

**ANALISIS PEMBERITAAN BASUKI TJAHAJA PURNAMA TERKAIT  
ISU PENERTIBAN PKL DI TANAH ABANG PADA MEDIA  
KOMPAS.COM DAN VIVA.CO.ID**

**(Analisis Isi Kuantitatif Pada *Online* Media Kompas.com dan Viva.co.id)**

**Devita / Yudi Perbawaningsih**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi,  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Jl. Babarsari No.6 Yogyakarta 55281

**Abstrak**

Wakil gubernur DKI Jakarta yaitu Basuki Tjahaja Purnama, atau yang biasa disebut Ahok seringkali menjadi sorotan. Beliau menjadi sorotan karena merupakan keturunan Tionghoa dan memiliki kepercayaan agama Kristen. Seperti yang diketahui bahwa mayoritas masyarakat Indonesia memiliki keyakinan agama Islam, sehingga wajar jika sosok Ahok yang “berbeda” menjadi sorotan publik. Selain itu, Ahok dikenal sebagai pemimpin yang keras dan tegas. Namun karena sikapnya itu pula beliau mampu mengimbangi Jokowi dalam membangun Jakarta beserta masyarakatnya yang sangat kompleks dengan berbagai macam masalah di dalamnya.

Salah satu isu yang menarik perhatian masyarakat dan media adalah tentang penertiban PKL di Tanah Abang yang menjadi program Jokowi – Ahok di tahun 2013 lalu. Program dari pemerintah tersebut sempat mengundang pro dan kontra dari berbagai pihak, baik dari jajaran pemerintahan DKI Jakarta sendiri maupun dari pedagang atau pihak lain. Selain para pedagang yang menolak untuk dipindahkan, para pejabat pemerintah pun ada yang cenderung “membela” para pedagang dan menentang sikap Ahok yang dinilai terlalu arogan dan keras kepala.

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi, yaitu mendeskripsikan karakter pesan yang ada dalam ranah publik dengan perantaraan teks. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pengkodean sehingga nantinya dapat diketahui bagaimana pemberitaan Ahok yang dibentuk oleh kedua media online, yaitu Kompas.com dan Viva.co.id.

Terdapat perbedaan yang ditemukan dalam kedua media online kaitannya dengan pemberitaan Basuki Tjahaja Purnama yaitu dalam kategori penampilan fisik berita dan kategori isi berita.

Kata kunci : Berita, *Online* Media, Informasi

## **Latar belakang**

Situasi politik di Indonesia saat ini mengalami gelombang naik turun. Berbagai permasalahan yang sangat kompleks di dalam pemerintahan selalu menjadi sorotan dan perhatian publik. Salah satu yang menjadi sorotan dalam beberapa waktu ini adalah sosok wakil gubernur DKI Jakarta yaitu Basuki Tjahaja Purnama, atau yang biasa disebut Ahok.

Sosok Ahok sering menjadi sorotan karena beliau merupakan keturunan Tionghoa dan memiliki kepercayaan agama Kristen. Seperti yang diketahui bahwa mayoritas masyarakat Indonesia memiliki keyakinan agama Islam, sehingga wajar jika sosok Ahok yang “berbeda” menjadi sorotan publik. Selain itu, Ahok dikenal sebagai pemimpin yang keras dan tegas. Namun karena sikapnya itu pula beliau mampu mengimbangi Jokowi dalam membangun Jakarta beserta masyarakatnya yang sangat kompleks dengan berbagai macam masalah di dalamnya.

Salah satu isu yang menarik perhatian masyarakat dan media adalah tentang penertiban PKL di Tanah Abang yang menjadi program Jokowi – Ahok di tahun 2013 lalu. Program dari pemerintah tersebut sempat mengundang pro dan kontra dari berbagai pihak, baik dari jajaran pemerintahan DKI Jakarta sendiri maupun dari pedagang atau pihak lain. Selain para pedagang yang menolak untuk dipindahkan, para pejabat pemerintah pun ada yang cenderung “membela” para pedagang dan menentang sikap Ahok yang dinilai terlalu arogan dan keras kepala.

Dari banyaknya pilihan media massa, penulis memfokuskan penulisan serta analisis pada media *online*. Media *online* menjadi pilihan dalam kebutuhan informasi berita. Kelebihan media *online* diantaranya yaitu sangat cepat dalam menyampaikan berita, dapat diakses dari mana saja dan kapan saja, sehingga masyarakat dapat mengakses berita dengan mudah. Dalam penelitian ini penulis memilih KOMPAS.com dan VIVA.co.id untuk dijadikan subyek penelitian.

Penulis ingin melihat dan memfokuskan penelitian pada bagaimana media KOMPAS.com dan VIVA.co.id dalam memberitakan sosok Ahok sebagai wakil gubernur DKI Jakarta. Bagaimana KOMPAS.com sebagai media yang netral dalam setiap pemberitaannya karena tidak memiliki kepentingan politik, dan VIVA.co.id milik Aburizal Bakrie dari partai Golkar dalam memberitakan sosok Ahok, akan dapat mempengaruhi reputasi Ahok sebagai wakil gubernur DKI Jakarta.

### **Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemberitaan Basuki Tjahaja Purnama pada media KOMPAS.com dan VIVA.co.id.

### **Hasil**

Hasil penelitian ini tentang pemberitaan Basuki Tjahaja Purnama pada Online Media Kompas.com dan VIVA.co.id periode 9 Juli 2013 sampai dengan 31 Agustus 2013 yang terdiri dari 52 berita pada Online Kompas.com dan 20 berita pada Online VIVA.co.id. Pemberitaan tentang Ahok berkaitan dengan program Jokowi-Ahok untuk menertibkan PKL di Tanah Abang sangat *update*.

Kategori penampilan fisik berita meliputi format berita, panjang berita, judul berita, pilihan bahasa dalam judul berita, kategori isi berita meliputi fokus berita, kelengkapan isi berita, narasumber, tone pemberitaan dan sudut pandang pemberitaan.

Berdasarkan data yang diperoleh, pada Online media Kompas.com mengenai pemberitaan Basuki Tjahaja Purnama Pada Media terkait tentang Ahok dan program Jokowi-Ahok untuk menertibkan PKL di Tanah Abang merupakan pemberitaan dengan format *straight news* yaitu format berita yang memiliki pola penulisan singkat, ringkas, dan langsung (*to the point*) yaitu sebanyak 88% pada media Online Kompas.com dan 90% pada media Online VIVA.co.id. Berdasarkan data yang diperoleh, pada Online media Kompas.com mengenai pemberitaan Basuki Tjahaja Purnama Pada Media terkait tentang Ahok dan program Jokowi-Ahok untuk menertibkan PKL di Tanah Abang merupakan pemberitaan dengan format *straight news* yaitu format berita yang memiliki pola penulisan singkat, ringkas, dan langsung (*to the point*) yaitu sebanyak 88% pada media Online Kompas.com dan 90% pada media Online VIVA.co.id. Berdasarkan hasil pengamatan judul berita didapatkan hasil bahwa pada media Online Kompas.com dan VIVA.co.id sebagian besar memiliki judul berita yang panjang pada Kompas.com terdapat 75% berita dengan judul panjang dan pada VIVA.co.id terdapat 85% judul berita panjang.

Hasil pengamatan tentang bahasa judul menunjukkan bahwa pilihan bahasa judul pada Kompas.com dan VIVA.co.id adalah formal. Pada media Online Kompas sebesar 87% memiliki judul bahasa formal dan pada VIVA.co.id

sebesar 80% memiliki judul berita formal. Berdasarkan hasil pengamatan isu yang terbesar diberitakan pada media Online Kompas.com adalah harapan para PKL Tanah Abang terhadap pemerintah DKI Jakarta, selanjutnya isu terbesar kedua pada media Online Kompas.com yaitu dampak penertiban PKL Tanah Abang. Hal tersebut dapat dilihat dari berita pada Online Kompas.com mulai dari tanggal 15 Juli hingga 30 Agustus 2013 yang sebagian besar mengkaji tentang isu harapan para PKL terhadap pemerintah DKI Jakarta. Berdasarkan hasil analisis narasumber diperoleh sebesar 52% media online Kompas menggunakan narasumber internal dan 48% menggunakan narasumber eksternal. Pada media online VIVA.co.id sebesar 30% menggunakan narasumber internal dan sebesar 65% menggunakan narasumber eksternal. Hasil tersebut menunjukkan bahwa narasumber pada media online Kompas.co.id narasumber internal lebih mendominasi.

Berdasarkan hasil pengamatan diperoleh hasil pada media Online Kompas.com tone pemberitaan positif sebesar 15%, tone netral sebesar 50% dan tone pemberitaan negatif sebesar 31%, hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar tone pemberitaan pada media Online Kompas.com memiliki tone pemberitaan netral.

Pada media online VIVA.co.id pemberitaan dengan tone positif sebesar 20%, tone pemberitaan netral sebesar 45% dan tone pemberitaan negatif sebesar 45%, hasil tersebut menunjukkan bahwa pemberitaan pada media Online VIVA.co.id sebagian besar masuk pada pemberitaan dengan tone netral dan negative. Pada media Kompas.com diperoleh hasil pemberitaan

sudut pandang pemerintah sebesar 56%, sudut pandang pedagang sebesar 29%, sudut pandang masyarakat sebesar 12% dan sudut pandang lain yang tidak termasuk ketiga sudut pandang di atas sebesar 4%. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar sudut pandang pemberitaan pada media online Kompas.com adalah sudut pandang pemerintah. Pada sudut pandang pemerintah yang menginginkan PKL dapat ditertibkan untuk mengatasi kemacetan dan tidak ada tujuan politik apapun. Media VIVA.co.id didapatkan hasil sebagian besar sudut pandang pemberitaan adalah sudut pandang pemerintah yaitu sebesar 60%, pemberitaan sudut pandang pedagang sebesar 15%, sudut pandang masyarakat 10% dan sudut pandang lain diluar sudut pandang di atas sebesar 10%.

### **Analisis**

Sebagaimana diketahui bahwa penelitian yang dilakukan adalah mengenai kategori penampilan fisik berita dan kategori isi berita. Dalam dua kategori ini masih terdapat beberapa kategorisasi yang kesemuanya memiliki keterikatan satu dengan yang lain dalam kecenderungan pemberitaan mengenai wakil Gubernur Basuki Tjahaja Purnama (Ahok). Hasil penelitian nantinya dari kecenderungan pemberitaan ini dapat ditarik suatu kesimpulan mengenai bagaimana pemberitaan wakil Gubernur Basuki Tjahaja Purnama (Ahok). Hasil dari distribusi frekuensi yang dilakukan akan digunakan untuk mengetahui intensitas dan prioritas pemikiran yang diberikan oleh sumber – sumber data pada kategori penampilan fisik dan kategori isi berita.

Kategori penampilan fisik berita merupakan kategori yang penting dalam penelitian sebuah media. Kategori penampilan fisik berita terkadang terlewatkan oleh para praktisi PR dalam menganalisis berita. Keterkaitan antara penampilan fisik berita dengan isi berita sesungguhnya bergantung satu sama lain. Pesan suatu berita, perlu dikemas dalam penampilan fisik yang menarik agar pembaca tertarik untuk membaca isi pesan yang terkandung dalam isi beritanya, atau dengan kata lain penampilan fisik berita dapat menentukan ketertarikan pembaca untuk membaca isi beritanya. Kategori penampilan fisik berita ini meliputi tiga kategorisasi yaitu format berita, panjang berita dan posisi berita.

Berdasarkan hasil perhitungan, pada Online media Kompas.com mengenai Basuki Tjahaja Purnama Pada Media terkait pemberitaan tentang Ahok berkaitan dengan program Jokowi-Ahok untuk menertibkan PKL di Tanah Abang merupakan pemberitaan dengan format *straight news* yaitu format berita yang memiliki pola penulisan singkat, ringkas, dan langsung (*to the point*) yaitu sebanyak 88% pada media Online Kompas.com dan 90% pada media Online VIVA.co.id. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hampir semua berita pada media Online Kompas.com dan VIVA.co.id tentang Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) memiliki format berita *straight news*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa media melihat peristiwa ini sebagai berita yang memiliki unsur informasi yang harus segera disampaikan.

Berdasarkan hasil perhitungan distribusi frekuensi untuk kategorisasi fokus berita diketahui bahwa sebagian besar pemberitaan mengenai Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) terkait dengan penertiban PKL di Tanah Abang pada

media Online Kompas.com adalah para pedagang masih berharap pada Haji Lulung untuk dapat mengatasi permasalahan penertiban PKL Tanah Abang. Pada media Online VIVA.co.id sebagian besar fokus berita adalah PKL Tanah Abang membuat jalan macet. Sedangkan untuk hasil analisis deskriptif berdasarkan narasumber internal dan narasumber eksternal dalam hal ini dimaksudkan agar terdapat lebih dari satu narasumber di dalam pemberitaan mengenai penertiban PKL di Tanah Abang. Hal tersebut menunjukkan bahwa media (dalam hal ini media online Kompas.com dan VIVA.co.id) dalam membuat dan memuat pemberitaan mengenai penertiban PKL di Tanah Abang telah menerapkan prinsip jurnalistik dalam membuat dan memuat berita, dengan mencari kebenaran data dari berbagai pihak yang berkepentingan. Hasil analisis menunjukkan bahwa media dalam mencari kebenaran data mengenai peristiwa tersebut berupaya untuk memperoleh informasi dari berbagai pihak yang berkepentingan. Mencari informasi atau kebenaran data mengenai peristiwa penertiban PKL di Tanah Abang dari berbagai pihak yang berkepentingan ini tentunya bertujuan agar berita mengenai pemberitaan penertiban PKL di Tanah Abang benar-benar obyektif dan menghindari adanya subyektifitas.

Berdasarkan hasil perhitungan, sudut pandang pemberitaan yang mendominasi di dalam penelitian ini adalah sudut pandang pemerintah. Sudut pandang pemerintah berarti menggunakan sudut pandang pemerintah yang menginginkan PKL dapat ditertibkan untuk mengatasi kemacetan dan tidak ada tujuan politik apapun. Dengan dominasinya sudut pandang ini menunjukkan ketidakberpihakan media massa terhadap pedagang dan masyarakat, namun



ketidakberpihakan ini tidak menjamin adanya intervensi pemerintah terhadap pemberitaan yang ada. Ketidakberpihakan media massa ditunjukkan dengan menampilkan berita yang lebih banyak menyoroti tentang langkah-langkah Jokowi-Ahok dalam menertibkan PKL di Tanah Abang telah sesuai dengan Perda yang ada.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian ini tentang pemberitaan Basuki Tjahaja Purnama terkait isu penertiban PKL di Tanah Abang pada Online Media Kompas.com dan VIVA.co.id., maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

#### 1. Kategori Penampilan Fisik Berita

##### a. Format Berita

Berdasarkan format berita disimpulkan bahwa pada Online media Kompas.com mengenai citra Basuki Tjahaja Purnama Pada Media terkait pemberitaan tentang Ahok berkaitan dengan program Jokowi-Ahok dalam menertibkan PKL di Tanah Abang merupakan pemberitaan dengan format *straight news* sebesar 88% pada media Online Kompas.com dan pada media Online VIVA.co.id format *straight news* sebesar 90%.

Kesimpulan dari paparan analisis di atas, menunjukkan sebagian besar berita mengenai Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) memiliki format *straight news*. Dengan kata lain, pemberitaan mengenai penertiban PKL di tanah Abang kaitannya dengan Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) ini merupakan peristiwa yang penting dan memiliki nilai aktualitas berita yang tinggi, karena itu informasinya harus segera disampaikan kepada pembaca

dengan apa adanya dan cenderung menguraikan peristiwa tersebut dengan sejelas-jelasnya.

b. Panjang Berita

Berdasarkan hasil analisis disimpulkan bahwa sebagian besar berita mengenai citra Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) pada media Online Kompas.com dan VIVA.co.id merupakan berita pendek yang memiliki paragraf kurang dari 10 paragraf.

Hal ini menunjukkan bahwa peristiwa penertiban PKL di Tanah Abang berkaitan dengan Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) merupakan berita yang tidak membutuhkan penguraian yang mendalam dan kelengkapan informasi karena media menganggap bahwa peristiwa penertiban PKL di Tanah Abang sebagai peristiwa yang tidak memiliki banyak informasi yang dianggap penting untuk dimuat.

c. Judul Berita

Berdasarkan hasil analisis disimpulkan bahwa sebagian besar pada media Online Kompas.com dan VIVA.co.id memiliki judul berita yang panjang pada Kompas.com terdapat 75% berita dengan judul panjang dan pada VIVA.co.id terdapat 85% judul berita panjang.

Judul berita termasuk unsur penting dalam sebuah berita karena pembaca akan tertarik untuk membaca suatu informasi dari judul beritanya. Semakin menarik kalimat yang digunakan untuk judul yang diangkat, maka pembaca juga akan tertarik untuk membaca isi berita.

d. Pilihan Bahasa Judul

Berdasarkan hasil analisis pilihan bahasa judul pada Kompas.com dan VIVA.co.id sebagian masuk dalam kategori formal. Pada media Online Kompas sebesar 87% memiliki judul bahasa formal dan pada VIVA.co.id sebesar 80% memiliki judul berita formal.

## 2. Kategori Isi Berita

### a. Fokus Berita

Berdasarkan hasil analisis kategorisasi fokus berita disimpulkan bahwa sebagian besar pemberitaan mengenai citra Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) terkait dengan penertiban PKL di Tanah Abang adalah pada media Online Kompas.com adalah para pedagang masih berharap pada Haji Lulung untuk dapat mengatasi permasalahan penertiban PKL Tanah Abang. Pada media Online VIVA.co.id sebagian besar fokus berita adalah PKL Tanah Abang membuat jalan macet.

Dengan menampilkan isi berita seperti yang telah dipaparkan, maka media telah membentuk apa yang dipikirkan, dikhawatirkan, didiskusikan oleh masyarakat atau dengan kata lain melalui fokus berita tersebut media telah membentuk opini masyarakat bahwa pemberitaan mengenai penertiban PKL di Tanah Abang, pemerintah Provinsi DKI kurang mampu mengatasi permasalahan ini, sehingga menimbulkan respon terhadap Ahok melalui pemberitaan-pemberitaan di media Online Kompas.com dan VIVA.co.id.

### b. Kelengkapan Berita

Berdasarkan hasil analisis pada dimensi kelengkapan berita disimpulkan bahwa bahwa pada media Online Kompas.com unsur what, where dan who telah 100% terpenuhi, unsur why 90% terpenuhi dan unsur how sebesar 52%. Pada media Online VIVA.co.id menunjukkan bahwa pada unsur what, where, when, why dan who telah 100% telah terpenuhi, sedangkan pada unsur how menunjukkan terpenuhi sebesar 85%. Semakin lengkap isi dari suatu berita maka semakin banyak informasi yang diterima oleh masyarakat.

c. Narasumber

Berdasarkan analisis pada faktor narasumber disimpulkan bahwa pada Kompas.com narasumber terbanyak adalah Gubernur DKI Joko Widodo (21%), sedangkan pada VIVA.co.id narasumber internal terbesar adalah Wakil Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaya Purnama (35%).

Hasil analisis menunjukkan bahwa media dalam mencari kebenaran data mengenai peristiwa tersebut berupaya untuk memperoleh informasi dari berbagai pihak yang berkepentingan. Mencari informasi atau kebenaran data mengenai peristiwa penertiban PKL di Tanah Abang dari berbagai pihak yang berkepentingan ini tentunya bertujuan agar berita mengenai pemberitaan mengenai penertiban PKL di Tanah Abang benar-benar obyektif dan menghindari adanya subyektifitas.

d. *Tone* Pemberitaan

Berdasarkan pada *tone* pemberitaan disimpulkan bahwa pada media Online Kompas.com *tone* pemberitaan positif sebesar 15%, *tone*

netral sebesar 50% dan tone pemberitaan negatif sebesar 31%, sedangkan pada media online VIVA.co.id pemberitaan dengan tone positif sebesar 20%, tone pemberitaan netral sebesar 45% dan tone pemberitaan negatif sebesar 45%.

Hasil pemberitaan dalam media online Kompas.com dan VIVA.co.id sebagian besar berita yang dipublikasikan bernada netral hingga negatif. Sebagai pemimpin pemerintahan provinsi DKI yang saat ini menjadi sorotan masyarakat, hal ini sangat berpengaruh buruk bagi Ahok. Karena dengan banyaknya jumlah pemberitaan yang bernada negatif, masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung akan menganggap bahwa sosok Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) adalah buruk adanya.

e. Sudut pandang Pemberitaan

Analisis berdasarkan sudut pandang disimpulkan bahwa sebagian besar pemberitaan pada media Kompas.com memiliki sudut pandang pemberitaan pemerintah sebesar 56%, pedagang sebesar 29%, masyarakat sebesar 12% dan sudut pandang lain yang tidak termasuk ketiga sudut pandang di atas sebesar 4%. Pada media online VIVA.co.id disimpulkan bahwa sebagian besar sudut pandang pemerintah yaitu sebesar 60%, pemberitaan sudut pandang pedagang sebesar 15%, sudut pandang masyarakat 10% dan sudut pandang lain diluar sudut pandang di atas sebesar 10%.

Dengan dominasinya sudut pandang ini menunjukkan ketidakberpihakan media massa terhadap pedagang dan masyarakat, namun ketidakberpihakan ini tidak menjamin adanya intervensi pemerintah terhadap pemberitaan yang ada. Ketidakberpihakan media massa ditunjukkan dengan menampilkan berita yang lebih banyak menyoroti tentang langkah-langkah Jokowi-Ahok dalam menertibkan PKL di Tanah Abang telah sesuai dengan Perda yang ada.

#### **Daftar Pustaka**

- Bryant, J. & Thompson, S. 2002. *Fundamentals of Media Effects*. New York : McGraw-Hill.
- Cutlip, Scott M. Center Allen H, Broom, Glen M. 2006. *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice hall, Inc.
- Darmadi, Bambang. Z., Margantoro, YB., Oetomo Dharma, Sutedjo Budi. 2006. *Mahir Berjurnalistik*. Yogyakarta : Amara books.
- Firmansyah, M. 2002. *Design Web Cepat dan Praktis*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Gane, Nicholas, & Beer, David. 2008. *New Media*. New York : Berg
- Hardiman, Budi. F. 2007. *Filsafat Modern dari Machiavelli sampai Nietzsche*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktek Riset Komunikasi*. Jakarta:Kencana.
- Loundon, Kenneth, Jane P. 2008. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta : Salemba Humanika.
- McQuail, Denis. 2000. *Mass Communication Theory*. London : Sage Publication. Forth Edition.

Moore, Fraizer. 2001. *“Hubungan Masyarakat, Prinsip, Kasus, dan Masalah”*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

Montoya, Peter. 2002. *The Personal Branding Phenomenon*. Graham Wilson.

Pavlik, John Vernon. 1996. *New Media Technology : Cultural and Commercial Perspective*. USA : Allyn and Bacon

Ruslan, Rosady. 1994. *Praktik dan Solusi Public Relations dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra*. Jakarta: Raya Grafindo Persada.

Singarimbun, Masri&Sofian Efendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta.

Wasesa, Silih. 2011. *Political Branding & Public Relations*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

West, Richard., Turner, Lynn H. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta : Salemba Humanika.

Skripsi :

Bella, Donna. 2013. *Citra Perusahaan Dalam Pemberitaan Media Cetak Lokal*. Yogyakarta : Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Jurnal :

Ravi, B. K. *“New Media, Culture, and Society”*. Academic Research International, Vol. 2, No. 2. 2012. Savap International

Riaz, Saqib. *“Effect of New Media Technologies on Political Communication”*

Internet :

[www.kompas.com](http://www.kompas.com)

<http://print.kompas.com/about/sejarahkompas.html>

<http://news.viva.co.id/>