

Analisis Framing Pemberitaan Media Kompas.com, Tempo.co.id, dan Republika.co.id terhadap Kinerja Setelah 100 Hari Kebijakan Presiden Prabowo Subianto

Diah Puspita Sari¹, Sumartono²

^{1,2}Universitas Esa Unggul, Indonesia

*diaaahps23@gmail.com

Abstract

The expansion of online media in Indonesia has made digital news a primary source of political information while positioning newsrooms as actors that construct reality through issue selection, emphasis, and narrative style. During the first 100 days of President Prabowo Subianto's administration a period often used to assess early legitimacy, leadership image, and policy direction media coverage can shape public evaluations of government performance. This study aims to examine how Kompas.com, Tempo.co.id, and Republika.co.id frame government policy coverage in the first 100 days and to identify differences in their constructions. Using a constructivist qualitative approach, the study applies Pan and Kosicki's framing analysis (syntactic, script, thematic, and rhetorical structures). Data consist of policy-related online news texts published from 20 October 2024 to 20 January 2025, collected through documentation, selected purposively, and analyzed to trace actor placement, 5W+1H storylines, dominant themes, diction, quotations, and visual cues. The findings show that all three outlets generally build a positive narrative toward major agendas (e.g., the Free Nutritious Meals program) but stress different angles: Kompas.com uses an administrative-procedural frame focusing on mechanisms, budgeting readiness, and implementation challenges; Tempo.co.id emphasizes a strategic-technocratic frame highlighting measurable targets, legality, and inter-agency coordination; and Republika.co.id foregrounds a human-centered frame prioritizing direct social impact and welfare values. Rhetorically, Kompas is more formal-informative, Tempo more critical, and Republika more emotive. These variations contribute to fragmented public perceptions: success appears strongest in local social impact, while national strategy and administrative performance are portrayed as partial.

Keywords: Media Framing, Online Media, 100 Days of Policy

Abstrak

Perkembangan media online di Indonesia menjadikan portal berita daring sebagai sumber utama informasi politik sekaligus aktor yang membentuk realitas melalui pemilihan isu, penonjolan aspek tertentu, serta strategi penyajian berita. Pada 100 hari pertama pemerintahan Presiden Prabowo Subianto fase yang kerap dijadikan tolok ukur awal legitimasi, citra kepemimpinan, dan arah kebijakan narasi media berpotensi memengaruhi penilaian publik atas kinerja pemerintah. Penelitian ini bertujuan menganalisis framing pemberitaan Kompas.com, Tempo.co.id, dan Republika.co.id terhadap kebijakan pemerintah pada 100 hari pertama, sekaligus mengidentifikasi perbedaan konstruksi wacana antar media. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif berparadigma konstruktivisme dengan metode analisis framing model Pan dan Kosicki (struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik). Data berupa teks berita kebijakan pada periode 20 Oktober 2024–20 Januari 2025 yang dikumpulkan melalui dokumentasi, diseleksi secara purposive, dan dianalisis untuk melihat penempatan aktor, alur 5W+1H, tema dominan, pilihan diksi, kutipan, serta elemen visual. Hasil menunjukkan ketiga

media cenderung membangun narasi positif terhadap agenda kebijakan (misalnya Program Makan Bergizi Gratis), namun menampilkan fokus yang berbeda: Kompas.com membingkai isu secara administratif-prosedural (mekanisme, kesiapan anggaran, dan tantangan implementasi), Tempo.co.id menekankan framing strategis teknokratis (target terukur, legalitas, dan koordinasi antarlembaga), sedangkan Republika.co.id menonjolkan framing humanis-sentris (dampak langsung bagi penerima manfaat dan nilai kesejahteraan). Pada level retorik, Kompas lebih formal-informatif, Tempo lebih persuasif-kritis, dan Republika lebih emosional. Perbedaan framing ini memunculkan fragmentasi persepsi publik: keberhasilan tampak kuat pada dampak sosial lokal, namun masih parsial pada perencanaan administrasi dan strategi nasional.

Kata kunci: Framing Media, Media Online, 100 Hari Kebijakan

Pendahuluan

Perkembangan media online di Indonesia telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam pola konsumsi informasi masyarakat. Kehadiran media daring tidak hanya menggeser peran media cetak dan elektronik konvensional, tetapi juga mengubah cara publik memperoleh, memproses, dan menafsirkan informasi. Media online kini menjadi sumber utama informasi publik karena kemampuannya menyajikan berita secara cepat, aktual, dan berkelanjutan, serta kemudahan akses lintas platform yang memungkinkan masyarakat memperoleh informasi kapan saja dan di mana saja. Selain itu, karakteristik media online yang bersifat real time, interaktif, dan tidak dibatasi oleh ruang dan waktu menjadikannya sebagai medium yang sangat berpengaruh dalam membentuk arus informasi publik, termasuk dalam ranah politik (Arifin, 2013).

Dalam konteks komunikasi politik, peran media mengalami pergeseran yang cukup mendasar. Media tidak lagi dapat dipahami semata-mata sebagai saluran penyampai informasi yang netral dan pasif, melainkan sebagai aktor sosial dan politik yang memiliki kepentingan, ideologi, serta kekuasaan simbolik dalam membentuk realitas sosial. Media secara aktif mengonstruksi realitas politik melalui berbagai praktik jurnalistik, seperti proses seleksi isu yang dianggap penting atau relevan, penentuan sudut pandang pemberitaan, penonjolan aktor dan aspek tertentu, serta penggunaan bahasa, diksi, dan narasi yang memengaruhi cara publik memahami peristiwa politik. Dengan demikian, apa yang disajikan media kepada publik bukanlah cerminan realitas yang sepenuhnya objektif, melainkan realitas yang telah melalui proses konstruksi dan penafsiran tertentu (McQuail, 2010).

Kondisi tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara prinsip ideal jurnalisme yang menekankan objektivitas, independensi, dan netralitas dengan praktik pemberitaan di lapangan. Dalam realitasnya, media kerap membingkai peristiwa politik sesuai dengan kepentingan institusional, orientasi ideologis, serta kebijakan editorial masing-masing. Kepentingan ekonomi, afiliasi politik, dan segmentasi audiens turut memengaruhi bagaimana suatu peristiwa politik diberitakan. Akibatnya, satu peristiwa yang sama dapat disajikan secara berbeda oleh media yang berbeda, baik dari segi penekanan isu, pemilihan narasumber, maupun evaluasi terhadap aktor politik yang terlibat.

Fenomena ini tampak jelas dalam pemberitaan mengenai kebijakan pemerintah, terutama pada masa awal pemerintahan yang sarat dengan dinamika politik, ekspektasi publik, serta upaya pembentukan legitimasi kekuasaan. Masa 100 hari pertama pemerintahan presiden merupakan periode yang bersifat simbolik sekaligus strategis, karena sering dijadikan tolok ukur awal untuk menilai arah kebijakan, prioritas program, serta kapasitas kepemimpinan pemerintahan baru. Penilaian terhadap 100 hari pertama ini tidak hanya dilakukan oleh masyarakat umum, tetapi juga oleh elite politik, kelompok kepentingan, dan media massa sebagai aktor penting dalam arena politik. Oleh karena itu, periode ini menjadi ruang yang sangat intens bagi media untuk membangun narasi, melakukan evaluasi, serta membentuk citra pemerintahan yang sedang berjalan (Kamarck, 2021).

Pada fase tersebut, media memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk persepsi, opini, dan sikap publik terhadap legitimasi, kredibilitas, serta citra kepemimpinan presiden. Melalui pemberitaan yang disajikan secara berulang dan konsisten, media dapat memperkuat kesan keberhasilan atau sebaliknya menonjolkan kelemahan dan kontroversi kebijakan pemerintah. Perbedaan cara media membingkai kebijakan dan kinerja pemerintah dalam periode 100 hari pertama ini berpotensi besar memengaruhi cara masyarakat memahami, menafsirkan, dan menilai kebijakan pemerintah, apakah dipersepsikan secara positif, kritis, atau bahkan negatif. Oleh karena itu, persoalan framing media dalam pemberitaan kebijakan pemerintah menjadi kajian yang relevan dan penting dalam ilmu komunikasi, khususnya dalam studi framing media. Framing menunjukkan bagaimana media tidak hanya memilih isu tertentu untuk diberitakan, tetapi juga menonjolkan aspek-aspek tertentu dari suatu peristiwa, sekaligus mengabaikan atau meminimalkan aspek lainnya. Proses ini membentuk makna tertentu di benak khalayak dan berperan dalam konstruksi realitas sosial, sehingga memengaruhi cara publik memahami dunia politik di sekitarnya (Entman, 1993).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan pada analisis framing pemberitaan mengenai 100 hari kebijakan Presiden Prabowo Subianto pada media online nasional, khususnya Kompas.com, Tempo.co.id, dan Republika.co.id. Pemilihan ketiga media tersebut didasarkan pada karakteristik dan posisi masing-masing sebagai media arus utama dengan latar belakang ideologis, gaya jurnalistik, serta segmentasi pembaca yang berbeda. Rumusan masalah penelitian ini mencakup bagaimana framing pemberitaan yang dilakukan oleh masing-masing media terhadap kebijakan Presiden Prabowo Subianto pada 100 hari pertama pemerintahannya, serta apa saja perbedaan framing yang ditampilkan oleh ketiga media tersebut dalam mengonstruksi realitas politik dan kebijakan publik.

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis secara mendalam framing pemberitaan media online Kompas.com, Tempo.co.id, dan Republika.co.id terhadap 100 hari kebijakan Presiden Prabowo Subianto. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi perbedaan framing yang digunakan oleh masing-masing media dalam membentuk realitas

pemberitaan kebijakan pada masa awal pemerintahan. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran media online dalam proses konstruksi realitas politik di Indonesia, khususnya dalam konteks pemberitaan kebijakan pemerintah pada periode awal kekuasaan. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan pada analisis framing.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme, yang memandang realitas sosial dan politik sebagai hasil konstruksi makna melalui bahasa dan simbol, termasuk dalam teks media. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak bertujuan mengukur frekuensi atau kuantitas pemberitaan, melainkan memahami secara mendalam bagaimana media online membingkai kebijakan pemerintah dalam pemberitaan. Metode yang digunakan adalah analisis framing dengan model Pan dan Kosicki, yang menekankan analisis pada struktur wacana berita, meliputi struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.

Data penelitian berupa teks berita daring yang memuat pemberitaan mengenai kebijakan pemerintah pada 100 hari pertama pemerintahan Presiden Prabowo Subianto. Sumber data diambil dari tiga media online nasional, yaitu Kompas.com, Tempo.co, dan Republika.co.id, yang dipilih karena memiliki karakteristik redaksional dan orientasi pemberitaan yang berbeda. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, dengan cara menelusuri, mengumpulkan, dan menyimpan artikel berita dari situs resmi masing-masing media. Pemilihan sampel dilakukan secara purposive sampling, yakni dengan menetapkan kriteria tertentu agar berita yang dianalisis relevan dengan fokus penelitian. Periode pengambilan data dibatasi pada rentang 20 Oktober 2024 hingga 20 Januari 2025, yang merepresentasikan fase awal pemerintahan.

Analisis data dilakukan dengan membaca teks berita secara mendalam untuk mengidentifikasi pola framing pada setiap media. Setiap berita dianalisis berdasarkan empat elemen framing Pan dan Kosicki, yaitu cara media menyusun judul dan lead (sintaksis), alur penyampaian informasi (skrip), penekanan tema utama (tematik), serta penggunaan diksi, kutipan, dan gaya bahasa (retorik). Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, dengan membandingkan framing antar media, serta validasi teori dengan merujuk secara konsisten pada kerangka analisis framing yang digunakan. Melalui metode ini, penelitian berupaya mengungkap bagaimana media online mengonstruksi realitas kebijakan pemerintah dan membentuk persepsi publik pada masa awal kepemimpinan presiden.

A. Sumber Data

Data primer dalam penelitian ini berupa teks berita daring yang memuat pemberitaan mengenai kebijakan 100 hari pemerintahan Presiden Prabowo Subianto. Berita diambil dari tiga media online nasional yaitu Kompas.com, Tempo.co, dan Republika.co.id. Ketiga media ini dipilih karena memiliki karakteristik pemberitaan yang berbeda, Kompas.com dikenal dengan gaya moderat dan faktual, Tempo.co bersifat investigatif dan kritis, sementara Republika.co.id sering mengangkat sudut pandang keagamaan dan nilai - nilai konservatif. Perbedaan ini penting untuk dianalisis dalam konteks framing karena memungkinkan peneliti melihat bagaimana satu isu yang sama dibingkai secara berbeda oleh masing- masing media (Lukman, 2017) Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku-buku, jurnal ilmiah, skripsi sebelumnya, dan referensi lainnya yang relevan dengan teori framing, model Pan dan Kosicki, serta studi-studi tentang pemberitaan media dan komunikasi politik.

B. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini dijamin melalui penerapan triangulasi sumber, validasi teori, serta dokumentasi data yang sistematis. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan isi pemberitaan dari tiga media online nasional, yaitu Kompas.com, Tempo.co, dan Republika.co.id, yang memiliki karakteristik redaksional berbeda. Langkah ini bertujuan untuk mengidentifikasi keberagaman framing serta meminimalkan potensi bias atau subjektivitas yang dapat muncul apabila analisis hanya bergantung pada satu sumber media. Dengan membandingkan konstruksi berita antar media, penelitian ini memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai cara kebijakan pemerintah dibingkai dalam pemberitaan.

Keabsahan data juga diperkuat melalui penyusunan tabel dokumentasi data yang memuat 114 judul berita terkait kebijakan pada 100 hari pertama pemerintahan Presiden Prabowo Subianto. Setiap berita dicatat secara sistematis, mencakup informasi media, tanggal publikasi, dan topik kebijakan. Dokumentasi ini berfungsi sebagai audit trail, yang memastikan proses pengumpulan dan pemilihan data dapat ditelusuri kembali secara transparan dan konsisten. Dengan demikian, setiap keputusan dalam analisis framing dapat dipertanggungjawabkan karena didasarkan pada data yang terdokumentasi secara jelas, bukan pada pemilihan berita secara subjektif.

Selain itu, validitas data diperkuat dengan penggunaan kerangka teori framing model Pan dan Kosicki secara konsisten sebagai landasan analisis. Setiap temuan dianalisis berdasarkan elemen sintaksis, skrip, tematik, dan retorik, serta dibandingkan dengan hasil penelitian terdahulu yang relevan untuk melihat kesesuaian pola framing dan memperkuat interpretasi data. Untuk menjaga ketepatan dan kedalaman analisis, peneliti juga melakukan diskusi akademik secara berkala sebagai bentuk refleksi kritis terhadap proses analisis. Mengacu pada Sugiyono (2019), uji keabsahan dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada pengujian statistik, melainkan pada konsistensi logika berpikir, kedalaman

interpretasi, serta keterkaitan yang koheren antara data, teori, dan kesimpulan penelitian.

Berikut adalah 6 contoh data artikel berita yang telah disusun dalam bentuk tabel:

NO	Media	Judul Berita	Link/URL
1	Kompas.com	Prabowo: Akhir 2025, Semua Anak Indonesia Dapat Makan Bergizi Gratis	https://nasional.kompas.com/read/2025/01/20/15031931/prabowo-akhir-2025-semua-anak-indonesia-dapat-makan-bergizi-gratis?page=all
2	Tempo.co.id	Prabowo Targetkan Seluruh Anak Dapat Akses Makan Bergizi Gratis pada Akhir 2025	https://www.tempo.co/politik/prabowo-targetkan-seluruh-anak-dapat-akses-makan-bergizi-gratis-pada-akhir-2025-1196440?utm_source=chatgpt.com
3	Republika.co.id	Prabowo Minta Maaf, Belum Semua Anak Terima Makan Bergizi Gratis	https://news.republika.co.id/berita/sqdjol377/prabowo-minta-maaf-belum-semua-anak-terima-makan-bergizi-gratis?

Berikut adalah contoh gambar data artikel berita Kompas.com, Tempo.co, dan Republika.co.id:



Gambar 1. Headline pada Kompas.com mengenai Makan Bergizi Gratis.



Gambar 2. Headline pada media Tempo.co,id mengenai Makan Bergizi Gratis.



Gambar 3. Headline pada Media Republika.co.id mengenai Makan Bergizi Gratis

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan analisis terhadap tiga media (Kompas.com, Tempo.co, dan Republika.co.id) mengenai kebijakan Program Makan Bergizi Gratis (MBG) Presiden

Prabowo Subianto, ditemukan tipologi framing sebagai berikut: (1) Kompas.com (Framing Administratif-Prosedural): Menekankan pada mekanisme, alur program, dan tantangan implementasi. Media ini membingkai MBG sebagai kebijakan sosial strategis yang memerlukan dukungan lintas sektor dan kesiapan anggaran. (2) Tempo.co (Framing Strategis-Teknokratis): Menonjolkan ambisi pemerintah, target nasional yang terukur, dan koordinasi antar-kementerian. Tempo memosisikan program ini sebagai investasi jangka panjang untuk ketahanan nasional dan kualitas SDM. (3) Republika.co.id (Framing Humanis-Sentris): Fokus pada dampak langsung bagi penerima manfaat (anak-anak). Narasi yang dibangun lebih emosional, menekankan pada aspek inklusivitas, kesejahteraan sosial, dan realisasi nyata di tingkat lokal (sekolah dan desa).

A. Struktur Sintaksis dan Skrip (5W+1H)

Ketiga media menempatkan Presiden Prabowo Subianto sebagai aktor utama (Who) dengan target waktu akhir 2025 (When). Namun, terdapat perbedaan tajam pada aspek How dan Where:

1. Kompas.com berfokus pada detail operasional dan alokasi anggaran secara nasional.
2. Tempo.co lebih menyoroti aspek legalitas dan koordinasi makro antar-lembaga negara.
3. Republika.co.id menarik isu ini ke ranah mikro, yakni keterlibatan masyarakat dan kondisi riil anak-anak di lapangan.

B. Struktur Tematik

Secara tematik, terdapat konsensus bahwa MBG bukan sekadar janji politik, melainkan kewajiban negara.

1. Kompas menggunakan alur logis-sistematis untuk menjelaskan hambatan teknis.
2. Tempo membangun narasi optimisme pembangunan generasi muda.
3. Republika menghubungkan program dengan nilai-nilai sosial dan moral melalui pendekatan yang lebih humanis.

C. Struktur Retoris

Perbedaan paling mencolok terlihat pada pilihan diksi dan visual:

1. Diksi: Kompas menggunakan bahasa formal-informatif; Tempo menggunakan kata-kata persuasif seperti "langkah strategis"; sedangkan Republika menggunakan kata bermuatan emosional seperti "anak-anak sehat".
2. Visual: Kompas dan Tempo cenderung menampilkan foto resmi Presiden atau infografis data, sementara Republika lebih banyak menampilkan interaksi langsung dengan anak-anak penerima manfaat untuk memperkuat kesan keberhasilan program secara nyata.

Framing media terhadap 100 hari pertama pemerintahan Prabowo Subianto dalam isu MBG cenderung positif dan mendukung, namun dengan sudut pandang

berbeda. Media tidak menampilkan konflik, melainkan mengonstruksi narasi bahwa meskipun program ini ambisius dan memiliki tantangan distribusi, terdapat komitmen politik yang kuat dari pemerintah untuk mewujudkannya secara bertahap demi masa depan generasi bangsa.

Kesimpulan

Analisis framing terhadap Kompas.com, Tempo.co, dan Republika.co.id menunjukkan bahwa persepsi publik mengenai kinerja Presiden Prabowo Subianto dalam Program Makan Bergizi Gratis (MBG) terfragmentasi berdasarkan fokus media: Keberhasilan Administratif (Kompas.com): Kinerja Presiden dinilai berhasil dalam ranah perencanaan dan struktur birokrasi, namun implementasi lapangan belum terekspos secara menyeluruh. Keberhasilan Strategis (Tempo.co): Presiden dipandang berhasil dalam menetapkan arah kebijakan makro dan koordinasi antar-lembaga, meski aspek distribusi dan anggaran masih dinilai berhasil secara parsial. Keberhasilan Implementasi Sosial (Republika.co.id): Kinerja Presiden terlihat nyata melalui dampak sosial langsung dan interaksi di lapangan, meskipun cakupan strategi jangka panjang kurang ditekankan.

Secara kolektif, media membangun narasi bahwa pemerintah telah menunjukkan komitmen dan niat politik yang kuat. Namun, keberhasilan yang dicapai masih bersifat sektoral: berhasil penuh pada aspek dampak sosial lokal, namun berhasil parsial pada strategi nasional dan administrasi. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa keberhasilan menyeluruh yang mengintegrasikan perencanaan, implementasi nasional, dan dampak luas belum sepenuhnya tercapai dalam 100 hari pertama.

Daftar Pustaka

- Adhyasta A, D. (2025). *100 hari Prabowo diwarnai kepuasan 80,9 persen rakyat: Begini reaksi parlemen.*
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- Eriyanto. (2012). *Analisis framing: Konstruksi, ideologi, dan politik media.* Yogyakarta: LKiS.
- Firmansyah. (2025). *100 hari Prabowo yang tidak meyakinkan.* Jakarta: Tempo.
- Hartati, H. (2024). Penggunaan gaya bahasa pada media berita online Kompas. *Jurnal Ilmiah.*
- Holis, N. (2015). Diksi dan gaya bahasa dalam rubrik Catatan Pinggir Majalah Tempo: Tinjauan semantik.
- Insani, A. Z. (2023). Analisis framing pemberitaan media online CNBC Indonesia.com dan Kompas.com mengenai dampak lingkungan pemindahan ibu kota negara. *Journal of Social Science Research*, 3(4), 2981–2993. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/3806>
- Kamarck, E. (2021). The first 100 days: When did we start caring about them and why do they matter? *Commentary.*
- Khairunikmah. (2025). *100 hari pemerintahan: Prabowo Subianto presiden pertama*

- menuai demo mahasiswa. Jakarta: Tempo.
- Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Lestari, R. D. (2017). Quality news dan popular news sebagai tren. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 83–94. <https://web.stanford.edu/class/comm1a/readings/krippendorff-ch1and4.pdf>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Munna, M. (2023). Kualitas bahasa jurnalistik pada media daring: Analisis penggunaan bahasa jurnalistik pada berita Republika.co.id.
- Pupung, A. (2013). Persaingan tujuh portal berita online Indonesia berdasarkan analisis uses and gratifications. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- S. Ant, A. C. (2020). *Teori agenda setting dan framing dalam media relations*. Malang: Binus University.
- Sasongko, A. (2025). *Catatan 100 hari kerja pemerintahan Prabowo–Gibran*. Jakarta: Republika.co.id.
- Shaw, D. L., & McCombs, M. E. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://www.jstor.org/stable/2747787>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprobo, T., & Sari, R. S. (2014). Analisis framing media online dalam pemberitaan profil dan kebijakan Menteri Susi Pudjiastuti. *Communication*.
- Yanas, R. (2019). Analisis framing pemberitaan debat kandidat calon presiden tahun 2019 di Harian Padang Ekspres. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*.