

**KONSTRUKSI REALITAS POLITIK DALAM MEDIA MASSA
(ANALISIS *FRAMING* PADA SITUS BERITA *ONLINE*
MEDIAINDONESIA.COM TANGGAL 15 SEPTEMBER 2018 -
22 JANUARI 2019 DENGAN #PILPRES2019)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya**



Diajukan oleh :

**DESMALINDA
NIM. 07031281520193**

Konsentrasi Penyiaran

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

KONSTRUKSI REALITAS POLITIK PADA MEDIA MASSA
(ANALISIS *FRAMING* PADA SITUS BERITA *ONLINE*
MEDIAINDONESIA.COM PADA TANGGAL 15 SEPTEMBER
2018 - 22 JANUARI 2019)

SKRIPSI

Oleh:

Desmalinda
07031281520193

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing :

Dosen Pembimbing I

Prof. Dr. Alfitri, M.Si.
NIP. 196601221990031004



Dosen Pembimbing II

Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si.
NIP.199208222018031001



HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

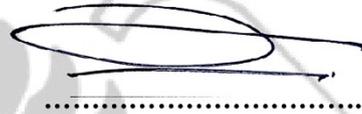
**KONSTRUKSI REALITAS POLITIK DALAM MEDIA MASSA (ANALISIS
FRAMING PADA SITUS BERITA *ONLINE* MEDIAINDONESIA.COM TANGGAL
15 SEPTEMBER 2018 – 22 JANUARI 2019 DENGAN #PILPRES2019)**

SKRIPSI

**Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat
Pada Tanggal 19 Desember 2019**

Ketua

1. **Prof. Dr. Alfitri, M.Si.**
NIP. 196601221990031004



.....

Anggota

1. **Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si.**
NIP. 199208222018031001



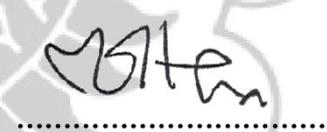
.....

2. **Dr. Andries Lionardo, S.I.P., M.Si.**
NIP. 197905012002121005



.....

3. **Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.Si.**
NIP. 199205312019032018



.....

Mengetahui,

Dekan FISIP

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Prof. Dr. Kiagus M. Sobri, M.Si.
NIP. 196311061990031001

Dr. Andries Lionardo, S.I.P., M.Si.
NIP. 197905012002121005

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Desmalinda
NIM : 07031281520193
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 03 Desember 1995
Program Studi/Jurusan : Penyiaran/Illmu Komunikasi
Judul Skripsi : Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa (Analisis Framing pada Situs Berita Online Mediaindonesia.com Tanggal 15 September 2018 – 22 Januari 2019 dengan #Pilpres2019)

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 ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, November 2019

Yang membuat pernyataan,

A green revenue stamp (Meterai Tempel) with a value of 6000 Rupiah. The stamp features the Garuda Pancasila logo and the text 'METERAI TEMPEL', '87215AFF399126995', '6000', and 'ENAM RIBU RUPIAH'. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Desmalinda

NIM. 07031281520193

Motto dan Persembahan

“Great things take time” – Desmalinda

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- **Allah SWT & Nabi Muhammad SAW**
- **Ibuku tercinta (Nurida Majid)**
- **Dosen Pembimbing Skripsiku (Bapak Prof. Alfitri dan Bapak Oemar)**
- **Para Dosen FISIP Unsri Program Studi Ilmu Komunikasi**
- **Teman-teman seperjuangan Program Studi Ilmu Komunikasi 2015, khususnya kepada Rahmadina Naripati dan Piky Herdiansyah**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa (Analisis *Framing* pada Situs Berita *Online* *Mediaindonesia.com* Tanggal 15 September 2018 – 22 Januari 2019 dengan #Pilpres2019)”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1) pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya.

Dalam penelitian skripsi ini, banyak hambatan serta rintangan yang peneliti hadapi namun pada akhirnya dapat dilalui berkat banyaknya bimbingan serta dukungan terutama dari Ibu tercinta, yaitu Nurida Majid serta adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu serta mendukung peneliti dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE selaku rector Universitas Sriwijaya yang telah dengan baik memimpin dan mengkoordinasi terkait kebijakan di Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian ini.
3. Bapak Dr. Andries Lionardo, S.Ip., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi serta Bapak Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi I yang telah berkenan memberikan tambahan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan dan kesulitan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi II yang setiap saat selalu memberikan semangat, dukungannya, serta ilmunya dalam membimbing dan mengarahkan peneliti selama penyusunan skripsi.

6. Ibu Dra. Hj. Rogaiyah, M.Si., selaku pembimbing akademik yang selalu memberikan arahan kepada peneliti semenjak awal menjadi mahasiswa hingga sekarang.
7. Mba Vira, selaku administrasi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya yang setiap saat selalu bersedia mengingatkan dan membantu peneliti khususnya dalam hal administrasi skripsi.
8. Bapak/Ibu dosen ilmu komunikasi yang telah mendukung serta membagikan ilmunya untuk peneliti dalam penyusunan skripsi.
9. Saudara-saudara tercinta, Kak Ricki, Kak Ara dan Yuk Yuyun yang selalu memberikan dukungan dan mengingatkan peneliti untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2015 yang selalu memberikan semangat dan membantu peneliti dalam penyusunan skripsi.
11. Teman-teman Azka Squad, yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa tiada henti.

Palembang, November 2019

Peneliti

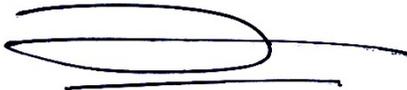
ABSTRAK

Pesta demokrasi atas pemilihan presiden periode 2019-2024 akan digelar pada 17 April tahun 2019. Sejumlah media turut berpartisipasi menjadi media kampanye politik. Merujuk pada kepemilikan media oleh para anggota partai maka muncul keraguan atas independensi dan objektivitas berita yang dihasilkan. Seperti contoh Ketua Umum Partai Nasional Demokrasi, Surya Paloh yang juga memiliki beberapa perusahaan media seperti Metro TV dan situs media *online* Mediaindonesia.com, saat ini beliau masuk dalam daftar koalisi pemenang pemilihan presiden untuk calon presiden dan wakil presiden dengan nomor urut 1, Joko Widodo dan Ma'ruf Amin. Melalui keterlibatan ini, peneliti ingin melihat apakah media yang ia pimpin bersih dari keberpihakan dan subjektivitas konten sehingga dapat dipercaya sebagai rujukan media pemilu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori konstruksi realitas politik dengan teknik analisis *framing*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif dengan objek penelitian artikel-artikel yang dimuat dalam rubrik Editorial pada Mediaindonesia.com tanggal 15 September 2018 hingga 22 Januari 2019 dengan #Pilpres2019. Dari hasil penelitian, ditemukan adanya konstruksi realitas yang dibangun pada setiap artikel dengan membingkai elemen-elemen tertentu seperti opini, tematik dan retorik.

Kata kunci: Pilpres 2019, konstruksi realitas politik, *framing*

Pembimbing I

Pembimbing II

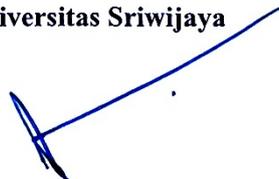


Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004



Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si.
NIP. 199208222018031001

Palembang, November 2019
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



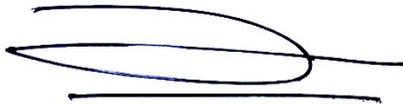
Dr. Andries Lionardo, S.I.P., M.Si.
NIP. 197905012002121005

ABSTRACT

Democracy party 2019-2024 period for presidential election will be held on 17 April 2019. Some media participating to be political campaign media. Refer to media ownership by party members so appear doubts over independence and objectivity news that produced. For example the chairman of Nasional Democracy party, Surya Paloh who also has several news and broadcast companies such as Metro TV and Mediaindonesia.com. Now, he included in the list of coalition for winning presidential election for a candidate the president and vice president number 01, Joko Widodo and Ma'ruf Amin. Through this involvement, researcher want to see if this media that he led free from partiality and subjectivity content so that it can be trusted as a reference media election. In this research, researcher used the theory of construction political realities and technique of analysis framing. This research uses the descriptive-qualitative method with the object research is the articles who has published in the Editorial rubric Mediaindonesia.com on 15 September 2018 till 22 January 2019 with #Pilpres2019. By the research, it is found that construction reality is built on every article by framed elements certain like an opinion, thematic, and rhetorical.

Keywords : Presidential election 2019, construction political realities, framing

Advisor I



Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004

Advisor II



Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si.
NIP. 199208222018031001

Palembang, November 2019
Head of Department, Communication Science
Faculty of Social and Political Science
Sriwijaya University



Dr. Andries Lionardo, S.Ip., M.Si.
NIP. 197905012002121005

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Media Massa.....	10
2.1.2 Situs Berita <i>Online</i>	12
2.1.3 Editorial	13
2.1.4 Konstruksi Realitas	14
2.1.5 Konstruksi Realitas Media	14
2.1.6 Konstruksi Realitas Politik.....	16
2.1.7 Komunikasi Politik di Media Massa	18
2.1.8 Teori Agenda <i>Setting</i>	19
2.1.9 Pembingkaiian atau <i>Framing</i>	20
2.2 Teori yang Digunakan	23
2.2.1 Konstruksi Realitas	23
2.2.2 Pembingkaiian atau <i>Framing</i>	24
2.3 Kerangka Teori.....	25
2.4 Penelitian Terdahulu.....	27
2.5 Kerangka Pemikiran	31
BAB 3 : METODE PENELITIAN	32
3.1 Metode Penelitian.....	32
3.2 Rancangan Penelitian	37
3.2 Definisi Konsep.....	37
3.2.1 Konstruksi Realitas Politik.....	37
3.2.2 Media Massa.....	38
3.2.3 Situs Berita <i>Online</i>	38
3.3 Fokus Penelitian	39
3.4 Unit Analisis dan Observasi	39
3.5 Data dan Sumber Data.....	39

3.5.1 Data	39
3.5.2 Sumber Data	40
3.6 Teknik Pengumpulan Data	40
3.7 Teknik Analisis Data	40
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	41
BAB 4 : GAMBARAN UMUM.....	43
4.1 Mediaindonesia.com.....	43
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	43
4.1.2 Struktur Perusahaan.....	44
BAB 5 : ANALISIS HASIL.....	47
5.1 Analisis Framing Model Pan dan Kosicki.....	47
5.1.1 Analisis Artikel Politikus Sontoloyo.....	47
5.1.2 Analisis Artikel Politik Genderwo	53
5.1.3 Analisis Artikel Mencegah Matinya Rasionalitas.....	57
5.1.4 Analisis Artikel Sebatas Sensasi	63
5.1.5 Analisis Artikel Politisasi Korupsi	67
5.1.6 Analisis Artikel Kampanye Pemilu Bukan Sinetron.....	73
5.1.7 Analisis Artikel Khayalan Sesat Indonesia Punah.....	79
5.1.8 Analisis Artikel Paradoks Antiulama.....	84
5.1.9 Analisis Artikel Menolak Kampanye Kebohongan.....	90
5.1.10 Analisis Artikel Menjaga Indonesia.....	95
5.1.11 Analisis Artikel Teroris Demokrasi	100
5.1.12 Analisis Artikel Kemurnian Surat Suara	106
5.1.13 Analisis Artikel Senyum di Rapat Teriak di Luar.....	111
5.1.14 Analisis Artikel Revisi Visi Antidemokrasi.....	115
5.1.15 Analisis Artikel Debat Beradab.....	120
5.1.16 Analisis Artikel Pemanasan Menuju Debat Panas	125
5.1.17 Analisis Artikel Menimbang Rekam Jejak.....	130
5.1.18 Analisis Artikel Bijak Menilai Debat.....	136
5.1.19 Analisis Artikel Ketidakpastian Debat.....	142
5.2 Diskusi Hasil Pembingkaiian dalam Mediaindonesia.com	148
5.3 Pemilihan Tema Tertentu sebagai Fungsi Agenda <i>Setting</i>	151
5.4 Struktur Sintaksis sebagai Struktur yang Dominan.....	152
5.5 Dominasi <i>Pesimisme</i> dalam Mengonstruksi Pihak Tertentu	153
BAB 6 : PENUTUP.....	156
6.1 Kesimpulan.....	156
6.2 Saran.....	156
DAFTAR PUSTAKA.....	158
LAMPIRAN ARTIKEL	167

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Skema <i>Framing</i> Menurut Robert M. Entman.....	21
Tabel 3.1 Skema <i>Framing</i> Menurut Pan dan Kosicki.....	33
Tabel 3.2 Fokus Penelitian.....	39
Tabel 5.1 Skema <i>Framing</i> dalam Artikel Politikus Sontoloyo	47
Tabel 5.2 Skema <i>Framing</i> dalam Artikel Politik Genderuwo.....	53
Tabel 5.3 Skema <i>Framing</i> dalam Artikel Mencegah Matinya Rasionalitas.....	57
Tabel 5.4 Skema <i>Framing</i> dalam Artikel Sebatas Sensasi	63
Tabel 5.5 Skema <i>Framing</i> dalam Artikel Politisasi Korupsi.....	68
Tabel 5.6 Skema <i>Framing</i> dalam Artikel Kampanye Pemilu bukan Sinetron	74
Tabel 5.7 Skema <i>Framing</i> dalam Artikel Khayalan Sesat Indonesia Punah	79
Tabel 5.8 Skema <i>Framing</i> dalam Artikel Paradoks Antiulama.....	85
Tabel 5.9 Skema <i>Framing</i> dalam Artikel Menolak Kampanye Kebohongan	90
Tabel 5.10 Skema <i>Framing</i> dalam Artikel Menjaga Indonesia.....	95
Tabel 5.11 Skema <i>Framing</i> dalam Artikel Teroris Demokrasi	101
Tabel 5.12 Skema <i>Framing</i> dalam Artikel Kemurnian Surat Suara.....	106
Tabel 5.13 Skema <i>Framing</i> dalam Artikel Senyum di Rapat Teriak di Luar.....	111
Tabel 5.14 Skema <i>Framing</i> dalam Artikel Revisi Visi Antidemokrasi	115
Tabel 5.15 Skema <i>Framing</i> dalam Artikel Debat Beradab.....	121
Tabel 5.16 Skema <i>Framing</i> dalam Artikel Pemanasan Menuju Debat Panas	126
Tabel 5.17 Skema <i>Framing</i> dalam Artikel Menimbang Rekam Jejak.....	130
Tabel 5.18 Skema <i>Framing</i> dalam Artikel Bijak Menilai Debat.....	136
Tabel 5.19 Skema <i>Framing</i> dalam Artikel Ketidakpastian Debat	141
Tabel 5.20 Pemetaan Masalah Konstruksi Realitas Politik dalam Mediaindonesia.com	148

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 5 Negara Pengguna Internet Terbanyak di Asia2

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Hubungan antara Bahasa, Realitas dan Budaya	16
Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran	31

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi merupakan sebuah kepastian alur modernisasi kehidupan. Adanya teknologi komunikasi bertanda majunya sebuah peradaban. Di abad ke-21 ini, internet merupakan makanan sehari-hari dan menjadi konsumsi primer dalam pemenuhan kebutuhan informasi. Jika dahulu bentuk media massa dalam penyebaran berita dan informasi adalah melalui majalah, surat kabar dan koran. Maka sekarang, media massa mengalami konvergensi dalam bentuk *platform* berita *online* di internet atau biasa disebut dengan *new media*. Menurut Flew (dalam Heryanto) pemikiran dasar dari *new media* itu sendiri adalah untuk menggabungkan keunikan dari *digital media* dengan pemakaian media tradisional untuk mengadopsi dan mengadaptasi teknologi *new media* (Heryanto, 2018:25). Pada dasarnya *new media* adalah bentuk pembaruan dari media massa, maka *new media* sejatinya tidak terlepas dari fungsi penting dan strategis terhadap efek yang diberikan pada khalayak.

Dewasa ini, internet merupakan gaya mengonsumsi informasi baru yang sangat diminati oleh masyarakat. Alasannya adalah internet menawarkan kemudahan, kecepatan, kepraktisan, dan biaya yang murah. Selain itu, menurut Newhagen & Rafaeli (Heryanto, 2018 : 26) mengidentifikasi karakteristik yang membedakan internet dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya. Karakteristik tersebut antara lain *multimedia* dan *interactivity*. Karakteristik *multimedia* dapat kita pahami sebagai medium dengan beragam bentuk konten yang meliputi perpaduan teks, audio, *image*, animasi, video, dan bentuk konten interaktif. Sementara *interactivity* memungkinkan seseorang untuk membuat pesan mereka sendiri, memublikasikan konten mereka, atau terlibat dalam interaksi *online*.

Dalam perkembangannya, internet saat ini ramai dimanfaatkan sebagai saluran politik, di mana internet menjadi wadah sekaligus penghubung politisi, partisan partai-partai politik, aktivis, dan organisasi nonpartai serta masyarakat secara umum dalam menyalurkan tanggapan dan aspirasinya mengenai politik.

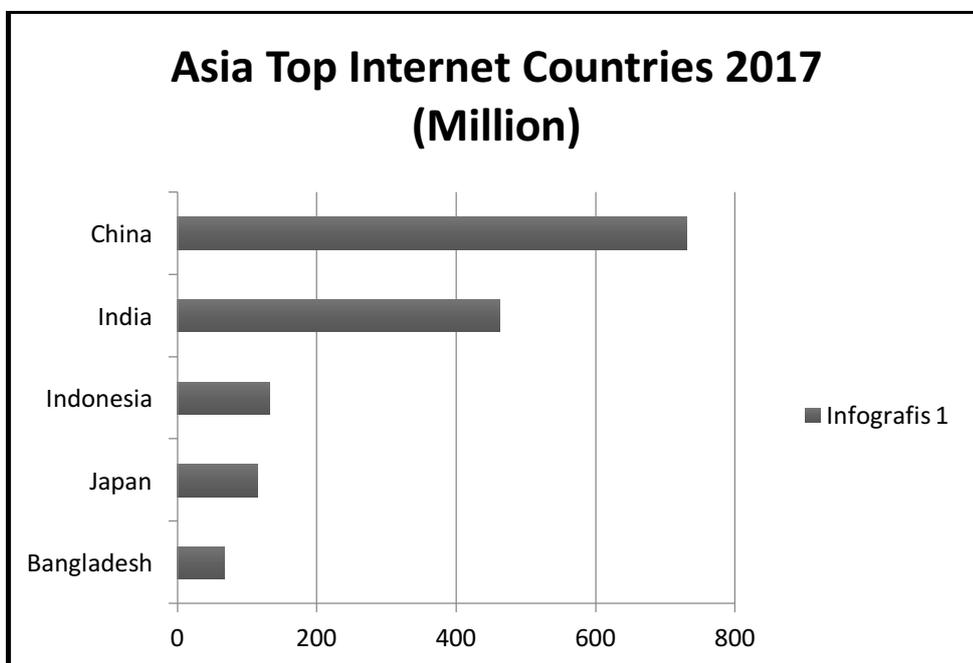
Penggunaan internet dalam komunikasi politik yang semakin meluas tentu tidak terlepas dari kondisi perkembangan teknologi dan penggunaannya yang semakin dinamis. Menurut Heryanto, setidaknya terdapat tiga faktor yang berpengaruh terhadap semakin intensifnya penggunaan internet dalam komunikasi politik di Indonesia.

Pertama, internet menjadi sebuah media baru yang revolusioner di dunia karena merupakan “perkawinan” antara media cetak, audio, dan video yang menawarkan komunikasi dua arah. Menurut Margolis, Resnick, dan Tu, internet disebut revolusioner karena sedikitnya kontrol informasi atau *gatekeeping* yang merupakan karakteristik media cetak tradisional dan media penyiaran.

Kedua, Indonesia juga terpengaruh oleh dinamisasi penggunaan internet yang terjadi di Asia. Berdasarkan data tahun 2017, Indonesia berada di urutan ketiga dalam negara dengan jumlah pengguna internet terbanyak di Asia.

Gambar 1.1

5 Negara Pengguna Internet Terbanyak di Asia



(sumber: Buku *Media Komunikasi Politik* oleh Heryanto. 2018)

Ketiga, pertumbuhan internet yang cepat di Indonesia. Setidaknya hingga tahun 2017 berakhir, menurut laporan Asosiasi Pengguna Jasa Internet

Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia sebanyak 143,26 juta orang. Sebagai catatan, data populasi penduduk Indonesia tercatat berjumlah 262 juta orang atau jika dipersentasekan sebanyak 54,67%, meningkat 6,98% dari tahun sebelumnya (2016). Dari sini bisa dilihat bahwa minat masyarakat terhadap internet meningkat setiap tahunnya diikuti oleh kebutuhan gaya hidup akan komunikasi digital yang menawarkan banyak keuntungan.

Internet dapat mengkonstruksi citra sekaligus realitas sosial yang ada. Internet sebagai ruang publik yang baru dapat membentuk opini sekaligus menggiringnya sesuai dengan kebutuhan politisi.

Menurut Marian D. Irish dan James W. Prothro, Opini publik adalah ekspresi sikap mengenai persoalan masyarakat (Effendy, 2002:56). Definisi tersebut mencakup tiga aspek: (1) Ekspresi. Sikap yang tidak diekspresikan bukanlah opini publik, sebab sikap adalah predisposisi internal yang tidak bisa diobservasi secara langsung. (2) Persoalan/ isu, yang dimaksud dengan persoalan atau isu disini adalah yang mengandung pro dan kontra, setuju atau tidak setuju. serta (3) Kemasyarakatan, opini publik lebih banyak bersangkutan dengan kemasyarakatan.

Penting diketahui bahwa opini publik merupakan hal yang penting bagi sebuah negara demokrasi. Opini publik memberikan dampak yang baik bagi jalannya dinamika kehidupan negara yang dari rakyat oleh rakyat itu. Untuk beberapa situasi dan kondisi, seperti pada pemilihan presiden, pemilihan gubernur dan walikota, atau legislatif pun opini publik dimanfaatkan untuk mengumpulkan sebanyak-banyaknya suara, yaitu dengan cara menggiring publik untuk memiliki satu opini saja, satu persepsi melalui konstruksi realitas dan citra pada berita-berita di media.

Proses stimulus yang diberikan secara berulang-ulang dan konsisten dapat membentuk stigma tersendiri di masyarakat, apalagi jika stimulus itu diikuti oleh pernyataan para ahli dan data hasil survey lembaga personal. Gebner, dalam buku Boyd-Barrett (1995:28) memperkenalkan konsep resonansi. Hal ini terjadi saat media massa dan realitas sebenarnya menghasilkan koherensi yang *powerfull* di mana pesan media mengkultivasi secara signifikan. Ketika realitas media mirip dengan realitas sosial yang terjadi di lingkungannya,

proses resonansi itu berlaku. Karena kekuatannya inilah, maka media massa menjadi alat yang ampuh dalam membentuk opini publik. Sesuai dengan karakteristiknya, dikutip oleh Heryanto, media massa merupakan jenis media yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Karakteristik media massa ini menjadi senjata yang ampuh bagi kebutuhan politik. Dengan daya jangkau yang relatif luas dan dalam waktu yang serentak, mampu memainkan peran dalam propaganda. Relevan dengan pendapat Cassata dan Asante, seperti dikutip Jalaluddin Rahmat dalam Heryanto, bila arus komunikasi massa ini hanya dikendalikan oleh komunikator, situasi dapat menunjang persuasi yang efektif. Sebaliknya, bila khalayak dapat mengatur arus informasi, situasi komunikasi akan mendorong belajar yang efektif (Heryanto, 2018:112-113).

Sayangnya, media massa dewasa ini telah banyak dikendalikan oleh komunikator. Dalam hal ini, pemerintah dan politisi yang berkepentingan. Kepemilikan media yang sebagian besar dikuasai oleh para politisi mengaburkan keobjektivitasan media itu sendiri. Sebut saja Surya Paloh pemilik Metro TV dan mediaindonesia.com , Aburizal Bakrie pemilik TVOne dan cnnindonesia.com , dan Hary Tanoesoedibjo pemilik MNC media grup. Mereka berupaya memiliki akses untuk masuk dan memengaruhi media, dengan asumsi penguasaan atas media akan menjadi pintu masuk dalam pengemasan dan penguasaan opini publik (Heryanto, 2018:144).

Dengan demikian, media massa bukan sekadar sarana yang menampilkan kepada publik peristiwa politik secara apa adanya, tetapi tergantung kepada kelompok dan ideologi yang mendominasinya. Dengan kata lain, apapun yang dihasilkan dan ditampilkan oleh media merupakan representasi dari ideologi media massa tersebut. Dengan kekuatan yang dimiliki oleh media massa, maka lembaga-lembaga politik seperti partai politik, organisasi pemerintah, kelompok kepentingan, serikat buruh, LSM, dan sebagainya, seringkali memanfaatkan media massa untuk tujuan-tujuan politik. (Schramm, 1975: 468-486)

Tahun 2018 hingga tahun 2019 mendatang merupakan tahun politik, di mana pesta demokrasi atas pemilihan presiden periode 2019-2024 akan digelar pada 17 April tahun 2019. Sejumlah politisi pun ikut andil dalam pendelegasian calon wakil presiden beberapa bulan belakang. Hasil Komisi Pemilihan Umum mengumumkan secara resmi kandidat calon presiden dan wakil presiden yang maju pada pemilihan presiden 2019. Pada pasangan nomor urut 01, ditempati oleh sang petahana, Presiden Joko Widodo sebagai calon presiden dan Ma'ruf Amin sebagai calon wakil presiden. Sedangkan pada pasangan nomor urut 02, ditempati oleh Prabowo Subianto sebagai calon presiden dan Sandiaga Uno sebagai calon wakil presiden.

Pada masa sosialisasi, masing-masing pasangan calon meluncurkan strategi pemenangan dan keunggulan visi dan misi. Salah satu strategi pemenangan yang besar pengaruhnya adalah dengan berkoalisi terhadap pemilik media. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, pasangan calon presiden nomor urut 1, Joko Widodo dan Ma'ruf Amin, berkoalisi dengan partai Persatuan Indonesia (Perindo) yang diketuai oleh Hary Tanoesoedibjo, partai Nasional Demokrat (Nasdem) yang diketuai oleh Surya Paloh, dan partai Golongan Karya (Golkar) yang identik dengan Aburizal Bakrie. Jika kita lihat ke belakang, ketiga tokoh partai ini merupakan pemilik perusahaan media terbesar di Indonesia. Sedangkan untuk pasangan calon nomor urut 2, Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno, hanya memanfaatkan media sosial dan pengaruh kaum milenial dalam mengumpulkan suara. Di sini terjadi ketidakberimbangan konten berita, di mana tiga perusahaan media besar memihak pada salah satu pasangan calon presiden saja.

Berita kerap menjadi bias dan sangat tendensius saat mengangkat persoalan-persoalan yang memiliki irisan dengan para pemiliknya masing-masing. Media lantas tidak lagi menjadi saluran literasi politik, melainkan turut menghasilkan residu yang membahayakan bagi literasi politik (Heryanto, 2018:143-144).

Dalam acara Evaluasi Tahunan yang dilakukan KPI kepada Metro TV, di kantor KPI Pusat pada 17 Januari 2019 (Ira, 17 Januari 2019) lalu, S. Rahmat Arifin selaku Wakil Ketua KPI Pusat menyatakan bahwa Metro TV jauh dari

prinsip independensi & netralitas. Sambung Mayong Suryo Laksono (Komisioner KPI Pusat bidang Pengawasan Isi Siaran) menyebutkan bahwa temuan KPI Pusat tentang arahan pemberitaan Metro TV yang tidak seimbang dan kurang memberi ruang pada kelompok oposisi. Secara garis besar, jika media memihak pada segelintir golongan saja maka berita yang dihasilkan juga memihak pada golongan tersebut, dengan kata lain tidak objektif.

Hasil penelitian Masyarakat Peduli Media menunjukkan adanya keberpihakan media terhadap pemiliknya. Peneliti dari Masyarakat Peduli Media, Muzayin Nazaruddin, memberikan dua contoh media televisi yang berpihak ke pemiliknya, yakni TV One milik Ketua Umum Golkar Aburizal Bakrie dan Metro TV milik Ketua Umum Partai NasDem Surya Paloh. Sambungnya, Media Indonesia pun begitu cenderung memberitakan Partai NasDem secara positif, ia cenderung berpihak kepada pemiliknya. (“7 Media Ini Dituding”, 2014)

Lembaga Studi dan Pemantauan Media, Remotivi, menemukan beberapa data dalam penelitiannya mengenai independensi televisi menjelang Pemilu 2014, yaitu pada Metro TV paling banyak memberikan durasi berita kepada Surya Paloh, yakni sebanyak 6.297 detik atau 30,6% dari total durasi pemberitaan, serta durasi penonjolan sebanyak 2.467 detik atau 59,4% dari total durasi penonjolan. Lalu juga Surya Paloh merupakan tokoh yang paling banyak diberitakan secara positif di Metro TV, dari 17 berita mengenainya, 12 di antaranya bernada positif dan 5 lainnya bernada netral. (Muhamad Heychael, Jurnal Remotivi, 1, 2014: 14-15)

Selain itu, di Metro TV, Jokowi diberikan porsi kemunculan yang tinggi (secara frekuensi 74,4%, secara durasi 73,9%) dengan nada yang positif (31,3%). Bandingkan dengan rivalnya, yakni Prabowo, yang hanya mendapat 12% (frekuensi) dan 12,2% (durasi), dengan 16,7% berita bernada negatif. Metro TV menayangkan footage Prabowo yang sedang berjoged, dalam kontrasnya dengan Jokowi yang diliput ketika sedang bekerja atau blusukan. Temuan lain juga menunjukkan bahwa hanya Jokowi yang beriklan di Metro TV, dengan 31 spot (100%) iklan serta durasi 931 detik (100%). Lalu, Aburizal Bakrie, yang hari ini mendukung pencapresan Prabowo adalah tokoh yang

paling banyak diberitakan secara negatif (53,8%). (Muhamad Heychael, Jurnal Remotivi, 2, 2014: 4)

Lain halnya dengan surat kabar Media Indonesia, dalam penelitian oleh Remotivi edisi 14 April 2019, menyebutkan bahwa sebanyak 39,6% memuat konten Pemilu, disusul selanjutnya oleh Kompas sebanyak 21,1% dan Tempo sebanyak 20%. Lebih dari separuh isi headline Media Indonesia selama periode penelitian ini melulu berbicara tentang program pemerintah, survei yang memenangkan Jokowi-Ma'ruf, kecemerlangan Ma'ruf dalam debat, atau kegiatan Jokowi. Media Indonesia memang dikenal partisan, setidaknya itu terlihat jelas sejak Pemilu 2014. Sulit menyebut media ini sebagai bagian dari komunitas pers yang independen. (Thaniago, 14 April 2019)

Mediaindonesia.com merupakan situs media *online* di bawah naungan Media Group di mana Surya Paloh menjabat sebagai Direktur Utama. Mediaindonesia.com merupakan bentuk konvergensi dari koran Media Indonesia dan Metro TV yang mengikuti perkembangan teknologi dalam memenuhi kebutuhan informasi yaitu melalui media *online*. Mediaindonesia.com memiliki enam rubrik yaitu Opini, Ekonomi, Humaniora, Olahraga, Weekend, dan Foto/Video. Pemberitaan di Mediaindonesia.com meliputi politik, ekonomi, olahraga, sepak bola, megapolitan, tanah air, mancanegara, IPTEK, humaniora, dan selebritas. Berdasarkan *traffic* situsnya, Mediaindonesia.com menduduki peringkat 14.508 di dunia. Selama bulan Maret 2019, jumlah pengunjung situs ini sebanyak 2.714.565. Kurang lebih 95% pengunjung situsnya berasal dari Indonesia, dan di Indonesia sendiri Mediaindonesia.com duduk di peringkat 157. (Alexa.com)

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti situs media *online* Mediaindonesia.com khususnya pada rubrik Opini atau Editorial. Artikel-artikel yang akan penulis teliti berada pada periode awal pengumuman resmi Komisi Pemilihan Umum terhadap calon presiden yang maju pada pemilihan presiden 2019 hingga selesainya debat pertama calon presiden dan wakil presiden, yaitu dari tanggal 15 september 2018 hingga 22 januari 2019. Kemudian untuk memudahkan penulis mencari artikel yang berhubungan dengan penelitian yaitu pemilihan presiden, maka penulis menggunakan kata kunci #Pilpres2019 di situs media *online* Mediaindonesia.com.

1.2 Rumusan Masalah

Era reformasi menandakan berlakunya kebebasan pers. Undang-Undang nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Undang-Undang nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran menjadi legitimasi yuridis berakhirnya rezim negara (*state regime*) terhadap kehidupan media. Selanjutnya, urusan pengaturan media diserahkan kepada publik melalui pembentukan lembaga khusus seperti Dewan Pers dan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) (Syahputra, 2013:12).

Sebagai pers yang bebas, konten pemberitaan pun harus independen dan tidak memihak pada golongan atau instansi manapun. Dikutip dalam Syahputra (2013: 13), semakin media independen dengan semakin besar kebebasan yang dimiliki akan memberi kontribusi positif pada perubahan politik, mendukung transisi demokrasi dan meruntuhkan rezim yang otoriter. Neumann menjelaskan bahwa kebebasan media dan pers memang memegang peranan penting di Asia Tenggara, khususnya dalam proses liberalisasi politik yang berhubungan dengan munculnya pers yang lebih terbuka dan kritis (Neumann, 1998).

Namun, jika kita melihat media dan pers hari ini, merujuk pada kepemilikan media oleh para anggota partai maka muncul keraguan atas independensi dan objektivitas berita yang dihasilkan. Seperti contoh Ketua Umum Partai Nasdem, Surya Paloh yang juga memiliki beberapa perusahaan media seperti Metro TV dan situs media *online* Mediaindonesia.com, saat ini beliau masuk dalam daftar koalisi pemenang pemilihan presiden untuk calon presiden dengan nomor urut 1, Joko Widodo dan Ma'ruf Amin. Tentunya, media bekerja dan mengkonstruksi berita dengan caranya masing-masing karena dipengaruhi oleh kepentingan pemilik media. Konstruksi berita yang dilakukan media tersebut salah satunya adalah dengan melakukan pembingkaihan atau *framing*. Melalui keterlibatan ini, apakah media yang ia pimpin bersih dari keberpihakan dan subjektivitas konten sehingga dapat dipercaya sebagai rujukan media pemilu?

Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana konstruksi realitas politik pada situs berita *online* Mediaindonesia.com tanggal 15 september 2018 - 22 januari 2019 dengan #Pilpres2019?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

- 1.1 Mengetahui bagaimana konstruksi realitas politik pada situs berita *online* Mediaindonesia.com tanggal 15 september 2018 - 22 januari 2019 dengan #Pilpres2019

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Manfaat akademis dari penelitian ini adalah sebagai sumber pengetahuan mengenai *framing* yang dilakukan oleh situs media *online* Mediaindonesia.com dalam pemberitaannya menjelang pemilihan presiden 2019.
2. Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai gambaran bagaimana *framing* yang dilakukan oleh media, sehingga diharapkan dapat menjadi bahan rujukan pembelajaran bagi media ke depan untuk menjaga netralitas dan objektivitas dalam berita.
3. Manfaat sosial dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan pada masyarakat bagaimana konstruksi realitas sosial pada media dilakukan, sehingga ke depan masyarakat dapat memilih media yang sehat sebagai sumber berita sekaligus dapat mengasah kemampuan dalam mengkritisi pemberitaan media.

Daftar Pustaka

Buku

- Ashadi Siregar & I Made Suwarjana. 1995. *Bagaimana Mempertimbangkan Artikel Opini Untuk Media Massa*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius
- Boyd , Oliver -Barrett and Chris Newbold. 1995. *Approach to Media: A Reader* . New York: Arnold
- Bungin, Burhan. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif Komunikasi; Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Bungin, Burhan. 2013. *Sosiologi Komunikasi; Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Depdikbud. 2012. *Pedoman Umum EYD dan Dasar Umum Pembentukan Istilah*. Jogjakarta: Diva Press.
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Dinamika Komunikasi* .Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto, 2002. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKIS.
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-berita Politik*. Jakarta: Granit.
- Heryanto, Gun Gun dan Shulhan Rumar. 2013. *Komunikasi Politik Sebuah Pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Heryanto, Gun Gun. 2018. *Media Komunikasi Politik: Relasi Kuasa Media di Panggung Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2005. Jakarta: Balai Pustaka
- Kandampully, Jay and Dwi Suhartanto, 2000, Customer Loyalty in The Hotel Industry: the Role of Customer Satisfaction and Image, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 12 No.6, p. 346-351

- McQuail, Denis. 2000. *Mass Communication Theories*. Fourth Edition. London: Sage Publication.
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Morissan. 2014. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana. 2005. *Kajian Wacana: Teori, Metode, & Aplikasi Prinsip-prinsip Analisis Wacana*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Neumann, A. Lin. 1998. *Freedom Takes Hold: Asean Journalism in Transition*. New York: Committe to Protect Journalist.
- Nimmo, Dan. 2004. *Komunikasi Politik (Komunikator, Pesan dan Media)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, Eriyanto dan Frans Surdiasis. 1999. *Politik Media Mengemas Berita*. Yogyakarta: LKIS.
- Pawito. 2009. *Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
- Santana K, Septiawan. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Sastropoetro, Santoso. 1991. *Propaganda Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Schramm, Wilbur. 1975. *Responsibility in Mass Communication*. New York: Harper's Row Publisher Inc.
- Sobur, Alex. 2002. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis dan Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Soenarjo, Djoenasih. 1997. *Opini Publik*. Yogyakarta : Liberty
- Sudibyoy, Agus. 1999a. *Citra Bung Karno, Analisis Berita Pers Orde Baru*. Yogyakarta: Bigraf Publishing.
- Syahputra, Iswandi. 2013. *Rezim Media: Pergulatan Demokrasi, Jurnalisme dan Infotainment dalam Industri Televisi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Jurnal

- Flora, Elina. 2014. *Analisis Framing Berita Calon Presiden RI 2014-2019 pada Surat Kabar Kaltim Post dan Tribun Kaltim*. eJournal Ilmu Komunikasi, Vol.

2 No. 3. dalam [http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/08/jurnal%20elina%20flora%20ok%20\(08-27-14-03-33-14\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/08/jurnal%20elina%20flora%20ok%20(08-27-14-03-33-14).pdf)

Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Studi Pesan Politik Dalam Media Cetak Pada Masa Pemilu 1999*. Vol.8, No.1. dalam <http://hubsasia.ui.ac.id/old/index.php/hubsasia/article/view/130>

Heychael, Muhamad. 2014. *Independensi Televisi Menjelang Pemilu 2014: Ketika Media Jadi Corong Kepentingan Politik Pemilik*. dalam [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjngae6kPXiAhUSKa0KHVrJCWYQFjAAegQIBhAC&url=http%3A%2F%2Fwww.remotivi.or.id%2Fdownload%2Fresource%2Fd2dfab0d4075e775e3024c282654ceb8.pdf%2FIndependensi%2520Televisi%2520Menjelang%2520Pemilu%2520Presiden%25202014%2520\(Bagian%2520II\)&usg=AOvVaw2x8HLDunySUdcHo6gsidj](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjngae6kPXiAhUSKa0KHVrJCWYQFjAAegQIBhAC&url=http%3A%2F%2Fwww.remotivi.or.id%2Fdownload%2Fresource%2Fd2dfab0d4075e775e3024c282654ceb8.pdf%2FIndependensi%2520Televisi%2520Menjelang%2520Pemilu%2520Presiden%25202014%2520(Bagian%2520II)&usg=AOvVaw2x8HLDunySUdcHo6gsidj)

Meidika, Rezza. 2013. Analisis Isi Tajuk Rencana di Surat Kabar Harian Umum Pikiran Rakyat pada Bulan Mei Ditinjau dari Nilai Berita. Digital Library Unikom. dalam https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/619/jbptunikompp-gdl-rezzameidi-30937-9-unikom_r-1.pdf

Pan, Zhongdang dan Gerald M. Kosicki. 1993. *Framing Analysis: An Approach to News discourse*. Political Communication, Vol.10 No.1. dalam <http://dx.doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963>

Sapahuma, Nacota Yeshida. 2015. *Realitas Politik dalam Media Massa: Konstruksi Pemberitaan Media Massa Seputar 100 Hari Pemerintahan Jokowi-JK*. eJournal Undip, Vol.6 No.1. dalam <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/politika/article/view/9813/0>

Skripsi

Boby, Tridona. 2016. *Analisis Framing Pemberitaan Konflik Gubernur DKI Jakarta dan DPRD DKI Jakarta di Media Online: Analisis Framing pada Media Online Kompas.com dan Detik.com Periode 27 Februari- 10 Desember 2015*. eJournal Unila. dalam

<http://digilib.unila.ac.id/22539/20/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>

Gema, Mawardi, 2012. *Pembingkajian Berita Media Online : Analisis Framing Berita Mundurnya Surya Paloh dari Partai Golkar di mediaindonesia.com dan vivanews.com Tanggal 7 September 2011*. Fisip Universitas Indonesia. dalam <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20290965-S-Gema%20Mawardi.pdf>

Tesis

Meidika, Rezza. 2013. *Analisis isi Tajuk Rencana Di Surat Kabar Harian Umum Pikiran Rakyat Pada Bulan Mei Ditinjau Dari Nilai Berita*. Diploma Thesis, Universitas Komputer Indonesia. dalam https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/619/jbptunikompp-gdl-rezzameidi-30937-9-unikom_r-1.pdf

Sabjan, Badio. 2019. *Kajian Stilistika Novel Negeri 5 Menara, Ranah 3 Warna, dan Rantau 1 Muara Karya Ahmad Faudi*. S2 Thesis, Universitas Negeri Yogyakarta. dalam <http://eprints.uny.ac.id/9153/3/bab%202-08205244108.pdf>

Ratnanto, Nowo. 2010. *Kohesi Gramatikal dan Leksikal Editorial The Jakarta Post*. Masters Thesis, Universitas Sebelas Maret. dalam <https://eprints.uns.ac.id/8016/1/135920908201012231.pdf>

Website

Abdulsalam, Husein. 2018. *Prabowo Melupakan Pelanggaran HAM Berat Timor Timur*. dalam <https://tirto.id/prabowo-melupakan-pelanggaran-ham-berat-timor-timur-dcMU>, diakses pada tanggal 30 Juli 2019

Ariyanti, Hari. 2019. *Dapat Banyak Kritikan, KPU Ubah Format dan Mekanisme Debat Capres Cawapres*. dalam <https://www.merdeka.com/politik/dapat-banyak-kritikan-kpu-ubah-format-dan-mekanisme-debat-capres-cawapres.html>, diakses pada tanggal 31 Juli 2019

Bataone. *Interjeksi*. dalam <http://www.indonesia.co.jp/bataone/ruangbahasa22.html> diakses pada tanggal 18 September 2019

- BBC Indonesia. 2018. *Cek Fakta Seputar Pernyataan Prabowo bahwa Indonesia Bubar pada 2030*. dalam <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-43490128>, diakses pada tanggal 30 Juli 2019
- Detik, Tim. 2019. *Prabowo-Sandi Setor Perubahan Visi-Misi Ke KPU: Tagline-nya Indonesia Menang*. dalam <https://news.detik.com/berita/d-4379257/prabowo-sandi-setor-perubahan-visi-misi-ke-kpu-tagline-nya-indonesia-menang> diakses pada tanggal 13 Agustus 2019.
- Carina, Jessi. 2019. *Membaca Gaya Prabowo dalam Pidato Kebangsaan*. dalam <https://nasional.kompas.com/read/2019/01/16/07124131/membaca-gaya-prabowo-dalam-pidato-kebangsaan> diakses pada tanggal 08 Agustus 2019.
- CNN Indonesia. 2019. *KontraS: Jokowi dan Prabowo Adalah Pelanggar HAM*. dalam <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190104174029-12-358570/kontras-jokowi-dan-prabowo-adalah-pelanggar-ham> diakses pada tanggal 08 Agustus 2019
- CNN Indonesia. 2018. *Palagan Narasi Optimisme Jokowi vs Pesimisme Prabowo*. dalam <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20181228130027-32-357036/palagan-narasi-optimisme-jokowi-vs-pesimisme-prabowo> diakses pada tanggal 08 Agustus 2019.
- Faqih, Fikri. 2019. *Pidato Kebangsaan Prabowo Dinilai Berisi Keluhan, Sinisme dan Pesimisme*. dalam <https://www.merdeka.com/politik/pidato-kebangsaan-prabowo-dinilai-berisi-keluhan-sinisme-pesimisme.html> diakses pada tanggal 14 Agustus 2019.
- Hatta, Raden Trimutia. 2019. *Alasan KPU Berikan Kisi-Kisi Soal Sebelum Debat Pilpres Berlangsung*. dalam <https://www.liputan6.com/pilpres/read/3864271/alasan-kpu-berikan-kisi-kisi-soal-sebelum-debat-pilpres-berlangsung> diakses pada tanggal 31 Juli 2019
- Ibrahim, Maulana Gibran. 2018. *Kontroversi Data Prabowo 99 Persen Rakyat Hidup Pas-Pasan*. dalam <https://news.detik.com/berita/d-4268303/kontroversi-data-prabowo-99-persen-rakyat-hidup-pas-pasan>, diakses pada tanggal 14 Agustus 2019.

- Ira. 2019. *Evaluasi Tahunan: KPI Minta METRO TV Utamakan Independensi dan Keberimbangan*. dalam <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34916-evaluasi-tahunan-kpi-minta-metro-tv-utamakan-independensi-dan-keberimbangan?start=18> diakses pada tanggal 29 Januari 2019
- Ismail, Taufik. 2019. *Dituduh Anti-Islam dan Ulama, Jokowi: Saya yang Tanda Tangan Hari Santri*. dalam <https://www.tribunnews.com/pilpres-2019/2019/03/10/dituduh-anti-islam-dan-ulama-jokowi-saya-yang-tanda-tangan-hari-santri>, dikutip pada tanggal 27 Agustus 2019)
- Kristiadi, J. 2018. *Indonesia Gagah*. dalam <https://kompas.id/baca/opini/2018/12/27/indonesia-gagah/>, dikutip pada tanggal 26 Agustus 2019.
- Liputan6. 2018. *Timses Prabowo: Kotak Suara Kardus Buat Kredibilitas Pemilu Diragukan*. dalam <https://www.liputan6.com/pileg/read/3815392/timses-prabowo-kotak-suara-kardus-buat-kredibilitas-pemilu-diragukan>, diakses 30 Juli 2019
- Malau, Srihandriatmo. 2018. *Korupsi Seperti Kanker Stadium 4, Peneliti: Kontradiksi Pernyataan Prabowo dengan Fakta*. dalam <https://www.tribunnews.com/pilpres-2019/2018/11/30/korupsi-seperti-kanker-stadium-4-peneliti-kontradiksi-pernyataan-prabowo-dengan-fakta>, dikutip pada tanggal 15 Agustus 2019.
- Media Indonesia. 2018. *Politikus Sontoloyo*. dalam https://mediaindonesia.com/editorials/detail_editorials/1516-politikus-sontoloyo, dikutip pada tanggal 14 Oktober 2019.
- Media Indonesia. 2018. *Politik Genderuwo*. dalam https://mediaindonesia.com/editorials/detail_editorials/1530-politik-genderuwo, dikutip pada tanggal 14 Oktober 2019.
- Media Indonesia. 2018. *Mencegah Matinya Rasionalitas*. dalam https://mediaindonesia.com/editorials/detail_editorials/1532-mencegah-matinya-rasionalitas, dikutip pada tanggal 14 Oktober 2019.
- Media Indonesia. 2018. *Sebatas Sensasi*. dalam https://mediaindonesia.com/editorials/detail_editorials/1544-sebatas-sensasi, dikutip pada tanggal 14 Oktober 2019.

- Media Indonesia. 2018. *Politisasi Korupsi*. dalam https://m.mediaindonesia.com/editorials/detail_editorials/1550-politisasi-korupsi, dikutip pada tanggal 14 Oktober 2019.
- Media Indonesia. 2018. *Kampanye Pemilu Bukan Sinetron*. dalam https://mediaindonesia.com/editorials/detail_editorials/1560-kampanye-pemilu-bukan-sinetron, dikutip pada tanggal 14 Oktober 2019.
- Media Indonesia. 2018. *Khayalan Sesat Indonesia Punah*. dalam https://mediaindonesia.com/editorials/detail_editorials/1563-khayalan-sesat-indonesia-punah, dikutip pada tanggal 15 Oktober 2019.
- Media Indonesia. 2018. *Paradoks Antiulama*. dalam https://mediaindonesia.com/editorials/detail_editorials/1565-paradoks-antiulama, dikutip pada tanggal 15 Oktober 2019.
- Media Indonesia. 2018. *Menolak Kampanye Kebohongan*. dalam https://mediaindonesia.com/editorials/detail_editorials/1571-menolak-kampanye-kebohongan, dikutip pada tanggal 15 Oktober 2019.
- Media Indonesia. 2018. *Menjaga Indonesia*. dalam https://mediaindonesia.com/editorials/detail_editorials/1573-menjaga-indonesia, dikutip pada tanggal 15 Oktober 2019.
- Media Indonesia. 2019. *Teroris Demokrasi*. dalam https://mediaindonesia.com/editorials/detail_editorials/1577-teroris-demokrasi, dikutip pada tanggal 15 Oktober 2019.
- Media Indonesia. 2019. *Kemurnian Surat Suara*. dalam https://mediaindonesia.com/editorials/detail_editorials/1579-kemurnian-surat-suara, dikutip pada tanggal 15 Oktober 2019.
- Media Indonesia. 2019. *Senyum di Rapat Teriak di Luar*. dalam https://mediaindonesia.com/editorials/detail_editorials/1580-senyum-di-rapat-teriak-di-luar, dikutip pada tanggal 15 Oktober 2019.
- Media Indonesia. 2019. *Revisi Visi Antidemokrasi*. dalam https://mediaindonesia.com/editorials/detail_editorials/1584-revisi-visi-antidemokrasi, dikutip pada tanggal 15 Oktober 2019.

- Media Indonesia. 2019. *Debat Beradab*. dalam https://mediaindonesia.com/editorials/detail_editorials/1585-debat-beradab, dikutip pada tanggal 15 Oktober 2019.
- Media Indonesia. 2019. *Pemanasan Menuju Debat Panas*. dalam https://mediaindonesia.com/editorials/detail_editorials/1587-pemanasan-menuju-debat-panas, dikutip pada tanggal 15 Oktober 2019.
- Media Indonesia. 2019. *Menimbang Rekam Jejak*. dalam https://mediaindonesia.com/editorials/detail_editorials/1588-menimbang-rekam-jejak, dikutip pada tanggal 15 Oktober 2019.
- Media Indonesia. 2019. *Bijak Menilai Debat*. dalam https://mediaindonesia.com/editorials/detail_editorials/1589-bijak-menilai-debat, dikutip pada tanggal 15 Oktober 2019.
- Media Indonesia. 2019. *Ketidakpastian Debat*. dalam https://mediaindonesia.com/editorials/detail_editorials/1592-ketidakpastian-debat, dikutip pada tanggal 15 Oktober 2019.
- Nurita, Dewi. 2019. *5 Fakta dan Kronologis Hoax 7 Kontainer Surat Suara Dicoblos*. dalam <https://nasional.tempo.co/read/1161417/5-fakta-dan-kronologis-hoax-7-kontainer-surat-suara-dicoblos>, diakses 30 Juli 2019
- Pendidikan, Guru. 2019. *Konjungsi: 20 Contohnya, Pengertian, dan Macamnya*. dalam <https://www.gurupendidikan.co.id/konjungsi/>, dikutip pada tanggal 30 September 2019.
- Prasetya, Andhika. 2018. *Bicara Genderuwo-Sontoloyo, Diksi Jokowi Dinilai Bermasalah*. dalam <https://news.detik.com/berita/d-4297705/bicara-genderuwo-sontoloyo-diksi-jokowi-dinilai-bermasalah>, dikutip pada tanggal 29 September 2019.
- Raharjo, Dwi Bowo. 2019. *Pengamat Sebut Kisi-Kisi Pertanyaan Debat Capres Untungkan Jokowi-Ma'ruf*. dalam <https://www.suara.com/news/2019/01/07/125448/pengamat-sebut-kisi-kisi-pertanyaan-debat-capres-untungkan-jokowi-maaruf>, diakses pada tanggal 31 Juli 2019.

- Riana, Friski. 2018. *Jokowi Sebut Politik Genderuwo, JK: Itu Kampanye Negatif*. dalam <https://nasional.tempo.co/read/1145935/jokowi-sebut-politik-genderuwo-jk-itu-kampanye-negatif>, dikutip pada tanggal 30 September 2019.
- Susanto, Hadi. 2015. *Kohesi dan Koherensi dalam Wacana*. dalam <https://bagawanabiyasa.wordpress.com/2015/12/25/kohesi-dan-koherensi-dalam-wacana/>, dikutip pada tanggal 17 Agustus 2019
- Thaniago, Roy. 2019. *Peran Media Dalam Politik Omong Kosong: Studi Atas Headline Lima Surat Kabar*. dalam <http://www.remotivi.or.id/amatan/519/Peran-Media-dalam-Politik-Omong-Kosong:-Studi-Atas-Headline-Lima-Surat-Kabar> diakses pada tanggal 20 Juni 2019
- Tempo, 2014. *7 Media Ini Dituding Berpihak dan Tendensius*. dalam <https://nasional.tempo.co/read/565574/7-media-ini-dituding-berpihak-dan-tendensius> diakses pada tanggal 17 Maret 2019.
- Zhacky, Mochamad. 2018. *Prabowo ke Kader Gerindra: Kalau Kita Kalah, Negara Ini Bisa Punah!*. dalam <https://news.detik.com/berita/d-4347717/prabowo-ke-kader-gerindra-kalau-kita-kalah-negara-ini-bisa-punah>, diakses 30 Juli 2019

