

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, M., Alung, C., Permadi, I., & Schova, Y. (2023). Strategi Mitigasi Dampak Negatif Politik Identitas Sebelum Dan Sesudah Pemilu. *Jakarta: Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia*, 4(2), 142–165.
- Allisa, A. I., & Detya, W. (2020). Analisis Kualitas Berita Televisi di Indonesia (Studi Kasus: Televisi Swasta). *In Search- Informatic, Science, Entrepreneur, Appl Ied Art, Research, Humanism*, 19(1), 65–72.
- Alvin, S. (2020). Strategi Komunikasi Politik Juru Bicara Wakil Presiden 2014-2019 sebagai Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 43–62.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Anggoro, A. S. (2023). Pers Di Tahun Politik. *Jurnal Dewan Pers*, 25, 06–09.
- Aryanti, D., Aeni, Q., & Qalban, A. A. (2024). Framing Pemberitaan Wacana Hak Angket DPR Pasca Pemilu Di Media Online. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1).
- Aydil, M., & Zuhri, A. (2023). Political Marketing: Strategi PAN pada Pemilu 2024 dalam Menyukkseskan Agenda Politik Melalui Pembuatan Jingle. *Jurnal Sains Riset*, 13(3), 870–881.
- Bachtiar, A. Y., Perkasa, D. H., & Sadikun, M. R. (2016). Peran Media Dalam Propaganda. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 13(2).
- Birri, I. A. (2024). *Konstruksi Realitas Media Online Mengenai Berita Isu Penundaan Pemilu 2024 Di Media Kompas. Com Dan Republika Online Pada Tanggal 20 Sampai 26 Maret 2022*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Devrisa, N. (2020). *Manajemen Produksi Laporan Jurnalisme Menjelang Pemilu (Studi Kasus Manajemen Produksi Tayangan" Aiman" dalam Menjalankan Konsep Jurnalisme Investigasi pada Pemberitaan*

*Menjelang Pemilu 2019*). Universitas Gadjah Mada.

- Ensiklopedia Dunia. (2024). Q&A. <https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Q%26A>. Diakses pada 10-12-2024.
- Fachruddin, A. (2017). *Dasar Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing* (Jeffry (ed.); 4th ed.). Kencana. <https://doi.org/978-602-9413-51-9>
- Fadilla, A. N., Agustina, R. S., & Syafikarani, F. A. (2024). Dinamika Perubahan Sosial dan Politik di Era Digital: Pengaruh Media Sosial dan Partisipasi Masyarakat. *ARIMA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 1(3), 17–23.
- Farihi, H. R., Lukmantoro, T., & Hasfi, N. (2024). Analisis *Framing* Politik Identitas Pasangan Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar dalam Pemberitaan Pilpres 2024 di Media Indonesia. *Interaksi Online*, 12(4), 938–952.
- Fitriningsih, F., & Nugroho, C. (2021). Konstruksi Media Daring Terhadap Kecurangan Pilpres 2019 (analisis *Framing* Berita Kecurangan Pemilihan Presiden & Wakil Presiden 2019 Pada Media Tempo. co Dan Kompas. com). *EProceedings of Management*, 8(5).
- Gawi, G., Aminulloh, A., & Yasak, E. M. (2017). Penerapan Kode Etik Jurnalistik dalam surat kabar harian surya malang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 6(1).
- Hasanah, M. U., Widiastuti, W., & Makhrian, A. (2024). Konstruksi Berita Pencalonan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka sebagai Capres dan Cawapres 2024: Analisis *Framing* Pada Media Kompas. com dan CNN Indonesia (Edisi 16-25 Oktober 2023). *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), 988–999.
- Hendrawan, M. (2024). Konstruksi Makna Pesan Pada Pembertitaan Jokowi Resmi Menjadi Pemilih Pemilu 2024 Pada Media Cnn Indonesia Dan Liputan6. Com. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(2).

- Imansari, N. G. (2021). Konstruksi Berita Pemilihan Bakal Calon Presiden 2024. *Kalijaga Journal of Communication*, 3(1), 47–62.
- Iskandar, D. (2018). *Konvergensi Media: Perbauran Ideologi, Politik, dan Etika Jurnalisme*. Penerbit Andi.
- Juditha, C. (2019). Buzzer di media sosial pada pilkada dan pemilu Indonesia. *Seminar Nasional Komunikasi Dan Informatika*.
- Junaedi, F. (2015). *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi* (Y. Rendy (ed.)). Kencana.
- Khamim, A. B. M., & Sabri, M. F. (2019). Konglomerasi Media dan Partai Politik: Membaca Relasi MNC Group dengan Partai Perindo. *POLITIKA*, 10(2), 113.
- Khotimah, K., & Karisma, D. A. (2024). Konstruksi Narasi Politik dalam Tayangan Youtube bertajuk '3 Bakal Calon Presiden Bicara Gagasan' di Narasi Mata Najwa. *Scientia*, 3(2).
- Kristina, K., & Setiawan, B. (2021). Disiplin Verifikasi dalam Jurnalisme Media Online detikcom (Verification Discipline in detikcom Online Media Journalism). *JURNAL IPTEKKOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi)*, 23(1), 33–48.
- Kuncoro, H. R., Hasanah, K., Sari, D. L., & Kurniawati, E. (2023). *Mengurai ancaman: Sekuritisasi melalui lensa framing dan diskursus di media sosial*. LPPM UPNVY PRESS.
- Kurniasari, N., & Aji, G. G. (2018). Kepemilikan dan bingkai media (Analisis *framing* pemberitaan Joko Widodo sebagai kandidat calon presiden pada Koran Sindo). *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 6(1), 96–116.
- Metro TV. (2024a). *About*. Metro TV. <https://www.metrotvnews.com/about>. Diakses pada 10-12-2024.
- Metro TV. (2024b). *About*. <https://xtend.metrotvnews.com/Profile/Public/87#:~:text=Description,Privacy Policy Terms & Conditions>. Diakses pada 10-12-2025.

- Metro TV. (2024c). *Kumpulan Video Q&A*.  
<https://web.archive.org/web/20190929130026/http://video.metrotvnews.com/q-a/videos/696>. Diakses pada 10-12-2024.
- Muarif, N. A., Ihsan, F. N., Fawwaz, M. H., & Junaedi, F. (2024). Pelanggaran etika jurnalistik dalam pemberitaan pemilu 2024 di Metro TV. *Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi)*, 8(4), 1183–1189.
- Muchlis, M. (2021). Analisis Isi Pemberitaan Politik TVOne, MetroTV, dan RCTI menjelang Pemilihan Presiden 2019 di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 64–78.
- Munser, Z. (2021). *Politik Pencitraan Melalui Metro Tv Sebagai Media Pemenangan Pasangan Calon Jokowi - Ma'ruf*.
- Muthaqin, F., Syam, H. M., & Wahyuni, P. (2021). Ideologi media dan *framing* pada pemberitaan perusakan rumah ibadah di Kompas dan Republika. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 4(2), 63–82.
- Napitupulu, A. W. R. (2023). Analisis Peran Media Massa Dalam Pemilu: Implikasi Terhadap Proses Demokrasi. *Literacy Notes*, 1(2).
- Nielsen. (2017). *Tren Baru Di Kalangan Pengguna Internet Di Indonesia*. Nielsen. <https://www.nielsen.com/id/news-center/2017/tren-baru-di-kalangan-pengguna-internet-di-indonesia/>. Diakses pada 30-09-2024
- Prameswara, R. D. I. A. (2021). *Implementasi Kewenangan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Untuk Mengevaluasi Keberpihakan Media Partisan Pada Pilpres 2019*. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Rayhan, T. M. (2021). Analisis *Framing* Seputar Inews Siang Rcti Segmen “Pilihan Indonesia 2019.” *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 2(2).
- Riadi, M. (2021). *Jenis-jenis Program Televisi*. <https://www.kajianpustaka.com/2016/07/jenis-jenis-program-televisi.html>. Diakses pada 30-09-2024.

- Riau, M. A. I. (2020). Konstruksi Realitas Pada Pesan Politik Calon Walikota Pekanbaru di Riau Pos. *ETTISAL*, 5(1).
- Rocket Reach. (2024). *Media Televisi Indonesia, PT ( METRO TV ) Information*. Rocketreach.Co. [https://rocketreach.co/media-televisi-indonesia-pt-metro-tv-profile\\_b5d5db31f42e3ad0](https://rocketreach.co/media-televisi-indonesia-pt-metro-tv-profile_b5d5db31f42e3ad0). Diakses pada 30-09-2024.
- Roli A, T. (2023). *Konstruksi Realitas Pemberitaan* (L. Nanda (ed.); 1st ed.).
- Rusli, I., Ahdan, S., & Idris, M. (2022). Analisis *Framing* Konstruksi Pemberitaan Presiden Jokowi Terkait Persiapan Pemilu 2024 Di Media Kompas. Com Dan Republika. Co. Id. *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 3(4), 160–168.
- Sapitri, H., & Nurafifah, N. L. (2020). Private Television Media and Political in Presidential Election 2019 from the Agenda Setting of Perspective. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 24(2).
- Saputra, S. R. (2022). *Framing Media Tentang KPU Kota Palembang (Studi Pada Pemberitaan Tentang Penetapan Tersangka Komisioner KPU Palembang Tahun 2019 Di Kejarfakta.co )*. Universitas Islam Negeri Raden Fatah.
- Sarihati, T., Si, M., Luthfie, H. M., Kurniadi, B., & Si, M. (2022). *Komunikasi Politik, Media Massa dan Opini Publik*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Shinta, A. L. (2011). *Rebranding Metro Tv, politik, dan menurunnya rating dan share*.
- Simarmata, S. (2017). Paralelisme politik media dalam pemberitaan pemilu 2014 di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 149–168.
- Sobur, A. (2015). *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis "Framing"* (D. Junaedi (ed.); 7th ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Subuki, M. (2021). *Realisasi Kesantunan dalam Acara Q&A di Metro TV dan*

*Implikasi Terhadap Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia.*  
Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Suhardi, S. (2024). Bentuk-Bentuk Counter-Hegemoni Media Era Internet. *Journal Media Public Relations*, 4(2), 23–30.

Sujoko, A., & Haboddin, M. (2020). *Media dan Dinamika Demokrasi.* Prenada Media.

Susanto, E. H. (2020). Dinamika Media Massa Lokal dalam Membangun Demokratisasi di Daerah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 117–127.

Thomas, W. W. (2015). Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Dalam Berita Kampanye Pemilihan Umum Calon Kepala Daerah Jawa Timur Periode 2014-2019 di TVRI Jawa Timur. *Jurnal E-Komunikasi*, 3(1).

Wikipedia. (2024a). *Metro TV (Indonesian TV network)*. [https://en.wikipedia.org/wiki/Metro\\_TV\\_\(Indonesian\\_TV\\_network\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Metro_TV_(Indonesian_TV_network)). Diakses pada 30-09-2024.

Wikipedia. (2024b). *Q&A*. [https://id.wikipedia.org/wiki/Q%26A#cite\\_note-1](https://id.wikipedia.org/wiki/Q%26A#cite_note-1). Diakses pada 10-12-2024.

Yuniarto, T. (2024). *Pemilihan Umum 2024 dalam Angka*. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/pemilihan-umum-2024-dalam-angka>. Diakses pada 30-09-2024.