

TELAAH CITRA TOMORO COFFEE ATAS TEMUAN KECOA DI MINUMAN MELALUI BINGKAI TIGA BERITA DARING

ANALYSIS OF TOMORO COFFEE'S IMAGE FOLLOWING THE DISCOVERY OF COCKROACHES IN ITS BEVERAGES THROUGH THE FRAMEWORK OF THREE ONLINE NEWS ARTICLES

**Ferdinand Agustinus¹, Rustono Farady Marta², Octavia Putri Tjajadi³,
Andreas Lumampauw⁴, Maichel Chinmi⁴**

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Satya Negara Indonesia, ferdinandagustinus11@gmail.com

²Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Satya Negara Indonesia, rustono.farady@usni.ac.id

³Program Studi Doktor Psikologi, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, rustono.farady@atmajaya.ac.id

⁴Fathom Psychology Center, octaviaputri.psikolog@gmail.com

⁴Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bunda Mulia, l2243@lecturer.ubm.ac.id

⁵Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bunda Mulia, l1908@lecturer.ubm.ac.id

Diterima 20 April 2025

Direvisi 30 Agustus 2025

Disetujui 30 Agustus 2025

ABSTRAK

Peristiwa yang diunggah ke media sosial mengenai kecoa yang ditemukan di cangkir minuman Tomoro Coffee oleh akun X @Katapalindrom menjadi buah bibir warganet. Kasus ini mencuri berbagai atensi publik akibat berbagai spekulasi muncul dan membawa citra Tomoro Coffee buah bibir perbincangan Warganet hingga akhirnya mencuat ke berbagai pemberitaan, beberapa diantaranya: Suara.com, Jawa Pos dan VOI.ID. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara ketiga media tersebut melakukan konstruksi pemberitaan terkait unggahan temuan kecoa di dalam cangkir minuman oleh akun X @Katapalindrom. Analisis yang digunakan merupakan model Pan & Kosicki, serta menggunakan Teori Pengelolaan Impresi dalam menelaah objek penelitian. Hasil penelitian tersebut menjabarkan bahwa: 1). Sintaksis, di mana ketiga media tersebut menjabarkan beragam komentar serupa dari berbagai komentar warganet, penggunaan lead pada Suara.com dan Jawa Pos memberikan atensi besar terhadap dinamika yang timbul; 2). Skrip, dalam hal ini ketiga media tersebut memberikan pemaparan yang baik mengenai 5W+1H dalam menyajikan peristiwa berdasarkan fakta di tempat kejadian; 3). Tematik, pada bagian ini menjabarkan keterhubungan antara kalimat satu dengan kalimat lainnya; 4). Retoris, dari ketiga media tersebut sama-sama menggunakan unsur leksikon seperti atensi publik dalam menjabarkan fenomena yang menegaskan kasus tersebut dengan bingkai subjektif baik Suara.com maupun Jawa Pos, berbeda dengan VOI.ID yang memaparkan peristiwa sebagaimana diceritakan.

Kata Kunci: bingkai berita, citra Tomoro Coffee, Impression Management Theory, leksikon subjektif, media sosial X

ABSTRACT

The incident uploaded to social media regarding the cockroach found in the Tomoro Coffee drink cup by the X account @Katapalindrom became a byword for netizens. This case stole various public attention due to various speculations that arose and brought the image of Tomoro Coffee to the lips of Warganet conversations until finally sticking to various news, some of which: Suara.com, Jawa Pos and VOI.ID. This research aims to find out how the three media constructed the news related to the upload of cockroach findings in the beverage cup by the X @Katapalindrom account. The analysis used is the Pan & Kosicki model, and uses Impression Management Theory in examining the object of research. The results of the study explained that: 1). Syntax, in which the three media describe a variety of similar comments from various netizen comments, the use of leads on Suara.com and Jawa Pos gives great attention to the dynamics that arise; 2). Script, in this case the three media provide a good explanation of 5W + 1H in presenting events based on facts at the scene; 3). Thematic, in this section describes the relationship between one sentence and another; 4). Rhetorical, the three media both use lexicon elements such as public attention in describing the phenomenon that confirms the case with the subjective frame of both Suara.com and Jawa Pos, in contrast to VOI.ID which describes events as they are told.

Keywords: image of Tomoro Coffee, Impression Management Theory, news frames, social media X, subjective lexicon

PENDAHULUAN

Percepatan arus informasi pemberitaan memberikan pengaruh yang signifikan diberbagai lini kehidupan. Bentuk kemajuan ini didorong atas teknologi terkini dan pengembangan sumber daya yang unggul serta efisien. Tidak dapat dipungkiri, hidup berdampingan dengan media mempengaruhi sudut pandang dan pembentukan opini masyarakat. Menurut Sari dan Kusumawijayanti (2024) menjelaskan di era digital seperti saat ini, media sosial menjadi kebutuhan untuk saling berbagi informasi, foto ataupun video. Harfi Rusanti (2023) menambahkan bahwa perkembangan media yang pesat membuat setiap media berlomba-lomba dalam menyajikan informasi secara cepat dan tidak sedikit yang menyampaikan berita secara baik dan benar. Hal ini seringkali menimbulkan *front-front* perbedaan yang menjulak ke publik.

Salah satu pemberitaan konkret adalah kasus kecoa yang ditemukan di kopi Tomoro Coffee oleh salah satu pengguna "X". Diketahui berita ini mencuat ketika salah satu pengguna aplikasi "X" memposting foto yang nampak seekor kecoa didalam botol minuman yang dibelinya di salah satu store Tomoro Coffee. Kejadian inipun menimbulkan berbagai spekulasi yang dilontarkan oleh publik terhadap akun bernama @katapalindrom, di mana respon publik terhadap peristiwa ini menunjukkan berbagai perspektif yang akhirnya memicu perdebatan dalam media sosial.

Kasus kecoa yang ditemukan oleh salah satu pengguna "X" di kopi Tomoro Coffee ini terjadi pada tanggal 29 September 2024 silam. Meskipun demikian, kasus tersebut hingga kini masih meninggalkan tanda tanya besar, baik itu oleh pengguna akun "X" maupun pihak Tomoro Coffee itu sendiri. Karena diketahui, berbagai cuitan muncul yang memojokkan akun X @Katapalindrom untuk menjelaskan kronologi sebenarnya, di mana hal ini ditekankan oleh perspektif publik yang mengatakan bahwa postingan tersebut merupakan bentuk dari skenario dalam menjatuhkan atau memperburuk citra Tomoro Coffee. Sementara itu, berdasarkan informasi yang beredar di publik, bahwasannya pihak

Tomoro tidak menggubris tanggapan-tanggapan yang muncul dan melakukan upaya untuk mengklarifikasi kejadian tersebut. Dampaknya, keputusan ini akan memperkuat dugaan publik dengan berbagai alibi dan faktor kepentingan individu masing-masing. Dan pastinya, kasus ini akan terus menggenang mengikuti arus peredaran informasi di jejaring sosial.

Keberadaan media jejaring sosial seperti Facebook, X, dan Instagram serta WhatsApp menjadi wadah utama dalam penyebaran informasi tentang kasus ‘kecoa yang ditemukan oleh akun X di minuman Tomoro Coffee’. Media sosial dalam hal ini bertugas menjembatani pemrosesan informasi melalui berbagai perangkat elektronik, seperti internet, televisi dan juga telepon genggam (Agustinus *et al.*, 2024). Sehingga informasi yang beredar ini menimbulkan berbagai reaksi dan juga argumen yang menjadi topik hangat di setiap pemberitaan. Hal ini ditunjukkan dengan beragam komentar publik saat kasus ini mulai mencuat hingga akhirnya *viral* di masyarakat, mulai dari kecurigaan bahwa kejadian tersebut merupakan rekayasa atau sengaja dimasukkan, dan bahkan tidak sedikit yang berkomentar pedas terhadap akun @Katapalindrom karena telah membuat kegaduhan di media sosial yang merupakan buntut dari postingan dirinya.

Widiastuti (2019) menjelaskan arti kata Viral diambil dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti “virus” atau segala sesuatu yang menyebar dengan sangat cepat”. Lebih lanjut, Sari dan Kusumawijayanti (2024) menambahkan konten viral memberikan efek pada beberapa aspek, salah satunya ialah terciptanya strategi komunikasi yang dapat mempengaruhi penyebaran konten kepada individu maupun masyarakat umum. Menurut Kamus Cambridge, makna konten merujuk pada sebuah karya tulis yang biasanya serupa pada bagian seperti, majalah (buku cetak) dan juga buku digital (termasuk didalamnya teks, gambar, audio, dan video) (Agustinus *et al.*, 2024)

Faktor yang menyebabkan viralitas tersebut membuat sebagian publik terbagi dalam beberapa segmen penggiringan informasi. Clara dkk (2021), menjabarkan dalam kondisi ini, konektivitas yang dibicarakan sebagai suatu informasi memiliki moda dasar pada penjangkauan pesan, di mana bentuk dari pembahasan ini akhirnya mencuri berbagai lini pemberitaan yang menghasilkan alibi berbeda sesuai dengan format berita yang diangkat ke publik. Hal ini dikarenakan setiap media memiliki gaya yang berbeda dalam menjabarkan informasi ke publik, terlebih media bukanlah suatu “saluran” yang leluasa akibat telah dipengaruhi oleh faktor rekonstruksi berita dengan cara sedemikian rupa. Pembawaan berita ini seringkali mendapat stigma beragam yang penulis ingin jabarkan melalui sudut baku penelitian.

Statement yang beredar di jejaring sosial, khususnya “X” tentang kasus kecoa pada minuman Tomoro Coffee ini menghasilkan beragam narasi kontra yang menyebar luas di berbagai lini *platform* media. Dalam konteks ini, peran media tidak hanya sebatas penyebaran informasi melainkan membentuk gagasan atas perspektif kepentingan terhadap publik (Shinta Nurma Ababil, Lukman Hakim and Cindy Amrina Rosyada, 2023). Unsur tersebut menekankan pada sumber baku atas pesan yang ditujukan dan menjadi objek sebuah pembahasan. Bersumber dari Faizal, dkk (2018); Kurniati, dkk (2020), menegaskan bahwa dampak kehadiran media memiliki fungsi dalam mempercepat penyebaran pemberitaan secara tepat dan aktual atas peristiwa yang terjadi di masyarakat. Berita diartikan sebagai sebuah laporan mengenai suatu peristiwa atau kejadian penting dan memiliki value yang menarik untuk diliput oleh seorang wartawan dalam sebuah media agar dapat diketahui oleh masyarakat secara luas (Suryani and Setiawan, 2022).

Kencana dkk (2021) berpendapat bahwa kecepatan berita menjadi unsur yang krusial dalam jurnalistik online dimana hadir dalam portal media online dan sosial media. Di dalam penelitian ini, akan dibahas terkait dengan berita pada media online. Keberadaan berita seperti Suara.com, Jawa Pos, dan VOI.ID membawa berbagai perspektif berbeda dalam

menayangkan informasi ‘kasus kecoa di Tomoro Coffee’. Kehadiran portal berita tersebut menekankan persepsi yang di jabarkan oleh pembawa berita atau yang sering disebut jurnalis. Pada aspek keilmuan jurnalistik, seorang penulis berita bertugas melakukan liputan terhadap fenomena yang sedang hangat dan sedang *viral* di masyarakat sebagai bahan publikasi. Biasanya seorang Jurnalis cenderung mendekripsikan berita sesuai dengan gaya serta format pada portal berita, tanpa meninggalkan unsur kemanusiaan dan juga penjabaran atas fakta di lapangan. Hal ini sangat bertentangan dengan diskursus atas objektivitas suatu media, yang mana menurut McQuail (2000) mengatakan bahwa objektivitas media sebagai suatu situasi yang memposisikan media bersikap netral tanpa memasukkan subjektivitas dan pendapat pribadi seorang Jurnalis dari informasi yang mereka sampaikan (Harfi Rusanti, 2023).

Penekanan atas gaya dan format dalam pemberitaan di Suara.com, Jawa Pos, dan VOI.ID menunjukkan perbedaan penyinggungan dan penyampaian kilas balik pada topik yang mereka angkat. Ini merupakan hasil dari konstruksi media yang seringkali mengungkapkan deskripsi berita secara berbeda (Aulia, dkk., 2022). Media dipahami sebagai wadah penghubung yang memiliki tugas penting untuk mempengaruhi publik. Hal ini timbul akibat karakteristik media dalam penyebaran informasi, baik itu hasil dari fenomena ataupun aspek viralitas yang sedang terjadi dan berpengaruh pada kehidupan masyarakat. Tentunya, ini didasari oleh sebuah tuntutan atas kemajuan gaya hidup masyarakat Indonesia yang berkembang secara melesat, situasi ini ditandai dengan berkembangnya industri bisnis kopi dari tahun ke tahun (Limanto *et al.*, 2021). Melihat peminat akan kafein di Indonesia mengunggah para pecinta kopi secara sukarela merogoh kocek untuk mendapatkan kenikmatan. Hal ini yang dilihatnya sebagai peluang oleh Tomoro Coffee.

Tomoro Coffee merupakan salah satu bidang usaha kopi yang diklasifikasikan ke dalam industri F&B dan memiliki tujuan untuk menghadirkan kopi dengan harga yang relatif terjangkau oleh semua kalangan. Keberadaan usaha kopi ini disinyalir mendapatkan pertumbuhan tercepat sejak pembukaan gerai pertama di Landmark Pluit tepat pada tanggal 9 Agustus 2022. Hal ini juga yang merupakan komitmen utama Tomoro Coffee dalam menjawab tingginya minat dan antusias yang ditunjukkan dengan kehadiran *TOMMUNITY* (merupakan sebutan bagi para pelanggan Tomoro Coffee). Meskipun usaha kopi sudah banyak bermunculan, tetapi Tomoro Coffee dapat bertahan dengan ciri khas dan strategi pemasarannya yang efisien hingga sekarang memiliki lebih dari 271 gerai yang tersebar ke berbagai tempat di Indonesia dan bahkan merambah ke mancanegara (Syukrina, *et al.*, 2024). Puncaknya ketika terjadi polemik mengenai unggahan kecoa ini viral, pelanggan Tomoro yang tergabung pada *TOMMUNITY* ini memberikan tanggapannya hingga akhirnya mencuat berbagai topik di pemberitaan, mulai dari Suara.com, Jawa Pos, dan VOI.ID.

Suara.com merupakan sebuah portal berita yang menyajikan bentuk informasi yang sedang hangat diperbincangkan dan dikemas menggunakan bahasa yang ringan, lugas dan tanpa stereotip (prasangka). Portal berita ini pertama kali terbit pada 11 Maret 2014 dan dinaungi oleh PT Arkadia Media Nusantara yang pada saat itu tengah melangsungkan pesata demokrasi Pemilihan Umum Legislatif maupun Pemilihan Presiden 2014. (Suara.com, no date)

Sementara itu, pemberitaan Jawa Pos dikenal dengan basis perusahaan yang menaungi lebih dari 151 surat kabar daerah dan juga nasional di Indonesia. Pada awalnya Jawa Pos merupakan sebuah surat kabar harian yang berpusat di Kota Suarabaya dan kini pusat pemberitaanya dapat diakses melalui portal berita online. Sehingga tidak mengherankan bila Jawa Pos dijuluki sebagai perusahaan berita tertua di Jawa Timur yang masih beroperasi. (Pos, no date)

Sementara, VOI.ID singkatan dari Voice of Indonesia di bawah naungan PT VOI Media Informasi yang berdiri dengan membawa nilai baru di dunia jurnalisme melalui kanal

aktual dengan tema politik, nasional, megapolitan, internasional, hukum, ekonomi dan bisnis, teknologi, olahraga, serta selebritas. Lebih lanjut, VOI.ID menyajikan berita dengan 6 bahasa, seperti Bahasa Indonesia, Bahasa Jepang, Inggris, Mandarin, Prancis, dan Arab. (Indonesia, no date)

Kembali membahas Tomoro Coffee, peneliti mengangkat kasus Tomoro Coffee sebagai sumber pembahasan penelitian dengan alasan untuk memahami bagaimana media mengkonstruksi berita yang timbul akibat unsur *viralitas* yang terjadi di beragam media sosial. Hal ini sejalan dengan konsep konstruksi realitas yang dilakukan oleh media atau biasa disebut framing. Menurut Wazis (2018), mengartikan framing sebagai suatu metode yang digunakan media dalam menyajikan pemberitaan ke sebuah bingkai dan menjawab atas persoalan bagaimana seseorang dapat menginterpretasi isi pada pemberitaan tersebut (Lugito, Lesmana and Wijayanti, 2022). Singkatnya, Framing merupakan suatu metode penyajian informasi oleh media. Di mana penyajian tersebut memusatkan aspek tertentu dalam memperluas cara bercerita suatu realitas (Fernando & Marta, 2018). Dengan kata lain, media melakukan penggiringan opini untuk mempengaruhi pembaca melalui bingkai yang telah ditentukan.

Analisis framing diartikan sebagai suatu analisa yang memiliki tujuan untuk menggambarkan terkait realitas peristiwa, realitas aktor, realitas kelompok yang dilakukan oleh media (Lugito, Lesmana and Wijayanti, 2022). Menurut Santi, *Framing Analysis* juga dapat diartikan sebagai sebuah cara dalam membedah suatu fenomena berdasarkan komunikasi dan bahkan teks media (Tri et al., 2024). Bersumber dari pengutipan diatas, maka dalam penelitian ini merujuk pada realitas peristiwa yang dideskripsikan dalam bentuk kasus kecoa di minuman Tomoro Coffee. Dengan begitu, penelitian ini menggunakan konsep framing oleh Pan & Kosicki, di mana hal ini berupaya untuk menjawab realitas yang terjadi akibat pembingkai dalam media Suara.com, Jawa Pos, dan VOI.ID terhadap kasus kecoa di dalam minuman Tomoro Coffee. Dan pengamatan yang didapat menunjukan adanya kesamaan dalam mengangkat isu pemberitaan tetapi di bingkai secara berbeda melalui berbagai cuatan publik oleh ketiga media tersebut. Perbedaan dalam framing berita dapat terjadi karena dipengaruhi oleh sudut pandang dalam mengemas berita (Suryani and Setiawan, 2022)

Dalam memperkuat permasalahan yang akan diteliti dan dikaji lebih mendalam, peneliti membandingkan penelitian terdahulu yang berjudul “Analisis Framing Pan dan Kosicki mengenai Pro Kontra Deforestasi Hutan di Indonesia dalam Bingkai Media Daring Tempo.co dan Detik.com”, di mana penelitian yang digagas oleh M Abdi Octavianus Hasan ini mendeskripsikan penelitian dengan pendekatan analisis framing model Pan dan Kosicki dalam melihat konstruksi pemberitaan yang dilakukan oleh media Tempo.co dan Detik.com mengenai pemberitaan cuitan Menteri LHK Siti Nurbaya dan didapat suatu kesimpulan bahwa terdapat elemen besar yang menjadi telaah pengamatan diantara kedua pemberitaan Tempo.co dan Detik.com tersebut, dengan kata lain keduanya memiliki kecenderungan dan analisis bacaan yang bersifat subjektif terhadap konstruksi tokoh yang diamati atau dingkat. (M. Abdi Octavianus and Doddy Iskandar, 2023).

Berdasarkan sumber rujukan tersebut dapat dipaparkan bahwa dalam penelitian ini membahas suatu kajian yang masih belum banyak diteliti dan diangkat oleh penelitian sebelumnya. Kendati demikian, penelitian tersebut juga menggunakan pendekatan yang sama, yakni Model Pan dan Kosicki sebagai cara menganalisa pemberitaan di media online. Oleh karnanya, terdapat beberapa kesamaan dan perbedaan yang mendalam terkait topik dan juga objek penelitian. Maka dapat disimpulkan, terdapat unsur kebaruan penelitian yang dibahas oleh peneliti dalam mengkonstruksi pemberitaan di media massa. Berdasarkan hal tersebut, dapat diklasifikasikan tujuan dalam penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana

masing-masing media membingkai isu pemberitaan Kasus Kecoa Tomoro Coffee baik itu memiliki kecenderungan secara subjektif maupun objektif.

Dalam pembahasan penelitian, peneliti menggunakan teori pengelolaan pesan sebagai sumber telaah pembentukan citra dari pemingkai ketiga media tersebut, diantaranya Suara.com, Jawa Pos, dan VOI.ID. Penjelasan Teori pengelolaan pesan disampaikan oleh Goffman dalam Arif (2014) yang mengibaratkan bahwa ketika seseorang berinteraksi, mereka cenderung menyajikan suatu gambaran diri yang akan mudah diterima oleh orang lain. Goffman menyebutnya sebagai suatu upaya 'pengelolaan pesan' (*impression mangement*), yakni suatu metode yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu yang memiliki tujuan untuk dicapai. Dikutip dari Littlejohn dan Foss (2009) yang mengatakan bahwa Goffman mengartikan manajemen impresi sebagai suatu metafora yang dramatis untuk menjelaskan atas pertanyaan bagaimana para pelaku berinteraksi menjelaskan dirinya didepan publik (Rachmawati, 2022).

Kaitan antara teori manajemen impresi dengan objek yang dibahas dalam penelitian ini, terletak pada bagaimana ketiga pemberitaan tersebut melakukan suatu bentuk pemingkai, baik yang bersifat subjektif maupun objektif terhadap sumber telaah, yakni temuan kecoa di cangkir Tomoro Coffee. Di mana unsur yang dibangun atas dasar pengamatan serta observasi tersebut menimbulkan suatu spekulasi yang tidak terbatas pada pembentukan citra bagi Tomoro Coffee, melainkan juga membentuk keyakinan terburuk bagi konsumen ataupun khalayak yang mengonsumsi isi dari pemberitaan tersebut. Sehingga pemupukan kesan-kesan yang dilakukan oleh ketiga media tersebut sangat mempengaruhi persepsi khalayak terhadap citra merek dari produk Tomoro Coffee itu sendiri.

Dengan demikian, peneliti ingin mengkaji bagaimana pemberitaan mengenai Tomoro Coffee ini di beberapa berita daring seperti Suara.com, Jawa Pos, dan VOI.ID mempengaruhi citra merek dan membentuk persepsi konsumen atas unggahan tersebut. Dan erat diikatkan pada kecenderungan atas ketiga media tersebut memaparkan isu, baik itu kecenderungan dalam menjatuhkan maupun keberpihakan yang diperoleh dari pengamatan dan fakta di lapangan. Kritisasi ini dapat dilihat dari unsur analisis yang penulis gunakan pada penelitian ini, yakni Model Pan & Kosicki. Di mana menurutnya konstruksi atau pemaknaan pemberitaan dapat ditelaah melalui beberapa struktur, seperti Sintaksis, Skrip, Tematik dan Retoris.

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kualitatif-deskriptif, yang mana tujuan dari metode tersebut adalah menjelaskan peristiwa secara sedalam-dalamnya melalui suatu pengamatan pengumpulan data (Kriyanto, 2016:56). Dengan menggunakan penelitian kualitatif-deskriptif persoalan yang dibahas tidak mementingkan besaran populasi ataupun sampling. Menurut Mulyana, penelitian kualitatif-deskriptif merupakan sumber penelitian yang tidak menggunakan angka atau rumusan statistik dalam mengumpulkan data, melainkan memberikan penafsiran terhadap hasil tanpa meninggalkan wujud beserta isi dari entitas manusia secara harfiah dalam menjabarkan kualitas data sedalam mungkin (Lukman Hakim & Lusi Nisa'ul Aina, 2022).

Sebagai proses pengumpulan data penelitian, peneliti menggunakan sumber kajian pustaka yang merujuk pada data-data dokumenter, yakni berupa berita-berita kasus kecoa di Tomoro Coffee dalam media Suara.com, Jawa Pos, dan VOI.ID. Adapun sebagai sumber analisis, penulis menggunakan analisis framing dengan menggunakan model Pan dan Kosicki untuk membedah berita secara komperhensif dan juga mendalam.

Pada pendekatan teoritis, baik analisis framing maupun teori framing sama-sama merupakan pendekatan yang telah banyak digunakan dan diterapkan dalam bidang studi ilmu komunikasi (Munif and Semarang, 2023). Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

menegaskan bahwa analisis framing merupakan suatu wacana publik terkait isu atau kebijakan yang melewati proses konstruksi dan negosiasi. Menurutnya, terdapat beberapa struktur besar yang disebut sebagai perangkat framing, di mana teks berita dilihatnya sebagai bagian yang terdiri dari berbagai simbol yang disusun oleh perangkat simbolik dengan acuan bahwa hal tersebut akan dikonstruksikan dalam memori khalayak (Munif and Semarang, 2023).

Berdasarkan pemaparan diatas, perangkat framing dibagi atas beberapa struktur besar. Pertama, sintaksis. Sintaksis merupakan cara bagaimana wartawan menyusun peristiwa, pernyataan, opini, kutipan, dan pengamatan atas peristiwa ke dalam sebuah tahapan pemberitaan (Lugito, Lesmana and Wijayanti, 2022). Pada tahapan ini dapat dikonsepsikan atau diamati dari bagan berita (Lead yang digunakan, latar, headline, kutipan yang diambil, dan sebagainya). Dengan kata lain, struktur ini berupaya untuk mengamati bagaimana wartawan memahami peristiwa yang dilihat serta caranya dalam memasukkan beberapa fakta ke dalam format berita. Kedua, struktur skrip. Skrip berhubungan dengan cara wartawan mendeskripsikan dan menjabarkan fenomena atau peristiwa yang terjadi kedalam bentuk berita.

Struktur ini menekankan pada strategi bercerita atau cara wartawan menggunakan bahasa yang dikemas sedemikian rupa kedalam isi berita. Dilihat dari sudut pandangnya, struktur ini mengategorikan peristiwa sebagai cara wartawan bertutur kalimat serta mencatatkannya pada topik pemberitaan. Ketiga, struktur tematik. Pada dasarnya tematik berhubungan erat dengan cara wartawan mengungkapkan pandangannya kedalam bentuk proposisi, di mana hubungan atau rekapan atas kejadian menjadi unsur praduga yang dicantumkan seorang wartawan sehingga membentuk teks secara keseluruhan. Dengan kata lain, struktur ini berupaya untuk menjelaskan pemahaman kecil itu kedalam bentuk yang implisit.

Keempat, struktur retorik. Retorik diartikan sebagai cara wartawan menekankan makna tertentu ke dalam berita. Ini dimaksudkan adalah bagaimana wartawan melakukan pemilihan dan pemakaian kata, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai tidak hanya mendukung argumen, melainkan acuan terhadap makna tertentu. Dengan demikian, kecenderungan atau penonjolan seorang wartawan atau institusi media dalam menginterpretasi suatu peristiwa dapat diamati dengan keempat struktur tersebut (Sinaga, 2016:6).

Peneliti akan mencoba menjabarkan dimensi struktural pada pendekatan framing menurut analisis model Pan & Kosicki yang memiliki empat struktur besar yakni; struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, dan struktur retorik (Wijaya, 2021: 14).

Tabel 1. Analisis Framing Model Pan & Kosicki

No	Struktur	Perangkat Framing	Unit yang Diamati
1	Sintaksis	Skema berita	Headlin, led, latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup
2	Skrip	Kelengkapan Berita	5W + 1H
3	Tematik	Detil Kohensi Bentuk Kalimat Kata Ganti	Perangkat, proposisi, kalimat, hubungan, antar kalimat.
4	Retorik	Leksison Grafis	Kata, idiom, gambar/foto, grafik

	Metafora	
--	----------	--

Sumber: (Diolah Peneliti, 2025)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Suara.com (Berita 1. Viral Netizen Unggah Foto Kecoa di Tomoro Coffee, Warganet Curiga Minta Klarifikasi)



Gambar 1. Pemberitaan Suara.com

Elemen	Unit	Strategi Penulisan
Sintaksis	Headline	Viral Netizen Unggah Foto Kecoa di Tomoro Coffee, Warganet Curiga Minta Klarifikasi
	Lead	Tomoro Coffee ramai diperbincangkan di media sosial usai salah satu akun netizen mengaku menemukan kecoa di kopi yang ia beli di Tomoro Coffee.
	Latar	Unggahan profil X @Katapalindrom viral usai mention Tomoro Coffee akibat ditemukan kecoa dari kopi yang dibelinya
	Kutipan	- "Minimal gak lock akun. Klarifikasi karena bikin huru-hara gak jelas.," tulis akun illarix. - "Kalau menghina sebuah brand dengan sengaja untuk menjatuhkan bisa kena somasi doi. Hati-hati bersosmed ya," timpal akun lainnya.
	Pernyataan	Sejumlah akun netizen juga meminta pihak Tomoro Coffee agar melakukan somasi terhadap

		pengunggah karena dugaan pencemaran nama baik hingga UU ITE.
	Penutup	Terkini, akun tersebut sudah menghapus cuitannya, dan akun yang berkaitan juga sudah digembok. Sementara, hingga kini belum ada klarifikasi dari pihak Tomoro Coffee. (Dilanjut dengan pembahasan profil Tomoro Coffee

Elemen	Unit	Strategi Penulisan
Scrip	Who	Tomoro Coffee
	When	29 September 2024
	What	Viral netizen unggah kecoa di minuman Tomoro Coffee
	Where	Media Sosial "X" (akun @Katapalindrom)
	Why	Akun netizen mengaku mendapatkan jackpot berupa kecoa di minuman yang dibelinya. Namun, unggahan tersebut memicu perdebatan
	How	Kejadian berawal saat akun X @Katapalindrom tengah menghabiskan minuman Sea Salt Cloud Caramel Macchiato miliknya. Hingga akhirnya ia mendapatkan kejutan berupa kecoa didalam gelas minumannya. Hingga akhirnya unggahan tersebut memicu berbagai warganet untuk melakukan klarifikasi atas huru hara yang terjadi.

Elemen	Unit	Strategi Penulisan
Tematik (paragraph proposisi, hubungan antar kalimat)	Detail, koherensi, hubungan kalimat	- Cuitan warganet menyatakan bahwa akun tersebut membuat huru hara tidak jelas dan sampai menuduh - Unggahan viral ditemukan kecoa pada minuman Tomoro Coffee

Elemen	Unit	Strategi Penulisan
Retoris	Leksikon	Netizen
	Grafis	-
	Foto	Viral netizen unggah kecoa di minuman Tomoro Coffee

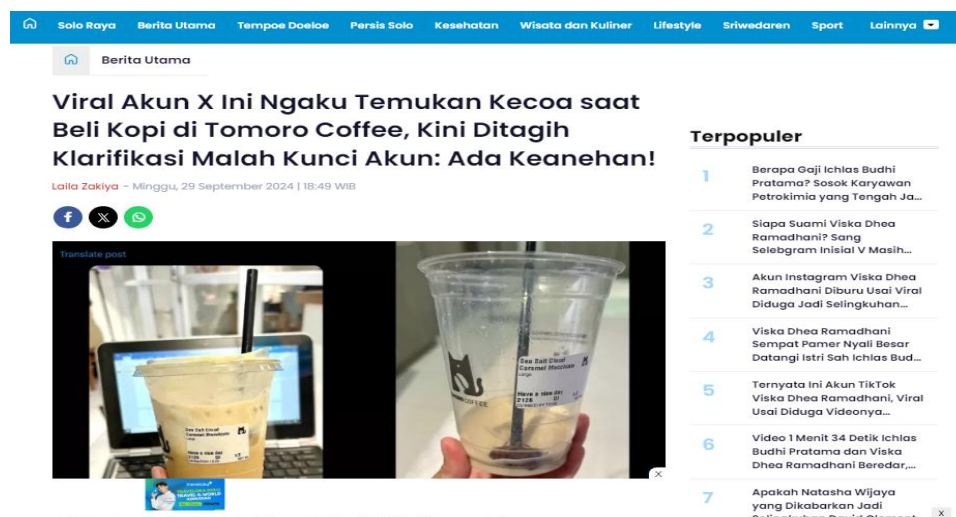
Analisis Berita 1

Pada struktur pemberitaan yang dilakukan oleh Suara.com mengenai kasus kecoa dengan mengambil judul “Viral Netizen Unggah Foto Kecoa di Tomoro Coffee, Warganet Curiga Minta Klarifikasi”, di mana judul tersebut mengutip kata “Viral Netizen” dan “Warganet” sebagai kata ganti yang merujuk pada seseorang yang terlibat didalamnya. Kata “Viral” digunakan jurnalis mengandung makna mencengangkan, yang mana hal ini digunakan sebagai sebuah kehebohan akibat fenomena kecoa di cup Tomoro Coffee hingga menimbulkan atensi publik bergejolak terhadap judul berita yang ditawarkannya. Dengan begitu, Suara.com menunjukkan proses konstruksi berita secara kontroversial yang disematkan pada makna-makna kata seperti “Viral”, “heboh” dan sebagainya.

Pada isi pemberitaan yang ditawarkan yakni mulai dari penggunaan Lead membahas tentang fenomena yang terjadi dan membawa nama “Tomoro Coffee”, di mana sempat mengutip “Akun Netizen” yang lagi-lagi merujuk pada penggunaan kata ganti dan menegaskan alasan terjadinya peristiwa tersebut. Selain itu, pada kalimat pernyataan yang dilontarkan oleh seorang jurnalis pada isi berita yang menggambarkan fakta di tempat kejadian menunjukan bahwa adanya keberpihakan berita yang condong pada komentar warganet mengenai permintaan agar melakukan somasi dengan tuduhan pencemaran nama baik dan juga Undang-Undang ITE.

Dalam pemaparan isi berita tersebut jelas menunjukkan kredibilitas berita mengenai unsur 5W+1H yang dipaparkan secara baik dan jelas. Hal ini menekankan bahwa penjelasan mengenai peristiwa pada pemberitaan Suara.com mempunyai ketersinggungan yang saling terhubung dari satu kalimat ke kalimat lainnya pada struktur tematik. Sedangkan, dalam unsur retorik mengenai singgungan berita terkait unsur leksikon, seperti “Netizen” dan tidak ditemukan unsur idiom pada pemberitaan mengenai kasus kecoa di Tomoro Coffee.

Jawa Pos (Berita 2. Viral Akun X ini Ngaku Temukan Kecoa Saat Beli Kopi di Tomoro Coffee, Kini Ditagih Klarifikasi Malah Kunci Akun: Ada Keanehan!)



Gambar 2. Berita Jawa Pos, Tomoro Coffee

Elemen	Unit	Strategi Penulisan
Sintaksis	Headline	Viral Akun X ini Ngaku Temukan Kecoa Saat Beli Kopi di Tomoro Coffee, Kini Ditagih Klarifikasi Malah Kunci Akun: Ada Keanehan!)
	Lead	Viral seorang pengguna akun X mengaku menemukan kecoa di dalam cup minuman kopi yang dibelinya.

	Latar	Unggahan kecoa ditemukan di minuman kopi akun X viral setelah mendapatkan sejumlah kritikan dan kini akun tersebut dipaksa untuk klarifikasi akibat postingannya yang memicu perdebatan yang kini telah dihapus.
	Kutipan	- 'maaf aku trust issue kalo ada ginian. 1. gelasnya udh kebuka 2. jam upload (malem-pagi), bisa aja pas tidur kecoanya masuk soalnya sepengalaman gue beli tomoro dan bbrp kopi lain, baristanya jrg bgt berpaling dari kopi bikinannya, ga mungkin kalo doi galiat ada kecoa yg masuk,' tulis akun X @mmumzya. - '1. Tweet pertama dan kedua selisih 12 jam. 2. Tutup sudah dibuka. 3. Kopi sudah habis baru ketahuan ada kecoa, hematku kalau memang diaduk pasti langsung kelihatan, but who knows. - Jarang ngopi di Tomoro, tapi Tweet ini bagiku agak sus, jangan langsung percaya. @TomoroCoffee_ID,' sambung @notjustahope.
	Pernyataan	(Pernyataan pihak akun) - 'pas uda mau habis, aku dpt jackpot' tulis cuitan di akun tersebut. - 'luar biasa emng @TomoroCoffee_ID' sambungnya.
	Penutup	Kalimat ditutup dengan “Akun lainnya, justru menyebut jika pemilik akun X tersebut bisa saja mendapatkan somasi dari pihak Tomoro Coffee.”

Elemen	Unit	Strategi Penulisan
Skrip	Who	Tomoro Coffee
	When	29 September 2024
	What	Pengguna akun X mengaku menemukan kecoa didalam cup minuman kopi yang dibelinya
	Where	Media Sosial “X” (akun @Katapalindrom)
	Why	Pengakuan akun X mengenai seekor kecoa yang terdapat di minumannya membuat warganet tidak percaya dan kini akun tersebut dikejar-kejar untuk melakukan klarifikasi. Namun, akun X

		tersebut malah mengunci akun media sosial miliknya.
	How	Mulanya akun bernama @Katapalindrom itu mengaku mendapatkan jackpot dalam cup minuman yang dibelinya. Awalnya ia baru saja memposting kopi sea salt latte yang dibelinya di Tomoro Coffee. Selang beberapa jam ia membagikan kembali foto cup kopi yang dibelinya itu, dan diperlihatkan seekor kecoa terdapat dalam cup minumannya.

Elemen	Unit	Strategi Penulisan
Tematik (paragraph proposisi, hubungan antar kalimat)	Detail, koherensi, hubungan kalimat	- Kini dikejar-kejar hingga dimintai klarifikasi atas unggahan tersebut - Pasalnya, sejumlah warganet mengaku merasa curiga

Elemen	Unit	Strategi Penulisan
Retoris	Leksikon	Warganet, Atensi Publik
	Grafis	-
	Foto	Viral akun X temukan kopi Tomoro berisi kecoa, kini ditagih klarifikasi. (X @pwned_)

Analisis Berita 2

Dalam format pemberitaan yang ditujukan oleh Jawa Pos mengenai kasus kecoa yang ditemukan di cup Tomoro Coffee ini mengangkat judul “Viral Akun X ini Ngaku Temukan Kecoa Saat Beli Kopi di Tomoro Coffee, Kini Ditagih Klarifikasi Malah Kunci Akun: Ada Keanehan!”, dimana terdapat ketersinggungan dari kata ganti yang dilakukan oleh jurnalis, seperti; “Viral”, “Akun X” dan terdapat kalimat “Ada Keanehan” yang merujuk pada suatu tanda tanya besar atas peristiwa yang sedang terjadi. Penggunaan sistematika penulisan Jawa Pos diatas memberikan kesan secara implisit pada jurnalis terkait apa yang telah terjadi hingga tidak memaparkan jalan “terang” atas fenomena kecoa yang ditemukan di cup Tomoro Coffee oleh akun X @Katapalindrom.

Pernyataan yang terdapat pada isi berita menjabarkan deskripsi dari tanggapan user terkait fenomena tersebut. Pada pemberitaan Jawa Pos ini memiliki struktur skrip atas unsur 5W+1H yang dijabarkan secara baik dan juga jelas. Runtutan atas kalimat satu dengan kalimat lainnya menunjukkan keterhubungan yang jelas antara paragraf 3, 4, 5, dan 6. Hingga dalam beberapa kalimat menggunakan subjek terstruktur seperti “kini”, “namun” dan “pasalnya” sebagai kata hubung yang menegaskan bahwa terdapat ketersinggungan isi pesan dalam informasi yang disampaikan oleh seorang jurnalis.

Berbeda halnya dengan struktur retorik menunjukkan adanya unsur leksikon dari isi pada pemberitaan di Jawa Pos tersebut, seperti; “Warganet” dan “Atensi Publik” yang dalam hal ini berusaha menjabarkan ketersinggungan warganet hingga memicu reaksi

publik untuk berkomentar. Lalu terdapat foto postingan cup berisikan kecoa yang diunggah oleh akun X @Katapalindrom.

VOL.ID (Berita. 3 Perlihatkan Kecoa di Kopi Tomoro Coffee, Pengunggah Langsung Kunci Akun X, Ada Apa?)



Gambar 3. Berita VOL.ID Perlihatkan Kecoa

Elemen	Unit	Strategi Penulisan
Sintaksis	Headline	Perlihatkan Kecoa di Kopi Tomoro Coffee, Pengunggah Langsung Kunci Akun X, Ada Apa?
	Lead	Media sosial tengah dihebohkan dengan kabar yang kurang mengenakan terkait minuman di Tomoro Coffee. Seorang warganet yang mengaku membeli kopi di Tomoro Coffee menemukan kecoa di dalam minumannya.
	Latar	Unggahan akun X yang diduga memperlihatkan kecoa dan memancing reaksi publik hingga akhirnya postingan tersebut dihapus dengan menimbulkan tanda tanya besar
	Kutipan	- "Di balik semua pertanda masiakah ada celah tuk bersama dan merangkai cinta tanpa kita mengucapkan berpisah tak ingin mimpiku sirna," tulilsanya. - "Pas udah mau habis, aku dapat jackpot. Luar biasa emang @TomoroCoffee_ID," lanjutnya.

		- "1. Tweet pertama dan kedua selisih 12 jam. 2. Tutup sudah dibuka. 3. Kopi sudah habis baru ketahuan ada kecoa, hematku kalau memang diaduk pasti langsung kelihatan, but who knows. Jarang ngopi di Tomoro, tapi Tweet ini bagiku agak sus, jangan langsung percaya. @TomoroCoffee_ID,' sambung @notjustahope," lanjutnya. - "Jir ini mah gue nggak bisa percaya langsung tutup cupnya sudah kebuka dan ini pun sudah 13 jam lalu dari pertama kali upload. This is suspicious brow. Hati-hati aja kena somasi wkwwk," kata warganet lainnya. - "Minimal gak lock akun. Klarifikasi karena bikin huru-hara gak jelas," ungkap warganet lainnya.
	Pernyataan	Dari pengamatan VOI, Foto yang diunggah menunjukkan tempat minuman yang memicu perdebatan. Benar saja banyak warganet curiga kecoa tersebut sengaja dimasukkan, karena kopi sudah habis dan tutup minuman sudah terbuka lebih besar.
	Penutup	Sampai saat ini, pihak Tomoro Coffee belum memberikan klarifikasi terkait tuduhan warganet yang menemukan kecoa di dalam minumannya.

Elemen	Unit	Strategi Penulisan
Skrip	Who	Tomoro Coffee
	When	29 September 2024
	What	Media sosial yang tengah dihebohkan oleh postingan akun X yang memperlihatkan kecoa didalam cup Tomoro Coffee
	Where	Media Sosial "X" (akun @Katapalindrom)
	Why	Berawal dari postingan akun X @Katapalindrom yang memperlihatkan kecoa pada minuman yang baru saja dibelinya hingga meunculkan reaksi publik berkomentar dan tidak diduga akun tersebut melakukan take down postingan secara tiba—tiba hingga menimbulkan kontroversial ke publik
	How	Berbagai komentar warganet menyebut bahwa postingan tersebut sengaja menjatuhkan pihak Tomoro dan tidak sedikit dari mereka menyerukan agar pihak Tomoro buka suara terkait postingan tersebut

Elemen	Unit	Strategi Penulisan
Tematik (paragraph proposisi, hubungan antar kalimat)	Detail, koherensi, hubungan kalimat	- Banyak warganet curiga kecoa tersebut sengaja dimasukkan, karena kopi sudah habis dan tutup minuman sudah terbuka lebih besar.

Elemen	Unit	Strategi Penulisan
Retoris	Leksikon	Warganet, publik
	Grafis	-
	Foto	Minuman kopi (Tangkapan layar X/@katapalindrom)

Analisis Berita 3

Pada ketersinggungan yang dilakukan oleh VOI.ID terkait judul “Perlihatkan Kecoa di Kopi Tomoro Coffee, Pengunggah Langsung Kunci Akun X, Ada Apa?”. Di mana, menunjukkan pembawaan makna yang sejajar dan dideskripsikan oleh jurnalis, yang mana menjawab fenomena dan alasan tersembunyi dibalik kasus kecoa yang ditemukan di cup Tomoro Coffee. Hal ini dapat dicermati oleh kalimat pertanyaan “Ada Apa?” yang merujuk pada fenomena yang sengaja disematkan untuk membuat pembaca tertarik pada isi pemberitaan yang ditawarkan.

Pada kesempatan lain, struktur script yang disampaikan mengandung unsur 5W+1H dijabarkan secara baik dengan memberikan penekanan atas pernyataan “Bagaimana” terkait peristiwa kasus kecoa yang di temukan dalam cup Tomoro Coffee. Hal ini berarti bahwa pemberitaan pada VOI.ID menekankan pada pemberian statement atas gejala yang mencuat atau perhatian banyak orang. Pada unsur tematik, terdapat koherensi yang ditunjukkan atas kalimat “banyak warganet curiga kecoa tersebut sengaja dimasukkan, karena kopi sudah habis dan tutup minuman sudah terbuka lebih besar.” Yang berarti spekulasi ini menjadikan suatu keterhubungan dari penjelasan mengenai awal penyebab hingga stigma buruk yang dikemukakan didapat atas postingan akun X @Katapalindrom hingga menunjukkan kesamaan penyinggungan atas arah dari media VOI.ID ini menjabarkan fenomena berdasarkan statement yang bermunculan.

Dalam hal yang berbeda, pada pemberitaan VOI.ID memiliki kesamaan penyebutan yang menjadi unsur leksikon, seperti; “Warganet”, “Publik”, yang berarti sama-sama menjelaskan kata ganti dari penyebab statemnt yang beredar oleh warganet hingga membuat berbagai publik memberikan reaksi dari stimulus yang beredar.

SIMPULAN

Dapat diambil suatu kesimpulan bahwa dalam penulisan berita terkait kasus unggahan kecoa yang ditemukan di cup Tomoro Coffee oleh akun X @Katapalindrom pada media Suara.com, Jawa Pos, dan VOI.ID terdapat beberapa perbedaan dan kesamaan dalam melakukan framing pada penulis berita terkait kasus unggahan kecoa yang ditemukan di cup Tomoro Coffee oleh akun X @Kataplindrom. Pada struktur sintaksis, ketiga media tersebut memiliki berbagai persamaan penyinggungan namun, memiliki perbedaan pada isi pesan dalam menyajikan komentar Netizen yang dapat menimbulkan sitgma beragam oleh

pembaca. Kejadian ini timbul akibat komentar-komentar yang disematkan pada pemberitaan tersebut sama-sama menekankan pada penolakan dari unggahan akun X @Katapalindrom. Disisi lain, ketiga media tersebut memiliki unsur 5W+1H yang secara baik dibingkai oleh jurnalis berdasarkan fakta dilapangan. Sedangkan, pada pemberitaan VOI.ID secara bias melakukan framing pada pemusatan statement yang beredar hingga memperkecil spekulasi jurnalis untuk beropini.

Dengan begitu, media Suara.com dan Jawa Pos memiliki ketersinggungan yang sama, di mana kedua media tersebut menitikberatkan pada pernyataan netizen mengenai somasi dan juga pandangan yang menolak unggahan akun X @Katapalindrom hingga kedua media tersebut memiliki spekulasi bahwa terdapat bukti kebenaran terkait kecoa tersebut sengaja dimasukkan kedalam cup oleh akun X @Kataplindrom dengan berbagai dugaan yang ditujukan oleh opini jurnalis. Sedangkan, media VOI.ID memberikan kesan secara objektif, yakni; menghadirkan berbagai statement yang bermunculan hingga kemudian disematkan ke dalam isi pemberitaan. Dengan kata lain VOI.ID memframing pemberitaan kasus unggahan kecoa di cup Tomoro Coffee oleh akun X @Katapalindrom secara netral dengan berbagai bukti-bukti yang beredar.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus, F. *et al.* (2024) 'STIMULATION OF ATTRIBUTION BEHAVIOR OF THE EFISHERY FRIENDS CULTIVATION COMMUNITY DUE TO EXPOSURE TO FISHERY BUSINESS CONTENT ON INSTAGRAM', *Jurnal Ilmu-Ilmu Perikanan dan Kelautan*, 14(2), pp. 162–214. Available at: <https://doi.org/10.20527/fishscientiae.v14i2.242>.
- Clara, Y.Y. *et al.* (2021) 'Post-Industrial Motivation Polemics Behind the Issue of Cross-Media Plastic Bags Diet', *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2), p. 163. Available at: <https://doi.org/10.30813/bricolage.v7i2.2749>.
- Harfi Rusanti, D.A. (2023) 'PERBEDAAN OBJEKTIVITAS PEMBERITAAN MEDIA ONLINE DALAM BERITA NASIONAL DAN INTERNASIONAL (Analisis Isi Peliputan Berita Kebakaran Hutan Kalimantan dan Amazon di BBC Indonesia)', *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 7(1), p. 9. Available at: <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v7i1.13571>.
- Indonesia, V.M. (no date) *VOI - Tentang Kami*.
- Kencana, W.H. *et al.* (2021) 'Penggunaan Media Sosial dalam Portal Berita Online', *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 6(2), pp. 136–145. Available at: <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v6i2.1509>.
- Limanto, D. *et al.* (2021) 'Strategi Public Relations Kedai Kopi Chuseyo Dengan Identitas Korean Wave Dalam Membangun Citra Kekinian', *Mediasi*, 2(1), pp. 1–13. Available at: <https://doi.org/10.46961/mediasi.v2i1.251>.
- Lugito, P.J., Lesmana, F. and Wijayanti, C.A. (2022) 'Analisis Framing Terhadap Pemberitaan Rachel Vennya Pada Kasus Karantina COVID-19 di Kompas.com dan Okezone.com', *Jurnal E-Komunikasi*, 10(2), pp. 2–8.
- M. Abdi Octavianus and Doddy Iskandar (2023) 'Analisis Framing Pan dan Kosicki mengenai Pro Kontra Deforestasi Hutan di Indonesia dalam Bingkai Media Daring Tempo.co dan Detik.com', *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital*, pp. 1–8. Available at: <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v3i1.1754>.
- Munif, M.A. and Semarang, N.W. (2023) 'Analisis Framing Model Zhongdang Pan Dan Gerald M. Kosicki dalam Kontruksi Pemberitaan Wacana Calon Presiden 2024 di Indonesia', *Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi dan Dakwah*, 3(1), pp. 48–61. Available at: <https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/selasar>.
- Pos, J. (no date) *Jawa Pos - About Us*.
- Rachmawati, F. (2022) 'Public Relations & Impression Management', *Kanal: Jurnal Ilmu*

- Komunikasi*, 11(1), pp. 9–18. Available at: <https://doi.org/10.21070/kanal.v1i1.1697>.
- Sari, N.Y. and Kusumawijayanti, A.R. (2024) 'Peran Media Sosial dalam Fenomena Viralitas (Studi Pada Akun Tik Tok @Bundacorlaofficials)', *Perspektif Administrasi Publik dan hukum*, 1(3), pp. 49–58.
- Shinta Nurma Ababil, Lukman Hakim and Cindy Amrina Rosyada (2023) 'Analisis Framing Pemberitaan Cak Nun Sebut Jokowi Firaun di Media Detik.com dan Suara.com', *Kediri Journal of Journalism and Digital Media (KJOURDIA)*, 1(1), pp. 70–87. Available at: <https://doi.org/10.30762/kjourdia.v1i1.1385>.
- Suara.com (no date) *Suara.com - Tentang Kami*.
- Suryani, L.L. and Setiawan, H. (2022) 'Analisis Framing Berita Mengenai Kasus Pelecehan Seksual Pada Media Online Suara.Com Dan Tribun News', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), pp. 3686–3693.
- Widiastuti, N. (2019) 'Berita Viral di Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Media Massa Konvensional', *Jurnal Digital Media dan Relationship*, 1(1), pp. 23–30. Available at: <https://doi.org/10.51977/jdigital.v1i1.161>.

"Halaman ini sengaja dikosongkan."