

## ANALISIS FRAMING BERITA COVID-19 DI MEDIA ONLINE NEWS

Muharram Fahri<sup>1</sup>, Eceh Trisna Ayuh<sup>2</sup>,  
Universtias Muhammadiyah Bengkulu<sup>1,2</sup>  
[muharram@gmail.com](mailto:muharram@gmail.com)<sup>1</sup>

### ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk melihat bagaimana media melakukan framing terhadap berita Covid-19 di media online Okezone.com dan Tribunnews.com. Penelitian ini menggunakan metode analisis framing model Robert N. Etman dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan melihat dan mengamati berita Covid-19 di media online Okezone.com dan Tribunnews.com. Hasil penelitian secara keseluruhan berdasarkan model analisis framing model Robert N. Etman dengan 4 aspek, yaitu *Define Problem, Diagnosis Causes, Make Moral Judgement, Treatment Recommendation*, menyatakan bahwa penonjolan isu artikel berita terkait Covid-19 di Okezone.com membahas dampak Covid-19 di beberapa sektor. Sedangkan Tribunnews.com memberikan update informasi perkembangan kasus Covid-19. Tribunnews.com juga menonjolkan isu antisipasi yang dilakukan pemerintah terkait penanganan Covid-19 menjelang Natal dan Tahun baru. Simpulan penelitian bahwa berita Okezone.com lebih menekankan isu artikel kepada dampak Covid-19 dalam berbagai hal seperti dakwah, perayaan hari-hari tertentu, kasus yang terjadi di masyarakat, dan juga fokus pada dampak pada sektor pendidikan dan ekonomi dan Tribunnews.com lebih kepada *update* perkembangan kasus Covid-19, mulai dari jumlah kasus terbaru, jumlah kasus positif, meninggal dan juga yang sembuh.

**Kata Kunci:** Analisis Framing, Covid-19, Pemberitaan,

### ABSTRACT

*The aim of this research is to see how the media framing news about Covid-19 in the online media Okezone.com and Tribunnews.com. This study uses the Robert N. Etman framing analysis method with a descriptive qualitative approach. Data collection techniques by viewing and observing Covid-19 news in the online media Okezone.com and Tribunnews.com. The overall results of the study are based on the Robert N. Etman framing analysis model with 4 aspects, namely Define Problem, Diagnose Causes, Make Moral Judgment, Treatment Recommendation, stating that the prominence of news articles related to Covid-19 on Okezone.com discusses the impact of Covid-19 in several sectors. Meanwhile, Tribunnews.com provides updates on the development of the Covid-19 case. Tribunnews.com also highlights the issue of anticipation by the government regarding the handling of Covid-19 ahead of Christmas and New Year. The conclusion of the research is that Okezone.com news places more emphasis on the issue of articles on the impact of Covid-19 in various ways such as propaganda, celebration of certain days, cases that occur in society, and also focuses on the impact on the education and economic sectors and Tribunnews.com is more on updates on the development of the Covid-19 case, starting from the latest number of cases, the number of positive cases, deaths and also those who have recovered.*

**Keywords:** Covid-19, Framing Analysis, Reporting

## PENDAHULUAN

*Corona Virus Disease* (Covid-19) muncul pada akhir tahun 2019 di Wuhan China. Mutasi penyebaran virus yang begitu cepat menyebabkan virus ini menyebar ke berbagai negara, termasuk Indonesia. Berawal dari warga negara Jepang yang berkunjung ke Indonesia dan dinyatakan positif di Malaysia. Setelah ditelusuri ada dua warga negara Indonesia yang kontak dengan warga negara Jepang tersebut, dan dinyatakan positif Covid-19 pada Februari 2020. Pengumuman resmi darurat Covid-19 di Indonesia diumumkan pada akhir Maret 2020. Langkah awal pemerintah dalam menangani virus ini adalah memberlakukan *physical distancing* (menjaga jarak) dan menerbitkan sejumlah aturan diantaranya *Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019* (Covid-19), Keputusan Presiden Nomor 11 Tahun 2020 tentang Penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19), Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2020 tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019* (Covid-19). Terakhir, melalui Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan Bencana Non-Alam Penyebaran *Corona Virus Disease 2019* (Covid-19) sebagai Bencana Nasional.

Selain *physical distancing*, *lockdown* antar wilayah merupakan tindakan yang dilakukan pemerintah untuk mencegah penyebaran Covid-19 semakin meluas. Sejumlah wilayah seperti Jabodetabek bahkan membuat aturan khusus untuk mencegah penyebaran Covid-19. Pembatasan kunjungan dari Warga Negara Asing (WNA) baik yang berkepentingan bisnis atau yang berwisata juga dibatasi. Selain itu, pemerintah juga memberikan himbauan baru kepada seluruh masyarakat Indonesia untuk “bekerja dan belajar dari rumah” akibatnya, banyak sektor yang terkena dampak seperti sektor pendidikan, bisnis, ekonomi, dan pariwisata. Sektor pendidikan misalnya mulai dari tingkat Sekolah Dasar sampai Universitas, kegiatan belajar mengajar tatap muka ditiadakan dan digantikan dengan sistem *Online* (daring). Tentu ini menjadi masalah baru, mengingat tidak semua wilayah yang ada di Indonesia dapat menjangkau akses internet. Di sektor bisnis, banyak perusahaan yang dengan terpaksa mengurangi jumlah karyawan karena pendapatan perusahaan yang menurun, hal ini menyebabkan meningkatnya tingkat pengangguran yang akan berdampak pada sektor ekonomi di semua kelas. Investasi dan daya beli juga melemah, harga komoditas menurun, sehingga kondisi sektor ekonomi di Indonesia menjadi mengkhawatirkan. Sektor pariwisata tentunya juga mendapatkan dampak yang sangat besar akibat adanya Covid-19, diantaranya hotel dan akomodasi ditutup sementara, omset mall retail menurun, destinasi ditutup sementara, cafe dan tempat makan ditutup sementara.

WHO bersama *International Labour Organization* (ILO), *Food and Agriculture Organization* (FAO) dan *International Fund for Agricultural Development* (IFAD) pada Oktober 2020 menyatakan bahwa disrupsi sosial ekonomi akibat Covid-19 sangat besar. Puluhan juta orang dapat jatuh menjadi miskin. Jumlah orang kurang gizi di dunia yang pada Oktober 2020 diperkirakan 690 juta orang akan bertambah 132 juta lagi sampai akhir 2020. Bukan hanya orang-orang kelas menengah ke-atas yang terkena dampaknya, tetapi semua elemen dan juga semua kelas termasuk kelas terendah sekalipun.

Proses penyebaran yang begitu cepat dengan dampak yang begitu mengkhawatirkan, virus Covid-19 masih menjadi topik hangat dan bencana Nasional yang menjadi perhatian penting bagi seluruh masyarakat terutama pemerintah. Sampai pada November 2021 penderita Covid-19 di Indonesia mencapai 4,25 juta kasus, 1,87

juta diantaranya sembuh dan 144 ribu meninggal dunia, dan angka tersebut akan terus bertambah selama Covid-19 masih ada (Pratama, 2021).

Arus informasi mengenai Covid-19 dari awal kemunculan sampai saat ini sangat padat, media sebagai sumber informasi selalu memberikan informasi-informasi terkini terkait perkembangan Covid-19. Khususnya media mainstream seperti media *Online*. Pada era digital seperti saat ini, semua hal dapat diketahui dengan mudah hanya dengan mengakses internet, bermodalkan sebuah *smartphone* dan data internet, semua informasi bisa kita akses, dari informasi lokal bahkan internasional, informasi yang diberikan juga dapat diakses di mana saja dan kapan saja oleh masyarakat. Maka dari itu, wajar jika media *Online* menjadi rujukan informasi yang paling banyak diminati.

Media *Online* disebut juga *cyber journalism* yang didefinisikan sebagai proses produksi dan pendistribusian laporan fakta atau peristiwa melalui internet. Kehadiran media *Online* ini mempermudah masyarakat untuk dapat mengakses informasi dari sebuah peristiwa dengan cepat. Media *Online* ini menyajikan informasi-informasi yang akurat bahkan *ter-update* sehingga informasi yang didapatkan tidak basi atau masih *fresh* (Romli, 2012). Pada tahun 1994 munculnya media berita *Online* pertama di Indonesia yang berkembang sangat pesat adalah media Replubika.com, pada tahun 1996 Tempo Group meluncurkan Tempointeraktif.com, menyusul Detiknews.com pada 9 Juli 1998 yang menjadi pelopor kemunculan media *Online* lainnya termasuk tribunnews.com tahun 2010 yang membuat persaingan media *Online* semakin ketat, saling berkompetisi menyediakan informasi yang dibutuhkan masyarakat dan pada akhirnya kemunculan media-media *Online* tersebut menjadi sumber informasi dimana informasi-informasi tersebut dikemas dalam sebuah berita (Romli, 2012; Jachinta, 2018).

Menurut Kamus Bahasa Indonesia karya WJS Poerwadarminta berita berarti kabar atau warta, sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia terbitan Balai Pustaka, arti berita diperjelaskan menjadi laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat. Jadi berita dapat dikaitkan dengan kejadian/peristiwa yang terjadi (Djuroto, 2004). Sedangkan Eric C. Hepwood mengungkapkan berita merupakan laporan pertama dari kejadian penting dan dapat menarik perhatian umum. Dalam hal ini dijelaskan bahwa berita merupakan sesuatu hal yang sedang marak terjadi di masyarakat umum dan menjadi trending topik yang selalu ingin diikuti masyarakat (Tamburaka, 2012). Menurut William S. Maulsby berita adalah sesuatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi yang dapat menarik perhatian pembaca yang memuat hal tersebut (Kusumaningrat, 2014).

Berita bersumber dari kejadian atau peristiwa yang menarik, dapat pula bersumber dari isu-isu hangat yang sedang terjadi. Daya tarik pada sebuah berita terletak pada isi dan keakuratan informasi yang di wakili oleh *headline* atau judul berita. Setiap media *Online* selalu menyajikan judul berita yang dinilai menarik untuk mengikat minat pembaca. Berita yang kontroversi cenderung lebih diminati dari pada berita terkait perkembangan ekonomi dan kegiatan sosial yang dilakukan oleh LSM tertentu. Media *Online* memilih isu-isu tertentu yang layak dijadikan sebuah berita, meskipun dalam topik yang sama, tetapi setiap media *Online* akan menyajikan berita dengan konten yang berbeda, yang demikian ini disebut juga *Framing*.

*Framing* adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas. Media menghubungkan dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa tersebut lebih mudah diingat oleh khalayak. Karenanya, seperti yang dikatakan Frank D. Durham, *framing* membuat dunia

lebih diketahui dan lebih dimengerti. Realitas yang kompleks dipahami dan disederhanakan dalam kategori tertentu. Menurut pandangan subjektif, realitas sosial adalah suatu kondisi yang cair dan mudah berubah melalui interaksi manusia dalam kehidupan sehari-hari (Eriyanto, 2002).

Berita yang disampaikan melalui media *Online* secara pasti mempengaruhi pemikiran dan tindakan khalayak. Budaya, sosial, politik dipengaruhi oleh media. Media dikatakan sebagai kebudayaan yang bercerita. Media membentuk opini publik untuk membawanya pada perubahan yang signifikan. Pesan media tidak jadi begitu saja, tetapi dibuat dan diciptakan oleh media dengan tujuan tertentu. Perlu diketahui bahwa media tidak hanya sekedar memberikan informasi dan hiburan semata, tetapi juga mengajak khalayak untuk melakukan perubahan perilaku. Dalam konteks komunikasi massa, media *Online* media pers yang tersaji di internet secara *Online*, khususnya situs berita (news site) atau portal berita (news portal) yang tentunya juga mempunyai peran yang sama. Melalui beragam konten media yang khas dan unik sehingga pesan-pesan media itu terlihat sangat menarik, menimbulkan rasa penasaran khalayak. Pembingkai pesan melalui teks, gambar dan suara merupakan aktivitas media untuk mempengaruhi pikiran perasaan khalayak.

Berita mengenai Covid-19 memang selalu memenuhi beranda pemberitaan, baik di media *Online* lokal maupun nasional, mengingat dampak dari virus ini yang begitu besar, berita terkait virus ini pun terus di-*update* setiap harinya. Secara tidak langsung hal tersebut menyatakan bahwa topik pemberitaan Covid-19 selalu menarik untuk disajikan. Saking banyaknya berita Covid-19 diberbagai media khususnya media *Online* membuat masyarakat menemukan fakta-fakta dan menarik kesimpulan sendiri, berita terkait Covid-19 yang simpang siur, antara kenyataan dan konspirasi. Sejumlah masyarakat menganggap Covid-19 hanyalah sebuah konspirasi sebagai bentuk kepentingan untuk mencapai tujuan tertentu, bahkan masyarakat menolak upaya pemerintah yang mewajibkan vaksinasi, di sisi lain ada pula masyarakat yang meyakini keberadaan Covid-19 sehingga selalu mematuhi apa yang pemerintah anjurkan. Hal tersebut merupakan contoh dari hasil *Framing* media. Media *Online* melalui berita-berita yang disajikan mengangkat isu virus ini dari sudut pandang lain. Akibatnya kebenaran dari berita tersebut juga menjadi simpang siur, pasalnya dalam menyajikan berita melalui media *Online*, proses pengeditan tidak terlalu sulit, dan kaidah jurnalistik yang ada tidak terlalu menjadi acuan dalam pembuatan berita.

Informasi terkait Covid-19 yang sangat padat, mengakibatkan isu ini tetap hangat meski telah terjadi selama dua tahun. Hal ini disebabkan oleh media yang terus membuat pemberitaan, membuat seolah-olah berita terkait Covid-19 layak dikonsumsi setiap hari. Jika mengingat fenomena saat virus SARS dan flu burung menimpa Indonesia, berita yang beredar tidak terlalu padat bahkan tidak sampai hangat selama dua tahun padahal dari segi dampak dan resiko kematian, virus SARS dan flu burung sama bahayanya. Sementara berita Covid-19 tetap hangat meski sudah dua tahun, Itu adalah salah satu contoh kekuatan media. Bagaimana kehadiran media perlahan dapat memberikan persepsi dan mempengaruhi perilaku khalayak tanpa disadari.

Berkaitan dengan berita Covid-19 yang akan dilihat pada media *Online* Okezone.com dan Tribunnews.com, akan dilihat perbedaan framing yang dilakukan, pemilihan konten yang diberitakan dan bagaimana konten tersebut dapat mempengaruhi perilaku khalayak. Karena pada hakikatnya setiap media memiliki ideologi masing-masing dalam memaknai dan memahami suatu peristiwa. Dengan perbedaan ideologi, satu fakta yang sama dapat diberitakan secara berbeda oleh media yang berbeda.

Perbedaan ideologi media tersebut membuat cara penyajian berita berbeda. Masyarakat sebagai penerima informasi akan menyerap informasi yang diberikan berdasarkan berita di media yang mereka baca. Maka dari itu para wartawan dan tim redaksi harus membuat dan menyajikan berita berdasarkan fakta dan opini yang sesungguhnya serta menyajikan berita yang dapat memberikan dampak positif bagi khalayak saat membacanya. Dalam membuat berita, kriteria nilai berita tetap sangat diperlukan oleh wartawan atau reporter untuk memutuskan fakta yang pantas dijadikan berita dan memilih mana yang lebih baik. Suatu berita memiliki unsur layak berita antara lain berita yang disajikan harus akurat, lengkap, adil dan berimbang, objektif, ringkas dan jelas, terkini/hangat (Kusumaningrat, 2005).

Maka dari itu peneliti ingin menganalisis bagaimana fenomena Covid-19 dibingkai oleh media *Online* Okezone.com dan Tribunnews.com. Karena setiap media memiliki sudut pandang masing-masing dan memiliki cara masing-masing dalam menyajikan sebuah berita. Kebingungan atas fakta suatu berita bisa berakibat menjadi gejala dimasyarakat. Apalagi hal tersebut berkaitan dengan virus yang sudah ditetapkan sebagai bencana nasional. Kemungkinan perilaku yang ditimbulkan akibat berita Covid-19 yang disajikan oleh media perlu menjadi bahan perhatian. Fenomena tersebut menarik untuk di kaji dengan analisis *Framing* Robert N Etman melalui 4 aspek, yaitu *Identification problem, Diagnose causes, make moral judgement, dan Treatment Recommendation*. Model framing Robert N. Entman melihat bahwa terdapat 2 framing dalam dimensi besar yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu. Seleksi isu berkaitan dengan aspek pemilihan fakta. Selanjutnya Entman juga mengungkapkan bahwa penonjolan adalah proses membuat informasi menjadi lebih menarik, berarti, atau lebih mudah diingat oleh khalayak. Berikut aspek-aspek framing model Robert N. Etman: (1). *Define Problem* (pendefinisi masalah) Adalah elemen yang merupakan master frame atau bingkai paling utama. Ia menekankan bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan. Peristiwa yang sama dapat dipahami secara berbeda, dan dibingkai yang berbeda ini akan menyebabkan realitas bentukan yang berbeda. (2). *Diagnose Causes* (memperkirakan penyebab masalah) adalah elemen framing untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari suatu peristiwa. Penyebab di sini bisa berarti apa (what), tetapi bisa juga berarti siapa (who). Bagaimana peristiwa dipahami, tentu saja menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah. (3). *Make Moral Judgement* (membuat pilihan moral) Adalah elemen framing yang dipakai untuk membenarkan/ memberi argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. *Treatment Recommendation* adalah Elemen ini dipakai untuk menilai apa yang di kehendaki oleh wartawan. Jalan (Menekankan penyelesaian) apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis berita di media *Online* Okezone.com dan Tribunnews.com. Sumber data utama dalam penelitian ini adalah berita terkait Covid-19 di media *Online* Okezone.com dan Tribunnews.com. Adapun data-data lain seperti referensi buku dan internet digunakan untuk menunjang hasil penelitian.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **HASIL PENELITIAN**

Berdasarkan hasil analisis berita media *online* Okezone.com dan Tribunnews.com terkait Covid-19. Masing-masing media peneliti mengambil 15 berita sebagai sampel. 15 berita tersebut peneliti pilih dengan teknik random sampling. Peneliti menganalisis menggunakan analisis framing model Robert N. Etman dengan 4 aspek, yaitu *Define Problem, Diagnosis Causes, Make Moral Judgement, Treatment Recommendation*. Hasil dari analisisnya adalah sebagai berikut: Pertama, Aspek *Define Problem* atau identifikasi masalah dari kedua media *online* tersebut tentunya terkait Covid-19 yang di bahas dari berbagai bidang, diantaranya ekonomi, pariwisata, kesehatan mental masyarakat, protokol kesehatan dan perkembangan Covid-19 itu sendiri. Kedua, Aspek *Diagnosis Causes* atau diagnosis masalah. Dari kedua media *online* tersebut masalah pada kasus Covid-19 selalu berdasarkan pada kasus yang terjadi atau kondisi di lapangan. Sehingga diagnosis masalahnya bermacam-macam, tergantung identifikasi masalahnya. Ketiga, Aspek *Make Moral Judgement* (Pembuatan nilai moral pada berita). Dalam aspek ini, sajian berita dari kedua media *online* tersebut rata-rata mengarah pada tokoh tertentu yang menganjurkan sesuatu kebijakan atau melakukan hal yang dapat mencegah permasalahan yang dikhawatirkan akan menjadi lebih buruk. Keempat, Aspek *Treatment Recommendation* atau rekomendari pemecahan masalah. Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti, rekomendasi penyelesaian masalah yang ada di kedua media *online* tersebut tidak berbeda jauh, rata-rata terkait penanganan Covid-19 agar tidak semakin meluas. Rekomendasi pemecahan masalah yang ditawarkan dalam berita pada kedua media *online* tersebut juga berdasarkan dengan masalah yang dihadapi.

### **PEMBAHASAN**

#### **Persamaan dan Perbedaan Framing Berita Covid-19 di Okezone.com dan Tribunnews.com**

Terkait persamaan dan perbedaan framing artikel berita di media *Online* Okezone.com dan Tribunnews.com, menurut model Robert N. Etman memfokuskan pada isu apa yang ditonjolkan terkait sebuah topik tertentu. Pertama persamaan framing artikel berita dari media *online* Okezone.com dan Tribunnews.com terkait Covid-19 rentang Maret 2020 dan rantang November 2021 adalah sama-sama memberitakan perkembangan Covid-19, intensitas pemberitaannya yang hampir sebanding, pelibatan tokoh-tokoh dalam mengasumsikan bagaimana Covid-19 dan pengaruhnya terhadap sektor tertentu.

Sedangkan perbedaan framing artikel berita dari media *online* Okezone.com dan Tribunnews.com terkait Covid-19, yaitu: pada media *online* Okezone.com rentang Maret 2020, penonjolan isu pemberitaan terkait Covid-19 lebih difokuskan kepada bagaimana dampak Covid-19 dalam berbagai hal dan sektor tertentu, seperti akibat Covid-19 terjadinya penimbunan masker, pembatalan kegiatan keagamaan, penghentian sementara dakwah seorang ustaz, dampak terhadap sektor pendidikan, ekonomi, pariwisata dan pola hidup masyarakat. Sedangkan pada rentan November 2021, berita terkait Covid-19 disajikan berbeda oleh Okezone.com, pada akhir November 2021, penonjolan isu terkait Covid-19 di okezone.com difokuskan pada perkembangan jumlah kasus dan persiapan menghadapi Covid-19 menjelang libur Natal dan Tahun Baru. Berdasarkan analisis peneliti okezone.com selalu menyajikan informasi positif terkait Covid-19, sehingga tidak menimbulkan persepsi yang melemahkan imun tubuh bagi pembaca atau menimbulkan ketakutan yang dapat mengganggu mental pembaca/masyarakat.

## SIMPULAN

Penonjolan isu artikel berita terkait Covid-19 di Okezone.com lebih kepada dampak Covid-19 dalam berbagai hal seperti dakwah, perayaan hari-hari tertentu, kasus yang terjadi di masyarakat, dan juga fokus pada dampak pada sektor pendidikan dan ekonomi. Penonjolan isu artikel berita terkait Covid-19 di Tribunnews.com lebih kepada *update* perkembangan kasus Covid-19, mulai dari jumlah kasus terbaru, jumlah kasus positif, meninggal dan juga yang sembuh. Tribunnews.com juga menonjolkan isu antisipasi yang dilakukan pemerintah terkait penanganan Covid-19 menjelang Natal dan Tahun baru.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* Rineka Cipta. Jakarta
- Djuroto, T. (2004). *Menejemen Penerbitan Pers PT Remaja Rosdakarya*. Bandung
- Eriyanto, E. (2002). *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. LKiS. Yogyakarta
- Eriyanto, E. (2011). *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Edisi Khusus LKiS. Yogyakarta
- Hamad, I. (2004). *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa*. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta
- Hamidati, A. (2011). *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Mata Padi Pressindo, Yogyakarta
- Herliani, L. (2015). *Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook sebagai Media Promosi Anggota BUSAM (Bubuhan Samarinda)*. *Dunia Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*. 3(4). <https://ejournal.ikom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=2239>
- Humaira, T. (2017). *Konstruksi Media Online pada Pemberitaan Pemblokiran Transportasi Berbasis Aplikasi (Uber dan Grab Car) (Analisis Framing pada Kompas.com dan Detik.com Periode 14 Maret 2016)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. <https://eprints.umm.ac.id/35429/>
- Jachinta, R. (September, 2018). *Sejarah Perkembangan Media Online di Dunia dan Indonesia*. Diakse dari: <https://www.kompasiana.com/regina62467/5b9c31c4ab12ae38946f2942/sejarah-perkembangan-media-online-di-dunia-danindonesia?page=all#section1>
- Kusumaningrat, P., & Kusumaningrat, H. (2014). *Jurnalistik Teori dan Praktik*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Masyhuri, M. & Zainuddin, M. (2008). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dan Aplikasi*. PT. Refika Aditama. Bandung
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset. Bandung
- Pratama, A. (November, 2021). *Simal Nih, Bukti Kasus Covid-19 di RI Mulai Meningkatkan Lagi*. CNCB Indonesia. diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20211103172706-16-288773/simak-nih-bukti-kasus-Covid-19-di-ri-mulai-meningkat-lagi>
- Rakhmat, J. (2012). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Romli, A. S. M. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Nuansa Cendekia. Bandung

- Siregar, A, E. (2014). Menakar Independensi dan Netralitas Jurnalisme dan Media di Indonesia. *Jurnal Dewan Pers*. Edisi No.9/Juni: 13-19. Diakses dari: [https://dewanpers.or.id/publikasi/opini\\_detail/169/Menakar\\_Independensi\\_Media\\_di\\_Tahun\\_Politik](https://dewanpers.or.id/publikasi/opini_detail/169/Menakar_Independensi_Media_di_Tahun_Politik)
- Sobur, A. (2009). *Analisis Teks Media*. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Suprayogo, I. (2001). *Metode Penelitian Sosial*. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Tamburaka, A. (2012). *Agenda Setting Media Massa*. Rajawali Pers. Jakarta