

**ANALISIS FRAMING ROBERT N. ENTMAN ATAS PEMBERITAAN REKLAMASI TELUK  
JAKARTA DI MAJALAH TEMPO**

**FRAMING ANALYSIS OF NEWS ABOUT JAKARTA'S NORTHERN COAST RECLAMATION ON  
HARIAN KOMPAS AND AKTUAL.COM IN 2015**

**Sophia Damayanti<sup>1</sup>**  
**Ira Dwi Mayangsari, S.Sos., MM<sup>2</sup>**  
**Dedi Kurnia Syah Putra, S.Sos., M.I.Kom<sup>3</sup>**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom  
Email: [sophiadamaa@gmail.com](mailto:sophiadamaa@gmail.com)<sup>1</sup>, [iradwi0603@yahoo.com.sg](mailto:iradwi0603@yahoo.com.sg)<sup>2</sup>, [dedikurniasyah@gmail.com](mailto:dedikurniasyah@gmail.com)<sup>3</sup>

---

**Abstrak**

*Penelitian ini menerangkan bagaimana majalah Tempo menyeleksi isu terhadap berita reklamasi teluk Jakarta, dan bagaimana penonjolan aspek yang ditampilkan oleh majalah Tempo mengenai pemberitaan reklamasi teluk Jakarta. Berita yang dianalisis adalah majalah Tempo edisi 23-29 Mei 2016. Berita yang membahas reklamasi teluk Jakarta terdapat pada laporan utama. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi massa, media massa, bentuk media massa, jurnalisme politik, teori analisis framing dan konstruksi media. Analisis framing merupakan salah satu alternatif model analisis yang dapat mengungkapkan perbedaan media dalam mengungkapkan fakta. Penulis menggunakan pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivis. Hasil penelitian ini menunjukkan berita pada aspek hukum dan kontribusi tambahan, dimana kontribusi tambahan ini adalah bentuk suap yang dilakukan oleh pengembangan reklamasi, yaitu PT Podomoro Land, dan merupakan barter antara PT Podomoro Land dengan Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama. Menurutnya kontribusi tambahan ini diperlukan demi mempercepat pembangunan. Namun keputusannya ini membuatnya terseret dalam pusaran kasus dugaan suap karena belum adanya dasar hukum yang jelas. Menurut dia, ketika sebuah peraturan tidak ada, pejabat boleh membuat kebijakan yang menjadi kewenangannya. Pakar hukum tata negara, Rafly Harun, mengatakan Basuki bisa dipidana jika berniat jahat pada keputusan ini.*

**Kata kunci:** Reklamasi, Framing, Robert N. Entman, Media massa

---

**Abstract**

*This study explains how to select the issue of the magazine due to the Reclamation of the Bay Jakarta news, and how protrusion aspects are presented by the magazine due on reports Reclamation Jakarta Bay. News magazine analyzed are due May 23-29 2016 edition of the news that discuss Reclamation Jakarta Bay contained in the main report. The theory used in this research is the theory mass communications, mass media, forms of mass media, political journalism, framing analysis theory, and media construction. Framing analysis is one alternative model of analysis can reveal differences in the media reveal the fact. the authors used a qualitative approach and paradigm construction. The results of this study show news on the legal aspects and additional contributions, where this additional contribution is a form of bribery by the developer reclamation, PT Podomoro Land, Basuki Tjahaja Purnama. according to the additional contribution is necessary in order to accelerate development. But this decision makes dragged into the vortex of the alleged bribery case due to the absence of a clear legal basis. According to him, as a rule does not exist, officials should make policy authority. Constitutional law expert, Rafly Harun, said Basuki could be convicted if malicious intent on his decision.*

**Keywords:** Reclamation, Framing, Robert N. Entman, Mass Media

---

<sup>1</sup> Mahasiswi S1 Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Telkom University

<sup>2</sup> Dosen Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Telkom University

<sup>3</sup> Dosen Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Telkom University

## 1. PENDAHULUAN

Media massa saat ini berkembang dengan sangat pesat. Perkembangan media massa sangat erat kaitannya dengan komunikasi, lisan maupun tulisan. Seiring perkembangan teknologi komunikasi, media massa pun terbagi menjadi media cetak dan media elektronik. Yang termasuk dalam media cetak adalah koran atau surat kabar, tabloid, majalah, buku, *newsletter*, dan buletin. Sedangkan yang termasuk media elektronik adalah radio, televisi, termasuk internet.

Pesan yang disampaikan media massa sifatnya umum, karena ditujukan kepada khalayak. Erat kaitannya media massa dengan khalayak. Hal ini dikarenakan khalayak yang konsumtif akan informasi yang dapat menunjang kebutuhannya. Kebutuhan khalayak akan informasi, dimanfaatkan oleh berbagai media massa dalam perannya dalam menyampaikan berita. Untuk mencukupi kebutuhannya ini, media massa dituntut untuk selalu menyampaikan informasi yang hangat, orisinal, dan sesuai dengan peristiwa yang terjadi dilapangan. Maksudnya supaya masyarakat dapat memberikan opininya sesuai dengan informasi yang jelas.

Media cetak, memiliki peran penting dalam menyediakan informasi kepada khalayak luas berupa peristiwa atau realitas yang terjadi di masyarakat. Informasi tersebut dikemas dengan sedemikian rupa menggunakan kalimat tertentu yang dapat menarik minat pembaca. Dalam memenuhi tuntutan kebutuhan informasi khalayak yang berkualitas, harus memiliki prinsip mengutamakan kepentingan masyarakat. Salah satunya adalah dengan memilih dan menggunakan kata atau bahasa yang tepat, yang dengan mudah dapat dimengerti oleh pembaca. Selain itu dengan kata atau bahasa yang tepat akan memberikan tekanan makna pada pesan yang akan disampaikan.

Majalah merupakan salah satu jenis media massa cetak. Majalah dapat menyampaikan informasi yang sesuai dengan tujuan penerbitan. Majalah juga memiliki segmentasi sendiri. Dengan berbagai rubrik yang tersedia di majalah, dapat memfokuskan pembaca dalam memilih informasi. Rubrik yang tersedia di majalah umumnya adalah seputar ekonomi, bisnis, budaya, sosial, politik, gaya hidup dan hiburan.

Majalah Tempo menyajikan ringkasan berita sesuai dengan kategori, seperti nasional, bisnis, politik, ekonomi, budaya. Majalah Tempo merupakan majalah investigasi yang membahas permasalahan hingga pokok permasalahannya. Terit seminggu sekali, yaitu setiap hari senin. Selain itu, majalah Tempo memiliki integritas yang tinggi dan netral. Tempo memberitakan sesuai dengan fakta yang ada. Meskipun dalam sejarah Tempo mengalami krisis yang sangat merugikan, namun Tempo terus bangkit dan menjadi Majalah yang mementingkan kualitas, bukan komersialisasi. Menurut Goenawan Mohamad, selaku salah satu pendiri Tempo, informasi bukan hanya data yang masuk, tetapi juga data yang membuat kita tercerahkan.

Pada edisi 23-29 Mei 2016, dalam laporan utama majalah Tempo merangkum pemberitaan mengenai Reklamasi Teluk Jakarta. Pemberitaan reklamasi Teluk Jakarta ini memang sudah sangat kontroversi. Kegiatan reklamasi ini menjadi pro-kontra di masyarakat. Masyarakat yang menolak adanya kegiatan reklamasi ini adalah masyarakat yang tinggal di pesisir pantai, terutama nelayan. Mereka memiliki ketergantungan dalam mencari nafkah. Selain itu, dilihat dari dampak lingkungan, reklamasi ini juga dapat mengganggu ekosistem bawah laut. Ribuan jenis ikan akan punah, terumbu karang sebagai keseimbangan pantai akan hilang. Adapun pihak yang pro dalam kegiatan reklamasi Teluk Jakarta. Kegiatan reklamasi Teluk Jakarta ini dapat mendukung pertumbuhan ekonomi Jakarta. Alasan lain, adalah sebagai bendungan untuk menahan kenaikan permukaan air laut dan akan memecah gelombang dan mengurangi resiko abrasi.

Berkaitan dengan pemberitaan reklamasi Teluk Jakarta di majalah Tempo, untuk mengetahui bagaimana cara pandang yang digunakan media massa ketika menyeleksi isu dan menonjolkan aspek berita, penulis menggunakan metode analisis *framing*. Analisis *framing* merupakan metode analisis media, seperti halnya analisis isi dan analisis semiotika. Framing merupakan metode penyajian realitas di mana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total, melainkan dibelokkan secara halus, dengan memberikan penonjolan pada aspek tertentu. Analisis framing digunakan untuk mengkaji pembingkai realitas. Pembingkai tersebut merupakan proses konstruksi, yang berarti realitas dimaknai dan direkonstruksi dengan cara dan makna tertentu. Hanya bagian tertentu saja yang lebih bermakna, lebih diperhatikan, dianggap penting, dan lebih mengena dalam pikiran khalayak.

Analisis *framing* merupakan salah satu alternatif model analisis yang dapat mengungkapkan perbedaan media dalam mengungkapkan fakta. Analisis *framing* dipakai untuk mengetahui bagaimana realitas dibingkai oleh media. Dengan demikian realitas sosial yang dipahami, dimaknai, dan dikonstruksi dengan bentukan dan makna tertentu. Elemen-elemen tersebut bukan hanya bagian dari teknis jurnalistik, melainkan menandakan bagaimana peristiwa dimaknai dan ditampilkan. Melalui analisis *framing* akan dapat diketahui siapa mengendalikan siapa, siapa lawan siapa, mana lawan mana kawan, mana patron mana klien, siapa diuntungkan siapa dan siapa dirugikan siapa. Analisis *framing* dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana realitas dikonstruksi oleh media. Melalui teknik dan cara tertentu peristiwa ditekankan dan ditonjolkan. Bagaimana media memahami dan memaknai realitas, dan dengan cara apa realitas itu ditandakan, hal ini menjadi pusat perhatian dari analisis *framing*. Lebih sederhananya, digunakan untuk melihat bagaimana aspek tertentu ditonjolkan atau ditekankan oleh media.

Dalam menganalisis pemberitaan reklamasi Teluk Jakarta, penulis memilih model analisis *framing* Robert N. Entman. Model analisis *framing* ini menitik beratkan pada seleksi isu dan penonjolan aspek. Seleksi isu berkaitan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam, aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan. Dari proses ini, ada bagian berita yang dimasukkan, ada juga berita yang dikeluarkan. Tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan. Wartawan setidaknya memilih aspek tertentu dari suatu isu.

## 2. TINJAUAN TEORI

### Komunikasi Massa

Merujuk kepada pendapat Tan dan Wright dalam Liliwari, komunikasi massa merupakan bentuk dalam komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal berjumlah banyak, bertempat tinggal jauh (terpencar) sangat heterogen dan menimbulkan efek tertentu (Ardianto dan Erdinaya, 2004: 3).

Definisi lain dikemukakan oleh Bitter (Rakhmat, seperti yang disitir Komala, dalam Karlinah, dkk. 1000), yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa (Ardianto dan Erdinaya, 2004: 3).

Definisi komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi Gerbner (1967), "*mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*". Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Ardianto dan Erdinaya, 2004: 3).

### Media Massa dan Karakteristik Media Massa

Media massa dituntut untuk menjadi media yang ideal. Karena media massa saat ini merupakan media yang sangat cepat dan tepat. Untuk itu ada beberapa karakteristik media massa yang dapat menjadikan media itu lebih informatif dan edukatif. Tanpa adanya media massa khalayak tidak akan mengetahui perkembangan informasi yang terjadi disekitar.

Menurut Vivian (2008:4), media massa merupakan suatu alat informasi yang dapat digunakan oleh khalayak banyak. Pada dasarnya, media massa dianggap sebagai sumber berita dan hiburan. Selain itu, media massa juga membawa pesan persuasif.

Media massa tidak hanya sekedar alat informasi saja. Tetapi media massa juga memiliki karakteristik untuk memudahkan khalayak membaca dan menerima informasi. Seperti yang dikatakan oleh Dedi Kurnia Syah Putra dalam bukunya yang berjudul Media dan Politik, karakteristik media massa adalah:

1. Bersifat Umum (*Commonsense*)

Media massa memiliki karakter pesan yang bersifat umum, tidak eksklusif dan pribadi, terbuka untuk semua komunikan, tidak terbatas pada usia, pendidikan, ras, budaya, dan batas-batas sosial.

2. Keserempakan Pesan

Media mampu mengantarkan pesan dalam keseragaman waktu, dengan tempat berbeda, komunikasi terpisah oleh ruang dan waktu, sedang media mampu menembusnya tanpa halangan sedikit pun.

3. Komunikasi Satu Arah (*One-Way Communication*)

Tidak memiliki *feedback* langsung namun memiliki respon yang sangat kuat. Jika terjadi ketidakpuasan atas pesan media massa, khalayak tidak memiliki ruang untuk membalas. Untuk itulah, khalayak media massa bersifat pasif.

Dapat disimpulkan bahwa media dalam menyampaikan pesannya harus bersifat umum supaya masyarakat mengerti maksudnya. Media juga tidak terpengaruh dengan jarak khalayak satu dengan khalayak yang lainnya, tidak terpaku pada waktu tempuh khalayak. Dengan adanya teknologi yang memadai, media dapat melakukan pengiriman pesan dengan mudah.

### Bentuk Media Massa

Dalam memberikan informasi, media massa dapat menyampaikannya dalam berbagai bentuk. Adanya bentuk media massa memudahkan khalayak dalam memilih informasi sesuai dengan kebutuhannya. Seperti ibu rumah tangga misalnya, yang memilih televisi atau tabloid untuk mendapatkan informasi seputar hiburan, gaya hidup atau resep masakan. Petani, khalayak dengan usia lanjut memilih radio. Pekerja kantor, pebisnis muda yang memilih majalah atau surat kabar yang banyak memberitakan ekonomi, sosial, budaya dan politik. Masih banyak bentuk media massa lainnya seperti, film, iklan, CD, dan internet

Yang termasuk dalam media cetak, adalah (Ardianto dan kawan-kawan, 2014:103):

1. Surat Kabar

Surat kabar merupakan media massa paling tua. Keberadaan surat kabar dimulai sejak ditemukannya mesin cetak oleh Johann Gutenberg di Jerman. Menurut Agee (*et. al*, 2001: 108) dalam buku Ardianto dan kawan-kawan (2014:103), setiap harinya sekitar 60 eksemplar surat kabar sampai kepada pembaca Amerika

Serikat. Setiap minggunya lebih dari 10 ribu surat kabar mingguan memuat berita dan iklan untuk komunitas lokal.

## 2. Majalah

Majalah telah membuat segmentasi pasar tersendiri dan membuat fenomena baru dalam dunia media massa cetak di Amerika. Munculnya nama-nama majalah seperti *Scientific American*, *Psychology Today*, dan *Playboy* secara aktif membentuk segmen pembaca baru (Dominick, 2000:209, dalam buku Ardianto dan kawan-kawan, 2014:114). Menurutnya, klasifikasi majalah dibagi ke dalam lima kategori utama, yakni: *general consumer magazine* (majalah konsumen umum), *business publication* (majalah bisnis), *literary review and academic journal* (kritik sastra dan majalah ilmiah), *newsletter* (majalah khusus terbitan berkala), dan *public relations magazine* (majalah humas).

### **Berita dan Opini Media Massa**

Berita merupakan peristiwa-peristiwa yang terjadi diantara manusia. Seperti, bencana alam, terjadinya konflik, kecelakaan dan lain sebagainya. Berita yang layak disampaikan kepada khalayak adalah berita yang sifatnya faktual, aktual, objektif, penting, dan menarik perhatian publik. Biasanya berita berupa sesuatu pernyataan yang dipublikasikan melalui media massa, atau suatu peristiwa yang tak lazim. Mislanya peristiwa yang tak lazim adalah Sumanto yang memakan daging manusia (disebut kanibal), dijadikan berita besar karena menarik perhatian publik.

Berita (*news*) merupakan sajian utama media massa disamping opini (*views*). Mencari bahan berita lalu menyusunnya merupakan tugas pokok wartawan dan bagian redaksi sebuah penerbitan media massa (*pers*) (Romli, 2005:3).

Menurut Sumadiri (2008:65) definisi berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide baru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media *online* internet.

Pada dasarnya berita bukan hanya informasi yang hanya disampaikan kepada publik saja. Tetapi berita memiliki nilai tersendiri, sehingga berita yang disampaikan lebih berbobot. Sebagai jurnalis, harus tepat dalam memutuskan mana peristiwa yang dapat diliput dan dilaporkan. Karena berita yang sudah sampai kepada khalayak akan mempengaruhi opini khalayak.

### **Sembilan Elemen Berita ala Bill Kovach (Dedi Kurnia, 2015:92)**

Dalam bukunya *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect* (New York: Crown Publishers, 2001), Bill Kovach dan Tom Rosenstiel merumuskan pedoman bagi jurnalis. Tujuannya adalah untuk memacu kualitas produk jurnalisisme, jurnalisisme yang independen. Ketika memburu berita, jurnalis diharapkan memburu beritanya yang benar-benar diperlukan bagi publik, bukan bukan berita yang meresahkan, kental manipulasi isu atau bahkan politisasi pemerintah. Berikut adalah kesembilan elemen menurut Bill Kovach dan Tom Rosenstiel;

#### 1. Prioritas Kebenaran

Ada dua prioritas kebenaran, diantaranya kebenaran universal dan kebenaran persepsi. Kebenaran universal, secara perspektif mampu mencerna kebenaran yang dipandang umum oleh khalayak. Kemudian kebenaran persepsi, tidak semua perspektif mampu menilai kebenaran. Menurut Bill, kebenaran universal harus dipegang teguh oleh jurnalis. Suah menjadi kewajiban bagi seorang jurnalis untuk menyampaikan kebenaran. Sehingga khalayak mampu memperoleh informasi secara fakta dan menilai kebenaran yang ada.

#### 2. Loyalitas Publik

Disini media sebagai industri informasi, berita merupakan kebutuhan banyak kelompok kepentingan. Untuk itu, media harus tetap menjaga kesadaran bahwa elemen paling krusial adalah *public* (warga). Dimana jurnalis harus setia kepada khalayak, menyampaikan informasi apa adanya kepada khalayak secara aktual dan faktual, dan tidak ada tekanan dari pihak manapun.

#### 3. Verivikatif

Verivikatif bisa dilihat dari runtunan penulisan peristiwa, melibatkan siapa dan berdampak pada siapa. Ciri menandakan verifikasi terkandung dalam berita yaitu mencari saksi-saksi peristiwa, menentukan narasumber yang valid, tidak merekayasa berita. Objektivitas berita merupakan subjektivitas media. Untuk mencapai pemberitaan yang objektivitas, jurnalis harus bersikap apa adanya, melihat media sebagai realitas tunggal, dan bersikaplah bahwa wartawan hanya merangkai peristiwa untuk khalayak pahami dan wartawan harus bersikap adil.

#### 4. Independensi Pewarta

Jurnalis harus tetap independen. Hal yang harus dijaga adalah opini, kritik, dan komentar bahkan hasutan-hasutan. Independen berisikan kredibilitas dengan unsur dedikasi yang kuat, menulis akuratif, verivikatif, melekat erat kepentingan publik sebagai pemenuhan informasi yang krusial dan bernilai.

#### 5. Kontrol Kekuasaan

Jurnalis merupakan pengontrol kekuasaan. Pemberitaan yang dilakukan jurnalis dapat secara tegas mengawasi kekuasaan. Jurnalis media tak sekedar mengawasi pemerintahan, namun juga sebagai pejuang untuk mereduksi tirani, kesemena-menaan di semua lembaga kuat masyarakat. Pewarta harus mengawasi para

pemimpin agar tidak melakukan hal buruk yang merugikan khalayak banyak dan negara. Jurnalis seharusnya menyuarakan suara masyarakat yang lemah, menguatkan kebenaran untuk menjadi kebijakan publik oleh pemerintah.

#### 6. Hak Kritik dan Saran Publik

Pada dasarnya, media merupakan milik publik, maka sangat tidak etis ketika media digunakan secara pribadi oleh pihak personal elit untuk kepentingan pribadinya. Jurnalis haruslah menjadi “tangan rakyat” dimana jurnalis menjabarkan keluhan rakyat atas peristiwa yang terjadi. Sehingga rakyat dapat membuat penilaian dan mengambil sikap.

#### 7. Tanggung Jawab Kreatif Jurnalisme

Tugas jurnalis bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengolah informasi menjadi rangkaian berita yang bernilai, lebih menarik untuk dapat dipahami oleh khalayak dan relevan dengan kebutuhan, bukan hanya *feature* berlebihan.

#### 8. Komprehensif dan Proporsional

Jurnalis merupakan peta navigasi bagi khalayak banyak. Maka jurnalis harus menyampaikan informasi secara aktual dan faktual, dibuat secara proporsional sebagaimana mestinya seorang jurnalis. Kunci akurasi sebuah berita dilihat dari proposi dan komprehensivitas yang digunakan. Maka kita terbantu dalam memahami berita lebih mendalam.

#### 9. Nurani Jurnalis

Seorang jurnalis harus memiliki rasa tanggung jawab. Menjaga etika profesional dari dewan redaksi hingga ke setiap jurnalis merupakan hal kecil yang wajib dijaga. Tidak jarang, penguasa memberikan ancaman hingga memberikan suap hanya untuk melindungi dirinya dan meminta bantuan kepada jurnalis. Disinilah kesadaran nurani yang kuat juga wajib dimiliki setiap jurnalis. Kesadaran nurani ini berkaitan dengan tanggung jawab jurnalisme. Dengan demikian, moral dan etika jurnalisme akan terjaga.

### Jurnalisme Online

Fokus studi dalam kajian jurnalisme politik, seajarnya merupakan kondisi kapitalisme media massa, sehingga muncul keriuhan konglomerasi media. Iklim politik yang terganggu, justru menjadi perkembangan media yang subur. Pada dasarnya, konglomerasi membawa dampak buruk bagi iklim demokrasi. Media sebagai kekuatan propaganda akan mengalir tak seimbang ketika kepemilikan media hanya dikuasai oleh beberapa elite saja (Dedi Kurnia, 2015:102). Selain itu, profesionalitas jurnalis terganggu dengan kekuasaan di lingkaran media itu sendiri.

Sejatinya, jurnalis adalah profesional, bertanggung jawab sesuai dengan kepastiaan wartawan yakni secara langsung berhadapan dengan publik, bukan pemilik media. Sifatnya yang profesional membuat jurnalis memiliki daya tawar yang kuat dalam hubungan produksi berita. Sebaliknya, ketika profesionalitas disandera oleh kekuatan kepemilikan, secara ekstrim jurnalis disebut buruh, atau mungkin karyawan, maka jurnalis tak memiliki daya tawar.

### Konstruksi Realitas Media

Muncul fenomena-fenomena sosial baru yang terjadi lewat media massa sehingga Bungin menyebutnya dengan “Teori Konstruksi Sosial Media Massa” (Bungin, 2008:203). Subtansi Teori Konstruksi Media Massa adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis. Jadi menyatakan bahwa berita merupakan konstruksi sosial media bukan realitas sosial yang ada (Bungin, 2008:203).

Menurut perspektif ini, tahapan-tahapan dalam proses konstruksi sosial media massa itu terjadi melalui tahap menyiapkan materi konstruksi, tahapan sebaran konstruksi, tahapan pembentukan konstruksi dan tahapan konfirmasi (Bungin, 2008:188-189). Berikut penjelasannya:

#### 1. Tahapan menyiapkan materi konstruksi. Ada tiga hal penting dalam tahapan ini, yakni:

##### a) Keberpihakan media massa kepada kapitalisme.

Sebagaimana diketahui, saat ini hampir tidak ada lagi media massa yang tidak dimiliki oleh kapitalis. Dalam arti, media massa digunakan oleh kekuatan-kekuatan kapital untuk menjadikan media massa sebagai mesin pencipta uang dan penggandaan modal. Semua elemen media massa, termasuk orang-orang media massa berpikir untuk melayani kapitalisnya, ideologi mereka adalah membuat media massa laku di masyarakat.

##### b) Keberpihakan semua kepada masyarakat.

Bentuk dari keberpihakan ini adalah empati, simpati, dan berbagai partisipasi kepada masyarakat, namun ujung-ujungnya ada;ah untuk “menjual berita” dan menaikkan rating untuk kepentingan kapitalis.

##### c) Keberpihakan kepada kepentingan umum.

Bentuk keberpihakan kepada kepentingan umum dalam arti sesungguhnya sebenarnya adalah versi setiap media massa, namun, akhir-akhir ini visi tersebut tak pernah menunjukkan jati dirinya walaupun slogan-slogan tentang visi ini tetap terdengar.

#### 2. Tahap sebaran Konstruksi.

Prinsip dasar dari sebenarnya konstruksi media massa adalah semua informasi harus sampai pada khalayak secara tepat berdasarkan agenda media. Apayang dipandang penting oleh media, menjadi penting pula bagi pemirsa atau pembaca.

3. Tahap pebentukan konstruksi realitas.  
Pembentukan konstruksi berlangsung melalui:
  - a) Konstruksi realitas pembenaran.
  - b) Kesiediaan dikonstruksi oleh media massa.
  - c) Sebagai pilihan konsumtif

#### 4. Tahap konfirmasi

Konfirmasi adalah tahapan ketika media massa maupun penonton memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam pembentukan konstruksi. Bagi media, tahapan ini perlu sebagai bagian untuk memberi argumentasi terhadap alasan-alasannya onstruksi sosial. Sedangkan bagi pemirsa dan pembaca, tahapan ini juga sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa mereka terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi sosial.

### Konstruksi Media Terhadap Realitas

Pada pandangan konstruksionis, media bukanlah sekedar salular yang bebas, ia menjadi subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya. Lewat berbagai instrumen yang dimilikinya, media ikut membentuk realitas yang tersaji dalam pemberitaan (Eriyanto, 2002:26). Media memilih, realitas mana yang diambil dan mana yang tidak diambil. Media bukan hanya memiliki peristiwa dan menentukan sumber berita, melainkan juga berperan dalam mendefinisikan aktor dan peristiwa (Eriyanto, 2002:27).

Dalam proses konstruksi realitas bahasa adalah unsur utama. Ia merupakan instrumen pokok untuk menceritakan realitas. Bahasa adalah alat konseptualisasi dan alat narasi. Begitu pentingnya bahasa, maka tak ada berita, cerita, ataupun ilmu pengetahuan tanpa bahasa (Eriyanto, 2002:12). Bagaiman realitas itu dijadikan berita sangat tergantung pada bagaimana fakta itu dipahami dan dimaknai. Proses pemaknaan selalu melibatkan nilai-nilai tertentu sehingga mustahil berita merupakan pencerminan dari realitas. Realitas yang sama bisa jadi menghasilkan berita yang berbeda (Eriyanto, 2002:29).

Media adalah agen yang secara aktif menafsirkan realitas untuk disajikan kepada khalayak (Eriyanto, 2002:26). Bagi kaum konstruksionis, realitas itu bersifat subjektif. Realitas hadir karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Realitas bisa berbeda-beda, tergantung pada bagaimana konsepsi ketika realitas itu dipahami oleh wartawan yang mempunyai pandangan berbeda (Eriyanto, 2002:22).

### Pengertian Analisis *Framing*

Menurut Eriyanto (2002: 3) analisis *framing* adalah bagaimana media memahami dan memaknai realitas, dan dengan cara apa realitas itu di tindakan, inilah yang menjadi pusat perhatian dari analisis *framing*. Pengertian sederhana dari *framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menseleksi isu dan menulis berita (Eriyanto, 2007:68).

Menurut definisi yang disampaikan oleh beberapa ahli diatas memang terdapat perbedaan dalam pengertian. Tetapi dari pengertian diatas terdapat satu kesamaan yang dapat disimpulkan bahwa *framing* adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksikan oleh media.

Seperti yang diungkapkan oleh Alex Sobur dan Eriyanto, analisis *framing* adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis *framing* juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media (Eriyanto, 2002:10).

### 3. METEDOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling*, yakni lebih menekankan pada kedalaman (kualitas) data, bukan banyaknya data (kuantitas) data (Kriyantono, 2006:57). Sedangkan menurut Afrizal (2014: 12) dalam bukunya Metode Penelitian Kualitatif, Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu) metode penelitian diartikan sebagai strategi-strategi yang dilakukn oleh para peneliti untuk mengumpulkan dan menganalisis data guna menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian.

Proses dan makna (perspektif subjek/ peneliti) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif, sedangkan landasan teori memiliki manfaat sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian.

Dengan kata lain, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara utuh. Dengan demikian, tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi kedalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai keutuhan. Dalam penelitian nantinya, data yang terlihat adalah secara kata-kata tidak menggunakan angka-angka atau statistik.

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode penelitian analisis *framing*. *Framing* adalah metode untuk melihat cara bercerita media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang yang dijadikan berita. Analisis *framing* melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media (Eriyanto, 2011 : 76).

Dengan menggunakan metode penelitian analisis *framing*, penulis akan menggambarkan bagaimana pembingkaiian pemberitaan majalah Tempo terhadap isu reklamasi Teluk Jakarta baik dari penyeleksiian isu, maupun penonjolan aspek tertentu.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Media saat ini sudah sangat berkembang. Berbagai bentuk media muncul seiring berkembangnya teknologi. Kita sangat menyadari akan kebutuhan informasi sebagai suatu kebutuhan. Kehadiran media baru tidak membuat media konvensional seperti majalah kekurangan segmentasi pasar. Banyak perusahaan dan pembisnis yang masih menikmati kehadiran majalah. Majalah merupakan bentuk media cetak yang memiliki berbagai rubrik, mulai dari ekonomi, politik, budaya, dan gaya hidup.

Seperti halnya rubrik yang ada di majalah Tempo yang membagi beberapa rubrik didalamnya seperti, prelude, laporan utama, Nasional, gaya hidup, seni, sains, tokoh, internasional, opini, ekonomi dan bisnis, serta hukum. Hal ini membuat majalah memiliki segmentasi pasar tersendiri. Majalah Tempo adalah majalah investigasi yang memberitakan suatu kejadian dengan melakukan penyelidikan, pengumpulan informasi agar berita tersebut pada saat disampaikan kepada khalayak sesuai dengan fakta. Dalam memberitakan reklamasi teluk Jakarta, majalah Tempo memberikan ruang khusus untuk membedah lebih dalam mengenai pemberitaan reklamasi teluk Jakarta yang sudah lama menjadi polemik dalam rubrik laporan utama. Pemberitaan reklamasi teluk Jakarta di majalah Tempo edisi 23-29 Mei ini mengenai payung hukum dan kontribusi tambahan yang merupakan bentuk suap yang dilakukan oleh pengembangan reklamasi, yaitu PT Podomoro Land, dan merupakan barter antara PT Podomoro Land dengan Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama.

Penulis menganalisis satu majalah Tempo pada edisi 23-29 tahun 2016. Dalam edisi ini berita yang terkait ada dalam laporan utama majalah Tempo. Terdapat 4 artikel yang membahas reklamasi Teluk Jakarta dan keterkaitan Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama atau yang lenih sering disebut Ahok didalamnya. Judul artikel tersebut adalah (1) Laporan Utama: Petunjuk Baru Dari Jalan S. Parman (2) Kontroversi Diskresi Basuki (3) Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama: Disebut Ada Barter, Memangnya Saya Goblok (4) Tangan Aguan Menghadang Kontribusi Tambahan.

Berita pertama yang dianalisis oleh penulis pada intinya membahas mengenai kontribusi tambahan yang dibuat dalam rancangan Peraturan Daerah Gubernur DKI Jakarta yaitu Basuki Tjahaja Purnama. Kontribusi yang ditetapkan sebesar 15% ini dianggap memberatkan bagi para pengembang sehingga masalah payung hokum dalam hal ini patut dipertanyakan. Apalagi dengan keputusan Gubernur DKI yang dianggap terlibat dalam kasus teluk reklamasi tersebut. Oleh karena itu keterlibatan itu menjadi sebuah kontroversi karena KPK bias menemukan bukti keterlibatab Basuki dengan kasus suap yang dilakukan oleh PT Podomoro Land.

Pada berita kedua kontroversi mengenai aturan tersebut semakin dituding kepada Gubernur Jakarta Basuki Tjahaja Purnama. Diskresi menjadi tempat berlindung Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama dalam menjawab tudingan adanya penyimpangan dibalik kebijakan menerima dimuka kontribusi tambahan pengembang Teluk Jakarta. Diskresi merupakan keputusan atau tindakan yang ditetapkan atau dilakukan pejabat pemerintah untuk mengatasi persoalan konkret yang dihadapi dalam penyelenggaraan pemerintah. Namun penggunaan diskresi mesti didasari tujuan yang jelas dan terbatas. Hal inilah yang belum bias diterima oleh pengembang yang juga ikut andil di teluk reklamasi Jakarta.

Berita ketiga dengan judul “Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama: Disebut Ada Barter, Memangnya Saya Goblok” disini melakukan pembelaan atas tudingan barter yang diterimanya dari pengembang sendiri. Dituduh sebagai barter dijelaskan lebih lanjut bahwa barter yang dituduhkan kepada gubernur DKI Jakarta adalah sebuah kontribusi tambahan. Hal itu dikatakan sebagai kontribusi tambahan karena ada persetujuan dan kesepakatan antara Gubernur dengan pengembang. Pengembang menginginkan adanya tambahan gedung bertingkat sehingga izin diberikan oleh Gubernur dengan membuat peraturan memakai perhitungan nilai jual objek pajak (NJOP). Dari itulah maka ada pembelaan dari Basuki bahwa semua aktivitas itulah yang dikenakan kontribusi sebesar 15% jadi bukan hanya sekedar barter yang dituduhkan. Namun, padahal Dalam berita tersebut Basuki menjelaskan lebih detail bahwa aturan diskresi baru saja dikeluarkan pada akhir September 2014 dan itu adalah salah satu upaya yang digunakan mempercepat pembangunan serta menguntungkan DKI Jakarta.

Pada berita terakhir mengenai “Tangan Aguan Menghadang Kontribusi Tambahan” mendefinisikan masalah mengenai adanya upaya suap pengembang kepada beberapa DPRD di Kota Jakarta. Hal itulah yang menjadi semua momok masalah mengenai kontroversi terkait kontribusi tambahan yang banyak tidak disetujui oleh pengembang hingga melakukan upaya suap kepada oknum DPRD salah satunya adalah M. Taufik dari partai gerindra.

Majalah Tempo sangat kritis dalam memberitakan suatu kejadian dan informasi yang disampaikan dapat dipercaya. Penulis menemukan adanya bukti-bukti yang menguatkan. Salah satunya saat memberitakan

reklamasi teluk Jakarta, majalah Tempo memiliki bukti seperti pengeluaran dana untuk sejumlah proyek sebagai pengurangan perhitungan kontribusi tambahan yang ditemukan saat kantor Presiden Direktur Agung Podomoro Land, Ariesman Widjaja, di lantai 43 Podomoro City, Jalan S. Parman Kaveling 28, Jakarta Barat yang digeledah oleh Komisi Pemberantasan Korupsi pada April 2016. Selain itu, bukti-bukti lain juga diperoleh majalah Tempo dan disampaikan kepada khalayak.

Bill Kovach dan Tom Rosenstiel, merumuskan 9 pedoman bagi jurnalis dengan tujuan untuk memicu kualitas produk jurnalisme yang independen. 9 pedoman itu adalah prioritas kebenaran, loyalitas publik, verifikasi, independensi wartawan, kontrol kekuasaan, hak kritik dan saran publik, tanggung jawab kreatif jurnalisme komprehensif dan proporsional, nurani jurnalis. Dalam hal ini majalah Tempo mampu menunjukkan kebenaran yang bersifat universal contohnya dalam memberitakan reklamasi teluk Jakarta yang melihat dari sisi hukum. Ini merupakan integritas yang dimiliki majalah Tempo dimana Tempo memberitakan sesuai dengan fakta yang ada, dan netral. Visi dari majalah Tempo sendiri adalah menjadi acuan dalam proses meningkatkan kebebasan rakyat untuk berfikir dan mengutarakan pendapat serta membangun suatu masyarakat yang menghargai kecerdasan dan perbedaan pendapat.

Narasumber yang dipilih oleh majalah Tempo adalah seperti penyidik KPK, pakar hukum tata negara, ahli tata negara Universitas Padjajaran, dan Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama. Hal ini berkaitan dengan prioritas kebenaran yang harus dipegang teguh oleh jurnalis, sehingga khalayak mampu memperoleh informasi secara fakta dan menilai kebenaran yang ada. Berita yang dikemukakan oleh narasumber harus bersifat netral agar data yang diperoleh tidak berpihak pada siapapun.

Dengan meninjau teori konstruksi realitas media, majalah Tempo terlihat membangun konstruksi yang mendekati realitas sebenarnya. Tempo mampu melakukan tahapan seperti yang dikemukakan oleh Bungin (2008:203), yaitu: menyiapkan materi konstruksi, tahap sebaran konstruksi, pembentukan konstruksi dan tahapan yang terakhir adalah tahap konfirmasi dimana media massa dan khalayak sama-sama memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam pembentukan konstruksi. Pada penelitian ini penulis telah menganalisis pemberitaan di majalah Tempo mengenai reklamasi Teluk Jakarta.

Dalam tahap pembentukan konstruksi realitas, majalah Tempo mengarah pada realitas pembenaran, terlihat pada pemberitaan reklamasi teluk Jakarta yang lebih ditonjolkan adalah payung hukum yang belum jelas dan kontribusi tambahan. Tidak ada pemberitaan mengenai kepentingan kapitalis atau pun opini lain yang berkembang. Disini majalah Tempo memberikan informasi sesuai fakta yang ada dalam memberitakan kasus reklamasi teluk Jakarta. Khalayak tentunya memiliki pandangan lain terhadap pemberitaan reklamasi teluk Jakarta, namun majalah Tempo lebih mengarahkan khalayak pada pandangan hukum. Ini merupakan konstruksi sosial media, bukan realitas sosial yang ada.

Dari keseluruhan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menunjukkan berita pada aspek hukum dan kontribusi tambahan, dimana kontribusi tambahan ini adalah bentuk suap yang dilakukan oleh pengembangan reklamasi, yaitu PT Podomoro Land, dan merupakan barter antara PT Podomoro Land dengan Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama. Menurutnya kontribusi tambahan ini diperlukan demi mempercepat pembangunan. Namun keputusannya ini membuatnya terseret dalam pusaran kasus dugaan suap karena belum adanya dasar hukum yang jelas. Menurut dia, ketika sebuah peraturan tidak ada, pejabat boleh membuat kebijakan yang menjadi kewenangannya. Pakar hukum tata negara, Rafly Harun, mengatakan Basuki bisa dipidana jika berniat jahat pada keputusan ini.

## 5. SIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan di majalah Tempo edisi 23-29 Mei 2016, pembingkaiian yang dilakukan dalam pemberitaan reklamasi Teluk Jakarta, maka diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Seleksi isu yang ditampilkan oleh majalah Tempo edisi 23-29 Mei 2016 lebih kepada masalah payung hukum dan kontribusi tambahan. Majalah Tempo menampilkan masalah kasus suap yang dilakukan oleh PT Podomoro Land, sebagai pengembang proyek reklamasi Teluk Jakarta dengan Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama. Dianalisis lebih jauh dan detail mengenai upaya penolakan pengembang hingga upaya kasus suap sehingga Basuki menegaskan mengenai dasar hukum yang sebelumnya sudah diterbitkan.
2. Penonjolan aspek yang ditampilkan oleh Majalah Tempo edisi 23-29 Mei 2016 adalah aspek hukum. Dalam masalah ini terlihat, belum adanya dasar hukum yang jelas. Basuki Tjahaja Purnama, selaku Gubernur DKI Jakarta justru membuat kebijakan diskresi. Kebijakan itu diambil olehnya ketika sebuah peraturan tidak ada, pejabat boleh membuat kebijakan yang menjadi kewenangannya. Namun, itu menjadikannya polemik. Basuki bisa dipidana karena payung hukum tentang kebijakannya belum sah. Selain itu, jika kebijakan itu dapat merugikan banyak pihak, kebijakannya harus dievaluasi.

Sebagai majalah berita yang terbit setiap seminggu sekali, Tempo mampu memberikan informasi yang cukup kepada setiap pembaca. Dalam pemberitaan mengenai reklamasi Teluk Jakarta, secara keseluruhan dapat



disimpulkan bahwa Tempo cenderung tidak berpihak pada siapapun. Sesuai dengan visinya, yaitu meningkatkan kebebasan rakyat untuk berpikir dan mengutarakan pendapat, Tempo mampu menyajikan berita yang netral.

### Saran

Peneliti menyadari penelitian ini masih sangat jauh dari sempurna. Masih terdapat banyak kekurangan dan kelemahan dalam proses penelitian. Penelitian reklamasi Teluk Jakarta di Majalah Tempo, peneliti menggunakan analisis *framing* model Robert N. Entman. Apabila pada penelitian selanjutnya ingin meneliti kembali dengan permasalahan yang sama, maka dapat menggunakan model *framing* Zhondang Pan dan Gerald M. Kosicki ataupun William Gamson. Selain itu peneliti selanjutnya dapat menggunakan teori yang berbeda seperti analisis isi, untuk melihat kecenderungan media satu dengan yang lain.

Dari pihak majalah Tempo, pemberitaan reklamasi Teluk Jakarta sudah dikemas dengan menarik dan informatif. Narasumber yang ada dapat mendukung pemberitaan ini. Jurnalis majalah Tempo mampu menceritakan kondisi ini dengan baik. Namun, ada baiknya jika majalah Tempo melibatkan pendapat masyarakat tentang kasus suap yang terjadi antara PT Podomoro Land dengan Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama. Karena reklamasi Teluk Jakarta sudah sangat menjadi kontroversi bukan hanya di pemerintah namun juga di Masyarakat.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Maman dan Sambas Ali Muhidin. (2011). *Panduan Praktis Memahami Penelitian (Bidang Sosial-Administrasi-Pendidikan)*. Bandung: Pustaka Setia.
- Afrizal. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ardianto, Elvinaro dan Erdinaya, Lukiat Komala. (2004). *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Burngin, Burhan. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Denzin, Norman K. Dan Yvonna S. Lincoln. (2009). *Hand Book of Qualitatif Research*. Terjemahan oleh Daryatno, Badrus Samsu, Fata, Abi, John Rinaldi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, Ononng Uchjana. (2007). *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS Group.
- Hamad, Ibnu. (2004). *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa*. Jakarta: Granit.
- Ikbar, Yanuar. (2012). *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*. Bandung: PT. Retika Aditama.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Perdana Media Grup. Jakarta
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Putra, Dedi Kurnia Syah. (2015). *Komunikasi CSR Politik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sobur, Alex. (2009). *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Vivian, John. (2008). *Teori Komunikasi Massa (Edisi Kedelapan)*. Jakarta: Kencana.
- Zaenudding, HM. (2011). *The Journalist Bacaan Wajib Wartawan, Redaktur, Editor dan Para Mahasiswa Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Mandarani, Yolanda Virka. (2015). *Fenomena Jilboobs di Media Online (Analisis framing Robert N. Entman dalam Feature Jurnalisme Warga di Liputan6.com)*
- Mawardi, Gema. (2012). *Analisis Framing Berita Mundurnya Surya Paloh dari Partai Golkar di mediaindonesia.com dan vivanews.com Tanggal 7 September*
- Principalia, Vita. (2012). *Analisis framing terhadap Berita Bentrokan Pelajar SMA 6 Jakarta dengan Wartawan*

<https://korporat.tempo.co/tentang>