

Analisis Framing: Pemberitaan Kampanye Tiga Pasangan Calon Pilkada Maluku Periode Tahun 2018-2023 pada INews TV Ambon

Demsy Wattimena¹, Rido Latuheru²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Kristen Indonesia Maluku

e-mail: edems_watti@yahoo.com

Abstrak

Pilkada merupakan kegiatan yang krusial untuk menentukan pimpinan daerah yang pantas dalam mengemban tugas penting untuk memimpin, memajukan, dan mensejahterakan daerahnya. Untuk mendapatkan suara dari rakyat maka kampanye diperlukan sebagai aksi mempromosikan atau melakukan pendekatan pasangan calon untuk menarik dukungan. Kampanye ini berorientasi pada kandidat, umumnya dimotivasi karena hasrat untuk kepentingan politik. Kampanye merupakan rangkaian kegiatan komunikasi yang terencana, memiliki tujuan mencapai efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Kampanye Pilkada dianggap sebagai ajang berlangsungnya proses komunikasi politik, yang sangat tinggi intensitasnya. Pada situasi Pilkada di Maluku saat ini bentuk kampanye politik pun sudah mulai dirasakan jauh sebelum masa penetapan pasangan calon, bahkan sebelum peserta Pilkada mendaftarkan nama ke Komisi Pemilihan Umum (KPU). Dalam proses kampanye ini, media massa memegang peranan penting sebagai sarana penyampaian informasi, baik itu cetak maupun elektronik. Secara umum media massa memiliki berbagai fungsi pada khalayaknya yaitu sebagai pemberi informasi, pemberi interpretasi yang membantu khalayak dalam memaknai informasi, transmisi budaya, dan ekspresi nilai-nilai atau symbol. Oleh karena itu media massa seharusnya menjadi sarana transformasi nilai-nilai kebenaran agar masyarakat dapat melihat secara apa adanya. Jenis penelitian ini adalah penulisan kualitatif deskriptif, teknik analisa data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah analisis framing yang dikembangkan oleh Robert Entman.

Kata kunci : *Pemberitaan Kampanye, Tiga Pasangan Calon, Pilkada Maluku*

Abstrak :

Pilkada is a crucial activity to determine the appropriate regional leadership in carrying out the important task of leading, advancing and making the region prosperous. To get votes from the people, a campaign is needed as an action to promote or approach pairs of candidates to attract support. This campaign is candidate-oriented, generally motivated by a desire for political gain. A campaign is a series of well-planned communication activities, which have the goal of achieving a certain effect on a large number of audiences which is carried out continuously at a certain time. The Pilkada campaign is seen as a place for the political communication process to take place, which is very high in intensity. In the current Pilkada situation in Maluku, the current form of political campaigning has begun to be felt long before the candidate pairing period, even before Pilkada participants register their names

with the General Election Commission (KPU). In the process of this campaign, the mass media plays an important role as a means of conveying information, both print and electronic. In general, the mass media has various functions for its audiences, namely as a provider of information, a giver of interpretation that helps the audience interpret information, cultural transmission, and the expression of values or symbols. Therefore, the mass media should be a means of transforming truth values so that people can see them as they are. This type of research is descriptive qualitative writing, the data analysis technique used by the author in this study is framing analysis developed by Robert Entman.

Keywords : Campaign Reporting, Three Candidate Pairs, Maluku Pilkada

PENDAHULUAN

Pilkada merupakan kegiatan yang krusial untuk menentukan pimpinan daerah yang pantas dalam mengemban tugas penting untuk memimpin, memajukan, dan mensejahterakan daerahnya. Pilkada mulai digelar pada tahun 2005, awal era reformasi dengan dasar hukum Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, kepala daerah dipilih secara langsung oleh rakyat melalui Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah atau disingkat Pilkada. Kemudian mengalami perubahan dengan UU No.9 tahun 2015 tentang pemerintah daerah dan penambahan UU No. 10 tahun 2016 tentang pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota. Untuk mendapatkan suara dari rakyat maka kampanye diperlukan sebagai aksi mempromosikan atau melakukan pendekatan pasangan calon untuk menarik dukungan. Kampanye ini berorientasi pada kandidat, umumnya dimotivasi karena hasrat untuk kepentingan politik.

Kampanye merupakan rangkaian kegiatan komunikasi yang terencana, memiliki tujuan mencapai efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Kampanye Pilkada dianggap sebagai ajang berlangsungnya proses komunikasi politik, yang sangat tinggi intensitasnya. Pada situasi Pilkada di Maluku saat ini bentuk kampanye politik pun sudah mulai dirasakan jauh sebelum masa penetapan pasangan calon, bahkan sebelum peserta Pilkada mendaftarkan nama ke Komisi Pemilihan Umum (KPU). Hal ini menyebabkan, banyak nama yang bermunculan dalam masa pra pilkada yang digadang-gadang akan berlaga di Pilkada 2018, hingga akhirnya terseleksi tiga bakal calon saja yang sudah pasti bertanding pada ajang Pilkada 2018.

Dikarenakan dalam proses kampanye pilkada, interaksi politik berlangsung dalam tempo yang meningkat. Dalam proses kampanye ini, media massa memegang peranan penting sebagai sarana penyampaian informasi, baik itu cetak maupun elektronik. Secara umum media massa memiliki berbagai fungsi pada khalayaknya yaitu sebagai pemberi informasi, pemberi interpretasi yang membantu khalayak dalam memaknai informasi, transmisi budaya, dan ekspresi nilai-nilai atau symbol. Oleh karena itu media massa seharusnya menjadi sarana transformasi nilai-nilai kebenaran agar masyarakat dapat melihat secara apa adanya. Media sebaiknya tidak memunculkan kesan yang terlalu menilai atau keberpihakan dalam masa kampanye pilkada. Seharusnya media menyampaikan informasi yang sebenarnya dan sesuai fakta di lapangan tanpa menambahi atau mengurangi maupun

membelokkan informasi yang bertujuan untuk mengarahkan opini khalayak. Sehingga masyarakat tidak terjebak pada pilihannya.

Pembentukan opini masyarakat sangat dipengaruhi oleh apa yang disajikan media massa sebagai sarana informasi. Hal ini menjadikan ajang Pilkada menjadi rentan terhadap praktik-praktik politik media, karena sesuai dengan prinsip ini maka apa yang disampaikan atau ditayangkan media massa dapat mempengaruhi pilihan masyarakat calon terhadap pemimpin daerah. Media massa harusnya menerapkan prinsip keberimbangan berita dengan memberitakan sesuai fakta yang ada dan menjadi pihak yang netral dalam proses kampanye pilkada tersebut. Hal itu bukan hanya sesuai dengan kode etik jurnalis, aturan dalam perundang-undangan penyiaran namun sesuai dengan aturan dalam proses pengawasan Pilkada. Salah satu media penyiaran yang berpengaruh yaitu televisi. Dengan televisi sebagai media yang tidak mengenal ruang dan waktu yang memiliki sifat universal, kampanye politik yang dilakukan semasa pilkada dengan media ini mampu menjangkau orang-orang di berbagai tempat dari berbagai lapisan umur, golongan, suku maupun ras.

Media televisi dengan karakteristik audio visualnya memberikan sejumlah keunggulan, diantaranya mampu menyampaikan pesan melalui gambar dan suara secara bersamaan dan hidup, serta dapat menayangkan ruang yang sangat luas kepada sejumlah besar pemirsa dalam waktu bersamaan. Komunikasi politik lebih efektif melalui sarana tidak langsung atau menggunakan media televisi karena pesan yang disampaikan serentak diketahui oleh orang banyak di segala penjuru dan dapat diulang-ulang penayangannya. Salah satu media penyiaran televisi yang berfokus pada pemberitaan di Maluku adalah TV berjangkauan local iNews TV Ambon. iNews TV Ambon merupakan salah satu cabang dari grup besar televisi yaitu MNC TV. iNews TV merupakan media televisi yang menyajikan khusus pada unsur pemberitaan.

Televisi yang menjadikan pemberitaan sebagai focus utama, berlomba-lomba untuk menyajikan bukan hanya berita yang terupdate, namun berita yang menarik perhatian khalayak masyarakat. Apalagi memasuki musim pilkada, banyak masyarakat menjadikan media penyiaran televisi sebagai salah satu sumber informasi baik itu tentang rekam jejak peserta pilkada, program yang akan dijalankan peserta pilkada dan lain sebagainya. Hal ini menjadikan praktik framing berita menjadi salah satu pilihan beberapa media massa dalam menyajikan berita pilkada. Framing merupakan metode penyajian realitas dimana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halus, dengan memberikan penonjolan terhadap aspek-aspek tertentu, dengan menggunakan istilah-istilah yang punya konotasi tertentu, dan dengan bantuan foto, video, karikatur, dan alat ilustrasi lainnya. Dapat dikatakan framing merupakan teknik pembingkaihan, konstruksi dan pemaknaan yang dibuat oleh media. Ada hal penting dalam framing, ketika sesuatu diletakkan dalam frame, maka ada bagian yang terbuang dan ada bagian yang terlihat. Dapat diartikan ada fakta yang sengaja dibuang, tidak ditampilkan atau dibelokkan untuk menonjolkan fakta lain yang sengaja dibangun untuk alasan tertentu.

HASIL

ANALISA FRAMING MODEL ROBERT. H. ENTMAN PADA BERITA KAMPANYE ASSAGAF-RENTANUBUN

Judul Berita : Ribuan Massa Ikuti Deklarasi Santun

Tanggal Berita : 10 Januari 2018

Nama Program : iNews Maluku

Frame	Konten Pemberitaan	Interpretasi
  	<p>Define Problems</p> <p>Pemberitaan menampilkan secara visual dan audio tentang dibawanya anak-anak dalam kampanye tersebut menampilkan secara visual dan audio pidato walikota Ambon dalam mendukung Pasangan Calon tersebut</p> <p>Diagnose causes</p> <p>Pemberitaan menampilkan secara visual dan audio pidato walikota Ambon dalam mendukung Pasangan Calon tersebut.</p> <p>Make Moral Judgement</p> <p>Pemberitaan menampilkan secara visual gambar anak kecil yang dibawa pada kegiatan kampanye dengan penjelasan secara audio: “Dalam deklarasi ini pendukung juga membawa anak-anak”. Serta penonjolan pidato yang dibawakan walikota Ambon dibandingkan visi-misi yang disampaikan Pasangan Calon.</p>	<p>Lebih menonjolkan pada keikutsertaan anak-anak dan audio pidato walikota Ambon pada kegiatan kampanye dimaknai sebagai penonjolan pelanggaran yang dilakukan Pasangan Calon tersebut</p> <p>Mevisualkan penonjolan pada banyaknya bagian pidato walikota sebagai pejabat publik dapat dimaknai sebagai Pasangan Calon tersebut mendapat dukungan yang kuat dari tokoh tertentu sekaligus menonjolkan pelanggaran dalam kampanye dengan mengikutsertakan pejabat publik.</p> <p>Mevisualkan banyaknya warga dengan penjelasan secara audio: “Dalam deklarasi ini pendukung juga membawa anak-anak”. hal ini dapat dimaknai bahwa Pasangan Calon nomor 1 melakukan pelanggaran dengan membawa anak-anak. Hal ini dapat mempegaruhi persepsi publik tentang citra Pasangan Calon nomor urut 1. Serta</p>

	<p>Treatment Recommendation</p> <p>Menampilkan orasi dukungan dalam bentuk pidato oleh walikota Ambon.</p>	<p>penonjolan pada pidato yang dibawakan oleh walikota Ambon dapat dimaknai bahwa ada pelanggaran lainnya dengan keterlibatan pejabat publik dalam proses kampanye.</p> <p>Mevisualkan banyaknya gambar yang ditampilkan adalah pidato dari walikota dimana mendukung Pasangan Calon nomor urut 1 dengan menyampaikan kelebihan dan keberhasilan Pasangan Calon tersebut.</p>
---	---	---

Pendekatan Framing Model Robert N. Entman pemberitaan iNews TV Ambon dalam program berita iNews Maluku dengan judul berita "Ribuan Massa Ikuti Deklarasi Santun" menunjukkan bahwa arah pemberitaan dari iNews TV Ambon dalam program tersebut memiliki tujuan untuk menyampaikan beberapa pelanggaran yang dilakukan Pasangan Calon Assagaff-Rentanubun. Hal tersebut di indikasikan dari konten-konten pembingkai pemberitaan yang dilakukan pada program berita iNews Maluku dengan menonjolkan keterlibatan anak-anak dalam kegiatan Kampanye serta keterlibatan pejabat publik dalam kampanye tersebut dengan hanya mengambil potongan pidato pejabat publik dan tidak menampilkan pidato penyampaian visi-misi Pasangan Calon tersebut.

Meskipun pemilihan kata tidak langsung merujuk pada pernyataan bahwa terjadi pelanggaran pada kedua aspek tersebut, namun dengan penonjolan berita melalui gambar dan suara pada bagian tertentu dengan tidak menjelaskan fakta lainnya seperti pidato Pasangan Calon dalam menjelaskan Visi-Misinya. Penghilangan fakta lain ini dapat dimaknai bahwa terjadi framing/pembingkai berita pada pemberitaan Kampanye Assagaf-Rentanubun dalam program iNews Maluku dengan menyorot pada bentuk pelanggaran yang terjadi pada kegiatan kampanye Pasangan Calon tersebut

ANALISA FRAMING MODEL ROBERT. H. ENTMAN PADA BERITA KAMPANYE MURAD-ORNO

Judul Berita : Lautan Manusia Banjiri Deklarasi Murad-Orno
 Tanggal Berita : 28 Januari 2018
 Nama Program : iNews Maluku

Frame	Konten Pemberitaan	Interpretasi
   	<p>Define Problems</p> <p>Pemberitaan menampilkan secara visual dan audio tentang visi-misi yang disampaikan Pasangan Calon serta menayangkan/ menonjolkan secara berulang-ulang banyaknya partai politik yang bergabung.</p> <p>Diagnose causes</p> <p>Beberapa gambar yang diambil merupakan dominan gambar aktivitas Pasangan Calon (baik saat masuk, saat duduk, pidato dan menari)</p> <p>Make Moral Judgement</p> <p>Berita kampanye Murad-Orno menyampaikan visi-misi Pasangan Calon nomor urut 2 dengan mevisualkan warga yang dating begitu banyak.</p> <p>Treatment Recommendation</p> <p>Berita Kampanye Murad-Orno memvisualisasikan banyak petinggi partai dating dan penandatanganan dari semua partai pendukung.</p>	<p>Penonjolan secara visual dan audio tentang visi-misi yang disampaikan Pasangan Calon serta menayangkan/ menonjolkan secara berulang-ulang banyaknya partai politik yang bergabung. Serta lebih banyak menampilkan aktivitas yang dilakukan Pasangan Calon.</p> <p>Dominan gambar yang diambil yang merupakan aktivitas Pasangan Calon beserta pidato yang menyampaikan visi-misi, dapat dimaknai untuk menonjolkan visi-misi dan figure dari Pasangan Calon itu sendiri</p> <p>Visualisasi berita kampanye dimaknai sebagai setiap masyarakat yang dating mendukung Murad-Orno berdasarkan visi-misi yang dimiliki Pasangan Calon nomor urut 2 tersebut.</p> <p>Visual berita kampanye Murad-Orno dapat dimaknai bahwa pasangan ini memiliki banyak dukungan dari partai politik.</p>

Pendekatan Framing Model Robert N. Entman pemberitaan iNews TV Ambon dalam program berita iNews Maluku dengan judul berita "Lautan Manusia Banjiri Deklarasi Murad-Orno" menunjukkan bahwa arah pemberitaan dari iNews TV Ambon dalam program tersebut memiliki tujuan untuk menonjolkan Visi-Misi dari Murad-Orno dan banyaknya koalisi partai politik yang bergabung dengan cara pengulangan pada kedua informasi tersebut yakni penyampaian visi-misi pada Pasangan Calon Murad-Orno dalam hal ini Baileo dan informasi banyaknya partai politik yang berkoalisi dengan Pasangan Calon ini.

Hal tersebut di indikasikan dari konten-konten pembingkai pemberitaan yang dilakukan pada program berita iNews Maluku dengan menonjolkan pidato penyampaian Visi-Misi Murad-Orno serta banyaknya partai politik yang mendukung pasangan ini. Pemilihan gambar yang banyak menyorot Pasangan Calon dalam beberapa aktivitas (berjalan memasuki Lapangan Merdeka, menari, duduk dan berpidato) diindikasikan sebagai penonjolan pada citra positif Pasangan Calon ini yaitu fleksibel (divisualkan dengan beberapa pemilihan gambar yang ditayangkan yakni saat Pasangan Calon memasuki Lapangan Merdeka, menari dan duduk) tapi tegas (divisualkan dengan pemilihan gambar saat Murad menyampaikan Visi-Misi dengan lantang).

INTERPRETASI PERBANDINGAN NILAI BERITA DARI PEMBERITAAN KAMPANYE ASSAGAF-RENTANUBUN DAN MURAD-ORNO

Pemberitaan Kampanye Assagaf-Rentanubun	Pemberitaan Kampanye Murad-Orno
<p>Define Problems</p> <p>Lebih menonjolkan pada keikutsertaan anak-anak dan audio pidato walikota Ambon pada kegiatan kampanye dimaknai sebagai penonjolan pelanggaran yang dilakukan Pasangan Calon tersebut.</p> <p>Diagnose causes</p> <p>Mevisualkan penonjolan pada banyaknya bagian pidato walikota sebagai pejabat publik dapat dimaknai sebagai Pasangan Calon tersebut mendapat dukungan yang kuat dari</p>	<p>Define Problems</p> <p>Penonjolan secara visual dan audio tentang visi-misi yang disampaikan Pasangan Calon serta menayangkan/ menonjolkan secara berulang-ulang banyaknya partai politik yang bergabung. Serta lebih banyak menampilkan aktivitas yang dilakukan Pasangan Calon.</p> <p>Diagnose causes</p> <p>Dominan gambar yang diambil yang merupakan aktivitas Pasangan Calon beserta pidato yang menyampaikan visi-misi, dapat dimaknai untuk menonjolkan visi-misi dan figure dari</p>

<p>tokoh tertentu sekaligus menonjolkan pelanggaran dalam kampanye dengan mengikutsertakan pejabat publik.</p> <p>Make Moral Judgement</p> <p>Pemberitaan menampilkan secara visual gambar anak kecil yang dibawa pada kegiatan kampanye dengan penjelasan secara audio: “Dalam deklarasi ini pendukung juga membawa anak-anak”. Serta penonjolan pidato yang dibawakan walikota Ambon dibandingkan visi-misi yang disampaikan Pasangan Calon.</p> <p>Mevisualkan banyaknya warga dengan penjelasan secara audio: “Dalam deklarasi ini pendukung juga membawa anak-anak” .hal ini dapat dimaknai bahwa Pasangan Calon nomor 1 melakukan pelanggaran dengan membawa anak-anak.. Serta penonjolan pada pidato yang dibawakan oleh walikota Ambon dapat dimaknai bahwa ada pelanggaran lainnya dengan keterlibatan pejabat publik dalam proses kampanye.</p> <p>Treatment Recommendation</p> <p>Mevisualkan banyaknya gambar yang ditampilkan adalah pidato dari walikota dimana mendukung Pasangan Calon nomor urut 1 dengan menyampaikan kelebihan dan keberhasilan Pasangan Calon tersebut.</p>	<p>Pasangan Calon itu sendiri</p> <p>Make Moral Judgement</p> <p>Visualisasi berita kampanye dimaknai sebagai setiap masyarakat yang dating mendukung Murad-Orno berdasarkan visi-misi yang dimiliki Pasangan Calon nomor urut 2 tersebut.</p> <p>Treatment Recommendation</p> <p>Visual berita kampanye Murad-Orno dapat dimaknai bahwa pasangan ini memiliki banyak dukungan dari partai politik.</p>
---	---

Dalam kedua berita tersebut ada proses framing/ pembedahan berita yang dilakukan oleh media, dalam hal ini iNews TV Ambon. Proses framing/ pembedahan berita pada kedua berita kampanye Pilkada tersebut dari sudut yang berbeda, yaitu sebagai berikut:

1. Pada pemberitaan Kampanye Pasangan Calon Assagaf-Rentanubun berita yang disorot yaitu keikutsertaan anak-anak kecil dan keikutsertaan Pejabat Publik/

Walikota dalam kegiatan Kampanye. Hal ini dimaknai sebagai terjadi pelanggaran dalam kegiatan Kampanye tersebut.

2. Pada pemberitaan Kampanye Pasangan Calon Assagaf-Rentanubun ada penghilangan fakta lain untuk menonjolkan fakta tertentu. Fakta yang dihilangkan yaitu penyampaian Visi-Misi dari Pasangan Calon Assagaf-Rentanubun.
3. Pada pemberitaan Kampanye Pasangan Calon Murad-Orno berita yang disorot yaitu Visi-Misi dari Pasangan Calon ini yang disampaikan dengan tegas oleh Murad serta banyaknya partai politik yang mendukung Pasangan Calon ini. Hal ini dimaknai sebagai penonjolan pada citra Pasangan Calon tersebut yang tegas dan memiliki banyak dukungan.
4. Pada pemberitaan Kampanye Pasangan Calon Murad-Orno ada penghilangan fakta lain untuk menonjolkan fakta tertentu. Fakta yang dihilangkan yaitu adanya keterlibatan/ keikutsertaan anak-anak dalam kegiatan Kampanye tersebut.

Fakta yang ditonjolkan dan dihilangkan inilah yang disebut framing/ pemingkaian berita. Pemingkaian berita yang dibuat media akan berpengaruh pada persepsi publik/ khalayak tentang kedua tokoh tersebut. Hal ini berdasarkan teori yang dikaji yaitu teori kultivasi, dimana media massa terkhususnya media penyiaran televisi menjadi sarana yang mampu mempengaruhi masyarakat luas melalui pesan yang disampaikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa pemberitaan iNews TV Ambon dalam program berita iNews Maluku terhadap pemberitaan Kampanye pada Pilkada Maluku tahun 2018 melakukan praktek framing berita dalam pemberitaan kampanye kedua pasangan calon (Assagaf-Rentanubun dan Murad-Orno). Dengan adanya pemilihan fakta dalam penyajian berita yakni pada Pasangan Calon satu (Assagaf-Rentanubun) yang ditonjolkan yakni keikutsertaan anak-anak dalam kampanye dan juga pidato dari pejabat publik dalam hal ini Walikota Ambon yang dapat dimaknai sebagai salah satu bentuk pelanggaran. Sebaliknya, pada Pasangan Calon dua (Murad-Orno) yang ditonjolkan adalah Visi-Misi Pasangan Calon, dan banyaknya koalisi partai yang bergabung. Hal ini dapat mempengaruhi persepsi/ opini dari masyarakat terhadap kedua Pasangan Calon tersebut.

SARAN

Maka dapat diberikan saran bahwa iNews TV Ambon dalam hal menyajikan berita terkhususnya berita mengenai Pilkada harus selalu berimbang dan juga berita yang disajikan sesuai semua fakta yang terjadi tanpa harus menghilangkan sebagian fakta tertentu, sebab apa yang disajikan media akan mempengaruhi pembentukan opini publik.

DAFTAR PUSTAKA

1. Anggoro, Ayub Dwi. 2014. "*Media, Politik dan Kekuasaan (Analisis Framing Model Robert N. Entman tentang Pemberitaan Hasil Pemilihan Presiden, 9 Juli 2014 di TV One dan Metro TV)* dalam Jurnal Aristo Volume 2 (hal 29-31). Jurnal Online

(www.jurnal.umpo.ac.id/index.php/aristo), diakses tanggal 19 Februari 2018, pukul 04.00 WIT.

2. Aprialdo, Dylan. 2014. “*Jabodetabekisme dalam Dunia Pertelevisian Nasional di Indonesia*”, https://www.kompasiana.com/dylanaprialdo/jabodetabekisme-dalam-dunia-pertelevisian-nasional-di-indonesia_54f6ebada333111a158b48be, diakses pada 29 November 2017 pukul 20.00 WIT.
3. Cangara, Hafied M.Sc, Ph.D. 2014. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi Edisi Remisi 2014*. Malang: Rajawali Pers.
4. Ishwara, Luwi. 2011. *Seri Jurnalistik Kompas: Jurnalisme Dasar*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
5. Nurudin. 2006. *Pengantar Komunikasi Massa*. Malang: Rajawali Pers
6. Rachmat Kriyantono, Ph.D. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Grup Divisi: Kencana.