

## CITRA POLITIK ANIES BASWEDAN DI MEDIA MASSA

<sup>1</sup> Aidil Haris, <sup>2</sup> Asrinda Amalia <sup>3</sup> Khusnul Hanafi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Riau

Jl. Jl. Tuanku Tambusai, Delima, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Riau 28290

Email: aidilharis@umri.ac.id

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui citra politik Anies Baswedan di media massa, diantaranya di detik.com, okezone.com, dan tribunenews.com. Kajian ini dilatarbelakangi karena sorotan media massa terhadap Anies Baswedan yang begitu gencar untuk menjadi calon presiden Republik Indonesia periode 2024-2029. Atas dasar tersebut maka peneliti ingin mengetahui lebih mendalam bagaimana citra politik Anies Baswedan di media massa. Metodologi yang digunakan adalah metodologi kualitatif dengan menggunakan analisis framing Robert. N. Entman. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa citra politik Anies Baswedan di media massa dibingkai secara positif. Realitas ini merupakan fakta riil dari sosok seorang Anies Baswedan yang cerdas, santun, tegas dan religius. Oleh karenanya, pada setiap pemberitaan yang dipublikasikan media massa menunjukkan citra politik Anies Baswedan menjadi positif di tengah-tengah khalayak.

**Kata Kunci:** *Citra Politik, Anies Basswedan, Media Massa*

### ABSTRACT

This study aims to determine the political image of Anies Baswedan in mass media, including detik.com, okezone.com, and tribunenews.com. This study was motivated by the mass media spotlight on Anies Baswedan who was so intense to become a presidential candidate for the Republic of Indonesia for the 2024-2029 period. On this basis, the researcher wants to know more deeply about the political image of Anies Baswedan in the mass media. The methodology used is a qualitative methodology using Robert's framing analysis. Robert N. Entman. Based on the research results, it is known that Anies Baswedan's political image in the mass media is framed positively. This reality is a real fact of the figure of Anies Baswedan who is intelligent, polite, firm and religious. Therefore, every news published by the mass media shows that Anies Baswedan's political image has become positive in the midst of the audience.

**Keywords:** *Political Image, Anies Basswedan, Mass Media*

### PENDAHULUAN

Menjelang digelarnya Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024-2029 mendatang, wacana sosok bakal calon presiden dan wakil presiden mulai menjadi topik pemberitaan media massa di Indonesia. Dinamika politik Indonesia menjelang Pilpres 2024 seolah-olah berada dalam wacana media massa. Salah satu bakal calon presiden yang digulirkan media massa yakni Anies Baswedan.

Berdasarkan hasil survey New Indonesia Research And Consulting pada Februari 2022 lalu menyebutkan bahwa elektabilitas Anies Baswedan menempati posisi dua dengan 13.8%

atau hanya terpaut 7% dengan Prabowo Subianto yang mendapatkan 20%, dan unggul tipis dari Ganjar Pranowo di posisi tiga yang mendapatkan elektabilitas 13,6% (Sindonews.com, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa Anies Baswedan merupakan kandidat presiden yang diperhitungkan banyak partai politik menjelang Pilpres 2024 mendatang.

Seperti diketahui, Anies Baswedan merupakan seorang akademisi yang terpanggil untuk tampil di panggung politik Indonesia. Hadirnya Anies ke panggung politik membawanya menjadi seorang Gubernur di ibukota Indonesia. Sepak terjangnya dikancah perpolitikan Indonesia tidak terhenti disitu saja, berbagai kebijakan yang pro rakyat menjadi prioritas beliau dalam membangun DKI Jakarta. Alhasil, banyak bermunculan rasa simpatik bahkan empati dari warga Jakarta bahkan masyarakat Indonesia terhadap sepak terjang yang dilakukannya. Berbagai komentar netizen di media social juga turut memberikan warna terhadap sikapnya yang pro rakyat tersebut. Bahkan beberapa partai politik tertarik untuk berkolaborasi dengan Anies yang dianggap memiliki “nilai jual” tinggi untuk diusung pada Pilpres 2024 mendatang.

Sebagai Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan merupakan aktor politik yang jeli mengomunikasikan dirinya dari berbagai sisi. Tak jarang apa yang dilakukannya menjadi satu kontroversi tersendiri dalam perpolitikan Indonesia (Halim 2020). Meski Anies Baswedan tergolong baru di dunia politik dan sejumlah nama tokoh politik yang ramai diperbincangkan masyarakat tahun ini, Anies tetap menyita perhatian publik sepanjang tahun. Abdur Rahman Baswedan seorang pejuang nasional yang juga kakek dari Anies Baswedan, yang didaulat sebagai Menteri Muda Penerangan pada 1946 (Indra & Wahid, 2021).

Anies juga lebih dikenal sebagai tokoh pendidikan karena kontribusinya di bidang pendidikan. Anies dikenal sebagai pendiri Yayasan Indonesia Mengajar dan juga rektor Universitas Paramadina. Anies Baswedan memang dikenal sebagai aktivis pada masa berkuliah di UGM pada tahun 1989-1995, kemudian pindah ke Amerika untuk melanjutkan pendidikan. Anies yang memiliki banyak prestasi di dunia akademis tiba-tiba muncul kembali di kancah politik (Priyadi 2018).

Dari pengamatan awal yang dilakukan, membuat peneliti tertarik untuk mengetahui lebih mendalam citra politik Anies Baswedan di Media Massa. Dalam penelitian ini, peneliti membahas beberapa konseptual tentang citra politik, komunikasi politik dan media massa online.

Komunikasi politik (*political communication*) adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan actor-aktor politik, atau yang berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah. Dengan pengertian ini, sebagai sebuah ilmu terapan,

komunikasi politik bukanlah hal yang baru. Komunikasi politik juga bisa dipahami sebagai komunikasi antara “yang memerintah” dan “yang diperintah” (Afnan, 2017).

Menurut Dan Nimmo, komunikasi politik merupakan kegiatan komunikasi yang dianggap komunikasi politik berdasarkan konsekuensi-konsekuensinya yang mengatur perbuatan manusia di dalam kondisi-kondisi konflik (Nimmo, 2011). Hal senada dikemukakan oleh Anugrah, dkk (Oktarina, dkk, 2018) mengenai pendefinisian komunikasi politik berdasarkan pandangan politik yang digunakan, adalah proses komunikasi yang menyangkut interaksi pemerintah dan masyarakat, dalam rangka proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan yang di suatu wilayah tertentu. Konsep sederhana tentang komunikasi politik adalah komunikasi yang melibatkan pesan politik dari aktor-aktor politik atau yang berkaitan dengan kekuasaan pemerintah dan kebijakan pemerintah (Haris, 2022).

Citra didefinisikan sebagai konstruksi atas representasi dan persepsi khalayak terhadap individu, kelompok atau lembaga yang terkait dengan kiprahnya dalam masyarakat. Soleh Soemirat dan Elvinaro (2010) memaknai citra sebagai kesan, perasaan dan gambaran dari publik terhadap perusahaan atau kesan yang sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Berdasarkan definisi tersebut, Soemirat kemudian menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang terkait dalam proses pencitraan, yaitu:

1. Persepsi, yaitu hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain individu akan memberikan makna terhadap rangsangan berdasarkan pengalamannya mengenai suatu produk. Kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra.
2. Kognisi, yaitu suatu keyakinan diri individu terhadap stimulus. Keyakinan itu akan timbul apabila individu telah mengerti rangsangan itu sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup dan dapat mempengaruhi perkembangan informasinya.
3. Motif, yaitu keadaan dalam individu yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan.
4. Sikap, yaitu kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi obyek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukanlah perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu. (Soemirat, Elvinaro; 2010).

Membangun pencitraan politik, maka dibutuhkan media massa sebagai saluran menyampaikan pesan positif kepada khalayak. Di era globalisasi yang semakin cepat, peran media massa dalam kehidupan manusia sehari-hari tidak dapat dihindari lagi. Mengingat bahwa posisi media massa dalam kehidupan masyarakat begitu penting maka kesuksesan media massa dalam menjalankan perannya sebagai komunikator dapat dilihat dari semakin berkembangnya media massa, bertahannya media massa hingga saat ini, dan semakin

bertambahnya stasiun, perusahaan hingga website dan program yang disuguhkan oleh pengelola media cetak dan media elektronik. Media massa tidak akan bertahan hingga saat ini apabila tidak ada masyarakat yang menggunakan atau memanfaatkannya dalam kehidupan, karena bagaimanapun media massa tergantung pada banyaknya pemirsa.

Menurut McQuail terdapat 6 (enam) perspektif dalam melihat peran media massa dalam kehidupan sosial terutama dalam masyarakat modern, antara lain:

1. Melihat media massa sebagai window on event and experience. Media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak melihat apa yang sedang terjadi di luar sana, atau media merupakan sarana informasi untuk mengetahui berbagai peristiwa.
2. Media sering dianggap sebagai a mirror of event in society and the world, implying a faithful reflection. Cermin berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia, yang merefleksikan apa adanya, karenanya para pengelola media sering merasa tidak bersalah jika media penuh dengan kekerasan, konflik, pornografi dan berbagai keburukan lain.
3. Memandang media massa sebagai filter, atau gatekeeper yang menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak. Televisi senantiasa memilih isu, informasi atau bentuk content yang lain berdasarkan standar para pengelolanya.
4. Media massa sering dipandang sebagai guide, penunjuk jalan atau interpreter, yang menerjemahkan dan menunjukkan arah atas berbagai ketidakpastian, atau alternatif yang beragam.
5. Melihat media massa sebagai forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak, sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik.
6. Media massa sebagai interlocutor, yang tidak hanya sekedar tempat berlalu lalangnya informasi, tetapi juga partner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif. (Mc.Quail, 2000).

## **METODE**

Pendekatan penelitian yang dilakukan untuk mengkaji Citra Politik Anies Baswedan di Media Massa adalah melalui pendekatan metodologi kualitatif. Metode kualitatif memungkinkan peneliti mendekati data sehingga mampu mengembangkan komponen-komponen keterangan yang dianalisis, konseptual dan kategoris dari data itu sendiri dan bukannya teknik-teknik yang telah dikonsepsikan sebelumnya (Bungin, 2017).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui seleksi berita yang didokumentasi secara sistematis. Berita yang diambil bersumber dari detik.com, okezone.com dan tribunnews.com. Analisis data dilakukan melalui analisis framing Robert N. Entman. Analisis ini menekankan pada proses pemilihan berbagai aspek realitas sehingga beberapa bagian acara lebih menonjol dari yang lain. Entman juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang

khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lain (Eriyanto, 2011). Menurut Entman dalam (Eriyanto, 2011) framing dalam berita dilakukan dengan empat cara, yaitu: Pendefinisian masalah, memperkirakan masalah atau sumber masalah, membuat keputusan moral dan menekankan penyelesaian.

## HASIL

Terdapat tiga media massa online yang peneliti bahas yaitu okezone.com, detik.com dan tribunnews.com. Dari setiap media massa online, peneliti menelaah satu berita dari setiap portal berita tersebut. Berita yang peneliti dokumentasikan merupakan berita politik yang terkait dengan pencitraan Anies Baswedan. Berikut judul-judul berita yang peneliti kaji:

**Tabel 1. Judul Berita yang Diteliti**

<b>okezone.com</b>	<b>detik.com</b>	<b>tribunnews.com</b>
Jadi Bakal Capres Nasdem, Anies: Terima Kasih dan Respek!	Anies, Ganjar, dan Ridwan Kamil Masuk Bursa Capres PAN	Merdeka Institute: Anies Capres 2024 Paling Banyak Dibicarakan, Sentimen Prabowo Paling Positif

### **Framing Pemberitaan Okezone.com (Judul: Jadi Bakal Capres Nasdem, Anies: Terima Kasih dan Respek!)**

Pada pemberitaan berjudul; Jadi Bakal Capres Nasdem, Anies: Terima Kasih dan Respek! di portal berita okezone.com pada tanggal 19 Juni 2022, Anies menanggapi bahwa sebuah kehormatan baginya menjadi salah satu calon yang telah diusung Partai Nasdem. Menurut Anies, hal itu adalah sebuah terobosan baru karena telah memberikan kesempatan bagi pimpinan wilayah. Berikut kutipan beritanya:

#### **Jadi Bakal Capres Nasdem, Anies: Terima Kasih dan Respek!**

JAKARTA - Partai Nasional Demokrat (Nasdem) memutuskan tiga nama rekomendasi bakal calon presiden (bacapres) di Pilpres 2024. Dari tiga nama tersebut, salah satunya adalah Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan.

Menanggapi hal tersebut, Anies mengatakan, sebuah kehormatan baginya menjadi salah satu calon yang telah diusung Partai Nasdem. Menurut Anies, hal itu adalah sebuah terobosan baru karena telah memberikan kesempatan bagi pimpinan wilayah.

"Respek kepada ketua umum Pak Surya Paloh dan seluruh jajaran yang memulai sebuah terobosan yang cukup baru yaitu memberikan ruang kepada pimpinan wilayah untuk ikut menentukan untuk ikut mengusulkan," ujar Anies kepada wartawan, Sabtu (18/6/2022).

Lebih lanjut, Anies menuturkan, ia menghormati apa yang telah ditunjukkan Nasdem kepadanya. Meski, kata Anies, fokus utamanya kali ini adalah menuntaskan jabatannya guna membangun Jakarta.

Pada aspek pendefinisian masalah, redaksi tidak memberikan interpretasi terhadap pendefinisian masalah secara detail. Hanya saja redaksi menjelaskan bahwa Anies begitu respek terhadap Ketua Umum Nasdem Surya Paloh yang memberikan kepercayaan kepadanya. Permasalahan yang ingin ditunjukkan Surya Paloh dalam pemberitaan ini bahwa kondisi kepemimpinan kedepan harus dipimpin oleh seorang tokoh yang cerdas dan memiliki integritas yang Tangguh. Oleh karenanya, Nasdem memberikan ruang yang terbuka lebar untuk Anies Baswedan sebagai apres 2024. Pada aspek memperkirakan masalah, okezone memframing pernyataan Anies bahwa beliau focus membenahi Jakarta. Tawaran yang diberikan Nasdem merupakan kehormatan yang luar biasa bagi Anies. Sehingga framing keputusan moral yang ditunjukkan okezone pada pemberitaan ini adalah bahwa Anies tetap pada komitmennya yaitu menuntaskan jabatannya guna membangun Jakarta. Penekanan penyelesaian substantif pemberitaan lebih mengedepankan tetap rasa terima kasih rasa hormat Anies kepada Nasdem, bahwa seseorang yang bukan berasal dari dalam parpol mendapatkan kesempatan seperti yang disampaikan oleh DPP Nasdem.

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa okezone.com memframing citra politik Anies Baswedan sebagai sosok yang tanggung jawab terhadap tugas yang sedang diembannya. Selain itu, citra politik Anies Baswedan yang santun dan menghormati keputusan politik Nasdem merupakan sikap yang tidak luput diframing okezone.com. Sebagaimana disebutkan Mc Quail bahwa media massa sebagai forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak, sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik dari khalayak. Media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak melihat apa yang sedang terjadi di luar sana, atau media merupakan sarana informasi untuk mengetahui berbagai peristiwa.

### **Framing Pemberitaan detik.com (Judul: Anies, Ganjar, dan Ridwan Kamil Masuk Bursa Capres PAN)**

Pada pemberitaan detik.com berjudul Anies, Ganjar, dan Ridwan Kamil Masuk Bursa Capres PAN, Anies diframing sebagai sosok yang masuk dalam kategori Capres yang diusung PAN. Menurut PAN, sosok Anies mendapat dukungan dari masyarakat di Sumatera dan Sulawesi. Berikut petikan beritanya:

#### **Anies, Ganjar, dan Ridwan Kamil Masuk Bursa Capres PAN**

Medan - Sejumlah nama tokoh masuk dalam bursa bakal calon presiden yang akan didukung oleh Partai Amanat Nasional (PAN). Hingga kini PAN masih menggodok nama-nama itu di internal partai.

Nama-nama yang masuk diantaranya Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan, Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo hingga Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil. Dijelaskan, soal nama Anies yang masuk bursa itu karena adanya dukungan dari wilayah Sumatera dan Sulawesi.

"Cukup banyak saya memantau dari Sumatera dan dari Sulawesi itu muncul nama mas Anies," ujar Ketua Rakernas PAN Bima Arya di Djournal House, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, seperti dikutip dari detikNews, Selasa (28/6/2022).

Sama dengan Anies, Ridwan Kamil juga mendapatkan dukungan dari Sumatera. Selain itu dia juga mendapatkan dukungan dari Jawa Barat yang kini dipimpinnya. Sementara Ganjar disebutkan mendapatkan dukungan dari Jawa Timur dan dari daerah Indonesia Timur.

"Dari Jawa Barat dan dari Sumatera muncul nama Kang Emil. Nama Mas Ganjar muncul juga di Indonesia Timur, di Jawa Timur muncul," ucapnya.

Pada aspek pendefinisian masalah, redaksi memberikan pemahaman kepada public bahwa Anies begitu sosok yang mendapatkan tempat bagi masyarakat di Sumatera dan Sulawesi. Permasalahan yang ingin ditunjukkan detik.com dalam pemberitaan ini bahwa Anies seorang tokoh yang cerdas, religius dan bertanggung jawab. Oleh karenanya, PAN memberikan ruang yang seluas-luasnya untuk Anies Baswedan sebagai Capres 2024. Pada aspek memperkirakan masalah, detik.com memframing pernyataan Bima Arya bahwa Anies, Ganjar, Ridwan Kamil merupakan bakal calon presiden yang diusung PAN. Tawaran yang diberikan PAN merupakan kehormatan yang luar biasa bagi Anies. Sehingga framing keputusan moral yang ditunjukkan detik.com pada pemberitaan ini adalah bahwa PAN akan Menyusun komposisi yang tepat untuk Capres 2024. Penekanan penyelesaian substantif pemberitaan lebih terlihat detail, karena PAN masih berstatus mewacanakan Anies sebagai Capres 2024.

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa detik.com memframing citra politik Anies Baswedan sebagai sosok yang layak untuk dijadikan Capres 2024. PAN menilai terdapat dukungan dari masyarakat Sumatera dan Sulawesi terhadap Anies jika diusung PAN.

### **Framing Pemberitaan tribunews.com (Judul: Merdeka Institute: Anies Capres 2024 Paling Banyak Dibicarakan, Sentimen Prabowo Paling Positif)**

Pemberitaan tribunews.com tentang Anies Baswedan lebih kepada mengemukakan hasil survey Merdeka Institute yang menyebutkan bahwa Anies Capres 2024 yang paling banyak dibicarakan. Berikut kutipannya:

### **Merdeka Institute: Anies Capres 2024 Paling Banyak Dibicarakan, Sentimen Prabowo Paling Positif**

TRIBUNNEWS.COM, JAKARTA - Merdeka Institute merilis hasil survei terkait lalu lintas percakapan para netizen di dunia maya terhadap calon presiden papan atas atau top five di Pemilu 2024.

Hasilnya, Prabowo Subianto sebagai capres papan atas (top five) yang memiliki sentimen positif tertinggi di dunia maya.

"Yang dimaksud capres papan atas adalah tokoh-tokoh yang elektabilitanya selalu masuk lima besar (top five) dalam berbagai survei lembaga-lembaga riset mainstream. Mereka adalah Prabowo Subianto, Ganjar Pranowo, Anies Baswedan, Sandiaga Uno, dan Ridwan Kamil," kata Peneliti Senior Merdeka Institute Mohammad Yafi, dalam rilis secara daring, Kamis (21/4/2022).

Berdasarkan analisis dari data media monitoring yang dilakukan Merdeka Institute, Anies Baswedan adalah capres yang paling banyak diperbincangkan oleh para netizen di dunia maya.

Dalam 11 hari terakhir, total percakapan tentang Anies di dunia maya mencapai 87.135 percakapan, disusul tentang Prabowo Subianto (41.164), Ridwan Kamil (32.730), Ganjar Pranowo (25.299), dan Sandiaga Uno (6.704). Kendati Anies Baswedan paling banyak diperbincangkan alias memiliki tingkat engagement tertinggi, Prabowo Subianto justru menjadi capres yang banyak memperoleh sentimen positif dari para netizen.

Pada aspek pendefinisian masalah, redaksi tribunnews.com mermaparkan hasil survey Merdeka Institute kepada khalayak bahwa Anies masuk dalam top five capres 2024. Permasalahan yang ingin ditunjukkan tribunnews.com dalam pemberitaan ini bahwa Anies Baswedan adalah capres yang paling banyak diperbincangkan oleh para netizen di dunia maya. Pada aspek memperkirakan masalah, tribunnews.com memframing pernyataan Merdeka Institute bahwa dalam 11 hari terakhir, total percakapan tentang Anies di dunia maya mencapai 87.135 percakapan, disusul tentang Prabowo Subianto (41.164), Ridwan Kamil (32.730), Ganjar Pranowo (25.299), dan Sandiaga Uno (6.704). Atas dasar itu, framing keputusan moral yang ditunjukkan tribunnews.com tetap pada keunggulan Anies. Penekanan penyelesaian substantif pemberitaan lebih memperlihatkan sosok Probowo capres yang mendapatkan sentiment positif dari para netizen media social.

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa tribunenews.com memframing citra politik Anies Baswedan sebagai sosok yang mendapatkan tempat bagi netizen media social karena figure yang bijaksana dan bertanggung jawab. Sehingga Anies selaly dibicarakan sebagai sosok Capres 2024. Meskipun demikina sentiment positif terhadap Prabowo tetap diframing secara apik oleh tribunnews.com.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa citra politik Anies Baswedan di media massa dibingkai secara positif. Realitas ini merupakan fakta riil dari sosok seorang Anies Baswedan yang cerdas, santun, tegas, memiliki komitmen, tanggung jawab dan religius. Oleh karenanya, pada setiap pemberitaan yang dipublikasikan media massa menunjukkan citra politik Anies Baswedan menjadi positif di tengah-tengah khalayak bahkan menjadi perbincangan bagi para netizen di media social sebagai seorang figure yang layak untuk menjadi Presiden 2024-2029.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afnan, Dikhorir. 2017. *Strategi Komunikasi Politik Tim Sukses Dalam Pemenangan Pemilu Legislatif Di Kabupaten Kuningan (Studi Kasus Tim Pemenangan Momon Sutrisna Pada Pemilu Legislatif Periode 2004-2009 Dan 2009-2014)*. Jurnal Sosfilkom, Vol. Xi No. 01 Tahun 2017 (Hal. 30-41)
- Bungin, M Burhan. 2017. *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali pers.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Framing : Konstruksi Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKis.
- Gogali, Pradipta, Haikal. (2021). *Analisis Framing Robert N Entman Pada Pemberitaan Kecelakaan Pesawat Sriwijaya Air SJ 182 di Kompas.com Dan Detik.com Tanggal 9-11 Januari 2021*. Jurnal Komunikasi Universitas Bina Sarana Informasi. Vol 12 No.1 Maret 2021 P-ISSN 2086-6178 E-ISSN 2579-3292
- Halim, Moch. Daniel. 2020. *Implementasi Personal Branding Gubernur DKI Jakarta Melalui Akun Instagram Pribadi*. Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Haris, Aidil. 2022. *Strategi Komunikasi Politik Interaktif di Era Virtualitas*. Jurnal Publik Reform Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Dharmawangsa, Vol: 9 No.1 Juni 2022. ISSN (P) :2541-6537 | ISSN (E) : 2807-3452

Indra, Dolly & Wahid, Umaimah. 2021. *Tinjauan Literatur: Digital Komunikasi Politik Anies Baswedan*. Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 5. No. 2, Juli 2021, hlm 228 – 23 Doi: 10.30596/interaksi.v5i2.6198

Denis McQuail. 2000. *Mass Communication Theory*. London: Sage Publication

Nimmo, Dan. 2011. *Komunikasi Politik: Khlayak dan Efek*. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Oktarina, Selly & Sarwititi Sarwoprasodjo. 2018. *Strategi Komunikasi Politik Opinion Leader Dalam Difusi Program Pembangunan dan Pengembangan Lembaga Lokal di Pedesaan*. Metacommunication; Journal Of Communication Studies P- Issn : 2356-4490 Vol 3 No 1 Maret 2018 E-Issn : 2549-693x

Priyadi, Catur. 2018. —Analisis Dramaturgi Penampilan Anies Baswedan Dalam Kampanye Pilgub 2017. || Jurnal Pustaka Komunikasi 1 (2): 339–48

Soemirat, Sholeh dan Elvinaro, Ardianto. 2010. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung; PT. Remaja Rosdakarya.

Khotimah, Husnul. 2018. *Posisi dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat*. Tasâmuh Volume 16, No. 1, Desember 2018