

**ANALISIS FRAMING BERITA
KUNJUNGAN KENEGARAAN RAJA ARAB SAUDI KE INDONESIA DI SITUS BERITA
KOMPAS.COM DAN REPUBLIKAONLINE PERIODE FEBRUARI-MARET 2017**

RETNO AMBARWATI, ERWIN KARTINAWATI, S.SOS., M.I.KOM

Ilmu komunikasi fakultas sosial, humaniora dan seni universitas sahid surakarta

ABSTRAK

Media massa dalam kehidupan manusia menjadi salah satu unsur penting yang tidak bisa terpisahkan. Kehadirannya guna memenuhi kebutuhan akan informasi, seolah menegaskan bahwa media massa menjadi bagian dari kebutuhan primer. Seiring perkembangan jaman dan kecanggihan teknologi, ragam media massa bukan hanya terpaku pada media elektronik (TV, radio) dan juga media cetak. Namun, perkembangannya telah merambah ke media baru (new media) atau yang disebut juga media internet.

Peneliti melakukan penelitian dengan menganalisis berita kunjungan kenegaraan raja Arab Saudi, dalam hal ini khususnya adalah yang berkaitan dengan agama, yang juga merupakan berita dengan tingkat share tertinggi. Peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu bagaimana framing berita Kompas.com dan Republika Online dalam memberitakan agenda bidang keagamaan Raja Arab Saudi selama kunjungannya di Indonesia pada akhir Februari hingga Maret 2017. Dalam penelitian ini, struktur berita yang dikemukakan oleh Shoemaker, terutama pada level individu terkait pemilik media, masih berlaku. Hal ini dapat dilihat dari sudut pandang berita yang ditonjolkan oleh kedua media online ini. Meski demikian, antara Kompas.com dan Republika Online tidak menunjukkan adanya perbedaan yang mencolok. Hal ini mengingat bahwasanya kunjungan raja Arab Saudi memiliki kepentingan bagi negara Indonesia, diantaranya adalah dari segi perekonomian melalui kerja sama yang dijalin. Selain itu, dalam pertemuan ini juga memiliki pesan yang sama dengan apa yang pemerintah Indonesia tekankan, yakni perihal perdamaian, baik antar umat beragama maupun perdamaian dunia.\

Kata kunci: analisis framing, pemberitaan, media internet

PENDAHULUAN

Media massa dalam kehidupan manusia menjadi salah satu unsur penting yang tidak bisa terpisahkan. Kehadirannya guna memenuhi kebutuhan akan informasi, seolah menegaskan bahwa media massa menjadi bagian dari kebutuhan primer. Seiring perkembangan jaman dan kecanggihan teknologi, ragam media massa bukan hanya terpaku pada media elektronik (TV, radio) dan juga media cetak. Namun, perkembangannya telah merambah ke media baru (new media) atau yang disebut juga media internet.

Kehadiran situs berita online memungkinkan berita tersampaikan sesegera mungkin tanpa terbatas ruang dan waktu, bahkan memungkinkan industri media untuk merilis lebih banyak berita dalam sehari terkait satu peristiwa. Kemudahan yang diperoleh melalui Internet ini memungkinkan situs berita online sebagai salah satu media yang cukup berpengaruh dalam membentuk pemikiran masyarakat. Berita yang diperbarui setiap saat menjadi faktornya.

Salah satu isu yang mewarnai media massa pada periode Februari – Maret 2017 adalah perihal kunjungan kenegaraan Raja Arab Saudi, Salman bin Abdulaziz Al-Saud ke Indonesia. Kunjungan yang berlangsung sejak tanggal 1-9 Maret 2017 ini terasa begitu spesial bagi Indonesia, mengingat kunjungan Raja Arab Saudi kali ini merupakan kunjungan yang ke dua setelah 47 tahun silam. Kunjungan ini jauh berbeda jika dibandingkan dengan kunjungan kenegaraan dari pemimpin negara yang pernah menginjakkan kaki ke tanah air. Sebut saja Amerika Serikat, hampir setiap pemimpin terpilih dari negara bagian tersebut pernah melakukan kunjungan kenegaraan ke Indonesia.

Tercatat Presiden Amerika Serikat yang pernah berkunjung ke Indonesia yakni Richard Milhous Nixon, Gerald Rudolf Ford, Ronald Wilson Reagan, Bill Clinton, George Walker Bush, dan terakhir adalah Obama pada November 2010. (Sumber: Kumparan.com. Perbedaan Kunjungan Presiden AS dan Raja Saudi di Indonesia. Diunggah pada: Rabu, 22 Februari 2017, pukul 18.03 WIB. <http://m.kumparan.com/utomo-priyambodo/perbedaan-kunjungan-presiden-as-dan-raja-saudi-di-indonesia>. PerbedaanKunjungan PresidenASdanRajaSaudidiIndonesia. Diakses pada: Senin, 22 Mei 2017, pukul 07.49 WIB).

Kunjungan Raja Salman bin Abdulaziz Al-Saud dilihat dari berbagai segi, membawa dampak

positif bagi Indonesia. Dari segi politik, kunjungan kali ini bisa dikatakan sebagai salah satu kesuksesan pemerintah saat ini guna melebarkan kerja sama dengan negara kawasan Timur Tengah. Bahkan, bisa dikatakan menjadi kesempatan baru bagi Indonesia untuk bergabung dan menjalin kerja sama dengan negara-negara Islam lainnya. Sebab, Arab Saudi sendiri merupakan negara yang berpengaruh di Timur Tengah. Dari segi ekonomi, kehadiran Raja Salman membawa angin segar dengan investasinya. Salah satunya melalui perjanjian antara Aramco dan Pertamina terkait kilang minyak di Cilacap, Jawa Tengah, senilai 5 miliar dolar AS. (Sumber : DW.COM. RajaSalmanAkanTandatangani10PerjanjianKerjasama diIndonesia. Diunggah pada Selasa, 28 Februari 2017. <http://www.dw.com/id/raja-salman-akan-tandatangani-10-perjanjian-kerjasama-di-indonesia/a-37743544>. RajaSalmanAkanTandatangani 10 Perjanjian Kerjasama di Indonesia. Diakses pada Senin, 20 Maret 2017 pukul 10.45 WIB).

Akan tetapi, bila melihat latar belakang negara Arab Saudi dan Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, agenda Raja Salman selama berada di Indonesia yang bersangkutan dengan agama menjadi satu kegiatan yang dinantikan oleh masyarakat. salah satunya kerja sama mengenai penyelenggaraan ibadah haji. Kabar ini tentunya menjadi kabar baik bagi Indonesia, mengingat animo masyarakat Indonesia dalam melaksanakan ibadah haji terbilang tinggi.

Pemilihan kunjungan kenegaraan raja Arab Saudi sebagai objek penelitian karena selain penting, pada hakikatnya selain berstatus sebagai tamu negara, Raja Salman merupakan saudara seiman bagi mayoritas masyarakat Indonesia yang beragama Islam. Sementara agenda dalam bidang

kegamaan yang dilakukan oleh pemimpin dari tanah para nabi tersebut memiliki makna penting yang tidak bisa dipandang sebelah mata. Terutama agenda, pertemuannya dengan para tokoh lintas agama yang sekaligus mencerminkan sikap toleransi antar umat beragama pemerintah Arab Saudi. Agenda tersebut menjadi salah satu yang mewakili kondisi Indonesia saat ini. Dimana agama menjadi isu sensitif, baik di media massa maupun di kalangan masyarakat, menyusul adanya kasus penistaan agama hingga melahirkan aksi bela Islam di Jakarta, sekaligus menjadi sorotan media nasional maupun internasional. Simbol toleransi antar umat beragama yang ditunjukkan oleh raja Salman sejalan dengan upaya pemerintah Indonesia yang menyuarakan pentingnya persatuan dan toleransi antar umat beragama guna memelihara keutuhan Negara Republik Indonesia.

Situs berita online di tanah air yang memiliki intensitas cukup tinggi dalam memberitakan kunjungan kenegaraan Raja Salman, diantaranya adalah situs berita Kompas.com dan Republika Online. Kedua situs berita online berskala nasional ini memandang kunjungan Raja Salman sebagai hal penting yang berdampak cukup besar bagi Indonesia.

Sementara itu, pada agenda kunjungan kenegaraan raja Arab Saudi di bidang keagamaan menjadi sorotan pula bagi dua media tersebut. Pada situs berita Kompas.com berita pertemuan raja Salman dengan tokoh-tokoh lintas agama yang berada di Indonesia memiliki tingkat yang cukup tinggi dibagikan oleh pembaca. Sedangkan situs berita Republika Online tidak hanya sekedar agenda raja Saudi yang di Indonesia saja yang mereka bahas, namun juga terkait janji pemerintah Arab Saudi dalam pembayaran kompensasi korban crane.

Setiap berita yang dimuat oleh situs berita Kompas.com ataupun Republika Online terkait kunjungan Raja Arab Saudi pun memiliki perbedaan. Dalam penyampaian berita, kedua media online berskala nasional ini sesuai dengan framing yang mereka ciptakan. Framing merupakan bingkai yang digunakan oleh wartawan dalam menuliskan fakta pada pemberitaan terkait suatu peristiwa. Pada penelitian ini, untuk mengetahui bingkai berita yang diciptakan masing-masing media, penulis menggunakan teknik analisis framing. Analisis framing merupakan pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita (Eriyanto, 2015 : 79).

Dengan kata lain, analisis ini dapat digunakan untuk mengetahui konstruksi seperti apa yang diciptakan oleh wartawan terkait sebuah peristiwa. Karena, dalam prakteknya, media massa dalam menjalankan tugasnya untuk menyampaikan informasi bagi khalayak, tidak bisa dipungkiri dipengaruhi oleh bermacam faktor dan terdapat berbagai kepentingan didalamnya, seperti kepentingan ideologi. Namun demikian, disamping kepentingan ideologi antara masyarakat dan negara, media massa juga terselubung kepentingan lain; misalnya kepentingan kapitalisme pemilik modal, kepentingan keberlangsungan lapangan kerja bagi karyawan, dan sebagainya (Sobur, 2015 : 30).

Pemilihan kedua situs berita online tersebut dalam penelitian kali ini didasarkan keinginan penulis untuk membandingkan framing antara situs berita Kompas.com dan Republika Online dalam memberitakan agenda Raja Salman Bin Abdulaziz Al-Saud selama berada di Indonesia. Terutama pada agenda di bidang keagamaan. Mengingat kedua media memiliki latar belakang yang berbeda. Republika Online dengan Islam yang kental karena latar belakang lahirnya media tersebut dari kalangan komunitas muslim bagi publik di Indonesia, dan didukung pula oleh Ikatan Cendekiawan Muslim. (Sumber: <https://m.merdeka.com/profil/indonesia/r/republika>. Diakses pada Minggu, 11 Juni 2017 pukul 05.22 WIB).

Sedangkan Kompas.com dengan sisi humanismenya dan latar belakang pendiri yang berasal dari Partai Katolik. Disamping itu, kedua media tersebut memang kerap kali memiliki perbedaan dalam penyampaian berita. Perbedaan berita yang cukup terlihat di situs berita Kompas.com dan Republika Online adalah perihal kasus penistaan agama yang terjadi belakangan ini. Baik perbedaan pada pemilihan kalimat yang digunakan, narasumber, hingga sudut pandang. Tidak bisa dipungkiri, pemberitaan soal agenda bidang keagamaan yang dilakukan oleh Raja Salman Bin Abdulaziz Al-Saud, sedikit banyak mengingatkan kembali mengenai kasus penistaan agama yang menjerat salah satu jajaran pemerintah di Indonesia. Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan diatas, peneliti melakukan penelitian dengan menganalisis berita kunjungan kenegaraan raja Arab Saudi, dalam hal ini khususnya adalah yang berkaitan dengan agama, yang juga merupakan berita dengan tingkat share tertinggi. Peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu bagaimana framing berita Kompas.com dan Republika Online dalam memberitakan agenda bidang keagamaan Raja Arab Saudi selama kunjungannya di Indonesia pada akhir Februari hingga Maret 2017.

TINJAUAN PUSTAKA

Media Baru (Media Internet)

Kehadiran jurnalistik media online memiliki kelebihan berupa kecepatan dalam menyampaikan berita, bahkan setiap beberapa menit berita dapat di-up date. Terlepas dari kecepatan berita sampai kepada pembaca, melalui media online pembaca dapat memberikan komentar maupun tanggapan secara langsung terkait berita yang mereka baca melalui kolom komentar. Media online yang dikelola dengan baik bisa menjadi saingan dan bahkan menggusur kehadiran media cetak (Zaenuddin, 2011: 7-8).

Menanggapi kehadiran Internet yang merambah dunia media, Murdoch berpendapat, bahwa organisasi media, dalam hal ini “penyedia berita”, lebih baik beranjak ke media yang berbasis web/internet. Media perlu diubah menjadi “arena percakapan” dan “tujuan” dimana “blogger” dan “podcaster” berkumpul untuk menarik reporter dan editor dalam diskusi yang lebih bebas (Kompas, 2001: 274).

Meski demikian, nyatanya kehadiran Internet yang merambah ke dunia media pun membawa berbagai tantangan tersendiri. Salah satunya kesenjangan akurasi (Haryanto, 2014: 4). Robert I. Berkman & Christopher A. Shumway dalam bukunya *Digital Dilemmas: Ethical Issues for Online Media Professionals* (2003), mengingatkan bahwa speed is not a friend of accuracy. Desakan dalam media online untuk tampil atau untuk dipublikasikan secepat-cepatnya berhadapan dengan masalah “menyampaikan berita sebenar- benarnya/akurat” (Haryanto, 2014: 5). Pemanfaatan internet oleh media di tanah air sendiri bermula pada tahun 1995 (Kompas, 2007: 266).

Konstruksi Berita

Konstruksi berita media massa seperti yang disampaikan Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese (1996: 63-251) seperti yang dijelaskan dalam (Rizki, 2016: 55-58) terdapat lima faktor yang mempengaruhi isi dari media massa. Lima faktor tersebut yaitu:

1. *Pertama, level individual.* Pada level ini yang dilihat adalah aspek personal dari pengelola media, bukan melihat pada individu wartawan yang menghasilkan berita. Bagaimana aspek-aspek pengelola media tersebut dapat mempengaruhi pemberitaan yang ditampilkan kepada khalayak. Bahkan, latar belakang dari pemilik media, seperti jenis kelamin, umur, hingga agama pun turut andil.
2. Kedua adalah level rutinitas media. Level rutinitas media berkaitan dengan proses penentuan berita. Karena setiap media massa memiliki ukuran berbeda tentang berita, ciri-ciri berita, dan kelayakan berita. Rutinitas media juga berkaitan dengan mekanisme bagaimana berita dibentuk.
3. Ketiga, level organisasi. Level ini berhubungan dengan struktur organisasi yang mempengaruhi pemberitaan. Dalam organisasi media bukan hanya terdapat pengelola media dan wartawan. Biasanya dalam surat kabar ada dua struktur kekuasaan. Yaitu struktur manajemen perusahaan dan struktur manajemen redaksi.
4. Keempat, level ekstra media. Level ekstra media berhubungan dengan faktor lingkungan di luar media yang mempengaruhi pemberitaan, yaitu:
 - a. Sumber berita.
 - b. Sumber penghasil berita.
 - c. Pihak eksternal.
5. Kelima, level Ideologi. Ideologi disini diartikan sebagai kerangka berfikir atau kerangka referensi tertentu yang dipakai oleh individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya

Analisis Framing

Analisis framing dalam studi komunikasi, digunakan untuk mengetahui cara maupun ideologi dari suatu media sewaktu mengkonstruksi fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan dan pertautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya (Sobur, 2015: 162).

Framing memiliki bermacam model dalam proses analisis. Salah satunya adalah model framing yang dikemukakan oleh Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Menurut Pan dan Kosicki dalam framing terdapat dua konsepsi yang saling berkaitan (Eriyanto, 2015: 291), yakni konsepsi psikologis dan konsepsi sosiologis. Konsep psikologis adalah bagaimana masyarakat sebagai komunikan memproses informasi yang mereka peroleh. Sementara dalam konsep sosiologis lebih mengarah pada individu. Bagaimana seseorang memproses informasi yang telah diterima. Pandangan sosiologis lebih

melihat pada bagaimana konstruksi sosial atas realitas (Eriyanto, 2015: 291). Tahapan analisis pada model ini memiliki empat struktur besar yang digunakan untuk membedah teks berita. Empat struktur tersebut meliputi sintaksis, skrip, tematik, dan retorik.

1. **Sintaksis**

- a. Headline
- b. Lead
- c. Latar Informasi
- d. Sumber Penutup

2. **Skrip**

komponen analisa dalam skrip adalah 5W+1H.

3. **Tematik**

struktur tematik berhubungan dengan bagaimana fakta itu ditulis. Bagaimana kalimat yang dipakai, bagaimana menempatkan dan menulis sumber dalam teks berita secara keseluruhan (Eriyanto, 2015: 301).

4. **Retorik**

Gaya atau kata yang dipilih wartawan dalam menekankan makna yang akan ditonjolkan melalui tulisan beritanya.

Agenda Setting Theory

Agenda Setting Theory pertama kali diperkenalkan oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw. Secara singkat, agenda setting theory mengatakan media (khususnya media berita) tidak selalu berhasil memberitahu apa yang kita pikirkan, tetapi media tersebut berhasil memberitahu kita berpikir tentang apa (Nurudin, 2007: 195).

Dijelaskan dalam Nurudin (2007) bahwa menurut asumsi teori ini media mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu. Sehingga, agenda media akan menjadi agenda masyarakat. menurut Stephen W. Littlejohn (1992) dalam Nurudin (2007) agenda setting beroperasi dalam tiga bagian sebagai berikut:

- a. Agenda media itu sendiri harus diformat. Proses ini akan memunculkan masalah bagaimana agenda media itu terjadi pada waktu pertama kali.
- b. Agenda media dalam banyak hal memengaruhi atau berinteraksi dengan agenda publik atau kepentingan isu tertentu bagi publik. Pernyataan ini memunculkan pertanyaan, seberapa besar kekuatan media mampu memengaruhi agenda publik dan bagaimana publik itu melakukannya.
- c. Agenda publik memengaruhi atau berinteraksi ke dalam agenda kebijakan. Agenda kebijakan adalah pembuatan kebijakan publik yang dianggap penting bagi individu.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dimulai dengan mendefinisikan konsep-konsep yang sangat umum, yang karena kemajuan-kemajuan penelitian mengubah definisi mereka. Penelitian kualitatif dianggap melakukan pengamatan melalui lensa-lensa yang lebar, mencari pola-pola antar hubungan antara konsep-konsep yang sebelumnya tidak ditentukan (Brannen, 2005: 11). Sedangkan deskriptif seperti menurut (Isaac dan Michael: 18) dikutip dalam Rahmat (2001) merupakan metode yang bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui framing berita dari Kompas.com dan Republika Online dengan menerapkan kriteria tertentu pada objek penelitian. Sehingga tidak keseluruhan berita dapat dianalisa untuk mendapatkan hasil. Kriteria yang penulis terapkan adalah berita yang dimuat merupakan hasil tulisan wartawan dari Kompas.com dan Republika Online. selain itu, penulis juga menerapkan ukuran seberapa banyak berita tersebut dibagikan oleh pembaca.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari analisis yang dilakukan dapat diperoleh kesimpulan bahwa Kompas.com dan Republika Online memiliki sudut pandang yang berbeda dalam pemilihan nilai berita yang akan mereka tonjolkan terkait kunjungan raja Arab Saudi ke Indonesia.

Merujuk pada pengambilan sample secara purposive sampling, dimana salah satu kriteria yang penulis ambil adalah share tertinggi dari berita yang diunggah, pembicaraan mengenai haji tidak

termasuk dalam sampling yang penulis ambil. Ini dikarenakan share pembaca pada pembahasan tersebut rendah bila dibandingkan dengan pertemuan tokoh lintas agama dan raja Arab Saudi.

Adapun perbedaan yang dapat ditemukan antara Kompas.com dan Republika Online dalam menyajikan berita kunjungan kenegaraan raja Arab Saudi ke Indonesia, khususnya di agenda keagamaan dapat ditemukan pada aspek sintaksis, khususnya pada sumber berita dan kutipan. Selain itu, dapat ditemukan pula dalam susunan skrip berita.

Dengan pesan-pesan yang tertulis dalam pemberitaan, terlihat bahwasanya Kompas.com lebih fokus pada pembicaraan hubungan antar umat agama dan perdamaian. Disini juga terlihat cukup jelas bahwa Kompas.com memberikan porsi lebih kepada tokoh lintas agama untuk berbicara. Terlihat dari lima berita, terdapat 3 sumber yang berasal dari lintas agama, 2 dari agama Islam, dan 1 dari perwakilan pemerintah. Dari poin-poin yang coba Republika Online tonjolkan, terlihat bahwasanya fokus Republika Online adalah mengenai kerja sama Indonesia dan Arab Saudi untuk memajukan Islam. Selain itu juga mengenai kondisi Indonesia saat ini, khususnya toleransi antar umat agama, dalam keadaan baik tidak ada yang perlu dicemaskan.

Dalam penelitian ini menegaskan bahwa media massa tidak bisa terlepas dari kepentingan dan perspektif dari instansi media, yaitu Kompas.com dan Republika Online. *Ditambah lagi dengan adanya* kompetisi yang begitu besar terlebih pada media online. Dimana suatu media dapat dengan begitu cepat memperbarui berita yang mereka unggah demi memenuhi kebutuhan informasi masyarakat luas. Tentunya tanpa mengesampingkan fakta dan kualitas dari berita yang mereka unggah.

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini, struktur berita yang dikemukakan oleh Shoemaker, terutama pada level individu terkait pemilik media, masih berlaku. Hal ini dapat dilihat dari sudut pandang berita yang ditonjolkan oleh kedua media online ini. Meski demikian, antara Kompas.com dan Republika Online tidak menunjukkan adanya perbedaan yang mencolok. Hal ini mengingat bahwasanya kunjungan raja Arab Saudi memiliki kepentingan bagi negara Indonesia, diantaranya adalah dari segi perekonomian melalui kerja sama yang dijalin. Selain itu, dalam pertemuan ini juga memiliki pesan yang sama dengan apa yang pemerintah Indonesia tekankan, yakni perihal perdamaian, baik antar umat beragama maupun perdamaian dunia.

SARAN

Dalam penelitian ini berita yang diambil sebagai sample penelitian lebih mengerucut, tidak menyeluruh. Penulis memfokuskan pada agenda keagamaan raja Arab Saudi yang salah satu diantaranya adalah pertemuan dengan tokoh-tokoh lintas agama. Sehingga kedepannya dapat dilakukan penelitian dengan cakupan yang lebih luas terkait kunjungan ini. Kompas.com dan Republika Online kedepannya diharapkan mampu mempertahankan keobjektifan mereka dalam menyampaikan pemberitaan dan mengesampingkan agenda dari masing-masing media. Sebab, sebagai media online, dengan akses internet yang begitu mudah sekarang ini, pemberitaan yang diunggah dapat dengan cepat menyebar di kalangan masyarakat dan membetuk opini dalam benak pembaca dengan cepat pula.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardianto, E., & Komala. (2005). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Branen, J. (2005). *Memadu Metode Penelitian: Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Cahya, I. (2012). *Menulis Berita di Media Massa*. Klaten: PT Intan Sejati.
- Eriyanto. (2015). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Fiske, J. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi - Edisi Ketiga*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Harrower, T. (2010). *Inside Reporting: A practical guide to the craft of journalism - 2nd edition*. New York: The McGraw-Hill Companies Inc.
- Haryanto, I. (2014). *Jurnalisme Era Digital*. Jakarta: Kompas.
- Ishwara, L. (2011). *Jurnalisme Dasar*. Jakarta: Kompas.
- Kompas. (2007). *Menulis dari Dalam*. Jakarta : Kompas.
- Kusumaningrat, H., & Kusumaningrat, P. (2007). *Jurnalistik: Teori & Praktik*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Kriyantono, R. (2007). *Teknik Pratis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada .

- Rahmat, J. (2001). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2015). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Suhandang, K. (2004). *Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk & Kode Etik*. Bandung: Nuansa.
- Zaenuddin. (2011). *The Journalist*. Bandung: Simbiosis Rekatama.

Website:

<http://www.dw.com/id/raja-salman-akan-tandatangan-10-perjanjian-kerjasama-di-indonesia/a-37743544>(diakses pada Senin, 20 Maret 2017 pukul 10.45 WIB). <http://www.antaranews.com/berita/615402/raja-salman-tambah-kuota-haji-indonesia> (diakses pada Senin, 20 Maret 2017 pukul 11.00 WIB). <http://m.merdeka.com/profil/indonesia/r/republika>. (diakses pada Minggu, 11 Juni 2017 pukul 05.22 WIB).

http://www.academia.edu/3270476/Analisis_Framing_Berita_tentang_Penyerangan_Israel_ke_jalur_Gaza_Palestina_di_Harian_Republika_dan_Kompas (diakses pada Selasa, 04 April 2017 pukul 14.00 WIB).

<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/27477/1/ADE%20NUR%20AFIFAH-FDK.pdf> (diakses pada Senin, 03 April 2017 pukul 18.51 WIB).

http://digilib.uin-suka.ac.id/21198/2/12210045_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf (diakses pada Senin, 03 April 2017 pukul 18.51 WIB).

<http://books.google.co.id/books?id=P54oDwAAQBAJ&pg=PA8IA25&dq=shoemakerkonstruksi+berita&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwisnPXUlo3WAhXMqo8KHTsdAgMQ6AEIPDAE#v=onepage&q=shoemaker-konstruksi%20berita&f=false> (diakses pada : Selasa, 05 September 2017. Pukul 11.14 WIB).

<http://inside.kompas.com/> (diakses pada Selasa, 30 Januari 2018 pukul 11.15 WIB).

<http://www.republika.co.id/page/about>. (diakses pada Senin, 3 Desember 2017 pukul 11.00 WIB)