

**KONSTRUKSI KEPEMILIKKAN LAHAN CALON PRESIDEN  
SEBAGAI ISU POLITIK PADA MEDIA ONLINE (ANALISIS  
ISI PEMBERITAAN PASCA DEBAT CAPRES JILID II PADA  
MEDIA ONLINE DETIK.COM DAN TRIBUNNEWS.COM)**

*SKRIPSI*

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Dikerjakan Oleh:

Nama : Mira Gustyarini

NIM : 1506015107

Peminatan : Komunikasi Massa



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
JAKARTA, 2019

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mira Gustyarini

NIM : 1506015107

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Komunikasi Massa

Judul : Konstruksi Kepemilikan Lahan Calon Presiden Sebagai Isu Politik Pada Media Online (Analisis Isi Pasca Debat Capres Jilid II Pada Media Online Detik.com dan Tribunnews.com)

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa proposal skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan **BUKAN PLAGIAT**. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini **PLAGIAT**, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian Skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 23 Agustus 2019

Yang Menyatakan



**Mira Gustyarini**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Konstruksi Kepemilikan Lahan Calon  
Presiden Sebagai Isu Politik Pada Media  
Online (Analisis Isi Pasca Debat Capres Jilidi  
II Pada Media Online Detik.com dan  
Tribunnews.com)

Nama : Mira Gustyarini

NIM : 1506015107

Peminatan : Komunikasi Massa

Telah diperiksa dan disetujui  
untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

Pembimbing I



Said Romadlan, S.Sos., M.Si.

Tanggal : .....

Pembimbing II



Rifma Ghulam Dzaljad, S.Ag, M.Si.

Tanggal: 27/09/2019

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Konstruksi Kepemilikan Lahan Calon Presiden Sebagai Isu Politik Pada Media Online (Analisis Isi Pasca Debat Capres Jilid II Pada Media Online Detik.com dan Tribunnews.com)

Nama : Mira Gustyarini  
NIM : 1506015107  
Peminatan : Komunikasi Massa

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Jumat, tanggal 30 Agustus 2019, dan dinyatakan LULUS.

  
**Dini Wahdiyati, S.Sos., M.Ikom.**  
Penguji I

Tanggal : 23- September 2019

  
**Husnan Nurjuman, S.Ag., M.Si**  
Penguji II

Tanggal: 21 September 2019

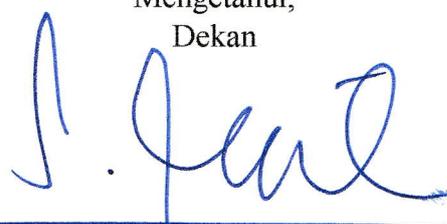
  
**Said Romadlan, S.Sos., M.Si.**  
Pembimbing I

Tanggal : 27/9/19

  
**Rifma Ghulam Dzaljad, S.Ag, M.Si.**  
Pembimbing II

Tanggal: 27/09/2019

Mengetahui,  
Dekan

  
**Said Romadlan, S.Sos., M.Si.**

## ABSTRAK

Judul : Konstruksi Pada Berita Media Online (Analisis Isi Pemberitaan Kepemilikan Lahan Prabowo Pasca Debat Kedua Capres Jilid II Pada Media Detik.com dan Tribunnews.com)  
Nama : Mira Gustyarini  
NIM : 1506015107  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Komunikasi Massa  
Halaman : 153 + xii halaman + 10 tabel + 6 gambar + 41 lampiran

Peristiwa politik tidak akan lepas dari yang namanya sorotan media massa. Media massa datang menyampaikan pesan yang beraneka ragam dan aktual tentang berita politik. Media massa termasuk media *online* menjadi sarana untuk mengikuti berbagai kejadian politik yang sedang terjadi baik sebagai penyampai informasi ataupun pesan. Tahun 2019 menjadi tahun demokrasi bagi masyarakat Indonesia, karena pada tahun ini pemilihan Presiden dan Wakil Presiden digelar kembali. Selama melakukan debat kandidat, debat kedua yang mempertemukan Jokowi dan Prabowo adalah debat yang paling banyak disaksikan oleh masyarakat. Setelah debat kedua dilaksanakan, munculah banyak pemberitaan yang dimuat oleh media, salah satunya yang paling banyak dibahas adalah mengenai kepemilikan lahan Prabowo yang dilontarkan oleh Jokowi di panggung debat. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana konstruksi pemberitaan yang dilakukan pasca debat kedua, pesan dan tujuan yang ingin disampaikan media Detik.com dan Tribunnews.com, faktor yang melatarbelakangi konstruksi realitas dari isi media, dengan fokus pemberitaan mengenai kepemilikan lahan Prabowo pada media *online* Detik.com dan Tribunnews.com.

Paradigma dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme, teori yang digunakan adalah teori konstruksi realitas sosial, pendekatan penelitian jenis kualitatif dan menggunakan metode analisis isi kualitatif.

Dari hasil penelitian yang didapatkan dalam mengkonstruksi pemberitaan pasca debat kedua dengan fokus pemberitaan isu kepemilikan lahan Prabowo, Detik mempunyai pandangan bahwa isu kepemilikan lahan ini hanya sebagai serangan dan *gimmick* politik yang berlangsung selama Pilpres dengan tujuan untuk mendapat *traffic* pembaca. Sedangkan Tribunnews memandang isu kepemilikan lahan ini sebagai sesuatu yang dapat dimanfaatkan jika tujuannya demi kemaslahatan dan kebaikan rakyat. Tribunnews menilai bahwa lahan ini bisa dimanfaatkan untuk dijadikan *land reform* oleh pemerintah. Untuk faktor-faktor yang mempengaruhi konstruksi realitas Detik dan Tribunnews dalam memuat pemberitaan yaitu: faktor organisasi media, ideologi media, dan ekonomi media.

Kontribusi penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang bagaimana konstruksi pemberitaan dan pandangan media terhadap setiap peristiwa politik, harapannya agar masyarakat tidak terbawa oleh arus konstruksi pemberitaan media yang sebenarnya memiliki kepentingan dalam memuat beritanya. Tidak hanya itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi penelitian di program studi ilmu komunikasi FISIP UHAMKA.

Kata Kunci: *konstruksi pemberitaan, kepemilikan lahan Prabowo, analisis isi kualitatif*

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, nikmat, serta hidayah-Nya kepada umatnya sehingga masih bisa menjalani aktivitas hingga hari ini. Salawat serta salam tidak lupa penulis haturkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW beserta para sahabat, sehingga peneliti mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“KONSTRUKSI KEPEMILIKAN LAHAN CALON PRESIDEN SEBAGAI ISU POLITIK PADA MEDIA ONLINE (ANALISIS ISI PEMBERITAAN PASCA DEBAT CAPRES JILID II PADA MEDIA ONLINE DETIK.COM DAN TRIBUNNEWS.COM)”**. Dalam menyusun Skripsi, peneliti memperoleh bimbingan serta motivasi dan dukungan dari banyak pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Motivasi terbesar saya, orang tua, Ayah terbaik, (Alm) H. Achmad Sulaiman.
2. Orang tua, Ibu saya, Lilis Andayani, yang selalu memberikan doa terbaik setiap harinya. Sehingga saya bisa menjalani aktivitas saya dengan penuh semangat. Serta, kasih sayangnya yang tidak pernah ia tinggalkan tiap kali saya merasa lelah.
3. Kakak saya, Lusi Sulistyarini, yang selalu menjadi tempat saya bertukar pikiran. Selalu memberi semangat dan motivasi agar saya dapat menyelesaikan tugas saya sebagai mahasiswa dengan baik.
4. Bapak Said Romadlan, S.Sos., M.Si sebagai Dekan FISIP UHAMKA sekaligus dosen Pembimbing I yang selalu sabar dalam memberikan ilmu dan arahan kepada peneliti.
5. Ibu Dini Wahdiyati, S. Sos., M.I.Kom sebagai Wakil Dekan I FISIP UHAMKA.

6. Bapak Rifma Ghulam Dzaljad, S.Ag. M.Si sebagai Wakil Dekan II FISIP UHAMKA sekaligus dosen Pembimbing II yang selalu sabar dalam memberikan ilmu dan arahan kepada peneliti.
7. Ibu Farida Hariyati, S.IP., M.I.Kom sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA.
8. Ahmad Toriq, selaku Wakil Redaktur Pelaksana *DetikNews*.
9. Yulis Sulistyawan, selaku *Content Manager* *Tribunnews.com*.
10. Dedi Fahrudin, selaku Pengamat Media.
11. Kawan seperbimbingan dan kawan yang menemani dalam suka duka, Vavan Fardyansyah, Atik Soraya, Anita Sundari, Lisa Revita, Diaz Astari, Irmawati Cahyani, Yunidar Kusumaningsih, Adisti Lika, Arum Yulistya, Gita Aziza, Rizka DPM, Marissa Noverina, Faradilla Azizah, Nusrat Begum, Putri Eva Riani.
12. Semua kawan di FISIP UHAMKA terkhusus angkatan 2015 yang sedang berjuang bersama untuk menyelesaikan perkuliahan dengan baik dan tepat waktu.

Peneliti menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang dapat diterima dan bermanfaat bagi pembaca.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Jakarta, 24 Agustus 2019

Mira Gustyarini

## DAFTAR ISI

### COVER

<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	13
1.3. Pembatasan Masalah.....	13
1.4. Tujuan Penelitian .....	13
1.5. Kontribusi Penelitian .....	14
1.5.1. Kontribusi Akademis .....	14
1.5.2. Kontribusi Metodologis .....	14
1.5.3. Kontribusi Sosial .....	15
1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian .....	15
1.7. Sistematika Penulisan .....	16
<b>BAB II KERANGKA TEORI</b> .....	18
2.1. Paradigma Konstruktivisme.....	18
2.2. Hakekat Komunikasi .....	24

2.2.1. Pengertian Komunikasi .....	24
2.2.2. Model Tubbs and Moss.....	26
2.2.3. Elemen Komunikasi .....	28
2.2.4. Fungsi Komunikasi .....	35
2.2.5. Konteks Komunikasi.....	38
2.3. Jurnalistik .....	41
2.4. Komunikasi Massa.....	45
2.4.1. Definisi Komunikasi Massa .....	45
2.4.2. Ciri Komunikasi Massa.....	48
2.4.3. Fungsi Komunikasi Massa .....	52
2.5. Media Online .....	55
2.5.1. Jenis Media Online.....	56
2.5.2. Karakteristik Media Online.....	58
2.5.3. Manajemen Konten Media Online .....	59
2.5.4. Kredibilitas Media Online.....	60
2.6. Konstruksi Pemberitaan.....	62
2.7. Berita.....	63
2.8. Teori Konstruksi Realitas Sosial .....	66
2.8.1. Media Massa dan Konstruksi Realitas Politik .....	73
2.8.2. Faktor Pembentukan Realitas Politik Media.....	76
2.8.3. Dampak Konstruksi Realitas Politik .....	77
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>79</b>
3.1. Pendekatan, Jenis, dan Metode Penelitian .....	79
3.1.1. Pendekatan Penelitian .....	79

3.1.2. Jenis Penelitian.....	81
3.1.3. Metode Penelitian .....	82
3.2. Pemilihan Media dan Pemilihan Informan .....	83
3.2.1. Pemilihan Media .....	83
3.2.2. Pemilihan Informan .....	84
3.3. Unit Analisis dan Unit Pengamatan.....	85
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	90
3.5. Metode Analisis Data .....	92
3.6. Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian.....	97
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>98</b>
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian .....	98
4.1.1. Gambaran Umum dan Sejarah Media Detik.com.....	98
4.1.2. Situs Detik.com.....	100
4.1.3. Struktur Organisasi Detik.com.....	102
4.1.4. Informasi Umum Detik.com .....	103
4.1.5. Gambaran Umum dan Sejarah Media Tribunnews.com.....	104
4.1.6. Struktur Organisasi Tribunnews.com .....	105
4.1.7. Informasi Umum Tribunnews.com.....	107
4.2. Hasil Penelitian.....	107
4.2.1. Hasil Analisis Isi Media Detik dan Tribunnews .....	108
4.2.2. Konstruksi Pemberitaan Pasca Debat Kedua.....	108
4.2.3. Proses Konstruksi Pemberitaan Detik dan Tribunnews.....	125
4.3. Pembahasan .....	129
4.3.1 Konstruksi Pemberitaan Detik dan Tribunnews .....	130

4.3.1. Konstruksi Realitas Sosial .....	136
4.3.3. Faktor Yang Mempengaruhi Konstruksi Realitas.....	143
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	147
5.1. Simpulan .....	147
5.2. Saran-Saran.....	148
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	150
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP PENELITI</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. TV Rating Untuk Debat Pilpres.....	3
Tabel 2.1. Paradigma Kosntruktivis Berdasarkan 4 Landasan Falsafah .....	19
Tabel 2.1.2. Pandangan Positivis dan Konstruktivis dalam Berita.....	22
Tabel 3.3. Kategorisasi Analisis Isi Media.....	85
Tabel 4.1.2. Situs-Situs Detik.com .....	100
Tabel 4.1.3. Struktur Organisasi Detik.com .....	102
Tabel 4.1.6. Struktur Organisasi Tribunnews.com .....	105
Tabel 4.2. Berita Mengenai Kepemilikan Lahan Prabowo.....	107
Tabel 4.2.1.1. Analisis Isi Konstruksi Pemberitaan Detik.com.....	109
Tabel 4.2.1.2. Analisis Isi Konstruksi Pemberitaan Tribunnews .....	118

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. <i>Top Site in Indonesia</i> .....	11
Gambar 2.2.2. Model Komunikasi Tubss .....	27
Gambar 2.6.2. Kerangka Kerja Teori Studi Liputan Politik.....	73
Gambar 4.1.1. Logo Detik.com .....	98
Gambar 4.1.5. Logo Tribunnews.com .....	104
Gambar 4.2.3. Konstruksi Realitas Sosial <i>Detik</i> dan <i>Tribunnews</i> .....	142



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Tahun 2019 merupakan tahun pesta demokrasi untuk Indonesia. Pada tahun ini, pemilihan calon presiden dan wakil presiden serta pemilihan para anggota legislatif di selenggarakan secara serentak. Sebelum dilaksanakan pemilihan, para pasangan calon biasanya akan melakukan debat untuk menyampaikan visi dan misi serta menjawab isu-isu seputar masalah yang ada di masyarakat. Debat sendiri adalah sebuah kegiatan untuk menguji argumentasi yang dilakukan antar individu ataupun kelompok. Debat mempunyai beberapa tujuan yakni meraih kemenangan atas argumentasi demi mendukung sesuatu yang mau ditegakkan atau dijalankan. Tujuan dilakukannya debat juga guna menunjukkan kebenaran atas sesuatu yang sedang dipermasalahkan, menimbulkan pro dan kontra, dan sebagainya.<sup>1</sup>

Pada debat capres jilid II yang mempertemukan calon presiden nomor urut 1, Joko Widodo dengan calon presiden nomor urut 2, Prabowo Subianto yang telah dilaksanakan pada 17 Februari 2019 membuat banyak muncul pemberitaan pasca debat yang menjadi bahan perbincangan di masyarakat. Pemberitaan yang muncul adalah seperti pemberitaan mengenai singgungan Jokowi terhadap kepemilikan lahan Prabowo. Pada awalnya, Prabowo menyoroti lahan di Indonesia yang tidak bertambah sedangkan jumlah

---

<sup>1</sup> Dikutip dari <https://duniapendidikan.co.id/debat-adalah-pengertian-tujuan-fungsi/#!> Pada tanggal 29 Mei 2019 pukul 01.27 WIB

penduduk terus bertambah. Jokowi meresponnya dengan menyinggung besaran lahan yang dikuasi Prabowo di Kalimantan dan Aceh. Polemik bermunculan setelahnya, dimana Badan Pemenangan Nasional (BPN) Prabowo-Sandi mengadukan hal ini kepada KPU karena merasa Jokowi sudah menyerang personal Prabowo. Sedangkan Tim Kampanye Nasional (TKN) Jokowi-Ma'ruf Amin memberikan respon berupa pembelaan terhadap Jokowi.

Respon dari kedua pihak, baik pihak Jokowi yang meminta bukti keadilan Prabowo hingga pihak Prabowo yang menuding Jokowi sudah menyerang pribadi Prabowo pada akhirnya membuat pemberitaan yang muncul menjadi seperti saling adu argumentasi di media.

Disinilah fungsi aktivitas media dalam melaporkan peristiwa-peristiwa sering membawa dampak yang amat signifikan bagi perkembangan sosial politik. Disini, media bukan sebagai sumber informasi, melainkan juga kerap menjadi faktor pendorong terjadinya perubahan. Banyak aspek media massa yang membuat dirinya penting dalam kehidupan. Pertama, daya jangkauannya yang sangat luas dalam menyebarkan informasi. Kedua, kemampuan melipatgandakan pemberitaannya sesuai jumlah eksemplar yang tercetak, juga bisa diulang-ulang penyiarannya sesuai kebutuhan. Alhasil, pelipat-gandaan ini menimbulkan dampak yang begitu besar di tengah khalayak. Ketiga, setiap media bisa mewacanakan sebuah peristiwa politik sesuai pandangan masing-masing. Kebijakan redaksional yang dimiliki menentukan penampilan isi peristiwa yang diberitakan. Keempat, tentu dengan fungsi agenda setting yang dimilikinya, media memiliki kesempatan yang sangat luas untuk

memberitakan suatu peristiwa. Kelima, pemberitaan peristiwa oleh suatu media lazimnya berkaitan dengan media lainnya hingga membentuk rantai informasi. (Sudibyo, 2001).

Debat kedua ini juga memiliki rating paling tinggi dari pemirsa televisi. Dikutip dari Nielsen Media, jumlah stasiun TV yang menyiarkan Debat Pilpres tahun ini lebih banyak, sesuai dengan keputusan Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang mewajibkan 18 stasiun TV menayangkan Debat Pilpres. Tercatat 13 stasiun TV telah menayangkan Debat Pilpres, sementara di tahun 2014 hanya 7 stasiun TV yang menyiarkan.

Hasil pantauan Nielsen di 11 kota menemukan bahwa total reach dari penayangan tiga Debat Pilpres tahun ini mencapai 57,6%, jauh lebih tinggi dibandingkan dengan periode tahun 2014 yang hanya mencapai 49,1%. Dari sisi rating, tiga Debat Pilpres 2019 mencapai angka rating gabungan yang jauh lebih tinggi, dan angka rating tertinggi di 2019 adalah di debat kedua yaitu Debat Capres Jokowi versus Prabowo. Debat kedua ini bertemakan ekonomi seperti energi, pangan, infrastruktur, lingkungan, dan sumber daya alam.

**Tabel 1.1.**  
**TV Rating untuk Debat Pilpres**

	Debat 1 (%)	Debat 2 (%)	Debat 3 (%)
<b>Tahun</b>			
<b>2019</b>	15,5	18,8	11,3
<b>2014</b>	8,4	9,5	9,6

Sumber: <https://www.nielsen.com/id/en/press-room/2019/program-debat-pilpres-2019-raih-lebih-banyak-pemirsa-televisi.html>, diakses pada tanggal 29 Mei 2019 pukul 01.35 WIB

Yang artinya, debat kedua ini juga paling dinanti dan ditunggu oleh masyarakat Indonesia untuk dapat melihat bagaimana kualitas dan juga visi misi yang akan disajikan oleh kedua calon Presiden untuk lima tahun ke depan memimpin bangsa Indonesia dan pemberitaan yang muncul setelah debat juga menjadi sorotan bagi masyarakat yang mungkin tidak menyaksikan secara langsung di televisi.

Munculnya pemberitaan ini tentu di pengaruhi oleh media. Media memberitakan apa-apa saja yang terjadi selama debat. Hal ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat yang mungkin juga tidak menyaksikan debat secara langsung. Peran media massa dalam memberitakan peristiwa serta polemik yang dimunculkannya, cukup besar dan strategis, utamanya dalam pembentukan *public opinion*. Biasanya dalam hal ini masing-masing media membawakan perannya sesuai kebijakan manajemen dan redaksi yang dianutnya. Dengan demikian, tak jarang media mampu membawa para khalayaknya tak menyadari sepenuhnya dengan peristiwa yang sesungguhnya terjadi. Mengutip dari Sobur (2006: 87) jika sinyalemen ini benar, dapat kita bayangkan betapa harus memiliki kemampuan memadai untuk menyaring sebuah berita. Pembaca harus memiliki kemampuan memadai untuk menyaring sebuah berita agar menemukan kebenaran, setidaknya mendekati kebenaran.

Berita sendiri adalah produk media yang diberi makna sesuai subjektif oleh media tersebut. Menurut kaum konstruksionis, berita adalah hasil konstruksi sosial yang selalu melibatkan pandangan, ideologi, dan nilai-nilai

dari wartawan atau media. Bagaimana realitas itu dijadikan berita sangat tergantung pada bagaimana fakta itu dipahami dan dimaknai (Eriyanto, 2002: 29). Jadi, pada dasarnya berita yang setiap hari dibaca adalah hasil dari konstruksi kerja jurnalistik, bukan kaidah buku jurnalistik berita bukanlah representasi dari realitas melainkan konstruksi dan pemaknaan atas realitas. Pemaknaan seseorang atas sebuah realitas bisa jadi berbeda dengan orang lain, yang tentunya akan menghasilkan realitas yang berbeda pula (Eriyanto, 2002: 21).

Kegiatan jurnalistik memang menggunakan bahasa sebagai bahan baku guna memproduksi berita. Akan tetapi, bagi media, bahasa bukan sekedar alat komunikasi untuk menyampaikan fakta, informasi, atau opini. Bahasa juga bukan sekedar alat komunikasi untuk menggambarkan realitas, namun juga menentukan gambaran atau citra tertentu yang hendak ditanamkan kepada publik. Maka, selain peran dan pentingnya media, penggunaan bahasa jurnalistik dalam surat kabar, tabloid, buletin, majalah, radio, televisi, atau media *online* internet, tidak bersifat tiba-tiba atau hadir begitu saja. Bahasa jurnalistik suatu media dipilih melalui proses perencanaan dan bahkan hasil kajian yang sangat panjang. Setiap media biasanya memiliki buku pedoman atau panduan masing-masing dalam penetapan bahasa jurnalistik. Buku pedoman tersebut harus berpijak kepada empat faktor; Filosofi Media, Visi Media, Misi Media, dan Kebijakan Redaksional Media (Widarmanto, 2017: 62).

Karena itu, salah satu cara untuk membantu pembaca menyikapi pers adalah konteks pemberitaan. Lewat konteks pemberitaan, pembaca bisa memahami masalah yang ada dan pemecahan masalah yang ditampilkan tidak berlaku untuk konteks yang lain. Lewat konteks pemberitaan ini pembaca dapat menyadari bahwa wartawan kadang menghidangkan “madu” dalam menu beritanya, kadang pula dalam berita yang lain menuangkan “racun”. Melalui konteks pemberitaan ini pembaca mengerti bahwa berita yang buruk bisa dibungkus dengan bahasa yang manis sehingga tampak samar-samar dan menyenangkan. Singkat kata, konteks pemberitaan menjadi alat yang sangat penting (Sobur, 2006: 87-88).

Namun tidak semua berita punya kepentingan untuk dikonstruksi, biasanya berita yang punya “nilai berita” (*news value*) yang berpotensi dikonstruksi. Peristiwa baru tersebut mempunyai nilai berita, dan karenanya layak diteliti kalau peristiwa tersebut berhubungan dengan elite atau orang terkenal, mempunyai nilai dramatis, terdapat unsur humor, *human interest*, dapat memancing kesedihan, keharuan dan sebagainya. Bicara soal media dan berita, permasalahan politik bisa menjadi sesuatu yang menarik untuk dibahas sebagai bahan suatu peristiwa. Media massa datang menyampaikan pesan yang aneka ragam dan aktual tentang lingkungan sosial dan politik. Kemudian, dengan perkembangan teknologi muncul media baru yang dikenal sebagai media interaktif melalui komputer yang sering juga disebut internet (*international network*). Penggunaan media massa dalam komunikasi politik tentu sangat penting karena media massa memiliki kontribusi yang besar dalam

demokrasi. Selain itu media massa selalu dipandang memiliki pengaruh yang kuat terutama dalam membangun opini dan pengetahuan bagi khalayak. Penggunaan media massa dalam komunikasi politik, sangat sesuai dalam upaya membentuk citra diri para politikus dan citra partai politik untuk memperoleh dukungan pendapat umum. Selain itu, pesan komunikasi massa bersifat aktual, yaitu baru terjadi dari segi waktu, terjadi dari segi substansi. Itulah sebabnya komunikasi massa sangat erat kaitannya dengan politik dan komunikasi politik (Arifin, 2003: 95-96).

Dukungan dari media atas suatu aktivitas politik tidak hanya didasarkan pada asumsi besarnya suatu peristiwa politik, tetapi juga nilai politik dari peristiwa tersebut. Nilai politik ini terutama berkaitan dengan kepentingan media sendiri dan kepentingan masyarakat sebagai konsumen atau publik dari media tersebut. Suatu peristiwa politik akan sangat mungkin ditanggapi dengan cara yang berbeda oleh berbagai media, antara lain pada peletakan berita (utama atau biasa), volume berita dan teknik, kecenderungan pemberitaannya, dimana isi media mengenai peristiwa tersebut sangat mungkin mendapat tanggapan yang berbeda oleh khalayak media yang berbeda (Arifin, 2003: 97).

Aspek penting dari media, selain faktor pesan adalah kemampuan media dalam membentuk pendapat umum. Adanya pendapat umum dengan *snowball effect* akan sangat mungkin mendorong sikap dan prilaku khalayak atas suatu isu politik tertentu. Proses pendapat umum ini biasanya dimulai dengan pemuatan berita yang memiliki nilai dan sifatnya kritikan dengan kepentingan

masyarakat (atau juga kontroversial), kemudian jika berita tersebut dimuat secara frekuentif dan dikembangkan topik bahasanya akan sangat mungkin mendorong, tidak hanya daya tarik khalayak dalam mencermati berita (tidak hanya membaca) namun juga berkaitan dengan pilihan-pilihan khayalak untuk menyikapi isu politik tersebut. Tidak dipungkiri bahwa selain masalah teknis pemuatan, penempatan dan juga frekuensi, pemilihan nara sumber, gaya berita, dan opini media yang ditawarkan bisa menjadi *frame* bagi khalayak untuk menentukan sikapnya atas suatu isu tertentu (Arifin, 2003: 97-98).

Para redaktur media memiliki ketajaman untuk mengangkat isu-isu yang perlu dibicarakan oleh masyarakat maupun pemerintah. Isu-isu tidak hanya muncul dari anggota redaksi sendiri, namun para pengelola media biasanya memiliki kelompok pemikir (narasumber) yang dapat dihubungi setiap saat untuk memberi ulasan (Cangara, 2009: 126).

Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk melihat bagaimana pemberitaan yang muncul pasca Debat Capres jilid II yang diberitakan oleh media, khususnya media *online* Detik.com dan Tribunnews.com. Peneliti mengambil kedua media ini karena ingin melihat bagaimana Detik.com dan Tribunnews.com memposisikan diri dalam mengangkat pemberitaan yang muncul pasca Debat Capres jilid II. Selain itu, kedua media ini juga begitu *concern* dan sering mengawal pemberitaan terkait pemilu begitu juga dengan pemberitaan kepemilikan lahan. Dimana di media *online* Detik memiliki fokus berita dengan judul “340 Ribu Ha Lahan Prabowo” yang isinya adalah semua rangkuman berita terkait kepemilikan lahan Prabowo. Sedangkan di

Tribunnews terdapat *tag* berita “tanah prabowo” yang memudahkan pembacanya untuk melihat kumpulan berita yang membahas kepemilikan lahan Prabowo.

Selain hal diatas, alasan lain peneliti memilih media *online* Detik.com dan Tribunnews.com adalah karena dilansir dari Alexa.com (*An Amazon.com Company*) kedua media ini masuk kedalam 5 besar *Top Site in Indonesia*. Hal tersebut membuktikan bahwa kedua media online ini adalah media online yang sering di akses oleh publik terutamanya ketika masa debat pemilihan umum calon Presiden dan wakil Presiden Indonesia. Kemudian, Detik.com dan Tribunnews.com juga memiliki *tagline* yang hampir serupa yaitu memposisikan sebagai media yang terdepan mengenai hal baru dan berita terkini.

Site	Daily Time on Site	Daily Pageviews per Visitor	% of Traffic From Search	Total Sites Linking In
1 Google.com Enables users to search the world's information, including webpages, images, and videos. Offers...More	8:19	10.81	0.70%	2,454,738
2 Tribunnews.com TRIBUNNEWS.COM :: Berita Terkini Indonesia Diterbitkan TRIBUN- Network 'The National's Local'...More	5:13	3.96	31.90%	39,557
3 Youtube.com YouTube is a way to get your videos to the people who matter to you. Upload, tag and share your...More	8:51	5.06	11.30%	1,924,665
4 Detik.com detik.com is pioneer online media company in Indonesia, provides the most updated & comprehe...More	8:12	4.49	20.00%	57,389
5 Okezone.com Okezone Portal Berita Online Indonesia   Berita Terbaru Hari Ini Terkini Terhangat   Nasional!...More	1:21	1.66	4.40%	19,036
6 Tokopedia.com Tokopedia merupakan perusahaan internet yang memungkinkan setiap individu dan pemilik bisnis di...More	6:27	5.46	18.80%	67,693

**Gambar 1.1 Top Site in Indonesia**

Sumber <https://www.alexa.com/topsites/countries/ID> diakses pada tanggal 1 April 2019 pukul 19:58 WIB

Penelitian ini mengacu kepada penelitian sebelumnya, yang kurang lebih memiliki tema yang sama, antara lain:

1. Konstruksi Realitas Isu Lingkungan Hidup Oleh *Green Radio* Dalam Program Adopsi Pohon oleh Megah Apriyani tahun 2013 Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. Penelitian ini mengkaji pemberitaan melalui website resmi [www.greenradio.fm](http://www.greenradio.fm) mengenai pemberitaan tentang program adopsi pohon, oleh karena itu peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme untuk mengetahui dan menjelaskan konstruksi realitas tentang isu lingkungan hidup dalam program adopsi pohon di *Green Radio* dan faktor-faktor yang mempengaruhi konstruksi realitas isu lingkungan hidup dalam program adopsi pohon. Teori yang digunakan yaitu teori konstruksi realitas sosial untuk melihat proses pengkonstruksian program adopsi pohon di dalam pemberitaan. Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan metode yang digunakan adalah analisis isi kualitatif. Hasil penelitian dalam program adopsi pohon, *Green Radio* mengajak sahabat *Green* agar terlibat dalam program adopsi pohon yang bisa melakukannya dengan berbagai cara atau kegiatan yang dibuat oleh *Green Radio* agar pendengar mau ikut dalam adopsi pohon. Memberikan realitas yang ada tentang isu lingkungan dan faktor-faktor apa yang mempengaruhi konstruksi realitas dalam program adopsi pohon,

yaitu: faktor individual, rutinitas media, ekstra media. Kesimpulan dan saran dari penelitian ini, program adopsi pohon diharapkan dapat mengubah kesadaran kepada pendengar dan mengubah gaya hidupnya untuk mencintai lingkungan dan saran-saran yaitu saran akademis, metodologis dan praktis.

2. Konstruksi Realitas Pemberitaan Brankas Nazaruddin Dalam Laporan Utama Majalah Tempo oleh Raisa Januarti, Dede Mulkan, dan Herlina Agustin tahun 2012 Mahasiswa/i Universitas Padjadjaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Majalah Tempo menyusun fakta (struktur sintaksis), mengisahkan fakta (struktur skrip), menulis fakta (struktur tematik), dan menekankan fakta (struktur retorik) dalam pemberitaan mengenai brankas Nazaruddin sesuai dengan elemen Analisis Framing model Zhongdang Pan dan Kosicki dan bagaimana konteks realitas sosial wartawan dalam menuliskan pemberitaan mengenai brankas Nazaruddin. Pada elemen Struktur Sintaksis, Majalah Tempo ini berangkat dari kesaksian para pegawai staf keuangan Grup Permai dan catatan pengeluarannya, juga memperlihatkan sosok Nazaruddin dan perusahaannya dengan proyek-proyek yang dikerjakan oleh Grup Permai yang dibantu pihak-pihak tertentu sehingga keluarlah “*dana support*”. Pada elemen Struktur Skrip, Majalah Tempo hendak memberitahukan pembacannya bahwa kasus Angie-Nazar tersebut adalah peristiwa besar, karena didalamnya turut campur tokoh

politikus. Pada elemen Tematik, Majalah Tempo menggunakan koherensi penjelas, koherensi penegas secara detail. Koherensi-koherensi tersebut selain diarahkan dalam segenap data seputar kasus Angie-Nazar, rupanya majalah Tempo juga hendak memberitakan kepada khalayak mengenai posisi Angie dalam kasus tersebut dan perincian perusahaan apa saja yang berada di naungan Grup Permai yang mengerjakan proyek pemerintahan. Pada elemen Struktur Retoris, Majalah Tempo menggunakan leksikon dan gaya bahasa, pemilihan kata yang berkarakter untuk menekankan suatu istilah.

3. Analisis Isi Berita Basuki Tjahaja Purnama Sebelum dan Sesudah PILKADA DKI Jakarta Putaran II (Analisis Isi Berita di Surat Kabar Media Indonesia dan Republika Periode 13 April – 26 April 2017) oleh Chevi Azmi Damara Tahun 2017 Mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Penelitian ini dilakukan untuk melihat kecenderungan isi berita di surat kabar terkait pemberitaan Basuki Tjahaja Purnama atau Ahok seminggu sebelum dan seminggu sesudah Pilkada Putaran II. Penelitian ini dilakukan dengan metode analisis isi kuantitatif, dengan konsep kategori isi berita. Dimana kategori yang dimaksud tema berita, sumber berita, nada berita. Surat kabar yang diteliti adalah Media Indonesia dan Republika dengan periode penelitian tanggal 13 April – 26 April 2017.

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas, rumusan masalah yang diajukan adalah:

1. Bagaimana media online Detik.com dan Tribunnews.com mengkonstruksi pemberitaan kepemilikan lahan Prabowo pasca Debat Capres Jilid II?
2. Bagaimana proses konstruksi dalam pemberitaan kepemilikan lahan Prabowo pada media online Detik.com dan Tribunnews.com pasca Debat Capres Jilid II?

## 1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, peneliti membatasi penelitian ini dengan memfokuskan kepada pemberitaan kepemilikan lahan Prabowo di media online Detik.com dan Tribunnews.com pasca Debat Capres Jilid II terkhusus mengenai isu kepemilikan lahan Prabowo pada rentang waktu tanggal 17-21 Februari 2019.

## 1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk memahami dan mendeskripsikan bagaimana media online Detik.com dan Tribunnews.com mengkonstruksi pemberitaan kepemilikan lahan Prabowo pasca Debat Capres Jilid II dan faktor apa yang mempengaruhinya.

2. Untuk menjelaskan proses konstruksi pemberitaan kepemilikan lahan Prabowo pada media online Detik.com dan Tribunnews.com pasca Debat Capres Jilid II.

## **1.5. Kontribusi Penelitian**

### **1.5.1. Kontribusi Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya studi dalam bidang Ilmu Komunikasi, khususnya terhadap kajian jurnalistik. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan serta referensi bukan hanya kepada peneliti tetapi juga mahasiswa/i FISIP UHAMKA. Proses konstruksi realitas, prinsipnya setiap upaya “menceritakan” (konseptualisasi) sebuah peristiwa, keadaan, atau benda tak terkecuali mengenai hal-hal yang berkaitan dengan politik adalah usaha mengkonstruksi realitas. Setiap hasil laporan adalah hasil konstruksi realitas atas kejadian yang dilaporkan. Maka, kesibukan utama media massa adalah mengkonstruksikan berbagai realitas yang akan disiarkan. Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa yang terjadi sehingga menjadi cerita atau wacana yang bermakna. Pembuatan berita di media pada dasarnya adalah penyusunan realitas-realitas hingga membentuk sebuah cerita atau wacana yang bermakna.

### **1.5.2. Kontribusi Metodologis**

Secara metodologis, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Substansi data kualitatif sendiri adalah makna dari setiap data yang dapat diungkapkannya, jadi pencarian dan pengejaran makna dari setiap upaya

peneliti di lapangan adalah puncak prestasi peneliti dalam setiap penelitian. Peneliti berusaha mencari sebanyak mungkin informasi dari informan dengan memberikan pertanyaan yang terkait dalam permasalahan penelitian.

### **1.5.3. Kontribusi Sosial**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai pemahaman kepada khalayak bagaimana suatu berita dapat di konstruksi media yang dibangun tergantung pada keberpihakan media atau tergantung ideologi yang melekat pada media tersebut. Agar nantinya masyarakat tidak begitu saja menerima atau mengkonsumsi berita tetapi dapat di telaah kebenarannya dan berperan aktif melakukan kontrol sosial (mengkritisi) agar tidak adanya penyimpangan dalam kebenaran suatu berita.

### **1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian**

Adapun kelemahan dan keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kelemahan penelitian ini adalah kemampuan peneliti dalam memaparkan hasil penelitian, peneliti kurang memahami penggunaan kata-kata yang tepat dalam mendeskripsikan dihasil penelitian.
2. Keterbatasan penelitian ini terkendala oleh masalah waktu selama penelitian, selain itu peneliti juga merasa terbatas mengakases referensi penelitian sejenis yang membahas mengenai berita dengan metode analisis isi kualitatif.

## **1.7. Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi penjabaran latar belakang masalah yang akan diteliti beserta rumusan masalah yang akan diteliti, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, serta kelemahan dan keterbatasan penelitian.

### **BAB II KERANGKA PEMIKIRAN ATAU TEORI**

Pada bab ini menguraikan perspektif atau paradigma yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian, konsep-konsep dan teori-teori yang menjadi pokok dalam penelitian ini.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi metodologi penelitian yang digunakan. Mencakup tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi penelitian dan jadwal penelitian.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Pada BAB ini dibahas tentang sejarah *Detik* dan *Tribunnews*, tabel edisi berita *online Detik* dan *Tribunnews* dari 17-21 Februari 2019, tabel analisis isi dengan kategori: Topik, Narasumber, dan Kecenderungan Isi, konstruksi pemberitaan kedua media tersebut, proses terjadinya konstruksi oleh kedua media tersebut, serta pembahasan tentang teori konstruksi realitas sosial dan faktor yang mempengaruhi isi kedua media tersebut.

## **BAB V PENUTUP**

Pada BAB ini adalah bagian dari penulisan peneliti yang terdiri dari kesimpulan atas pokok permasalahan yang ada dan juga saran-saran.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Afrizal. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Baran dan Davis. 2010. *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing*. Yogyakarta: LkiS Group.
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-Berita Politik*. Jakarta: Granit.
- Herdiansyah, Haris. 2011. *Metodelogi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- HM, Zaenuddin. 2007. *The Journalist*. Prestasi Pustaka Publisher
- Ibrahim. 2015. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Krippendorff, Klaus. 1993. *Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Cetakan 5. Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup.
- \_\_\_\_\_. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Cetakan 2. Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup.
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Human Communication*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.
- Salim, Agus. 2006. *Teori & Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: TIARA WACANA
- Semi, Atar. 1995. *Teknis Penulisan Berita, Features, dan Artikel*. Bandung: Angkasa
- Sendjana, S. Djuarsa. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Shoemaker & Reese. 1996. *Mediating the Message : Theories of Influence on Mass Media Content*. USA: Longman.
- Sobur, Alex. 2006. *Analisis Teks Media*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Sudibyoy, Agus. 2006. *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. LKIS: Yogyakarta.
- Sugiyono. 2016. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Suhandang, Kustadi. 2004. *Pengantar Jurnalistik (Seputar Organisasi, Produk, & Kode Etik)*. Bandung: Penerbit Nuansa

Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Suryawati, Indah. 2015. *Jurnalistik Suatu Pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Syamsul M. Romli, Asep. 2018. *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.

Tamburaka, Apriadi. 2013. *Agenda Setting Massa*. Jakarta: Rajawali Pers

Widarmanto, Tjahjono. 2017. *Pengantar Jurnaslitik*. Yogyakarta: Alaska.

**Internet:**

<https://www.alexa.com/topsites/countries/ID>

<https://id.wikipedia.org/wiki/DetikCom>

<https://id.wikipedia.org/wiki/Tribunnews.com>

<https://beritagar.id/artikel/laporan-khas/para-pengukir-sejarah-media-daring-indonesia>

**Jurnal:**

Puji Santoso. 2016. *Konstruksi Sosial Media Massa*. 1(1): 33-37.

**Skripsi:**

Apriyani, Mega. 2013. *Konstruksi Realitas Isu Lingkungan Hidup Oleh Green Radio Dalam Program Adopsi Pohon*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Januarti, Risa. Mulkan, Dede. Agustin, Herlina. 2012. *Konstruksi Realitas Pemberitaan Brankas Nazaruddin Dalam Laporan Utama Majalah Tempo*. Bandung: Universitas Padjajaran.

Damara. Chevi Azmi. 2017. *Analisis Isi Berita Basuki Tjahaja Purnama Sebelum dan Sesudah PILKADA DKI Jakarta Putaran II (Analisis Isi Berita di Surat*

*Kabar Media Indonesia dan Republika Periode 13 April-26 April 2017).*

Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

