

**ANALISIS *FRAMING* PADA PEMBERITAAN PEMINDAHAN
IBU KOTA NEGARA PADA PORTAL BERITA
KOMPAS.COM DAN TEMPO.CO
PERIODE JANUARI 2022**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi Sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi: Penyiaran



Oleh :

**TAHTA PRADANA MUBAROK WIJAYA
07031281823060**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**“ANALISIS *FRAMING* PADA PEMBERITAAN PEMINDAHAN IBU
KOTA NEGARA PADA PORTAL BERITA KOMPAS.COM DAN
TEMPO.CO PERIODE JANUARI 2022”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

Oleh :

Tahta Pradana Mubarak Wijaya

07031281823060

Pembimbing I

1. Mery Yanti, S.Sos., MA

NIP 197705042000122001

Tanda Tangan



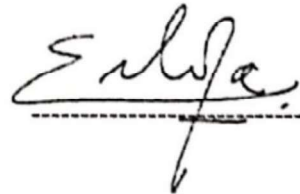
Tanggal

17-11-2022

Pembimbing II

2. Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc

NIP 199209132019032015



19-11-2022

Mengetahui,

Ketua Jurusan,



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si

NIP. 196406061992031001

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

“ANALISIS *FRAMING* PADA PEMBERITAAN PEMINDAHAN IBU KOTA NEGARA PADA PORTAL BERITA KOMPAS.COM DAN TEMPO.CO PERIODE JANUARI 2022”

Skripsi

Oleh :

Tahta Pradana Mubarok Wijaya
07031281823060

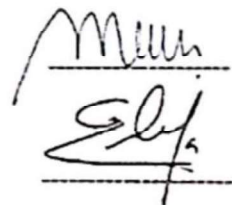
Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 14 Desember 2022

Pembimbing :

1. Mery Yanti, S.Sos., MA
NIP 197705042000122001

2. Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc
NIP 199209132019032015

Tanda Tangan



Penguji :

1. Safitri Elfandari, S.I.Kom., M.I.kom
NIP 199806162022032005

2. M. Hidayatul Ilham, S.IP., M.I.Kom
NIP 199410112022031009


Tanda Tangan



Mengetahui,



Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 96406061992031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tahta Pradana Mubarak Wijaya
NIM : 07031281823060
Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 26 April 2000
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Framing Pada Pemberitaan Pemindahan Ibu Kota
Negara Pada Portal Berita Kompas.Com Dan Tempo.Co
Periode Januari 2022

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 23 November 2022

Yang membuat pernyataan,



Tahta Pradana M.w

NIM. 07031281823060

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“S” sama dengan “F” dibagi “W”

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Hidayah, serta Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul Analisis *Framing* Pemberitaan Pemindahan Ibu Kota Negara Pada Portal Berita Kompas.com dan Tempo.co Pada Periode Januari 2022. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya para sahabat, serta pengikutnya hingga akhir zaman. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat (Humas) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Dalam penyusunan dan penulisan proposal skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Sagaff, M.S.C.E selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajaran pengurus Dekanat lainnya.
3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si dan Oemar Madri Bafadhal, S.Ikom., M.Si. selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Merry Yanti, S.Sos., MA. selaku Pembimbing I yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penulis membuat proposal skripsi.
5. Ibu Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc selaku Pembimbing II yang selalu memberikan arahan, saran, dan motivasi selama penulis membuat proposal skripsi.
6. Ibu Febrimarani Malinda, S.Sos., MA selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan motivasi, semangat, dan saran selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Dosen beserta Staf Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan bantuan selama proses.

8. Kedua orang tuaku serta seluruh keluarga tercinta yang selalu memotivasi untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas segala dukungannya selama ini, baik dari dukungan moral dan finansial yang tidak henti-hentinya diberikan agar saya selalu semangat menyelesaikan pendidikan dan kuat menghadapi segala hambatan, serta doa yang selalu mengiringi setiap langkah saya.
9. Rekan-rekan seperjuangan kelas A Ilmu Komunikasi 2018 dan BEM KM FISIP yang telah memberikan dukungan selama ini,

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Dalam penulisan proposal skripsi ini tentunya terdapat banyak kekurangan dari berbagai aspek, mulai dari kualitas ataupun kuantitas dari materi penelitian yang disajikan. Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan Pendidikan di masa yang akan datang.

Inderalaya, 14 Desember 2022

Tahta Pradana Mubarak Wijaya
NIM. 07031281823060

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.2 Media Massa	13
2.3 Media <i>Online</i>	15
2.4. Berita	16
2.5 Ekonomi Politik Media	19
2.6 <i>Framing</i>	23

2.6.1 <i>Framing</i> Murray Edelman.....	24
2.6.2 <i>Framing</i> Robert N. Entman.....	25
2.6.3 <i>Framing</i> Zhongdang Pan dan Gerarld M. Kosicki.....	26
2.6.4 William A. Gamson dan Modigliani.....	27
2.7 Teori Yang Digunakan.....	27
2.8 Kerangka Pemikiran.....	30
2.8 Penelitian Terdahulu	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1 Desain Penelitian.....	34
3.2 Definisi Konsep.....	34
3.3 Fokus Penelitian.....	36
3.4 Unit Observasi dan Unit Analisis.....	37
3.4.1 Unit Observasi.....	37
3.4.2 Unit Analisis.....	37
3.5 Data dan Sumber Data	44
3.5.1 Data	44
3.5.2 Sumber Data.....	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6.1 Dokumentasi	44
3.6.2 Observasi.....	45
3.7 Teknik Keabsahan Data	45
3.8 Teknis Analisis Data	46
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	48
4.1 Profil Kompas.com	48
4.1.1 Visi dan Misi Kompas.com.....	48
4.1.2 Tentang Kompas.com	49

4.1.3	Struktur Organisasi Redaksi Kompas.com.....	51
4.2	Profil Tempo.co.....	57
4.2.1	Visi dan Misi Tempo.co.....	57
4.2.2	Tentang Tempo.co.....	58
4.2.3	Struktur Organisasi Redaksi Tempo.co.....	61
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....		65
5.1	Analisis Bingkai Pemberitaan Kompas.com.....	65
5.1.1	Analisis <i>Framing</i> Pemberitaan Topik Pansus RUU IKN.....	65
5.1.2	Analisis <i>Framing</i> Pemberitaan Topik Nama Ibu Kota Baru.....	70
5.1.3	Analisis <i>Framing</i> Pemberitaan Topik Kepala Otorita IKN.....	73
5.1.4	Analisis <i>Framing</i> Pemberitaan Topik RUU IKN Sah.....	76
5.1.5	Analisis <i>Framing</i> Pemberitaan Topik Dana PEN.....	79
5.1.6	Analisis <i>Framing</i> Pemberitaan Topik Kritik Terhadap IKN.....	82
5.2	Analisis Bingkai Pemberitaan Tempo.co.....	85
5.2.1	Analisis <i>Framing</i> Pemberitaan Topik Pansus IKN.....	86
5.2.2	Analisis <i>Framing</i> Pemberitaan Topik Nama Ibu Kota Baru.....	88
5.2.3	Analisis <i>Framing</i> Pemberitaan Topik Kepala Otorita IKN.....	92
5.2.4	Analisis <i>Framing</i> Pemberitaan Topik RUU IKN Sah.....	95
5.2.5	Analisis <i>Framing</i> Pemberitaan Topik Dana PEN.....	99
5.2.6	Analisis <i>Framing</i> Pemberitaan Topik Kritik Terhadap IKN.....	103
5.3	Perbandingan Hasil <i>Framing</i> Kompas.com dan Tempo.co.....	106
5.4	Ekonomi Politik Media dalam Pemberitaan Pemindahan Ibu Kota Negara	112
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		121
6.1	Kesimpulan.....	121
6.2	Saran.....	122

DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN.....	128

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Model <i>Framing</i> Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki	28
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. 1 Fokus Penelitian.....	37
Tabel 3. 2 Daftar Berita Pemindahan Ibu Kota Negara Pada Kompas.com	38
Tabel 3. 3 Daftar Berita Pemindahan Ibu Kota Negara Pada Tempo.co	40
Tabel 3. 4 Pengklasifikasian Berita.....	43
Tabel 4. 1 Struktur Organisasi Redaksi Kompas.com	51
Tabel 4. 2 Struktur Organisasi Redaksi Tempo.co	61
Tabel 5. 1 Ringkasan Berita Kompas 1.....	65
Tabel 5. 2 Ringkasan Berita Kompas 2.....	70
Tabel 5. 3 Ringkasan Berita Kompas 3.....	73
Tabel 5. 4 Ringkasan Berita Kompas 4.....	76
Tabel 5. 5 Ringkasan Berita Kompas 5.....	79
Tabel 5. 6 Ringkasan Berita Kompas 6.....	82
Tabel 5. 7 Ringkasan Berita Tempo 1.....	86
Tabel 5. 8 Ringkasan Berita Tempo 2.....	88
Tabel 5. 9 Ringkasan Berita Tempo 3.....	92
Tabel 5. 10 Ringkasan Berita Tempo 4.....	95
Tabel 5. 11 Ringkasan Berita Tempo 5.....	99
Tabel 5. 12 Ringkasan Berita Tempo 6.....	103
Tabel 5. 13 Perbandingan <i>Framing</i> Kompas.com dan Tempo.co.....	107
Tabel 5. 14 Pemetaan Ekonomi Politik Media Pada Kompas.com dan Tempo.co	113

DAFTAR GAMBAR

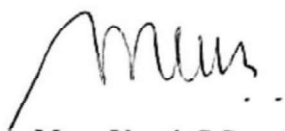
Gambar 1. 1 <i>List News and Media Publisher</i>	7	
Gambar 1. 2 Urutan Media Yang Paling Banyak di Akses.....	7	
Gambar 1. 3 Urutan Media Yang Terpercaya	8	
Gambar 1. 4 Berita Tempo.co	10	
Gambar 1. 5 Cover Story Tempo “Dalam Bayang-bayang Surya Paloh”	11	
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	31	
Gambar 4. 1 Logo Kompas.com	48	
Gambar 4. 2 Tampilan Situs Kompas.com	Gambar 4. 3 Logo Tempo.co	48
Gambar 4. 4 Tampilan Tempo.compas.com	51	
Gambar 4. 5 Tampilan Situs Kompas.com	51	
Gambar 4. 6 Logo Tempo.co	57	
Gambar 4. 7 Logo Tempo.co	57	
Gambar 4. 8 Tampilan Tempo.co	61	
Gambar 5. 1 Retoris dari Berita Kompas 1	69	
Gambar 5. 2 Retoris dari Kompas 2.....	73	
Gambar 5. 4 Retoris dari berita Tempo 3.....	95	
Gambar 5. 5 Retoris dari Berita Tempo 4.....	99	
Gambar 5. 6 Retoris dari Berita Tempo 5	103	
Gambar 5. 8 Iklan Pada Kompas.com.....	115	
Gambar 5. 9 Iklan Pada Tempo.co.....	116	
Gambar 5. 10 Logo Kompas Gramedia dan Tempo Media Group.....	117	

ABSTRACT

This research relates to the government's discourse in efforts to move the National Capital from Jakarta to East Kalimantan. This event attracted the attention of the Indonesian people because it was on a national scale. This brought this issue to the attention of online news portals Kompas.com and Tempo.co. The purpose of this research is to see in a framing way how the news about the transfer of the National Capital City is packaged by the media. This research uses the Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki framing analysis model with its structure, namely Syntax, Script, Thematic and Rhetorical. This study uses the political economy theory of media from Vincent Mosco with three concepts namely commodification, spatialization and structuring. The data for this research were collected from news stories related to the relocation of the National Capital on Kompas.com and Tempo.co for the period 1-31 January 2022. The results of this research show that the framing that appears on the news portals Kompas.com and Tempo.co has differences in packaging and viewpoints influenced by the political economy of each media.

Keywords: *National Capital, Framing, Political Economy of Media*

Advisor I



Mery Yanti, S.Sos., MA
NIP 197705042000122001

Advisor II



Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc
NIP 199209132019032015

**Indralaya,
Head of Department Communication Science
Faculty of Social and Political Science
Sriwijaya University**



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini informasi menjadi sebuah kebutuhan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Informasi bisa didapatkan melalui cara apapun, seperti informasi dari pendidikan formal, melalui buku dan sejenisnya, lalu pada saat ini kebutuhan informasi tersebut kebanyakan didapat melalui media massa. Media adalah sebuah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi (Canggara, 2010).

Media massa memberikan informasi yang sangat beragam kepada khalayak hal ini membuat media massa mempunyai fungsi untuk menyampaikan informasi, mendidik, menghibur dan untuk mempengaruhi Effendy dalam (Hidayat & Haqani, 2015). Kemudian menurut Undang-Undang no. 40 tahun 1999 tentang Pers. Media memiliki fungsi untuk menginformasikan, mendidik dan menghibur selain itu media juga berperan untuk melakukan kontrol sosial terhadap publik dan penguasa. Adanya tambahan fungsi media tersebut karena hasil dari perubahan yang terjadi di Indonesia pada masa reformasi agar Indonesia dapat dan terus menjalankan demokrasi yang baik dalam bernegara. Media diharapkan untuk dapat menghidupkan demokrasi yang ada dalam masyarakat (Khumairoh, 2021).

Berkembangnya teknologi informasi membuat segala kebutuhan manusia akan informasi bisa didapatkan hanya dengan satu gawai membuat perusahaan media harus berinovasi dan berkonvergensi yang membuat saat ini informasi sangat mudah didapatkan dan diakses karena perusahaan media tersebut sudah masuk ke internet dan berubah dari media konvensional menjadi media *online*.

Media *online* adalah sebuah *platform* untuk menyebarkan informasi seperti pada media konvensional seperti koran sebagai alat untuk menyebarkan informasi. Namun, media *online* memiliki kecepatan penyebaran informasi yang lebih cepat daripada media konvensional. Selain itu media *online* memiliki beberapa karakteristik, seperti media yang berdasar pada teknologi, fleksibel, berpotensi

interaktif, berfungsi secara privat dan publik, aturan yang lebih rendah, dan saling terhubung. Internet juga membuat tidak adanya batas-batas lagi dalam memperoleh informasi karena dapat diakses secara luas dari seluruh penjuru dunia asal memiliki koneksi internet.

Dengan adanya keberadaan media serta aksesnya kepada masyarakat menjadikan media sebagai saluran yang sangat strategis untuk memberikan informasi kepada masyarakat yang menggunakan media tersebut sekaligus secara serempak tanpa adanya hambatan apapun. Dengan adanya akses seperti ini membuat media massa menjadi satu-satunya institusi yang mampu untuk menjangkau lebih banyak orang dalam penyampaian informasi dan pengetahuan kepada publik dari pada institusi yang lain (McQuail, 2000).

Peran media massa sangat signifikan dalam menentukan arah kemajuan dan kedewasaan berpikir masyarakat, berbagai persoalan tentang ekonomi, politik, kebudayaan dan keagamaan dapat diketahui melalui media massa. Peranan media massa dalam membangun bangsa dan negara adalah sebagai agen pembaharu, dimana media massa membantu mempercepat proses peralihan masyarakat yang tradisional menjadi *modern*. Selain itu, media memiliki peran untuk mendefinisikan seperti apa realitas yang akan dipahami oleh khalayak sebagai suatu kebenaran (Hakiki, 2019).

Melihat media massa yang sangat berpengaruh dalam membangun opini publik dan keberlangsungan masyarakat yang baik, pemberitaan mengenai pemindahan Ibukota Negara sangat penting untuk melihat apakah masyarakat Indonesia setuju atau tidak dengan wacana tersebut. Opini publik sangat penting karena masyarakatlah yang akan menentukan apakah proyek pemindahan Ibu Kota Negara tersebut dapat berjalan dengan lancar atau tidak, selain tentu saja pemerintah.

Pada 26 Agustus 2019 pemerintah menetapkan bahwa pemindahan Ibu Kota Indonesia ke Kabupaten Penajam Paser Utara dan sebagian Kabupaten Kutai Kartanegara Provinsi Kalimantan Timur dimulai pada tahun 2019 dan akan selesai pada 2024. Wacana pemindahan Ibukota Negara Indonesia sudah bergulir sejak era Presiden Soekarno dan sekarang pada Pemerintahan Presiden Joko Widodo hal itu akan direalisasikan. Direncanakan Ibukota Negara akan menempati lahan sekitar

180.000 hektar dengan penghuni kurang lebih 1,5 juta jiwa dari kalangan aparatur sipil negara belum termasuk dengan warga dari kalangan lain (Putri & Wahid, 2020)

Presiden Joko Widodo menjelaskan ada lima alasan pemerintah memilih Kalimantan sebagai Ibu Kota baru yaitu, Resiko bencana yang minimal. Berada di tengah Indonesia, lokasi berdekatan dengan wilayah berkembang, memiliki infrastruktur yang relatif lengkap dan lokasi lahan pembangunan milik pemerintah sehingga tidak memerlukan pembebasan lahan (Adayatma, 2019).

Banyak tanggapan setuju maupun tidak setuju di masyarakat menanggapi rencana pemindahan Ibu Kota negara baru ini, hal ini terjadi karena pulau Kalimantan yang akan dijadikan tempat Ibu Kota negara yang baru adalah pulau yang dikatakan sebagai paru-paru dunia sehingga ditakutkan pembangunan besar-besaran yang terjadi akan berdampak pada ekosistem hutan dan satwa yang ada disana. Selain itu anggaran yang dipakai untuk membangun Ibu Kota negara ini pastilah sangat besar sehingga di takutkan anggarannya akan bergantung pada investor asing dan juga akan menyerap Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN) yang membuat terpotongnya anggaran untuk kebutuhan lain.

Dari awal ketika Presiden Joko Widodo mengumumkan pemindahan Ibu Kota negara sudah banyak pro dan kontra. Pemberitaan tentang Ibu Kota negara sangat banyak pada awal wacana itu dikemukakan ke publik lalu pemberitaannya menyusut dan perhatian public teralihkan oleh berita-berita yang lain. Kemudian pada Januari 2022 Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) mengesahkan Undang-Undang Ibu Kota Negara (UU IKN). Hal itu membuat begitu banyak reaksi dari masyarakat, ada yang menyatakan setuju jika undang-undang ini segera disahkan karena akan mempercepat proses pemindahan Ibu Kota namun ada juga masyarakat yang menyatakan tidak setuju dengan disahkannya undang-undang ini karena dinilai terlalu cepat dalam proses pengerjaan maupun pengesahannya.

Berita tentang disahkannya UU IKN menjadi topik yang sangat besar dan menarik perhatian masyarakat hal ini berimbas pada banyaknya media yang memberitakan soal pemindahan Ibu Kota negara ini dan banyak sekali muncul berita tentang pemindahan Ibu Kota ini baik di media televisi, radio, koran, dan

media *online*. Adapun beberapa media *online* yang memberitakan topik pemindahan Ibu Kota negara adalah Kompas.com dan Tempo.co.

Kompas.com adalah portal berita *online* yang menjadi bagian dari perusahaan Kompas Gramedia yang jaringannya sudah mencakup seluruh Indonesia. Sedangkan Tempo.co adalah portal berita *online* yang didirikan oleh PT Tempo Inti Media, Tbk. Kedua media tersebut adalah salah dua media *online* terbesar dan terpopuler di Indonesia.

Pada perkembangannya media massa yang seharusnya menyajikan informasi yang objektif dan faktual kepada masyarakat menjadi tidak lagi karena adanya industrialisasi media massa. Hal itu membuat media massa terpengaruh oleh beragam hal yang ada di belakang media tersebut seperti ideologi pemiliknya, pesanan dari sponsor bahkan pesanan dari pemerintah terhadap berita atau informasi yang akan dikeluarkan. Maka dari itu penulis ingin melihat bagaimana Kompas.com dan Tempo.co sebagai media yang besar memberitakan pemindahan Ibu Kota Negara menggunakan analisis *framing*.

Menurut Ramsden (1992) dalam (Budhirianto, Sumiaty, & Syaidah, 2017) menyatakan bahwa publik kebanyakan menyandarkan informasi politik mereka kepada media dan informasi tersebut mampu mempengaruhi persepsi publik. Selain itu media adalah instrumen untuk menyebarluaskan informasi atau pandangan (Bahri & Masriadi, 2018). Maka dari jika sebuah portal berita yang seharusnya netral, malah menjadi lebih pro atau kontra terhadap pemberitaan Ibu Kota Negara akan sangat mempengaruhi opini masyarakat terhadap isu tersebut.

Analisis *framing* adalah pendekatan analisis wacana versi terbaru, khususnya untuk menganalisis teks media. Perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana, dan juga menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas dimaknai sebagai struktur konseptual *framing*. Penjelasan mengenai *framing* kemudian dikembangkan dan ditafsirkan sebagai proses penyeleksian untuk menggambarkan penyorotan aspek – aspek khusus sebuah realitas media (Nurhadi, 2015).

Dalam penelitian ini analisis *framing* digunakan untuk menganalisis teks berita. Analisis *framing* adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis *framing* juga dipakai untuk melihat

bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media. Dalam Penelitian ini penulis ingin melihat adakah perbedaan pembingkai berita pemindahan Ibu Kota Negara pada portal berita Kompas.com dan Tempo.co.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, peneliti merumuskan 3 alasan utama yang melatar belakangi penelitian tentang “Analisis *Framing* Pada Pemberitaan Pemindahan Ibu Kota Negara Pada Portal Berita Kompas.Com Dan Tempo.co Periode Januari 2022”.

Beberapa alasan yang mendasari peneliti untuk mengangkat kasus ini sebagai objek penelitian, yaitu sebagai berikut:

1.1.1 Wacana Pemindahan Ibu Kota Negara adalah Isu Bersama

Sejak diumumkan oleh Presiden Joko Widodo, wacana pemindahan Ibu Kota negara sudah menarik perhatian publik. Beragam reaksi yang dikeluarkan oleh masyarakat tentang isu ini. Seluruh masyarakat Indonesia membahas perihal pemindahan Ibu Kota ini dengan sangat bebas, maka dari itu timbul reaksi yang setuju dengan pemindahan Ibu Kota negara ini tapi tidak sedikit juga yang tidak setuju.

Seperti pada saat pengumuman DPR mengesahkan RUU IKN pada 18 Januari 2022, banyak respon yang dicurahkan oleh masyarakat, ada yang menyatakan tidak setuju dengan disahkannya undang-undang ini karena dinilai terlalu cepat dalam proses pembahasan sampai pengesahannya. Hal itu menyebabkan bertebarannya tagar “#TolakRUUIKN” begitu pula sebaliknya yang mendukung pengesahan RUU IKN dengan tagar “#DukungIKN”, kedua tagar tersebut bahkan sempat menjadi trending selama beberapa jam.

Dari topik pro dan kontra IKN ini, perbincangan warganet justru meluas ke persoalan pilihan politik. Lagi-lagi, kubu pro pemerintah dan oposisi menggunakan isu ini beserta tagar-tagar yang terkait guna menyelipkan kampanye idealisme masing-masing kubu. Perdebatan substansial mengenai rencana pemindahan Ibu Kota menjadi bergeser ke pilihan politis (Hendarto, 2022).

Maka dari itu, pemberitaan mengenai pemindahan Ibu Kota negara sangat rawan untuk dijadikan berita bohong oleh pihak yang tidak bertanggung jawab

selain itu dapat di belokan judul dari isi beritanya untuk memancing orang untuk mengklik, bahkan sampai memaksakan opini yang membuat terjadinya provokasi. Meskipun begitu media belum tentu mewakili kinerja pemerintahan, media bisa membentuk persepsi publik, sehingga terbentuklah citra tentang kinerja yang dilakukan pemerintah (Budhirianto, Sumiaty, & Syaidah, 2017).

Negara ataupun pemerintahan dalam membuat peraturan dan kebijakan pastinya akan menimbulkan dampak kepada masyarakat atau rakyatnya baik itu dampak yang kecil maupun dampak yang sangat besar dan luas. Dalam membuat kebijakan, pembuat kebijakan akan memikirkan apa dampak yang akan dirasakan. Hal itu juga termasuk dalam kebijakan pemindahan Ibu Kota negara oleh pemerintah. Sebelum kebijakan ini dibuat pemerintah sudah mengkaji apakah kebijakan ini dampaknya akan baik atau buruk bagi masyarakat Indonesia.

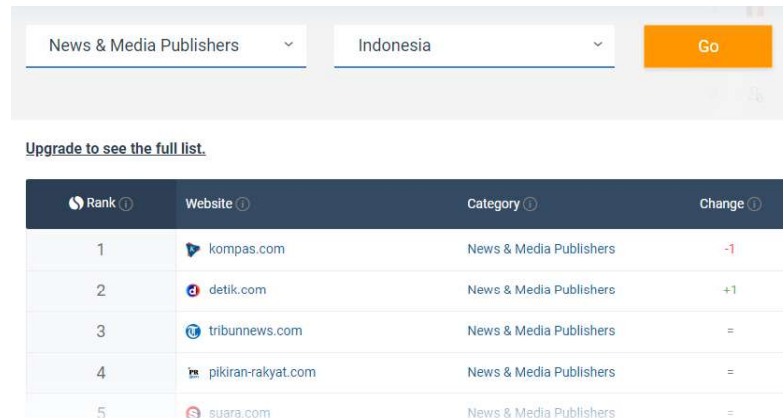
Dalam perencanaan pembiayaan pembangunan Ibu Kota negara baru ini sebagian akan ditanggung oleh APBN (Anggaran Perencanaan Belanja Negara) dan sebagian lagi akan didapatkan dari investor. Karena ada APBN yang keluar untuk membiayai pemindahan Ibu Kota ini yang asalnya dari pajak masyarakat maka tanggung jawab pemerintah sangat besar terhadap masyarakat untuk membuat pemindahan Ibu Kota ini baik bagi semua masyarakat.

Kalimantan dipilih sebagai tempat Ibu Kota negara baru. Hal itu tentunya sudah melalui pengkajian dan penelitian yang mendalam tetapi dengan dipilihnya Kalimantan juga membuat masyarakat khawatir dengan pembangunan yang akan terjadi di Kalimantan akan membuat hutan-hutan yang ada disana menjadi tergusur. Karena selama ini masyarakat mengenal Kalimantan adalah paru-paru dunia. Pemerintah menjawab kekhawatiran itu dengan mengatakan akan membuat Ibu Kota negara baru yang ramah lingkungan.

1.1.2 Kompas.com adalah Media Banyak Diakses dan Terpercaya

Kompas.com adalah media yang cukup populer di masyarakat maka dari itu Kompas.com menjadi media yang paling banyak diakses oleh masyarakat. Kompas.com adalah peringkat pertama dalam kategori News and Media yang dibuat oleh Similarweb.

Gambar 1. 1 List News and Media Publisher



Rank	Website	Category	Change
1	kompas.com	News & Media Publishers	-1
2	detik.com	News & Media Publishers	+1
3	tribunews.com	News & Media Publishers	=
4	pikiran-rakyat.com	News & Media Publishers	=
5	suara.com	News & Media Publishers	=

(Sumber: Similarweb)

Pada data yang dirilis oleh Similarweb, Kompas.com menempati urutan pertama pada kategori News and Media Publisher tahun 2022 yang diikuti oleh Detik.com di urutan kedua dan tribunews.com ada di urutan ketiga. Pada data ini bisa dilihat bahwa Kompas.com adalah media yang banyak diakses dan populer dikalangan publik.

Gambar 1. 2 Urutan Media Yang Paling Banyak di Akses

No	Nama	Nilai / % Responden
1	Detikcom	65
2	Kompas	48
3	CNN Indonesia	35
4	Tribunnews	32
5	TVOnenews.com	30
6	MetroTVnews.com	28
7	Liputan6.com	25
8	Okezone	23
9	Kumparan	21
10	Tempo.co.id	19

(Sumber : Reuters Institute)

Kemudian pada survei yang dilakukan oleh *Reuters Institute* tentang media yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat, Kompas.com ada pada urutan kedua dengan persentase 48%, hal tersebut hanya kalah dengan Detik.com yang ada di urutan pertama dengan persentase 65% lalu pada urutan ketiga ada CNN Indonesia dengan persentase 35% .

Gambar 1. 3 Urutan Media Yang Terpercaya

NO	Media	Nilai / Persen
1	CNN	66
2	Kompas	65
3	TVRI	62
4	Detik.com	61
5	SCTV (Liputan6)	60
6	Tempo	57
7	TVOne	55
8	Televisi lokal	55
9	Tribunnews	52
10	PikiranRakyat.com	50

(Sumber: *Reuters Institute*)

Kompas.com berada di urutan kedua pada survei yang dilakukan oleh *Reuters Institute* dengan persentase 65% dibawah CNN dengan 66%. Pada survei ini perolehan persentase CNN dan Kompas.com hampir sama dengan hanya selisih 1%. Dengan selisih yang kecil tersebut dapat dikatakan bahwa CNN dan Kompas.com adalah media *online* yang paling dipercaya oleh masyarakat untuk dijadikan sebagai sumber informasi.

Dari data-data yang telah disajikan sebelumnya Kompas.com termasuk dalam urutan teratas pada survei tentang media *online* yang paling banyak diakses dan yang paling dipercaya oleh masyarakat atau pembaca untuk memperoleh sumber informasi berupa berita. Karena hal itu Kompas.com sebagai media *online* memiliki jangkauan yang sangat luas untuk menyebarkan berita yang mereka produksi kepada pembaca atau khalayak umum, kemudian juga dapat memiliki pengaruh yang luas terhadap opini pembaca atau khalayak terhadap suatu berita yang disajikan.

Kompas.com adalah media yang sudah ada sejak 1995 dan tetap eksis sampai saat ini. Di dalamnya memuat beragam berita diantaranya berita nasional, daerah, olahraga, ekonomi dan politik. Pemberitaan tentang pemindahan Ibu Kota Negara juga diberitakan oleh Kompas.com dan cukup banyak juga berita yang dikeluarkan oleh mereka terkait hal itu. Pada Januari 2022 Kompas.com juga banyak menerbitkan berita tentang pemindahan Ibu Kota Negara. Tercatat oleh penulis ada lebih dari 20 berita yang menyangkut soal pemindahan Ibu Kota Negara dan turunan beritanya. Terkait dengan Kompas.com sebagai media yang paling banyak diakses dan dipercaya oleh masyarakat membuat berita tentang pemindahan Ibu Kota Negara yang disajikan oleh Kompas.com dapat dijangkau lebih luas dan dipercayai oleh pembaca atau khalayak yang kemudian akan mempengaruhi opini publik terhadap isu tersebut.

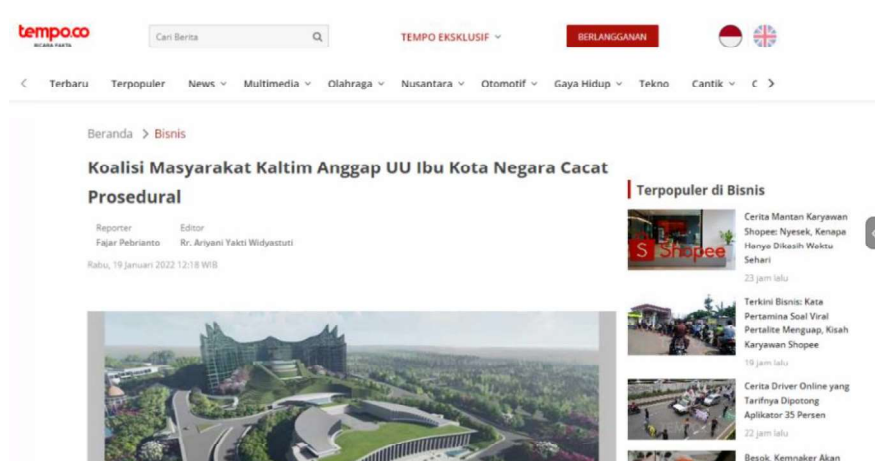
1.1.3 Tempo.co adalah Media yang Terkenal Tajam Terhadap Pemerintah

Tempo.co adalah media yang sudah ada sejak 1971 dan media *online* yang menempatkan diri sebagai media yang menghadirkan informasi terpercaya di tengah kabar *hoax*. Pada awalnya Tempo lebih memfokuskan pada penyajian informasi yang akurat, factual, terpercaya dan berimbang, dan seiring perkembangan zaman Tempo dengan pesat menjadi perusahaan yang berkembang dengan baik dan dipercaya di Indonesia (Tempo, 2022)

Pada pemerintahan orde baru Tempo dianggap terlalu tajam dalam mengkritik pemerintahan maka dari itu pada tahun 1982, Tempo pertama kali dibredel pemerintah. Kemudian seiring dengan berkembangnya Tempo dengan tipe jurnalisme investigasinya pada tahun 1994 Tempo Kembali dibredel karena gaya kritik yang tajam dan pedas terhadap pemerintahan Soeharto terkait dengan pembelian kapal bekas dari Jerman Timur (Tempo, 2022).

Setelah dua kali dibredel karena dianggap terlalu tajam dalam mengkritik pemerintahan. Saat ini Tempo berkembang dengan sangat pesat menjadi salah satu media yang independen dan terpercaya di Indonesia dan sampai saat ini juga bertahan menjadi media yang tajam dalam mengkritik pemerintah saat ini.

Gambar 1. 4 Berita Tempo.co



(Sumber: Tempo.co)

Tempo yang saat ini dinilai masyarakat sebagai media yang independen ini juga diperjelas oleh Arif Zulkifli selaku pemimpin redaksi Majalah Tempo pada 2013 sampai 2019. Ia mengatakan Tempo selalu menjaga jarak dengan kekuasaan dalam hal ini pemerintah untuk menegakan idealisme dan independensi yang dipegang Tempo (Saputra, 2021).

Zulkifli mencontohkan seperti pada saat Joko Widodo belum menjadi Presiden, edisi khusus Tempo pernah memuat Joko Widodo sebagai salah satu kepala daerah terbaik dan hubungan Tempo dengan Joko Widodo saat itu juga berjalan baik. Kemudian saat Joko Widodo sebulan menjabat sebagai Presiden, Tempo menulis sebuah cover story tentang masuknya investor minyak melalui partai nasdem. Judul sampul cover story itu adalah “Dalam Bayang-bayang Surya Paloh”. Hal itu terjadi karena Tempo berpegang teguh pada prinsip menjaga jarak pada kekuasaan agar bisa independen dalam menjaga pilar demokrasi di Indonesia.

Gambar 1. 5 Cover Story Tempo “Dalam Bayang-bayang Surya Paloh”



(Sumber: Tempo.co)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pembingkaiian berita pemindahan Ibu Kota Negara pada portal berita Kompas.com dan Tempo.co periode Januari 2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pembingkaiian berita pemindahan Ibu Kota Negara pada portal berita Kompas.com dan Tempo.co periode Januari 2022 dan menemukan perbedaan pembingkaiian berita pada portal berita Kompas.com dengan Tempo.co.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memperkaya kajian dibidang Ilmu komunikasi, khususnya mengenai analisis *framing* terhadap media berita *online*.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi penelitian sejenis yang akan dilakukan pada waktu mendatang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran bagaimana media membingkai sebuah peristiwa. Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada pembaca mengenai bagaimana pembedaan berita pemindahan Ibu Kota Negara pada portal berita Kompas.com dan Tempo.co periode Januari 2022.

DAFTAR PUSTAKA

- Adayatma, E. (2019). *Lima Alasan Jokowi Pindahkan Ibu Kota ke Kalimantan Timur*. Diambil kembali dari Tempo.co.
- Akbar, A. S. (2005). *Menguasai Internet Plus Pembuatan Web*. Bandung : M25.
- Bahri, H., & Masriadi. (2018). *Ekonomi Politik Media di Indonesia. AT-TANZIR: Vol. X. No. 1.*
- Baran, K., S. J., & D. D. (2010). *Teori Komunikasi Massa: Dasar Pergolakan dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Biagi, S. (2010). *Media/Impact : Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Budhirianto, S., Sumiaty, N., & Syaidah. (2017). *Analisis Wacana Media Terhadap Kebijakan dan Citra Pemerintah di Surat Kabar Daerah Pada Tahun 2017*.
- Canggara, H. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Doyle, G. (2002). *Understanding Media Economics*. London: London Sage.
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: PT LKis.
- Fauzi, A. C. (2007). *Kabar-Kabar Kekerasan Dari Bali*. Yogyakarta: LkiS Pelangi Aksara.
- Fitrianingsih , & Nugroho, C. (2021). *Analisis Framing Media Daring Tempo.co dan Kompas.com. e-Proceeding of Management*.
- Hakiki, A. W. (2019). **ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN POLEMIK VAKSIN MR (MEASSLES RUBELLA) ANTARA PEMERINTAH DAN MUI DALAM PORTAL MEDIA ONLINE KOMPAS.COM DAN REPUBLIKA.CO.ID PERIODE AGUSTUS 2018.**
- Halim, S. (2013). *Postkomodifikasi Media, Analisis Media Televisi dengan Teori Kritis dan cultural Studies*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Hendarto, Y. M. (2022). *Isu Pemindahan Ibu Kota Negara, Dari Perdebatan hingga Pengalihan Keputusan pemindahan Ibu Kota Negara*. Kompas.com.

- Heryanto, G. G. (2017). Ekonomi Politik Media Penyiaran: Rivalitas Idealisme Nilai Islami dan Mekanisme Pasar. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Hidayat, D., & Haqani, M. F. (2015). *Komunikasi Antar Pribadi Dalam Membangun Kepribadian Santri*. Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Khumairoh, U. (2021). Dampak Konglomerasi Media Terhadap Industri Media Massa dan Demokrasi Ekonomi Politik di Era Konvergensi Media. *Jurnal Pemikiran dan Riset Sosiologi*.
- Kompas.com. (2022). *Bursa Calon Kepala Otorita IKN Incaran Jokowi, dari Ahok sampai Ridwan Kamil*. Diambil kembali dari [www.Kompas.com: https://nasional.kompas.com/read/2022/01/24/07511941/bursa-calon-kepala-otorita-ikn-incaran-jokowi-dari-ahok-sampai-ridwan-kamil](https://nasional.kompas.com/read/2022/01/24/07511941/bursa-calon-kepala-otorita-ikn-incaran-jokowi-dari-ahok-sampai-ridwan-kamil)
- Kompas.com. (2022). *Kepala Bappenas Umumkan Nama Ibu Kota Baru: Nusantara*. Diambil kembali dari [www.Kompas.com: https://nasional.kompas.com/read/2022/01/17/12302621/kepala-bappenas-umumkan-nama-ibu-kota-baru-nusantara](https://nasional.kompas.com/read/2022/01/17/12302621/kepala-bappenas-umumkan-nama-ibu-kota-baru-nusantara)
- Kompas.com. (2022). *Ketuk Palu, DPR Sahkan RUU Ibu Kota Negara Jadi UU*. Diambil kembali dari [Kompas.com: https://nasional.kompas.com/read/2022/01/18/13511191/ketuk-palu-dpr-sahkan-ruu-ibu-kota-negara-jadi-uu](https://nasional.kompas.com/read/2022/01/18/13511191/ketuk-palu-dpr-sahkan-ruu-ibu-kota-negara-jadi-uu).
- Kompas.com. (2022). *Pansus Berharap RUU IKN disahkan pada 18 Januari*. Diambil kembali dari [www.Kompas.com: https://nasional.kompas.com/read/2022/01/13/19385961/pansus-harap-ruu-ikn-dapat-disahkan-pada-18-januari-2022](https://nasional.kompas.com/read/2022/01/13/19385961/pansus-harap-ruu-ikn-dapat-disahkan-pada-18-januari-2022)
- Kompas.com. (2022). *Pengamat: Pembangunan IKN Itu Kepentingan Elite, Dana PEN Seharusnya untuk Rakyat*. Diambil kembali dari [www.Kompas.com: https://nasional.kompas.com/read/2022/01/19/12503471/pengamat-pembangunan-ikn-itu-kepentingan-elite-dana-pen-seharusnya-untuk](https://nasional.kompas.com/read/2022/01/19/12503471/pengamat-pembangunan-ikn-itu-kepentingan-elite-dana-pen-seharusnya-untuk)
- Kompas.com. (2022). *Politikus PKS: Yang Dibutuhkan Luar Jawa Bukan Istana, tapi Infrastruktur Layak-Ekonomi Tumbuh*. Diambil kembali dari [www.Kompas.com](https://www.kompas.com):

- <https://nasional.kompas.com/read/2022/01/21/17005461/politikus-pks-yang-dibutuhkan-luar-jawa-bukan-istana-tapi-infrastruktur>
- Margianto, J. H., & Syaefullah, A. (2014). *Media Online: Pembaca, Laba, dan Etika Problematika Praktik Jurnalisme Online di Indonesia*. Jakarta Pusat: AJI Indonesia.
- McQuail, D. (2000). *Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa)*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy Of Communication: 2 edition*. London: Sage Publication.
- Muhaemin, E., & Sanusi, I. (2019). Intoleransi Keagamaan dalam Framing Surat Kabar Kompas. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Nurhadi, F. Z. (2015). *Teori-Teori Komunikasi : Teori Komunikatif dalam Prespektif Penelitian Kualitatif*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKis.
- Poti, J. (2019). Ekonomi Politik, Media dan Ruang Publik. *Jurnal SEMIOTIKA*.
- Putri, F. N., & Wahid, U. (2020). Pembingkai Berita Tentang Rencana Pindahan Ibukota Baru di Masa Pandemi Covid-19.
- Romli, A. S. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Nuansa Cendekia.
- Ruslan, R. (2018). *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Saputra, E. Y. (2021, Maret 7). *50 Tahun Tempo: Selalu Menjadi Media Terdepan Mengkritik Kekuasaan*. Diambil kembali dari Tempo.co:
<https://dunia.tempo.co/read/1439588/50-tahun-tempo-selalu-menjadi-media-terdepan-mengkritik-kekuasaan>
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2005). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, Terapan di dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Sobur, A. (2002). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Subandi , Z. E., & Sadono , P. T. (2018). KOMODIFIKASI, SPASIALISASI, DAN STRUKTURASI DALAM MEDIA BARU DI INDONESIA (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco Pada Line Webtoon) . *National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development*.
- Sucahya, M. (2013). Ruang Publik Dan Ekonomi Politik Media. *Jurnal Komunikasi, Volume 2, Nomor 2*.
- Sudibyoy, A. (2000). Absennya Pendekatan Ekonomi Politik Media. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ISSN 1,410-4946 Volume 4, Nomor 2*,.
- Sugiyono, M. P. (2017). *Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung.
- Sumadira, A. H. (2006). *Bahasa Jurnalistik: Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Syauqi, M. R. (2011). *Analisis Framing Pemberitaan Satu Tahun Pemerintahan SBY Budiono di Harian Media Indonesia*. Jakarta.
- Tempo. (2022). *Sejarah Tempo*. Diambil kembali dari Tempo.co: <https://korporat.tempo.co/tentang/sejarah>
- Tempo.co. (2022). *4 Calon Kepala Otorita Ibu Kota Negara yang Pernah Disebut Jokowi, Ada Ahok*. Diambil kembali dari www.tempo.co: <https://nasional.tempo.co/read/1551186/4-calon-kepala-otorita-ibu-kota-negara-yang-pernah-disebut-jokowi-ada-ahok>
- Tempo.co. (2022). *Kepala Bappenas Jelaskan Pemilihan Nusantara Sebagai Nama Ibu Kota*. Diambil kembali dari www.tempo.co: <https://nasional.tempo.co/read/1550904/kepala-bappenas-jelaskan-pemilihan-nusantara-sebagai-nama-ibu-kota>
- Tempo.co. (2022). *Meski Diinterupsi, DPR Setujui RUU IKN Menjadi UU*. Diambil kembali dari www.tempo.co: <https://nasional.tempo.co/read/1552407/meski-diinterupsi-dpr-setujui-ruu-ikn-menjadi-uu>
- Tempo.co. (2022). *Pansus Berharap Nama Ibu Kota Negara Diumumkan saat Pengesahan RUU IKN*. Diambil kembali dari www.tempo.co: <https://nasional.tempo.co/read/1549787/pansus-berharap-nama-ibu-kota-negara-diumumkan-saat-pengesahan-ruu-ikn>

- Tempo.co. (2022). *Politikus PKS Ini Sebut Proyek Ibu Kota Negara Berpotensi Mangkrak, Kenapa?* Diambil kembali dari [www.tempo.co:
https://bisnis.tempo.co/read/1549633/politikus-pks-ini-sebut-proyek-ibu-kota-negara-berpotensi-mangkrak-kenapa](https://bisnis.tempo.co/read/1549633/politikus-pks-ini-sebut-proyek-ibu-kota-negara-berpotensi-mangkrak-kenapa)
- Tempo.co. (2022). *Sri Mulyani Menilai Pembangunan IKN Bagian dari Proses Pemulihan Ekonomi.* Diambil kembali dari [www.tempo.co:
https://bisnis.tempo.co/read/1551317/sri-mulyani-menilai-pembangunan-ikn-bagian-dari-proses-pemulihan-ekonomi](https://bisnis.tempo.co/read/1551317/sri-mulyani-menilai-pembangunan-ikn-bagian-dari-proses-pemulihan-ekonomi)
- Vivian, J. (2008). *Teori Komunikasi Massa.* Jakarta: Kencana.