

Daftar Pustaka

- Mulyana, D. D. (2002). *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Lkis Pelangi Aksara.
- Damayanti, S., Mayangsari, I. D., Sos, S., Kurnia, D., Putra, S., & Kom, M. I. (2016). Analisis Framing Robert N. Entman Atas Pemberitaan Reklamasi Teluk Jakarta Di Majalah Tempo. *E-Proseeding of Management*.
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Eriyanto. (2012). Analisis Framing; Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media. In *Analisis Faming ; Kontruksi, Ideologi, dan Politik Media*.
- Hidayat, D. N. (2012). Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik. *Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia*.
- Rizal, M. (2021). Analisis Framing Pemberitaan Politik Capres Dan Cawapres Di Media Sosial Pada Akun Detik.Com. *EJournal Ilmu Komunikasi*.
- Semiawan, P. D. C. R. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif. *Grasindo*.
- Umanailo, M. C. B. (2019). Paradigma Konstruktivis. *Metodologi Penelitian*.
- Lubis, T. H., & Koto, I. (2020). Diskursus Kebenaran Berita Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers Dan Kode Etik Jurnalistik. *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum*, 5(2), 231-250.
- Tamburaka, A. (2012). Agenda setting media massa. *Jakarta: Rajawali Pers*.
- Nilamaida, N., & Sumanti, S. T. (2022). FRAMING ANALYSIS OF ANIES BASWEDAN'S IMAGE POST DECLARATION AS CAPRES 2024 AT CNNINDONESIA.COM. *KABILAH: Journal of Social Community*, 7(2), 634-649.
- Farida, L., & Yoedtadi, M. G. (2019). Politik Identitas dalam Pemilihan Presiden 2019 (Analisis Framing Pemberitaan Kampanye Pilpres 2019 pada Medcom.id). *Koneksi*, 3(2), 358-365.
- Triantoro, D. A. (2019). Praktik Politik Identitas dalam Akun Media Sosial Anies-Sandi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(1), 19-40.
- Santoso, P. (2016). Konstruksi sosial media massa. *AL-BALAGH: Jurnal Komunikasi Islam*, 1(1).
- Siregar, B., Abdullah, A. Z., & Solihin, O. (2022). RESEPSI MAHASISWA TERHADAP PEMBERITAAN ANIES BASWEDAN SEBAGAI CALON PRESIDEN. *Jurnal Common*, 6(2), 135-145.

- Haris, A., Amalia, A., & Hanafi, K. (2022). Citra Politik Anies Baswedan Di Media Massa. *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 15-24.
- Halim, Moch. Daniel. 2020. Implementasi Personal Branding Gubernur DKI Jakarta Melalui Akun Instagram Pribadi. Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Leliana, I., Herry, H., Suratriadi, P., & Enrieco, E. (2021). Analisis Framing Model Robert Entman tentang Pemberitaan Kasus Korupsi Bansos Juliari Batubara di Kompas.com dan BBCIndonesia.com. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 21(1), 60-67.
- Apriani, V., Utamidewi, W., & Nurkinan, N. (2021). Konstruksi realitas Sosial Dan Makna Diri penyintas Covid-19 di Jakarta. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(1), 81-96.
- Efendi, E., Taufiqurrohmah, A., Supriadi, T., & Kuswananda, E. (2023). Teori Agenda Setting. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Masitah, A. D., & Dewi, D. S. K. (2022). ANALISIS OPINI PUBLIK berdasarkan TEORI AGENDA SETTING pada PROSES PERENCANAAN PEMINDAHAN IKN. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i3.3374>
- Santosa, B. (2017). Peran Media Massa dalam Mencegah Konflik. *Jurnal ASPIKOM*.
- Nasrudin Yahya, Achmad. (2022). *Survey Charta Politika : Ganjar tertinggi, disusul Prabowo dan Anies*. <https://nasional.kompas.com/read/2022/09/22/16321281/survei-charta-politika-elektabilitas-ganjar-tertinggi-disusul-prabowo-dan>
- Adhyasta Dirgantara. (2022). *Nasdem Resmi Deklarasikan Anies Baswedan jadi Capres 2024*. <https://nasional.kompas.com/read/2022/10/03/10440681/nasdem-resmi-deklarasikan-anies-baswedan-jadi-capres-2024>