Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11510

ballian@esaunggul.ac.id

Abstract

*This research tries to find out whether there are media alignments towards the two pairs of Presidential Candidates and Candidates for Vice-President 2019-2024, Joko Widodo –Ma’ruf Amin and Prabowo Subianto –Sandiaga Uno. The researcher has chosen Harian Umum Republika and Koran Tempo as the research subjects. Aside from being a media conglomerate, CEO of PT Mahaka Media Tbk, which is the legal entity of Republika, Erick Thohir, is also the Chairperson of the TKN Jokowi-Ma’ruf Amin, which is assumed to have access to influence editorial policies. While Koran Tempo was chosen because it was considered professional and independent according to the media record. This research uses framing analysis of Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki models. The results of the research showed that the Harian Umum Republika tended to be more independent in carrying out journalistic duties, but Koran Tempo favored to the candidates Jokowi-Ma’ruf Amin. **Keywords:** media alignments, media framing, 2019 cawapres presidential candidates*

Abstrak

Penelitian ini ingin melihat ada tidaknya keberpihakan media terhadap dua pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Periode 2019-2024, Joko Widodo –Ma’ruf Amin serta Prabowo Subianto –Sandiaga Uno. Peneliti memilih Harian Umum Republika dan Koran Tempo sebagai subjek penelitian. Selain karena sebagai konglomerasi media, Komisaris Utama PT Mahaka Media Tbk, sebagai badan hukum Republika, Erick Thohir, juga menjadi Ketua TKN Jokowi-Ma’ruf Amin, sehingga diasumsikan memiliki akses mempengaruhi kebijakan redaksi. Sedangkan Koran Tempo dipilih karena dinilai profesional dan independen sesuai jejak rekam media tersebut. Penelitian ini menggunakan analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Hasil penelitian menunjukkan, Harian Republika cenderung lebih independen dalam melaksanakan tugas jurnalistik, sebaliknya Koran Tempo lebih berpihak kepada pasangan Jokowi-Ma’ruf Amin. **Kata kunci:** keberpihakan media, framing media, capres cawapres 2019

Pendahuluan

Dua pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden (Capres - Cawapres) Republik Indonesia Periode 2019-2024 telah ditetapkan melalui Keputusan Komisi Pemilihan Umum Nomor 1131/PL.02.2-Kpt/06/IX2018. Kedua pasangan Capres-Cawapres tersebut masing-masing; Joko Widodo–Ma’ruf Amin (Jokowi-Ma’ruf Amin) serta Prabowo Subianto –Sandiaga Salahuddin Uno (Prabowo-Sandi).

Kedua pasangan Capres - Cawapres Joko Widodo-Ma’ruf Amin dan Prabowo–Sandi, bertarung untuk memimpin Negeri ini lima tahun ke depan pada Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019 yang dilaksanakan bersamaan dengan Pemilihan Umum Legislatif (Pileg), DPRI, DPRD Provinsi maupun DPRD Kabupaten/Kota, pada 17 April 2019.

Pasangan Jokowi-Ma’ruf Amin diusung Koalisi Indonesia Kerja yang terdiri dari tujuh

partai politik, yakni; Partai Hanura, Partai Nasdem, Partai Golkar, PKB, PDI-P, PPP, dan PKPI. Sedangkan Partai Perindo dan PSI yang juga ikut serta mengajukan dukungan kepada pasangan Jokowi-Ma’ruf Amin, dicoret KPU lantaran bukan partai peserta Pemilu 2014.

Demikian juga Prabowo-Sandi. Pasangan ini didukung empat partai politik, yakni PKS, Partai Gerindra, PAN, serta Partai Demokrat. Partai Berkarya yang juga menyatakan dukungan kepada Capres-Cawapres Prabowo-Sandi, tidak bisa secara resmi mendukung pasangan tersebut karena juga bukan peserta Pemilu 2014 sesuai ketentuan pasal 222 UU No.7 Tahun 2017 tentang Pemilu.

Pasal 222 menjelaskan, pasangan capres-cawapres diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik peserta pemilu yang memenuhi syarat. Yakni, paling sedikit memiliki 20 persen kursi DPR atau memperoleh 25 persen suara sah

nasional pada Pemilu Legislatif (Pileg) 2014. Itu pulalah alasan Perindo, PSI serta Partai Berkarya tidak bisa secara resmi menjadi partai pengusung Capres-Cawapres Periode 2019-2024.

Konstelasi politik nasional pun semakin memanas di tahun politik ini. Di luar partai-partai politik pendukung masing-masing kandidat, media nasional, semacam surat kabar, media online maupun televisi, menunjukkan sikap dan dukungan kepada kandidat tertentu meski tidak dinyatakan secara terang-terangan.

Hal itu tergambar dari media surat kabar terbitan 3 Desember 2018 atau sehari setelah pelaksanaan Reuni Akbar 212, yakni 2 Desember 2018. Harian Umum Republik dan Rakyat Merdeka menurunkan liputan Reuni 212 di halaman depan atau halaman 1. Republik menjadikan reuni akbar itu berita utama halaman 1 berjudul; Reuni 212 Damai. Rakyat Merdeka juga menjadikan reuni tersebut sebagai berita utama halaman 1; '212 Makin Lama Makin Besar Kenapa Ya?'

Tapi tidak dengan *Kompas*, yang justru menjadikan 'Polusi Plastik Mengancam' sebagai berita utama halaman 1, sedangkan Reuni 212 berada di halaman 15 yang juga merupakan halaman sambungan berita-berita dari halaman 1 dengan judul "Reuni Berlangsung Damai". Demikian juga *Koran Tempo*, menurunkan berita Reuni Akbar 212 di halaman 7 dengan judul "Meneguhkan Dukungan". Menurut istilah wartawan senior, Hersubeno Arif, halaman dalam surat kabar merupakan halaman pembuangan.

Hal yang sama juga terlihat dari pemberitaan televisi nasional. Minus tv-One dan iNews, televisi lainnya juga tidak menayangkan live Reuni 212 yang diklaim dihadiri lebih dari 11 juta orang yang dipusatkan di kawasan Monas, Jakarta Pusat. Sikap sebagian besar media massa nasional yang "menyembunyikan" Reuni Akbar 212, berbanding terbalik dengan media-media luar negeri. Reuni Akbar 212 menjadi headline di Anadolu Agency maupun Southeast Asia.

Media Turki, *Anadolu Agency* memberi judul "Indonesia: Millions gather for anti-government rally" dalam headline portal beritanya. Sedangkan *Southeast Asia* dalam judul beritanya menyebutkan puluhan ribu umat muslim konservatif berdemonstrasi di Jakarta. (*Republika.co.id*, 3 Desember 2018)

Sikap 'black out' kebanyakan media nasional terhadap pemberitaan Reuni Akbar 212 mudah dipahami. Meski bukan kegiatan politik,

reuni tersebut tetap dikaitkan dengan masalah-masalah politik menjelang Pilpres 2019, yakni sebagai bentuk unjuk kekuatan massa yang disebut-sebut sebagai pendukung Capres-Cawapres nomor urut 02, Prabowo-Sandi. Atau ekstrimnya, kegiatan massa penantang Capres-Cawapres nomor urut 01, Jokowi-Ma'ruf Amin, yang menurut *Koran Tempo* edisi 3 Desember 2018, Lapangan Monumen Nasional (Monas) Jakarta dan sekitarnya kembali menjadi panggung politik atas nama Reuni Akbar 212. Saat acara tersebut, Prabowo Subijanto hadir di tengah-tengah jutaan peserta reuni, bahkan sempat memberikan pidato singkat (bukan kampanye).

Dalam teori-teori tentang jurnalistik, meniadakan atau menyembunyikan suatu peristiwa besar seperti Reuni Akbar 212 yang dihadiri jutaan orang, seolah-olah tidak pernah ada yang kemudian dipahami sebagai *black out* media, merupakan kenaiifan bagi dunia pers. Padahal, media massa (pers) memiliki kemampuan menyeleksi dan memberi tekanan terhadap isu-isu tertentu dengan cara menunjukkan fakta, tanpa harus menyembunyikan peristiwa utamanya.

Dalam pokok pikiran teori Agenda Setting McCombs dan Donald Shaw (McQuail, 2005, p. 512) disebutkan, "...the news media indicate to the public what the main issues of the day are and this is reflected in what the public perceives as the main issues (media menunjukkan isu-isu utama kepada publik, kemudian isu-isu tersebut tercermin dalam persepsi khalayak)."

Hal-hal yang dianggap penting oleh media, akan dianggap penting pula oleh khalayak. Bahkan, lebih ekstrim menurut pandangan kritikus media, Chomsky (dalam Ibrahim & Akhmad, 2014) menyebutkan, media menjadi semacam lembaga pengesahan. Media sebagai "mesin propaganda" yang "mengolah persetujuan" (*manufacturing consent*) bagi tatanan sosial politik yang berlaku.

Jadi, media massa sejatinya bukan menyembunyikan suatu peristiwa besar seperti Reuni Akbar 212 dalam arti tidak meliput atau menempatkannya di halaman "pembuangan". Namun, media harus menjadi ruang publik (*public sphere*) sebagaimana diungkapkan Jurgen Habermas. Media harus terjaga dari berbagai kepentingan (*interest*) pihak eksternal media, termasuk pemodal (*media ownership*).

Mencermati pemberitaan media massa nasional tentang Reuni Akbar 212, peneliti pun tertarik melihat framing berita di media massa

nasional, khususnya media cetak terhadap pasangan Capres-Cawapres Jokowi-Ma'ruf Amin dan Prabowo-Sandi. Namun, karena berbagai keterbatasan semisal waktu dan tenaga, peneliti memilih dua surat kabar nasional; yakni Harian Umum Republika dan Koran Tempo. Bagaimana kedua media massa nasional ini membingkai berita Capres-Cawapres nomor urut 01 dan Capres-Cawapres nomor urut 02.

Pemilihan surat kabar Republika sebagai objek penelitian karena selain ideologinya yang tetap mempertahankan Islam seperti termuat dalam visinya sebagai surat kabar "Modern, Moderat, Muslim, Kebangsaan, dan Kerakyatan", juga bagian dari konglomerasi media (Republika.co.id, Gen FM, Jak FM, Most FM, Masteng FM, Kiss FM, Sportku.com, dan Harian Indonesia). PT Abdi Bangsa Tbk yang semula sebagai badan hukum Harian Umum Republika, berubah menjadi PT Mahaka Media Tbk, setelah mayoritas sahamnya dimiliki Kelompok Mahaka Media pada 2000.

Semakin menarik Republika sebagai objek penelitian karena 7 September 2018, Chief Executive Officer (CEO) PT Mahaka Media adalah Erick Thohir, ditunjuk Capres Joko Widodo sebagai Ketua Tim Pemenangan Jokowi-Ma'ruf Amin. Posisi itu, membuat Erick dinilai ambigu karena kapasitasnya sebagai Ketua Tim Pemenangan Jokowi-Ma'ruf Amin dan sebagai pemilik Harian Umum Republika.

Bahkan, Pemerhati Media dan Ruang Publik, Djadang Nurdjaman menyoroati opini pendek Erick Thohir, yang dimuat di *Harian Umum Republika*, edisi 6 Desember 2018 dalam rubrik E.Talk halaman 1; "Saya Republika, dan 212". Opini tersebut merupakan respon publik atas pemberitaan media nasional yang tidak menyiarkan secara proporsional Reuni Akbar 212.

Djadang menulis opini yang tersebar secara berantai di media sosial kemudian dimuat di berbagai media online, termasuk portal-islam.id (7/12/2018), dengan judul, "Pembelaan Diri Erick, Dilema Republika dan Timses Jokowi-Ma'ruf". Dalam tulisan itu, Erick digambarkan dalam posisi ambigu soal pemberitaan Republika tentang Reuni Akbar 212 yang pesertanya sebagian besar penantang Jokowi-Ma'ruf Amin.

Sedangkan *Koran Tempo* yang pertama kali terbit pada 2 April 2001, dikenal sebagai media yang dikelola oleh profesional, diasumsikan sebagai koran yang berpegang teguh pada ideologi jurnalistik, yakni untuk mengungkap fakta dan

kebenaran. Koran yang berada di bawah payung hukum, PT Tempo Inti Media ini, sebelumnya dikenal dengan majalah yang sangat kuat dalam laporan utama berita-berita investigasi, yakni Majalah Tempo.

Menjelaskan Isi Media

Bagaimana menjelaskan isi media ketika suatu peristiwa dikonstruksi menjadi bahan berita dengan orientasi tertentu? Media selalu mengungkapkan bahwa mereka bekerja secara profesional, objektif dan independen. Kode Etik Jurnalistik (KEJ) merupakan rambu-rambu pers dalam bekerja, kemudian ada pakem atau patron dalam menyusun struktur berita yang dimulai dari hal terpenting yang disebut sebagai *lead* berita, serta menyusun tubuh berita mulai dari yang penting hingga yang dianggap kurang penting. Dalam menyusun lead dan tubuh berita tersebut, berorientasi pada kelengkapan unsur berita 5W+1H (*what, who, when, where, why, dan how*).

Pasal 1, 2 dan 3 KEJ menyebutkan: (1) Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk, (2) Wartawan Indonesia menem-puh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik, (3) Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.

Tentulah akan semakin rumit menjelaskan isi media jika kita mengaitkannya dengan KEJ di atas, sebab semua disajikan seolah dalam bingkai realitas. Namun, bila ditinjau secara kritis tak jarang media membuat konstruksi berita tentang suatu peristiwa, misalnya dengan menghadirkan narasi-narasi tertentu dari sumber yang dipilih. Bisa saja bagian dari narasi-narasi sengaja ditonjolkan, atau mungkin bagian lain dihilangkan.

Dalam studi media (McNair dalam Sudibyo, 2006) menyebutkan, ada tiga pendekatan yang dapat dilakukan untuk menjelaskan isi suatu media. Pertama, pendekatan politik-ekonomi (*the political-economy approach*), kedua, pendekatan organisasi (*organizational approaches*), dan ketiga, pendekatan kulturalis (*culturalis approach*).

Pendekatan pertama, isi media diasumsikan dipengaruhi berbagai kekuatan eksternal dari luar diri pengelola media itu sendiri. Bisa disebabkan karena kekuatan ekonomi maupun politik, bahkan pemilik media pun mampu mempengaruhi isi media. Pendekatan kedua,

yakni pendekatan organisasi justru pengelola media aktif membentuk atau memproduksi berita, serta pendekatan ketiga, yakni proses produksi berita merupakan mekanisme yang rumit karena melibatkan faktor internal media (rutinitas organisasi media) sekaligus juga faktor eksternal di luar media. Mekanisme yang rumit itu ditunjukkan dengan bagaimana perdebatan yang terjadi dalam ruang pemberitaan (lihat: Sudibyo dalam Politik Media dan Pertarungan Wacana, 2006).

Ibrahim & Akhmad (2014) mengutip pendapat kritikus media kenamaan, Chomsky, yang memahami bahwa kapitalisme dan konglomerasi media juga penting, terutama karena analisisnya menyediakan contoh bagaimana lingkaran dalam (*inner ring*) media mengontrol berita.

Lebih lanjut Ibrahim & Akhmad dalam Komunikasi & Komodifikasi; Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi' mengungkapkan, lantaran peristiwa-peristiwa layak berita (*newsworthy*) ditentukan oleh media yang dimiliki oleh korporasi besar maka tak heran kalau citra realitas, sekurang-kurangnya sebagian, didefinisikan oleh pihak yang kaya dan kuat. Itulah sebabnya isu kepemilikan korporat media terus menjadi diskusi dan debat hangat, termasuk oleh Chomsky

Redaksi (newsroom) memiliki otoritas atau independen mendefinisikan bagaimana seharusnya realitas dipahami dan dijelaskan (*das sollen*) jika mengacu pendekatan kedua McNair. Hal ini juga dikenal dalam "prinsip tembok api" (*firewall prinsip*), yakni bahwa media tak boleh ada intervensi dari pihak luar, termasuk pemilik media.

Faktanya (*das sein*), media-media besar nasional terlihat 'gagap' merumuskan definisi berita yang memiliki nilai tinggi seperti ketika mendefinisikan Reuni Akbar 212 yang dipusatkan di kawasan Monas, Jakarta Pusat, 2 Desember 2018. Adakah intervensi pemilik modal, atau *inner ring* media ikut mengontrol berita seperti disebutkan Chomsky?

Pemberitaan Reuni Akbar 212, terlihat banyak media massa nasional bukan hanya gagal mendefinisikan bagaimana citra realitas seharusnya dipahami dan dijelaskan kepada publik, tetapi malah "menyembunyikan" peristiwa reuni yang dihadiri jutaan orang yang kebanyakan penantang pasangan nomor urut 01, Jokowi-Ma'ruf Amin.

Guna memudahkan penelitian ini, peneliti membuat rumusan masalah penelitian, "*Bagaimana pembedaan Harian Umum Republik dan Koran*

Tempo terhadap pemberitaan dua pasangan Capres-Cawapres Jokowi-Ma'ruf Amin dan Prabowo-Sandi pada Pilpres 2019".

Framing

Media berperan mengkonstruksi dan mendefinisikan bagaimana sejatinya sebuah realitas dipahami dan dijelaskan kepada khalayak. Jika dianalogikan realitas adalah sebuah mobil mewah (*super car*) keluaran terbaru, bagian tertentu (aksesori) dari mobil itu dicitrakan sebagai gambaran realitas. Padahal, ada bagian lain tak kalah menariknya, sebut saja bagian interior kabin, jenis lampu yang digunakan, atau ukuran ban, velg dan sebagainya.

Namun, karena media berperan mengkonstruksi dan mendefinisikan bagaimana sebuah realitas harus dipahami, maka yang dicitrakan dari bagian mobil mewah itu menjadi lebih tampak dan menonjol di mata publik. Sedangkan bagian-bagian lainnya, menjadi luput dari perhatian.

Gambaran seperti itulah yang dibangun media atau kita kenal sebagai framing. Eriyanto (2007) mengungkapkan, dengan cara dan teknik apa peristiwa ditekankan ditonjolkan. Apakah dalam berita itu ada bagian yang dihilangkan, luput, atau bahkan disembunyikan dalam pemberitaan.

Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki seperti dikutip Eriyanto (2007), secara garis besar menyebutkan ada dua konsepsi dari framing yang saling berkaitan. Pertama, konsepsi psikologi, yakni lebih menekankan bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya (kognitif). Konsep kedua, yakni sosiologis. Frame dipahami sebagai proses bagaimana seseorang mengklasifikasikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas di luar dirinya.

Framing berita dapat dilihat dari ciri perangkat framing, di antaranya bagaimana struktur berita dibangun, unsur berita atau yang kita kenal sebagai formula 5W+1H, bentuk kalimat, kata ganti, bahkan grafis sengaja dibuat untuk menonjolkan suatu informasi tersebut. Pan dan Kosicki menyebut perangkat framing dapat dibagi ke dalam empat struktur besar.

Secara garis besar, keempat struktur perangkat framing tersebut diringkas sebagai berikut; pertama, struktur sintaksis yang berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa ke dalam bentuk susunan umum berita.

Sintaksis yang paling umum misalnya, headline, menempatkan bagian di atas paling penting (piramida terbalik), lead, latar informasi, sumber, penutup _dalam satu kesatuan teks berita secara keseluruhan. Headline merupakan aspek sintaksis dengan tingkat kemonjolan yang tinggi untuk menunjukkan kecenderungan berita sehingga pembaca lebih mudah mengingatnya.

Kedua, struktur skrip, yakni yang berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. Laporan berita sering disusun sebagai suatu cerita karena dua hal. Pertama, banyak laporan berita yang berusaha menunjukkan hubungan, peristiwa yang ditulis merupakan kelanjutan dari peristiwa sebelumnya. Kedua, berita umumnya mempunyai orientasi menghubungkan teks yang ditulis dengan lingkungan komunal pembaca. Bentuk umum struktur skrip adalah 5W+1H, meski tidak semua unsur itu dijumpai dalam setiap berita.

Perangkat framing ketiga, struktur tematik, yakni tematik yang berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antarkalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Bagi Pan dan Kosicki, berita

mirip sebuah pengujian hipotesis peristiwa yang diliput, sumber yang dikutip, dan pernyataan yang diungkapkan. Semua pernyataan itu digunakan untuk membuat dukungan yang logis bagi hipotesis yang dibuat.

Terakhir, struktur retorik yang berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita, seperti pilihan kata, idiom, grafik untuk mendukung tulisan serta menekankan arti tertentu kepada pembaca. Struktur retorik dari wacana berita menggambarkan pilihan gaya atau kata yang dipilih oleh wartawan untuk menekankan arti yang ingin ditonjolkan oleh wartawan (lihat: Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media, Eriyanto, 2007).

Keempat pendekatan framing tersebut akan digunakan sebagai pisau analisis framing (pembingkai) Harian Umum *Republika* dan *Koran Tempo* terhadap pemberitaan dua pasangan Capres-Cawapres Jokowi-Ma'ruf Amin dan Prabowo-Sandi pada Pilpres 2019. Keempat pendekatan itu digambarkan dalam buku Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media* (2007) ke dalam bentuk skema:



Berdasarkan rumusan masalah disebutkan diatas, penelitian ini ingin menjawab hal-hal sebagai berikut:

1. Bagaimana keberpihakan Harian Umum Republika dan Koran Tempo terhadap Capres-Cawapres Pilpres 2019?
2. Bagaimana konstruksi realitas Harian Umum Republika dan Koran Tempo terhadap Capres-Cawapres Pilpres 2019?
3. Efek apa yang diharapkan Harian Umum Republika dan Koran Tempo terhadap pemberitaan Capres-Cawapres Pilpres 2019?

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif paradigma konstruktivis, yakni untuk menilai bagaimana media (wartawan) mengkonstruksi suatu realitas untuk dipahami publik. Metode penelitian menggunakan analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

Eriyanto (2007, h.254-255) menjelaskan, model ini berasumsi setiap berita mempunyai frame yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide. Frame ini adalah suatu ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan.

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Harian Umum Republika dan Koran Tempo yang menurunkan laporan tentang dua pasangan Capres-Cawapres pada Pilpres 2019. Sedangkan objek penelitiannya adalah framing pemberitaan Capres-Cawapres Pilpres 2019 di kedua media massa nasional, yakni Harian Umum Republika dan Koran Tempo.

Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data

Guna memudahkan mengumpulkan data penelitian, peneliti membagi tiga segmen masa pemberitaan, yakni dalam rentang waktu; (1) sebelum (pra) kampanye Pilpres 2019, (2) saat kampanye, yakni mulai 23 September 2018 hingga 13 April 2019, serta Debat Capres pertama Pilpres 2019 dari lima debat yang digelar, yakni pada 17 Januari 2019. Tidak semua berita yang dimuat dalam rentang waktu tersebut menjadi bahan analisis peneliti.

Peneliti memilih topik-topik tertentu dan mengambil berita yang telah diterbitkan pada tanggal dan peristiwa yang sama di Harian Umum

Republika dan Koran Tempo guna memudahkan menganalisisnya menggunakan analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

Hasil dan Pembahasan

Berita-berita yang dipilih dari media massa nasional tersebut, yakni Harian Umum Republika dan Koran Tempo merupakan laporan peristiwa yang terjadi sehari sebelum tanggal diterbitkan, yakni 10 dan 23 Agustus 2018 serta 17 Januari 2018. Berita yang dipilih tersebut, yakni; pertama, pemberitaan sebelum (pra) kampanye, yaitu 11 Agustus 2018, yakni saat pendaftaran kedua pasangan Capres-Cawapres ke Komisi Pemilihan Umum (KPU); kedua, pemberitaan saat dimulai kampanye, yakni 24 Agustus 2018 tentang ikrar Deklarasi Kampanye Damai dan Berintegritas Pemilu 2019.

Berita ketiga, debat perdana Capres-Cawapres 2019, pada 17 Januari 2019 yang disiarkan di berbagai televisi nasional maupun radio. Berita-berita tersebut dimuat di Harian Umum Republika dan Koran Tempo pada 18 Januari 2019, masing-masing berjudul “Kaum Milenial Pendukung Akur Nonton Bersama” serta “Saling Serang dan Sanggah”. Berita-berita tersebut dianalisis menggunakan pisau analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Keputusan memilih berita sebelum (pra) kampanye Pilpres 2019 karena diasumsikan media mampu menunjukkan tendensi awal terhadap dua pasang kandidat Presiden-Wakil Presiden. Dari sejumlah berita tentang kedua pasangan kandidat yang dimuat di media nasional tersebut, peneliti memilih berita terbitan 11 Agustus 2018 berjudul; “Jokowi dan Prabowo Ingin Pemilu Damai” yang dimuat di Harian Umum Republika, dan “Ma’ruf Miliki Massa SANDIAGA REFRESENTASI ANAK MUDA’, dimuat di Koran Tempo.

Kemudian, pemilihan berita dilakukan saat kampanye digelar. Sama dengan pemilihan berita sebelumnya, baik Harian Umum Republika maupun Koran Tempo sama-sama menurunkan sejumlah laporan tentang kedua kandidat Presiden dan Wakil Presiden karena pada hari itu merupakan peristiwa penting dalam tahapan Pilpres 2019, yakni pendaftaran calon Presiden-Wakil Presiden. Namun, peneliti memilih berita terbitan 24 September 2018, atau sehari setelah hari pertama kampanye Pilpres yang digelar mulai 23 September 2018. Republika menurunkan berita berjudul; “Ikrar Damai”, serta Koran Tempo

membuat judul berita; “Kubu Jokowi dan Prabowo Berjanji Kampanye Damai.

Pemilihan berita di rentang atau segmen ketiga, yakni saat debat terbuka Capres-Cawapres 2019 yang digelar sebanyak lima kali, yakni mulai 17 Januari hingga April 2019. Debat tersebut disiarkan langsung televisi nasional, radio maupun *live streaming*. Peneliti memilih berita hasil laporan debat perdana Capres-Cawapres 2019 berjudul “Kaum Milenial Pendukung Akur Nonton Bersama” dimuat di Harian Republika, serta “Saling Serang dan Sanggah” yang terbit di Koran Tempo.

Framing Pra-Kampanye

Terdapat perbedaan signifikan isu yang diangkat Harian Umum Republika dan Koran Tempo terhadap berita yang sama tentang pendaftaran dua pasangan Capres-Cawapres Pilpres 2019 ke KPU. Hanya saja, kedua media nasional berbasis cetak ini, sama-sama menjadikannya berita utama halaman 1. Republika dalam laporannya membuat skrip, yakni mengisahkan proses pendaftaran kedua pasang kandidat dalam nuansa religius karena masing-masing pendukung menyambut dengan shalawat badar atau shalawat Nabi.

Pendapat Jokowi dan Prabowo juga sama-sama dikutip dalam narasi berita tersebut, meski pendapat Jokowi ditempatkan lebih atas dalam struktur piramida terbalik. Kemungkinan yang menjadi pertimbangan dalam menentukan struktur piramida terbalik adalah, saat pendaftaran ke KPU, pasangan Jokowi-Ma’ruf datang lebih awal pukul 09:27 WIB, sedangkan Prabowo-Sandi pukul 13:30 WIB, atau setelah salat Jumat. Selain itu, berdasarkan nomor urut kontestan, pasangan Jokowi-Ma’ruf nomor urut 01, sedangkan Prabowo-Sandi 02.

Hanya saja, dalam berita berjudul “Jokowi dan Prabowo Ingin Pemilu Damai” tersebut, tak dijelaskan siapa yang menemani Jokowi-Ma’ruf saat pendaftaran atau ada sesuatu yang dihilangkan. Saat itu, hadir beberapa menteri kabinet Jokowi, di antaranya Menteri Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Basuki Hadimuljono atau Menteri Tenaga Kerja Hanif Dhakiri.

Berbeda dengan pasangan Prabowo-Sandi, sederet tokoh nasional di antaranya Ketua Majelis Syuro PKS, Salin Segaf Aljufri, Wakil Ketua Umum Gerindra, Fadli Zon atau Ketua Kogasma Agus Harimurti Yudhoyono, digambarkan mendampingi, khususnya saat kedua pasangan

Prabowo-Sandi melaksanakan salat Jumat di Masjid Sunda Kelapa, Jakarta. Kehadiran tokoh-tokoh nasional itu dikisahkan ke dalam berita (struktur retorik).

Selain itu, pendapat Jusuf Kalla sebagai Wakil Presiden juga dikutip, yakni tentang kedua kandidat yang melibatkan ulama dan pengusaha sehingga yakin Pemilu bisa *soft*. Demikian juga pendapat Ketua KPU Arief Budiman yang mengungkapkan semua berkas pendaftaran Capres-Cawapres lengkap.

Republika juga menyajikan dua foto masing-masing kandidat saat pendaftaran yang ukurannya sama di halaman 1, serta grafik untuk menonjolkan ikhtisar pidato Prabowo dan Ikhtisar Pidato Jokowi secara proporsional, baik saat deklarasi maupun saat pendaftaran. Grafik dibuat dalam bentuk persegi panjang, di mana ikhtisar pidato Prabowo sebelah kiri dan ikhtisar pidato Jokowi sebelah kanan yang dibatasi garis putus-putus.

Sedangkan pemberitaan Koran Tempo menekankan kelebihan dan kelemahan pemilihan pendamping (cawapres) masing-masing Capres ketimbang proses pendaftaran. Dalam berita tersebut, sesuai struktur piramida terbalik, penjelasan soal mendaftarkan pasangan calon presiden-wakil presiden di Komisi Pemilihan Umum, 10 Agustus 2018, baik yang dilakukan kubu 01 maupun 02 yang diusung masing-masing partai koalisi, ditempatkan di paragraf terakhir.

Berita pendaftaran masing-masing pasangan kandidat dijadikan berita utama di halaman 1 dengan judul “Ma’ruf Miliki Massa Sandiaga Representasi Anak Muda”. Tapi, substansi beritanya tidak menceritakan soal pendaftaran kandidat.

Berita ini juga dilengkapi grafis untuk menjelaskan kelebihan dan kelemahan masing-masing Cawapres. Namun, sebelum lead berita, ada retorik kutipan dari sari berita yang ditonjolkan, yakni, “Ma’ruf dianggap bisa meredam isu agama”. Berita ini juga memasang foto masing-masing Capres-Cawapres saat proses pendaftaran di KPU yang ukurannya proporsional.

Guna memperkuat sintaksis pemberitaan, Koran Tempo memilih peneliti dari Saiful Mujani Research and Consulting, Sirajuddin Abbas sebagai narasumber. Di bagian lead, pendapat Sirajuddin ditonjolkan bahwa keputusan Joko Widodo memilih Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia Ma’ruf Amin sebagai calon wakil

presiden berpotensi mendatangkan tambahan suara pemilih. Sebaliknya, keputusan Prabowo Subianto memilih Wakil Gubernur DKI Jakarta, Sandiaga Uno sebagai pendamping tidak memberikan efek yang sama.

Untuk memperkuat hipotesis yang dikutip tersebut, Koran Tempo membangun struktur sintaksis, yakni Ma'ruf Amin, kata Sirajuddin, dinilai mampu menjangkau dan merangkul kelompok muslim luas. Kelemahannya hanya soal di luar keagamaan, seperti ekonomi, pendidikan dan budaya. Sebaliknya, hipotesis tentang Sandiaga Uno yang dinilai tidak mampu memberi efek serupa seperti Ma'ruf Amin, diperkuat dengan argumen kalau Sandi tidak memiliki basis pendukung sehingga tak menambah efek elektoral bagi Prabowo.

Koran Tempo juga mengutip pendapat peneliti dari Center for Strategic and International Studies, Arya Fernandes, soal Ma'arif agar tak terjebak pada isu keagamaan meski dia berasal dari kelompok Islam. Dia minta Ma'arif agar menonjolkan kinerja pemerintahan Jokowi. Sedangkan Sandi, Koran Tempo mengutip opini Arya tentang Sandi yang sibuk dengan pekerjaan rumah, yakni untuk mencitrakan dirinya sebagai generasi milenial.

Narasumber lainnya yang dijadikan Koran Tempo dalam membangun narasai (sintaksis) adalah kutipan opini dari dua pengurus partai koalisi pendukung Jokowi, yakni Ketua Umum PPP Romahurmuziy dan Sekjen Partai NasDem, Johnny G Plate. Sedangkan kutipan narasumber dari kubu oposisi, hanya satu, yakni pendapat Wakil Ketua Umum Partai Gerindra, Arief Puyuno, itu pun substansinya bukan soal keunggulan kandidat yang didukung Gerindra, tapi soal pernyataan bahwa partai koalisi pengusung Prabowo-Sandi mendapat imbas positif pada Pemilu 2019.

Framing Masa Kampanye

Hari pertama kampanye Pilpres 2019, Harian Umum Republika menjadikan peristiwa tersebut sebagai berita utama halaman 1 dengan judul "Ikrar Damai". Kampanye perdana itu merupakan deklarasi dari kedua pasangan Capres-Cawapres untuk tujuan memerangi hoaks, ujaran kebencian, dan politisasi SARA yang dilakukan secara bersama di Monumen Nasional, Minggu (23/9/2018). Untuk memperkuat suasana peristiwa, berita tersebut dilengkapi foto kedua

pasangan kandidat dalam satu frame saat melepas burung merpati seusai deklarsi damai.

Setelah judul berita atau sebelum lead berita, dicantumkan narasi berisi "Pendukung antar-calon diminta tetap saling menyapa". Di bagian lead, narasi yang ditonjolkan atau ditekankan adalah ikrar janji damai seluruh peserta Pemilu 2019 yang dibacakan Ketua KPU Arief Budiman. Ada tiga hal penting dalam deklarsi yang dikutip dalam lead berita tersebut, yakni partai peserta pemilihan anggota legislatif 2019, tim kampanye, serta pendukung.

Dalam tubuh berita, sebelum deklarasi juga dilakukan karnaval yang pesertanya diwajibkan mengenakan pakaian adat. Capres-Cawapres nomor urut 01, Jokowi-Ma'arif Amin digambarkan (skrip) mengenakan pakaian khas Bali, tersenyum sambil menyapa warga, serta Ma'arif Amin terlihat bersemangat mengacungkan tangannya sambil sesekali bergoyang ditemani Erick Thohir.

Pasangan nomor urut 02 Prabowo Subianto-Sandiaga Uno juga turun meninggalkan mobil golf. Prabowo diceritakan mengenakan blangkon krem khas Jawa, sedangkan Sandi memakai peci hitam. Pernyataan Ketua MPR Zulkifli Hasan yang juga merupakan ketua partai pendukung koalisi Prabowo-Sandi, dikutip tetapi tidak ditujukan untuk mendukung salah satu pasangan calon atau partai politik. Sebab, penegasannya dalam berita itu, meminta seluruh relawan maupun pendukung antarcalon presiden maupun partai politik perlu tetap saling menyapa ketika bertemu. Selain itu, guna memperkuat atau menonjolkan isi ikrar tersebut, Republika membuat grafik berisi tiga poin deklarsi yang dikutip dari KPU.

Sedangkan Koran Tempo, menjadikan Deklarsi Ikrar Damai Pemilu 2019 sebagai berita utama halaman 7 dengan judul "Kubu Jokowi dan Prawabo Berjanji Kampanye Damai". Kutipan dari KPU diletakkan di antara judul dan lead, yakni "KPU mengancam akan mempidanakan pelanggar aturan kampanye". Lead pada berita ini merupakan gabungan antara kesepakatan melangsungkan kampanye damai dan kutipan Wakil Sekretaris Tim Kampanye Nasional Koalisi Indonesia, Verry Surya Hendrawan, yakni dengan tekanan pernyataan bahwa calon presiden Joko Widodo telah mengarahkan pendukungnya untuk menghindari kampanye berbau politik identitas, SARA, dan berita bohong.

Bahkan masih dalam lead berita yang merupakan unsur terpenting dalam struktur pembuatan berita di media massa, kutipan Verry dicantumkan, “Telah ada aturan dari tim kampanye nasional yang mengikat kepada seluruh tim kampanye nasional dan daerah.” Setelah lead, pernyataan Verry kembali dikutip, yakni Jokowi-Ma’ruf ingin proses demokrasi dilakukan dengan cara-cara terhormat, berkeadaban, dan menjunjung tinggi nilai luhur. Aturan itu disebutkan mengikat dari tim nasional sampai tingkat desa.

Sedangkan dari pihak pasangan 02 dikutip dari Koordinator juru bicara Badan Pemenangan Nasional Prabowo Subianto-Sandiaga Uno, Dahnil Anzar Simanjuntak. Pernyataannya dikutip setelah narasi latar belakang pergelaran deklarasi damai di Monumen Nasional. Dalam struktur pembuatan berita, kutipan Dahnil yang berada di alinea keempat atau setelah lead, kutipan pihak 01 (alinea 2) dan latar belakang peristiwa (alinea 3), dianggap memiliki nilai kurang penting. Kutipan Dahnil tentang orientasi utama kampanye 02 nanti adalah pada ide gagasan dan penyerapan keluhan masyarakat.

Setelah Dahnil, juga dikutip opini Ketua Departemen Politik Partai Keadilan Sejahtera, Pipin Sopian, yang merupakan salah satu partai pengusung pasangan calon 02. Dalam berita itu disebutkan, para pendukung sepakat menjalankan kampanye tanpa menebar kebencian. Namun, kolisi belum memastikan soal sanksi apabila ada anggotanya terbukti berkampanye isu SARA. Di alinea terakhir, pernyataan Ketua KPU Arief Budiman mewanti-wanti agar peserta pemilu menjaga kampanye supaya tetap damai, mengingatkan politik uang yang dilarang.

Guna memperkuat efek berita, Koran Tempo juga menurunkan foto kedua pasangan calon dalam satu frame (bingkai). Hanya saja, pasangan calon presiden dan wakil presiden disebutkan dengan nomor urut 01, Jokowi-Ma’ruf, tetapi menghilangkan nomor urut Prabowo-Sandi, yakni 02.

Framing Debat Perdana Capres

Debat perdana Capres 2019 yang digelar di Hotel Bidakara, Pancoran, Jakarta Selatan, pada 17 Januari 2019, Harian Umum Republika menurunkan dua laporan berita, masing-masing di halaman 1. Laporan utama berjudul “Debat Petakan Kualitas” berisi tentang konten debat kedua pasangan calon 01 Jokowi-Ma’ruf Amin dan pasangan calon 02 Prabowo-Sandi, serta

itemnya juga dimuat di halaman 1 bersambung ke halaman 9 kolom 1-6 berjudul “Kaum Milenial Pendukung Akur Nonton Bersama”. Peneliti memilih berita kedua sebagai bagian dari objek penelitian karena berita pertama hanya memuat pointer pokok pikiran masing-masing kedua pasangan calon.

Berita berjudul “Kaum Milenial Pendukung Akur Nonton Bersama” ini proporsional untuk menjelaskan kegiatan masing-masing kedua pasangan calon 01 dan 02. Misalnya, dikisahkan kegiatan Jokowi-Ma’ruf Amin salat Magrib berjamaah di Masjid Baiturrahman, Kompleks Istana Merdeka sebelum berangkat menuju lokasi debat. Demikian juga kegiatan Prabowo-Sandi. Misalnya, digambarkan calon wakil presiden nomor urut 02 Sandiaga Uno berbuka puasa dengan melaksanakan sunah nabi. Ia berbuka puasa dengan makan kurma tiga butir, minum air putih. Namun, tidak digambarkan kegiatan Prabowo Subianto yang datang menggunakan mobil berbeda dengan Sandi.

Kedua komunitas pendukung masing-masing calon juga dilaporkan secara proporsional. Misalnya digambarkan komunitas pendukung Jokowi-Ma’ruf dari kelompok “Kita Satu” dan “UI Milenial for Jokowi” berdampingan dengan pendukung Prabowo-Sandi dari Relawan Pride dan Sahabat Prabowo-Sandi. Opini (sintaksis) dari masing-masing relawan juga dikutip, baik dari Relawan Kita Satu maupun Relawan Pride.

Demikian juga ketika masing-masing paslon menyampaikan pemaparan debat Capres perdana. Misalnya, ketika Jokowi memaparkan visi mengelola negara, pendukung Prabowo-Sandi kompak mengejek. Hal yang sama juga dilakukan pendukung Jokowi-Ma’ruf yang langsung mencibir dan menolak dengan cara teriak saat Prabowo menyampaikan pemaparannya dalam mengelola negara. Foto usai debat juga diterbitkan, yakni terlihat Jokowi-Prabowo berkomunikasi *face to face* (tatap muka), sedangkan Ma’ruf dan sandi menyaksikan dari belakang masing-masing calon presiden.

Sedangkan Koran Tempo menurunkan empat artikel yang terkait dengan debat perdana itu, termasuk di halaman 1 tentang *head to head* debat soal konsep mengatasi korupsi di birokrasi, penegak hukum diisi wakil partai, dan perbedaan pendapat antar-pejabat di publik yang diberi judul “BABAK I”. Berita lainnya, berjudul “Berlagak Santai Menjelang Debat”, “Nonton Bareng di Mana-mana yang dimuat di halaman 5, “Saling

Serang dan Sanggah” serta item berita “Saling Sindir” di halaman 4. Dari artikel yang dimuat itu, peneliti memilih berita berjudul “Saling Serang dan Sanggah” sebagai bagian dari ojek penelitian.

Dalam artikel tersebut, Koran Tempo memperkayanya dengan foto kedua pasangan calon Jokowi-Ma’ruf Amin dan Prabowo-Sandi dalam satu frame. Debat selama 90 menit di Hotel Bidakara tersebut, dua pasangan calon tersebut dikisahkan saling serang dalam debat bertema hukum, hak asasi manusia, korupsi, dan terorisme.

Koran Tempo jika ditinjau dalam struktur retorik, memilih kata gagap untuk menggambarkan Prabowo ketika mendapat pertanyaan dari Jokowi tentang enam caleg Partai Gerindra yang berlatar belakang mantan narapidana korupsi. Selain itu, kata yang dipilih untuk menggambarkan Prabowo adalah “menyerang” ketika bertanya kepada Jokowi soal tidak solidnya kabinet dalam kebijakan impor beras. Sedangkan untuk menggambarkan Jokowi, dipilih kata “menyanggah” untuk menjelaskan saat Prabowo menyerangnya.

Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan analisis framing terhadap berita Harian Umum Republika dan Koran Tempo. Peneliti membagi objek penelitian ke dalam tiga tema besar, yakni pra-kampanye, saat kampanye maupun debat perdana Pilpres 2019. Dari ketiga pembagian segmen atau tema besar tersebut terlihat kecenderungan pemberitaan media massa terhadap dua pasangan Capres-Cawapres 01 Jokowi-Ma’ruf Amin maupun Capres-Cawapres 02, Prabowo-Sandi.

Tema pertama pembingkaiannya yang dilakukan Harian Umum Republika dan Koran Tempo, yakni berita pra-kampanye. Republika lebih banyak menceritakan proses pendaftaran kedua pasangan calon ke KPU, yang digambarkan dalam suasana religius sebab masing-masing pendukung menyambut dengan shalawat badar atau shalawat Nabi.

Sedangkan Koran Tempo, lebih banyak menceritakan soal Capres-Cawapres 01. Bahkan, untuk menjelaskan keunggulan Cawapres 01 Ma’ruf Amin, Koran Tempo mengutip opini dari Saiful Mujani Research and Consulting, Sirajuddin Abbas. Kehadiran Ma’ruf diceritakan bisa meredakan isu agama. Sementara Sandi, digambarkan sebagai orang yang sedang sibuk dengan kegiatan pekerjaan rumahnya, yakni sibuk memperkenalkan dirinya agar bisa menjadi representasi

milennial. Selain itu, Ma’ruf digambarkan berpotensi mendatangkan tambahan suara pemilih. Sedangkan Sandi digambarkan tidak memiliki basis massa sehingga tidak memiliki efek yang sama dengan Ma’ruf Amin.

Saat masa kampanye, Harian Umum Republika tetap konsisten menurunkan laporannya dengan cara menggambarkan prosesi “Ikrar Damai” dari kedua masing-masing pasangan calon 01 dan 02, termasuk melukiskan pakaian khas Bali yang dipakai Jokowi-Ma’ruf Amin, maupun blangkon yang dikenakan Prabowo serta peci hitam dipakai Sandiaga Uno.

Pada segmen ini, Koran Tempo juga lebih banyak menceritakan dari kubu pasangan calon 01 Jokowi-Ma’ruf Amin. Misalnya dikutip pernyataan Wakil Sekretaris Tim Kampanye Nasional Koalisi Indonesia, Verry Surya Hendrawan tentang pentingnya menghindari kampanye berbau politik identitas, SARA, dan berita bohong.

Dalam struktur piramida terbalik, berita-berita kubu Jokowi ditempatkan paling atas. Sedangkan kubu 02 Prabowo-Sandi yang mengutip opini Koordinator Juru Bicara Badan Pemenangan Nasional Prabowo Subianto-Sandiaga Uno, Dahnil Anzar Simanjuntak, ditempatkan di alenia keempat setelah berita kubu Jokowi dan latar belakang informasi deklarasi damai.

Sedangkan pembingkaiannya berita Debat Perdana Capres-Cawapres Pilpres 2019, Harian Republika tetap menekan informasi dari kedua belah pihak, baik Jokowi-Ma’ruf Amin dan Prabowo-Sandi serta masing-masing kedua pendukung.

Koran Tempo tetap lebih banyak menceritakan pasangan calon Jokowi-Ma’ruf Amin ketimbang pasangan calon Prabowo-Sandi. Bahkan, Koran Tempo memilih struktur retorik “gagap” dan “menyerang” untuk menggambarkan Prabowo, dan “menyanggah” untuk menjelaskan Jokowi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan Harian Umum Republika berusaha lebih netral dalam pemberitaan Capres-Cawapres 01 dan 02 (*cover both-side*). Sebelumnya ada kekhawatiran keberpihakan Koran Republika karena Komisaris Utamanya, Erick Thohir merupakan Ketua TKN Jokowi-Ma’ruf Amin. Sedangkan Koran Tempo yang semula diasumsikan lebih independen dan profesional, ternyata lebih banyak menceritakan pasangan Jokowi-Ma’ruf.

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan Koran Tempo menjaga ruang redaksinya (newsroom) dari kepentingan pihak tertentu sehingga setiap laporan-laporan yang diturunkan mampu menjadi sumber informasi terpercaya dan mengedukasi.

Daftar Pustaka

Eriyanto. (2007). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, Cetakan IV, LKiS.

Ibrahim, Idi Subandy & Akhmad, Bachruddin Ali. (2014). *Komunikasi & Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta.

Kompas, 3 Desember 2018

McQuail, Denis. (2005). *McQuail's Mass Communication Theory 5th Edition*, Sage Publications Ltd, London.

Nurdjaman, Djangang, Portal-islam.id, "Pembelaan Diri Erick, Dilema Republika dan Timeses Jokowi-Ma'ruf", edisi 7 Desember 2018.

Rakyat Merdeka, 3 Desember 2018

Republika, 6 Desember 2018

Sudibyo, Agus. (2006). *Politik Media dan Pertarungan Wacana*, cetakan II, LKiS Yogyakarta.