

Gaya Komunikasi “Koboi” Menteri Keuangan Purbaya pada Media Online (Detik.com, Tempo.co, Kompas.com)

Rina Raflina

Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, raflinarina@gmail.com

Abstract: *The development of digital media over the last decade has fundamentally transformed the way public officials communicate with society. Political communication is no longer limited to formal forums or press conferences; rather, it now takes place openly, rapidly, and simultaneously through online media. In the digital era, communication has become an integral part of shaping political image and legitimacy. In this context, speaking style, choice of diction, and symbolic expressions are important factors in determining public acceptance of political leaders. This study aims to examine the media construction of Finance Minister Purbaya's "cowboy" communication style, which emerged in October 2025, using Pan and Kosicki's (1993) framing analysis model and Caswell's (2021) comparative inter-media approach. The research focuses on coverage published by Detik.com, Tempo.co, and Kompas.com, three major Indonesian online news outlets with different news logics and editorial orientations. The findings show that Detik emphasizes speed and sensationalism, Tempo prioritizes criticism and in-depth analysis, while Kompas highlights balance and credibility. Based on the framing analysis of these three media outlets, the study reveals a novelty: the symbolic relationship between media, ideology, and the image of public officials in digital communication spaces goes beyond merely analyzing the structure of texts and news narratives.*

Keywords: *Framing analysis, Cowboy communication style, Online media, Political communication.*

Abstrak: Perkembangan media digital dalam satu dekade terakhir telah mengubah secara fundamental cara pejabat publik dalam melakukan komunikasi dengan masyarakat. Komunikasi politik tidak lagi terbatas hanya pada forum resmi atau konferensi pers, akan tetapi sudah berlangsung secara terbuka, cepat dan simultan melalui media daring. Komunikasi politik kini terbuka, cepat dan simultan melalui ruang digital, menjadikan gaya komunikasi pejabat publik bagian integral dari pembentukan citra dan legitimasi politik. Dalam konteks tersebut, gaya berbicara, pemilihan diksi, serta ekspresi simbolik menjadi faktor penting dalam menentukan penerimaan publik terhadap figur pemimpin. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji konstruksi media terhadap gaya komunikasi “koboi” Menteri Keuangan Purbaya yang mencuat pada Oktober 2025 dengan menggunakan metode analisis framing model Pan & Kosicki (1993) serta pendekatan komparatif antar-media Caswell (2021). Fokus penelitian diarahkan pada pemberitaan di media daring Detik.com, Tempo.co dan Kompas.com, tiga media daring nasional dengan karakter logika pemberitaan yang berbeda. Hasil analisis menunjukkan bahwa, Detik berorientasi pada kecepatan dan sensasi, Tempo pada kritik dan analisis mendalam, sedangkan Kompas pada keseimbangan dan kredibilitas. Berdasarkan analisis framing dari ketiga media yang menjadi objek penelitian ini, ditemukan novelty bahwa relasi simbolik antara media, ideologi, dan citra pejabat publik dalam ruang komunikasi digital bukan hanya sekedar mengurai struktur teks dan berita.

Kata kunci: Analisis framing, Gaya komunikasi koboi, Media daring, Komunikasi politik.

1. Pendahuluan

Menteri keuangan Purbaya Yudhi Sadewa menjadi perhatian publik dan kalangan media karena gaya komunikasi santai dan terbuka yang ditampilkannya. Kondisi ini menciptakan suasana baru di mana gaya komunikasi pejabat publik menjadi bagian integral

dari pembentukan citra dan legitimasi politik (Fairhurst & Connaughton, 2022). Dalam konteks tersebut, gaya berbicara, pilihan diksi, serta ekspresi simbolik menjadi faktor penting dalam menentukan penerimaan publik terhadap figur pemimpin. Salah satu fenomena menarik yang mencuri perhatian publik Indonesia pada bulan Oktober 2025 adalah munculnya gaya komunikasi koboi yang disematkan pada Menteri Keuangan Purbaya. Ungkapan ini berawal dari pernyataan Purbaya dalam forum kebijakan ekonomi yang menegaskan bahwa dirinya bersikap “seperti koboi” dalam menghadapi tantangan fiskal dan menegakkan disiplin keuangan negara.

Gaya komunikasi koboi ala Purbaya dengan cepat menjadi sorotan media daring dan memunculkan perdebatan di ruang publik digital. Sebagian kalangan menilai gaya tersebut sebagai cerminan ketegasan dan keberanian, namun sebagian lainnya menganggapnya sebagai bentuk komunikasi yang terlalu ekspresif dan emosional dalam konteks birokrasi pemerintahan. Simpson (2012) mengungkapkan "*assertiveness describes as a form of communication in which needs or wishes are stated clearly with respect of oneself and the other person in the communication*". Asertif merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dalam penyampaian komunikator berbicara secara jelas dan tegas tanpa menyakiti dan senantiasa menghargai perasaan lawan bicara. Komunikasi asertif adalah kemampuan berkomunikasi yang sifatnya aktif, langsung, serta jujur. Komunikasi secara asertif, memperhatikan keinginan, kebutuhan dan haknya yang sama antara komunikan dengan komunikator (Kustiawan, 2022).

Komunikasi koboi menteri keuangan Purbaya menjadi perbincangan publik dan media. Gaya komunikasi yang tegas, percaya diri, tidak berblit-belit merupakan karakter komunikasi asertif. Dalam konteks komunikasi “koboi” belum tentu sama dengan komunikasi asertif oleh karena itu penelitian ini melihat bagaimana media membingkai komunikasi koboi ala Menteri keuangan Purbaya Yudhi Sadewa. Selanjutnya juga ingin mendeteksi bagaimana media membangun makna dari gaya komunikasi koboi tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk dan karakter gaya komunikasi koboi Purbaya yang muncul dalam pemberitaan online. Mengkaji perbedaan framing antara media online Detik.com, Kompas. Com dan Tempo.co. Pada penelitian ini berdasarkan analisis framing ditemukan novelty bahwa relasi simbolik antara media, ideologi, dan citra pejabat publik dalam ruang komunikasi digital bukan hanya sekedar mengurai struktur teks dan berita.

2. Kajian Teori

2.1. Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi adalah ciri khas saat seseorang berkomunikasi, sehingga gaya komunikasi tertanam kuat pada kepribadian seseorang karena dipengaruhi oleh berbagai pengalaman yang dialaminya. Setiap orang akan memakai gaya komunikasi yang berbeda sesuai dengan situasi yang dirasakan saat itu, seperti senang, sedih, marah, menangis, tertekan, dan lain- lain. Gaya komunikasi ini adalah perilaku yang digunakan selama berkomunikasi untuk memperoleh respon dari lawan bicara. Gaya komunikasi menyesuaikan pada pesan yang disampaikan (Hendri: 2019).

2.2. Gaya Komunikasi Asertif

Asertif berasal dari kata "assert", yang menjelaskan kemampuan berkomunikasi dengan jelas dan tegas. Pada dasarnya, perilaku asertif adalah keterampilan untuk mengkomunikasikan gagasan, emosi, tindakan, dan kebutuhan tanpa menimbulkan perlawanan yang berlebihan dari lawan bicara. Gaya asertif berarti dapat mengkomunikasikan apa yang diinginkan, dirasakan dan dipikirkan tanpa mengesampingkan hak-hak dan perasaan orang lain. Ini bukan tentang memaksakan kehendak pribadi, tapi lebih pada menyatakan pendapat, pikiran, perasaan, ide, dan gagasan dengan tegas tanpa menyinggung pihak lain. (Dahman: 2019)

Komunikator yang bersikap asertif memperlihatkan ciri-ciri memiliki prinsip yang teguh, termasuk sikap positif dalam melakukan komunikasi interpersonal. Seseorang yang menghargai serta menghormati orang lain, berkomunikasi dengan penuh penghormatan, mendengarkan tanpa menginterupsi, dan mampu menjaga kontak mata dengan sopan saat berbicara.

Komunikasi asertif bertujuan untuk menyampaikan informasi dengan tanggung jawab, memperjelas pemahaman dan mengkomunikasikan hubungan terbuka. Pendekatan ini efektif dalam menemukan solusi tanpa membuat pihak terlibat merasa dirugikan. Dalam komunikasi ini, kontrol kontak mata, keyakinan diri, kesediaan mendengarkan, koreksi jika salah, sikap obyektif dan penekanan pada ketidakemosionalan adalah kunci. (Dahman: 2019)

Komunikasi asertif adalah bentuk komunikasi yang tegas dan terus terang dalam mengemukakan keinginan, harapan, pemikiran, dan perasaan seseorang. Ini mencakup meneguhkan keinginan pribadi dengan tetap menghormati keinginan orang lain. Gaya komunikasi asertif mencirikan kejelasan, transparansi, dan kejujuran untuk mendorong penghargaan satu sama lain, memberikan tanggapan yang membangun, menangani konflik dengan cara yang konstruktif, dan menyatakan penolakan tanpa melukai perasaan orang lain.

Martin Winkler & Gunborg Palme yang dikemukakan oleh Muya Barida, keterampilan komunikasi asertif melibatkan keahlian dalam menyatakan perasaan, pikiran, dan keinginan dengan cara memberikan kesempatan kepada seseorang untuk mempertahankan hak-hak pribadinya tanpa merugikan hak-hak individu yang lainnya. Komunikasi asertif adalah kemampuan untuk mengungkapkan emosi, pikiran, dan keinginan dengan cara yang memungkinkan seseorang untuk menjaga hak-hak pribadi mereka tanpa melanggar hak orang lain. Ini melibatkan pengenalan dan ekspresi emosi, serta penerapan teknik komunikasi seperti pendekatan terbuka, kejujuran, dan penyampaian pesan secara langsung. (Muya Barida: 2016).

Gaya komunikasi asertif dipilih karena sesuai dengan gaya komunikasi menteri keuangan Purbaya yang ceplas- ceplos, apa adanya, ceria yang oleh media dijuluki gaya komunikasi koboi. Purbaya mampu mengungkapkan pikiran, pendapat, ide, menyampaikan informasi secara terbuka dan jujur didepan publik tanpa melanggar hak orang lain.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis framing untuk memahami konstruksi media terhadap gaya komunikasi koboi Menteri Keuangan Purbaya dalam pemberitaan media daring nasional selama bulan Oktober 2025. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali makna, interpretasi dan ideologi yang terkandung dalam teks berita secara mendalam (Creswell & Poth, 2021).

Model analisis framing yang digunakan mengacu pada Pan dan Kosicki (1993) yang menekankan struktur wacana berita melalui empat perangkat utama, yaitu struktur sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Model ini digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana media menyusun elemen teks, memilih kutipan, serta menonjolkan simbol atau metafora tertentu guna membentuk citra komunikatif Purbaya sebagai sosok yang tegas, blak-blakan atau berani mengambil risiko.

Selain itu, penelitian ini juga menerapkan model analisis komparatif antar-media Caswell (2021) untuk melihat bagaimana masing-masing media, Detik.com, Tempo.co dan Kompas.com menampilkan perbedaan dalam penonjolan isu, pemilihan narasumber serta framing terhadap gaya komunikasi Purbaya. Pendekatan Caswell memungkinkan analisis terhadap variasi framing lintas media berdasarkan konteks editorial, orientasi ideologis dan strategi pemberitaan (Caswell, 2021; Tandoc & Vos, 2022).

Sumber data utama dalam penelitian ini adalah teks berita yang diterbitkan oleh tiga media daring nasional selama periode 21–22 Oktober 2025. Pemilihan media didasarkan pada tingkat kredibilitas dan pengaruhnya di ranah pemberitaan ekonomi dan politik nasional (Nugroho, 2023). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi digital dengan menelusuri arsip berita yang memuat kata kunci “Purbaya” dan koboi di laman resmi ketiga media tersebut.

Pemilihan dua model ini didasarkan pada tujuan penelitian yang bersifat ganda yaitu: memahami struktur internal teks dan membandingkan representasi antar-media. Model Pan & Kosicki (1993) memungkinkan analisis mendalam terhadap bagaimana teks membentuk makna, melalui dimensi sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Model Caswell (2021) memungkinkan pemetaan mengapa media membentuk makna berbeda, melalui orientasi redaksional, logika media dan ideologi representasi.

Dengan menggunakan model Pan & Kosicki (1993) dan Caswell (2021), penelitian ini berupaya menjelaskan dua level analisis: (1) Bagaimana teks berita membingkai gaya komunikasi koboi Menteri Keuangan Purbaya, (2) Mengapa framing tersebut berbeda antara Detik.com, Tempo.co dan Kompas.com. Kombinasi analisis struktural dan komparatif ini menghasilkan pemahaman utuh mengenai relasi antara bahasa media, ideologi dan persepsi publik dalam komunikasi politik digital Indonesia.

Objek penelitian dalam studi ini adalah pemberitaan mengenai gaya komunikasi koboi Menteri Keuangan Purbaya yang diterbitkan oleh tiga media daring nasional: Detik.com, Tempo.co dan Kompas.com. Unit analisis dalam penelitian ini adalah teks berita (artikel) yang secara eksplisit memuat kata kunci Purbaya dan koboi dalam judul atau isi berita selama periode 21–22 Oktober 2025. Berdasarkan hasil penelusuran di arsip daring, ditemukan tiga artikel relevan dari ketiga media, masing-masing satu artikel dari setiap media. Artikel tersebut kemudian dianalisis menggunakan koding manual dengan kategori sesuai empat struktur Pan & Kosicki.

Proses analisis data dilakukan secara bertahap melalui tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Miles et al., 2023). Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi kalimat, paragraf, atau kutipan yang relevan dengan konstruksi koboi. Tahap penyajian data diwujudkan dalam bentuk tabel analisis framing yang menunjukkan perbedaan sintaksis, skrip, tematik dan retorik antar media. Sementara itu, pada tahap penarikan kesimpulan, peneliti melakukan interpretasi terhadap makna simbolik dari hasil analisis, dengan mengaitkannya pada teori komunikasi politik dan media logic (Altheide & Snow, 2022).

Selain itu, penelitian ini mempertimbangkan konteks wacana politik dan ekonomi yang melatarbelakangi munculnya istilah gaya koboi dalam pemberitaan. Analisis dilakukan dengan memperhatikan momentum kebijakan fiskal nasional dan dinamika opini publik di media sosial pada tanggal 21 - 22 Oktober 2025. Pendekatan kontekstual ini memperkaya analisis teks agar tidak terlepas dari realitas sosial yang melingkupinya (Fairhurst & Connaughton, 2022).

Dengan demikian, metode penelitian ini dirancang untuk memahami secara mendalam bagaimana media daring Indonesia membingkai gaya komunikasi koboi Menteri Keuangan Purbaya. Hasil analisis diharapkan mampu menunjukkan bagaimana perbedaan logika media, gaya redaksional dan orientasi ideologis berperan dalam membentuk citra pejabat publik melalui praktik framing di ranah komunikasi massa digital.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Analisis Caswell

Menurut Caswell (2021), perbedaan makna yang muncul dalam pemberitaan seperti ini adalah hasil dari differential framing, yaitu proses di mana media dengan orientasi ideologis berbeda membentuk versi realitas yang tidak seragam terhadap peristiwa yang sama. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan utama: bagaimana media online nasional membingkai gaya komunikasi koboi Menteri Keuangan Purbaya selama periode 21 – 22 Oktober 2025 dan bagaimana perbedaan framing tersebut merefleksikan orientasi ideologis dan logika media masing-masing?

Dalam menelaah persoalan tersebut, analisis terhadap ketiga media menunjukkan adanya dinamika menarik dalam pemakaian gaya komunikasi pejabat publik. Detik.com cenderung membingkai gaya koboi sebagai ekspresi personal yang unik dan menghibur,

selaras dengan karakteristiknya sebagai media berbasis kecepatan dan kedekatan emosional dengan pembaca. Tempo.co, sebaliknya, menampilkan bingkai kritis dengan menyoroti potensi eksese negatif dari gaya komunikasi yang terlalu spontan. Kompas.com mengambil posisi tengah, berupaya menyeimbangkan antara simbol ketegasan dan tanggung jawab publik. Perbedaan ini memperlihatkan bahwa framing bukan hanya persoalan struktur teks, tetapi juga cerminan strategi ideologis dan ekonomi media (Eriyanto, 2012).

Selain itu, fenomena ini memperlihatkan keterkaitan antara komunikasi gaya personal dengan pembentukan citra institusional. Dalam komunikasi pemerintahan, gaya personal pejabat sering kali memengaruhi citra lembaga yang diwakilinya. Seperti dijelaskan oleh Fairhurst dan Connaughton (2022), komunikasi kepemimpinan berfungsi untuk menyeimbangkan antara ekspresi individu dan norma institusional. Dalam kasus Purbaya, gaya koboi yang berani dan spontan dapat memperkuat citra pemimpin kuat, namun juga berpotensi menimbulkan persepsi tentang ketidakhati-hatian dalam menyampaikan pesan publik. Di sinilah media berperan sebagai mediator of meaning, yang dapat memperkuat atau melemahkan citra melalui pilihan bingkai pemberitaan.

Di tingkat teoritis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan studi komunikasi politik dan komunikasi publik dengan memperluas penerapan analisis framing ke dalam dimensi gaya komunikasi pejabat negara. Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada isu kebijakan atau konflik politik, sementara studi mengenai gaya komunikasi dan konstruksi citra pejabat di media daring masih terbatas (Fairhurst & Connaughton, 2022; Caswell, 2021). Dengan demikian, penelitian ini menghadirkan perspektif baru dalam melihat bagaimana media berperan aktif dalam membentuk “karakter publik” pejabat melalui narasi simbolik yang muncul di pemberitaan daring.

Secara metodologis, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-komparatif dengan metode analisis framing. Data diperoleh melalui dokumentasi berita dari tiga media daring nasional selama periode 21–22 Oktober 2025. Artikel yang dianalisis dipilih berdasarkan kriteria: (1) memuat kata kunci koboi dan Purbaya, (2) menampilkan kutipan langsung atau narasi deskriptif tentang gaya komunikasi Menteri Keuangan dan (3) berasal dari sumber resmi media yang terverifikasi Dewan Pers. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi struktur wacana, pola framing dan orientasi ideologis setiap media.

Hasil analisis awal menunjukkan bahwa perbedaan framing antara Detik.com, Tempo.co dan Kompas.com sangat dipengaruhi oleh media logic (Altheide & Snow, 2022). Detik.com menekankan kecepatan dan keunikan narasi untuk menarik klik pembaca, Tempo.co fokus pada isu substansial dan kritik terhadap kekuasaan, sedangkan Kompas.com mengedepankan keseimbangan antara kredibilitas dan kepentingan publik. Ketiga logika tersebut menghasilkan konstruksi realitas yang berbeda, meskipun objek yang diberitakan sama. Dengan demikian, framing tidak hanya memengaruhi makna berita, tetapi juga menunjukkan bagaimana media memosisikan diri dalam ekosistem politik dan ekonomi digital Indonesia.

Dalam konteks lebih luas, gaya komunikasi koboi juga dapat dipahami sebagai bagian dari transformasi gaya komunikasi pejabat publik di era pasca-pandemi. Sejak 2021, pejabat di berbagai negara cenderung menggunakan gaya komunikasi yang lebih personal, spontan dan performatif untuk menarik simpati publik di ruang digital (Miles et al, 2023). Gaya seperti ini disebut oleh Caswell (2021) sebagai bentuk *performative leadership communication* yaitu ketika pejabat negara menampilkan gaya tertentu untuk membangun kedekatan emosional dengan masyarakat. Namun, ketika gaya performatif tersebut dipublikasikan oleh media, maknanya bisa berubah tergantung pada konteks politik dan orientasi ideologis media yang meliput.

Dari sisi akademik, penelitian ini berupaya memberikan gambaran komprehensif mengenai bagaimana media daring di Indonesia tidak sekadar melaporkan fakta, tetapi juga memproduksi makna dan ideologi melalui narasi simbolik. Sebagaimana dinyatakan oleh Berger dan Luckmann (2023), realitas sosial merupakan hasil konstruksi yang dilembagakan melalui komunikasi. Dengan demikian, setiap pemberitaan mengenai gaya komunikasi pejabat negara bukanlah cerminan realitas objektif, melainkan bentuk representasi sosial yang dimediasi oleh nilai-nilai media. Oleh karena itu, pemahaman terhadap framing gaya komunikasi koboi tidak hanya penting bagi kajian komunikasi politik, tetapi juga bagi upaya membangun komunikasi publik yang lebih etis, transparan dan reflektif di masa depan.

4.2. Analisis Framing Model Pan & Kosicki

Model analisis framing Pan & Kosicki (1993) merupakan pendekatan klasik yang masih sangat relevan dalam menganalisis bagaimana media mengonstruksi realitas melalui struktur teks berita. Model ini menekankan empat komponen utama dalam pembentukan bingkai

wacana, yaitu struktur sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Keempat elemen ini saling berhubungan dalam menghasilkan makna tertentu dari peristiwa yang sama. Dalam penelitian ini, model Pan & Kosicki digunakan untuk menelaah bagaimana tiga media daring nasional, Detik.com, Tempo.co dan Kompas.com membingkai pernyataan Menteri Keuangan Purbaya yang menggunakan metafora koboi dalam konteks kebijakan ekonomi pada bulan Oktober 2025.

Pendekatan Pan & Kosicki dianggap paling tepat karena menempatkan teks berita sebagai arena di mana makna diproduksi melalui pilihan linguistik, struktur narasi dan strategi komunikasi. Seperti dijelaskan oleh Eriyanto (2012), model ini tidak hanya mengungkap “apa yang diberitakan,” tetapi juga “bagaimana” media memilih untuk memberitakan dan menafsirkan peristiwa. Dalam konteks penelitian ini, fokus analisis diarahkan pada konstruksi makna simbolik dari istilah koboi yang digunakan oleh Purbaya, serta bagaimana ketiga media memposisikan dirinya terhadap gaya komunikasi tersebut.

a) Struktur Sintaksis: Judul, Lead dan Kutipan Sebagai Representasi Makna

Struktur sintaksis mencerminkan cara media menyusun unsur-unsur berita, termasuk penulisan judul, lead dan pemilihan kutipan yang digunakan. Unsur ini sangat penting karena berada pada lapisan pertama yang dibaca publik dan berfungsi membingkai persepsi awal terhadap peristiwa.

Pada pemberitaan Detik.com (21 Oktober 2025) dengan judul Purbaya Sebut Dirinya Koboi, Kalau Ada Masalah, Langsung Saya Tembak, struktur sintaksis menunjukkan pola khas jurnalisme daring berbasis clickbait. Judul menonjolkan pernyataan metaforis langsung saya tembak tanpa memberikan konteks kebijakan fiskal yang sedang dibahas. Lead berita juga memperkuat gaya komunikasi yang blak-blakan, dengan menampilkan kutipan langsung Purbaya sebagai unsur utama. Menurut Fairhurst dan Connaughton (2022), pemilihan gaya penulisan semacam ini menggiring pembaca untuk menilai karakter komunikator daripada substansi pesan yang disampaikan.

Berbeda dengan itu, Tempo.co (21 Oktober 2025) menulis judul Purbaya: Saya Kayak Koboi, Tapi Harus Tahu Arah Tembakannya. Struktur sintaksis di sini memperlihatkan keseimbangan antara aspek retorik dan konteks substantif. Tempo tidak hanya mengutip metafora koboi, tetapi juga menambahkan elemen interpretatif melalui frasa harus tahu arah tembakannya. Artinya, Tempo secara redaksional menekankan bahwa pernyataan Purbaya bukan sekadar ekspresi spontan, melainkan memiliki makna strategis. Judul tersebut

mencerminkan karakter media yang berorientasi pada analisis dan kritik terhadap komunikasi kekuasaan (Caswell, 2021).

Sementara Kompas.com (22 Oktober 2025) menampilkan judul Purbaya Gunakan Istilah Koboï untuk Tegaskan Sikap Tegas Pemerintah. Struktur sintaksis Kompas bersifat formal dan netral, menghindari diksi hiperbolis. Lead berita langsung mengaitkan pernyataan koboï dengan kebijakan fiskal pemerintah, bukan pada kepribadian Purbaya. Ini menunjukkan bahwa Kompas menjaga citra sebagai media institusional yang menyeimbangkan antara kepentingan publik dan kehati-hatian redaksional (Altheide & Snow, 2022).

Dari analisis sintaksis, terlihat bahwa perbedaan framing muncul sejak lapisan paling awal teks: Detik.com mengedepankan sensasi personal, Tempo.co menonjolkan kedalaman makna, sedangkan Kompas.com berusaha menjaga objektivitas dan konteks kebijakan.

b) Struktur Skrip: Pola Narasi dan Kronologi Berita

Struktur skrip berkaitan dengan urutan naratif yang digunakan media dalam menyusun berita. Pan & Kosicki (1993) menjelaskan bahwa urutan peristiwa dalam teks bukan hanya aspek teknis, melainkan strategi untuk mengarahkan pembaca pada interpretasi tertentu.

Dalam pemberitaan Detik.com, pernyataan koboï diletakkan pada paragraf pembuka sebagai lead statement. Narasi kemudian diikuti dengan kutipan lanjutan dari Purbaya dan tanggapan singkat dari pengamat ekonomi. Pola ini menonjolkan spontanitas dan keunikan gaya komunikasi, dengan menempatkan unsur sensasional di awal untuk menarik perhatian pembaca daring. Struktur semacam ini mencerminkan media logic yang berorientasi pada kecepatan dan daya tarik emosional (Caswell, 2021).

Tempo.co menempatkan pernyataan koboï pada paragraf tengah setelah menjelaskan konteks rapat evaluasi ekonomi yang dihadiri oleh Menteri Keuangan dan pelaku investasi. Dengan struktur ini, Tempo menekankan bahwa gaya koboï muncul dalam konteks serius, bukan pernyataan pribadi semata. Kronologi yang digunakan mengarah pada pembingkaiannya sebagai strategi komunikasi kebijakan yang tegas tetapi juga berpotensi menimbulkan persepsi otoritatif.

Kompas.com menyusun kronologi yang berbeda: berita diawali dengan penjelasan tentang situasi ekonomi nasional, kemudian baru memasukkan kutipan Purbaya sebagai bagian dari laporan resmi. Dengan cara ini, Kompas menjaga agar narasi tetap fokus pada

isu ekonomi, bukan pada personalitas pejabat. Urutan kronologi seperti ini membentuk bingkai interpretatif bahwa gaya komunikasi Purbaya adalah bagian dari upaya pemerintah menjelaskan kebijakan fiskal, bukan ekspresi individual.

Struktur skrip ketiga media tersebut menunjukkan bagaimana logika penulisan dapat menentukan penekanan makna. Detik.com membangun narasi berbasis figur, Tempo.co berbasis isu dan Kompas.com berbasis institusi.

c) Struktur Tematik: Ide Sentral dan Pola Argumentatif

Struktur tematik mencerminkan ide pokok atau tema sentral yang dijadikan dasar penyusunan berita. Dalam model Pan & Kosicki, struktur tematik berperan dalam menentukan *central organizing idea* yakni cara media menafsirkan realitas sosial ke dalam kerangka berpikir tertentu.

Pada Detik.com, tema sentral yang muncul adalah keberanian dan keunikan pejabat publik. Media ini menggambarkan Purbaya sebagai sosok tegas dan tidak takut mengambil keputusan cepat. Framing semacam ini memberi efek positif terhadap citra personal, namun mengaburkan konteks kebijakan yang sebenarnya sedang dibahas. Tema yang muncul memperkuat gaya komunikasi populis, sesuai dengan karakter media berbasis human interest.

Sebaliknya, Tempo.co membangun tema tegas tetapi berisiko. Media ini menggarisbawahi potensi bahaya dari gaya komunikasi yang terlalu spontan, dengan menyertakan pandangan akademisi ekonomi dan analisis kebijakan publik. Tempo menempatkan isu gaya komunikasi sebagai refleksi atas etika pejabat publik, bukan sekadar ekspresi personal. Dengan demikian, tema yang muncul bersifat kritis dan menantang legitimasi simbolik yang dibangun oleh Purbaya.

Sementara itu, Kompas.com mengembangkan tema ketegasan dalam kerangka profesionalisme birokrasi. Dalam bingkai ini, metafora koboi ditransformasikan menjadi simbol ketegasan administratif dan efisiensi pengambilan keputusan. Dengan menyeimbangkan antara aspek simbolik dan birokratis, Kompas menjaga netralitasnya sebagai media yang berorientasi pada kredibilitas.

Perbedaan tema ini menunjukkan bagaimana media memilih makna tertentu dari simbol yang sama. Dalam teori framing, hal ini disebut *selection and salience*, yaitu proses

pemilihan aspek tertentu dari realitas untuk dijadikan pusat perhatian publik (Eriyanto, 2012).

d) Struktur Retoris: Bahasa, Gaya dan Simbolisme

Struktur retorika merupakan lapisan terakhir dalam analisis Pan & Kosicki, yaitu bagaimana media menggunakan gaya bahasa, metafora dan simbol untuk memperkuat pesan yang diinginkan. Retorika media memiliki peran besar dalam membangun efek emosional dan kognitif pada pembaca.

Pada Detik.com, retorika yang digunakan bersifat hiperbolis dan ekspresif. Diksi seperti langsung saya tembak atau gaya koboi Menteri Purbaya yang bikin heboh memperkuat efek dramatis. Gaya penulisan ini mengundang respons emosional pembaca dan memperkuat kesan bahwa Purbaya adalah sosok yang berani dan berbeda. Dalam konteks *media logic*, gaya seperti ini efektif untuk menarik perhatian, namun cenderung mereduksi kompleksitas kebijakan (Altheide & Snow, 2022).

Tempo.co menggunakan gaya retorika yang lebih literer dan reflektif. Frasa koboi yang tahu arah tembakannya adalah bentuk metafora baru yang dibuat redaksi untuk menginterpretasikan pernyataan Purbaya. Dengan cara ini, Tempo tidak hanya melaporkan, tetapi juga menafsirkan. Penggunaan simbol tambahan ini mengubah makna koboi dari sekadar metafora maskulin menjadi simbol kehati-hatian dalam kekuasaan.

Sebaliknya, Kompas.com menggunakan gaya retorika formal dan teknokratik. Pilihan kata seperti menegaskan arah kebijakan fiskal dan memperkuat ketegasan pemerintah menunjukkan upaya menetralkan makna simbolik yang berlebihan. Dalam kerangka komunikasi organisasi, hal ini menunjukkan orientasi pada stabilitas dan kredibilitas institusi (Fairhurst & Connaughton, 2022).

Analisis retorika memperlihatkan bahwa setiap media tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga mengonstruksi makna melalui simbol. Dalam hal ini, metafora koboi menjadi titik artikulasi antara citra personal dan representasi kekuasaan.

e) Implikasi Analisis Pan & Kosicki terhadap Pembentukan Citra Publik

Keempat struktur yang dianalisis di atas memperlihatkan bagaimana media membentuk konstruksi yang berbeda terhadap pernyataan yang sama. Detik.com menampilkan Purbaya sebagai figur yang tegas dan nyentrik; Tempo.co membingkai gaya koboi sebagai simbol

yang perlu dikritisi, sedangkan Kompas.com menampilkan gaya komunikasi tersebut sebagai bagian dari profesionalisme birokrasi.

Framing yang dilakukan media tidak hanya memengaruhi citra Purbaya, tetapi juga persepsi publik terhadap lembaga keuangan negara yang ia pimpin. Seperti dinyatakan oleh Fairhurst & Connaughton (2022), komunikasi kepemimpinan dalam konteks media massa selalu bersifat reflektif, di mana setiap simbol personal dapat berdampak pada legitimasi institusional. Dalam kasus ini, gaya komunikasi koboi menjadi sumber pembentukan narasi publik yang menggambarkan ketegasan pemerintah di tengah ketidakpastian ekonomi.

Dengan menggunakan model Pan & Kosicki, terlihat bahwa media berperan aktif dalam mengatur struktur wacana publik. Pemilihan diksi, penyusunan kronologi dan penggunaan simbol menjadi alat untuk membangun pemaknaan yang sesuai dengan logika dan orientasi media masing-masing. Secara teoretis, temuan ini memperkuat pandangan bahwa framing merupakan proses ideologis yang menempatkan media sebagai produsen makna, bukan sekadar penyampai informasi (Caswell, 2021).

Hasil analisis berdasarkan model Pan & Kosicki menunjukkan bahwa framing gaya komunikasi koboi Menteri Keuangan Purbaya pada tanggal 21 – 22 Oktober 2025 tidak bersifat tunggal, melainkan plural. Detik.com berorientasi pada popularisasi figur, Tempo.co pada kritik dan refleksi, sedangkan Kompas.com pada netralisasi dan legitimasi. Keempat struktur wacana yang dikaji (sintaksis, skrip, tematik dan retorik) memperlihatkan pola koheren yang mencerminkan logika media dan ideologi redaksional.

Analisis ini memberikan dasar bagi tahap selanjutnya yaitu analisis komparatif antar-media menggunakan model Caswell (2021), untuk menelusuri bagaimana perbedaan framing tersebut berakar pada struktur ideologis dan strategi pemberitaan yang lebih luas.

Tabel 1. Analisis Framing (Model Pan & Kosicki)

Elemen Framing	Detik.com	Tempo.co	Kompas.com
Tanggal Publikasi	21 Oktober 2025	21 Oktober 2025	22 Oktober 2025
Judul Berita	<i>Purbaya Sebut Dirinya Koboi, Siap Tembak Masalah Ekonomi!</i>	<i>Purbaya: Saya Kayak Koboi, Tapi Bukan Sembarangan</i>	<i>Purbaya Gunakan Istilah 'Koboi' untuk Tegaskan Ketegasan Kebijakan Fiskal</i>
Struktur Sintaksis	Menonjolkan kutipan langsung Purbaya tanpa banyak konteks. Lead	Menggunakan kutipan langsung diimbangi dengan pandangan	Menyusun fakta kronologis: latar kebijakan, ucapan

Elemen Framing	Detik.com	Tempo.co	Kompas.com
Struktur Skrip	berita bersifat emosional dan ringan. Sumber berita tunggal (Purbaya) digunakan sebagai pusat narasi.	ekonom dan pengamat. Struktur berita kompleks, berlapis konteks dan argumentasi.	Purbaya, lalu interpretasi kebijakan. Menggunakan kutipan berimbang dari pejabat dan analis.
	Urutan dimulai dari pernyataan sensasional, diikuti reaksi publik di media sosial, kemudian komentar singkat pejabat. Fokus pada efek viral.	Urutan dimulai dari pernyataan, dilanjutkan konteks forum ekonomi, lalu tanggapan ahli. Fokus pada dampak komunikatif dan etika pejabat publik.	Urutan dimulai dari konteks kebijakan fiskal, baru kemudian ucapan koboi dimasukkan sebagai penguat karakter pemimpin. Fokus pada relevansi institusional.
Struktur Tematik	Tema utama: keberanian dan gaya blak-blakan pejabat. Narasi dibangun untuk menarik simpati pembaca muda.	Tema utama: komunikasi spontan pejabat sebagai refleksi budaya birokrasi yang masih personal. Mengandung kritik implisit terhadap gaya kepemimpinan yang ekspresif.	Tema utama: ketegasan kebijakan ekonomi dan kepemimpinan efektif. Penekanan pada profesionalisme dalam komunikasi birokrasi.
	Penggunaan metafora koboi disajikan dengan nada humor dan hiperbolik (“tembak masalah ekonomi”). Bahasa informal, emotif dan mudah viral.	Metafora koboi diinterpretasi kritis. Kalimat mengandung nuansa ambivalen (“bukan sembarangan”). Gaya bahasa analitis, cenderung skeptis.	Metafora koboi ditransformasikan menjadi simbol ketegasan dan tanggung jawab. Bahasa formal, netral dan institusional.
Struktur Retoris			
Frame Dominan	<i>Personalisasi dan Populisme Media:</i> Purbaya digambarkan sebagai pejabat berani dan spontan, dekat dengan publik.	<i>Kritisisme terhadap Komunikasi Kekuasaan:</i> Purbaya dianggap perlu menyesuaikan gaya komunikasinya agar lebih representatif bagi birokrasi.	<i>Institusionalisasi Kepemimpinan:</i> Gaya koboi dipahami sebagai ekspresi tegas yang positif bagi reformasi birokrasi.
Fokus Realitas	Keberanian individu dan keunikan karakter.	Etika komunikasi dan risiko simbolik pejabat publik.	Ketegasan administratif dan kredibilitas kebijakan.
Ideologi Media yang Tampak	Populisme digital dan pencarian engagement publik.	Kritis-progresif, watchdog terhadap kekuasaan.	Moderat, profesional dan stabilisator opini publik.
Efek Framing terhadap Persepsi Publik	Meningkatkan kesan keberanian, tetapi mengabaikan substansi kebijakan.	Membangkitkan refleksi kritis terhadap gaya komunikasi pejabat.	Menumbuhkan citra profesionalisme dan kepemimpinan efisien.

4.3. Pola Framing Antar-Media

Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga media membingkai gaya komunikasi koboi dengan penekanan yang berbeda. Detik.com lebih menonjolkan sisi personal, spontan dan humanis; Tempo.co berfokus pada aspek ketegasan dan strategi politik komunikasi; sedangkan Kompas.com lebih berhati-hati dengan menekankan etika dan profesionalitas pejabat publik.

Perbedaan ini mencerminkan ideologi redaksional masing-masing media. Detik.com yang bercorak populis dan cepat cenderung menekankan elemen hiburan dan kedekatan emosional dengan pembaca. Tempo.co sebagai media progresif menempatkan fenomena ini dalam kerangka analisis politik dan simbolik, sedangkan Kompas.com, yang berorientasi institusional, menghadirkan perspektif akademik dan normatif dalam menilai perilaku komunikasi pejabat negara.

4.4. Analisis Komparatif Antar Media Model Caswell

Model analisis Caswell (2021) menawarkan kerangka konseptual untuk memahami perbedaan framing antar-media melalui tiga dimensi utama yaitu: orientasi redaksional (*editorial orientation*), logika media (*media logic*) dan representasi ideologis (*ideological representation*). Ketiga dimensi ini menekankan bahwa perbedaan isi pemberitaan bukan semata-mata hasil preferensi individu jurnalis, melainkan konsekuensi dari sistem ekonomi-politik dan identitas institusional media.

Dalam konteks penelitian ini, analisis komparatif dilakukan terhadap tiga media daring arus utama Indonesia, yakni Detik.com, Tempo.co dan Kompas.com, yang semuanya memberitakan gaya komunikasi koboi Menteri Keuangan Purbaya pada Oktober 2025. Meskipun ketiganya meliput pernyataan yang sama, perbedaan dalam gaya penulisan, struktur wacana dan pilihan narasi menunjukkan adanya konstruksi realitas yang beragam. Melalui model Caswell, penelitian ini berupaya mengungkap bagaimana orientasi redaksional dan ideologi masing-masing media membingkai makna koboi secara berbeda, apakah sebagai simbol keberanian, gaya komunikatif yang unik, atau bentuk komunikasi yang perlu dikritisi.

Menurut Altheide dan Snow (2022), logika media (*media logic*) menentukan cara peristiwa sosial dikemas agar sesuai dengan kebutuhan khalayak, format media dan nilai pasar. Oleh karena itu, perbandingan ini tidak hanya memetakan isi teks, tetapi juga

menjelaskan bagaimana konteks ekonomi-politik media berpengaruh pada pembentukan makna publik.

4.5. Orientasi Redaksional dan Struktur Narasi

a) Detik.com: Populis dan Emosional

Sebagai media daring dengan jangkauan pembaca terbesar di Indonesia, Detik.com menerapkan pendekatan berita cepat, ringan dan responsif terhadap tren percakapan digital. Dalam konteks pemberitaan gaya koboi Menteri Purbaya, Detik.com menonjolkan unsur keunikan dan keberanian pribadi. Judul berita seperti Purbaya Sebut Dirinya Koboi, Siap Tembak Masalah Ekonomi! (21 Oktober 2025) menunjukkan penggunaan diksi hiperbolik yang berfungsi menarik klik pembaca.

Narasi yang digunakan berfokus pada kutipan langsung Purbaya, tanpa memperluas konteks kebijakan atau latar institusional. Pendekatan ini menggambarkan strategi framing yang menekankan personalisasi isu yaitu menjadikan tokoh (Purbaya) sebagai pusat narasi, bukan kebijakan atau dampak sosialnya. Caswell (2021) menyebut strategi ini sebagai bentuk individual-centered framing, yang lazim ditemukan pada media berorientasi pasar.

Dengan orientasi redaksional yang populis, Detik.com membangun citra Purbaya sebagai pejabat “berani dan tidak kaku”. Framing ini berpotensi menciptakan kedekatan emosional dengan pembaca, tetapi mengorbankan kedalaman analisis. Dalam kerangka Caswell, Detik.com menempati posisi media dengan audience-centric orientation mengutamakan daya tarik emosi, bukan konteks struktural isu.

b) Tempo.co: Analitis dan Kritis

Sebaliknya, Tempo.co mempertahankan tradisi jurnalisme investigatif dan analitis yang menjadi identitasnya sejak era majalah Tempo. Dalam pemberitaan bertajuk Purbaya: Saya Kayak Koboi, Tapi Bukan Sembarangan (21 Oktober 2025), Tempo.co menampilkan framing yang lebih hati-hati dan reflektif. Judul berita mengandung dua lapisan makna: pertama, penegasan atas gaya komunikatif yang tidak biasa; kedua, nuansa evaluatif terhadap pernyataan tersebut.

Struktur narasi Tempo.co menempatkan pernyataan koboi di tengah laporan rapat ekonomi, memberikan konteks bahwa ungkapan tersebut muncul dalam forum resmi. Paragraf-paragraf berikutnya menguraikan reaksi dari kalangan ekonom dan pengamat

kebijakan fiskal, yang sebagian mengkritik gaya komunikasi spontan pejabat publik. Pola narasi semacam ini menunjukkan bahwa Tempo.co tidak hanya menyalin ucapan pejabat, tetapi juga memeriksa maknanya melalui sudut pandang pihak ketiga.

Dalam perspektif Caswell, orientasi redaksional Tempo.co termasuk *critical-interpretive orientation*, yaitu pendekatan yang menempatkan media sebagai aktor pengawas kekuasaan (*watchdog journalism*). Framing yang dihasilkan bersifat kontekstual, bernuansa evaluatif dan lebih menonjolkan diskursus etika komunikasi pejabat ketimbang gaya personal itu sendiri (Fairhurst & Connaughton, 2022).

c) Kompas.com: Moderat dan Institusional

Kompas.com dikenal dengan gaya redaksional yang berimbang, sistematis dan cenderung menekankan kredibilitas sumber informasi. Dalam berita bertajuk *Purbaya Gunakan Istilah Koboï untuk Tegaskan Ketegasan Kebijakan Fiskal* (22 Oktober 2025), media ini membingkai gaya komunikasi koboï sebagai simbol ketegasan dalam konteks birokrasi.

Narasi berita dimulai dengan penjelasan konteks kebijakan fiskal, baru kemudian mengutip pernyataan Purbaya. Strategi ini menunjukkan bahwa Kompas.com berusaha menjaga proporsionalitas antara unsur simbolik dan substansi kebijakan. Gaya penulisan semacam ini memperlihatkan *institutional-oriented framing*, di mana media berperan sebagai penyampai informasi yang memprioritaskan keseimbangan perspektif (Caswell, 2021).

Kompas.com menampilkan gaya koboï sebagai manifestasi gaya kepemimpinan yang efisien, bukan sekadar ekspresi personal. Dengan demikian, orientasi redaksionalnya berada di antara Tempo.co yang kritis dan Detik.com yang emosional. Dalam kerangka Caswell, hal ini menunjukkan bahwa Kompas.com berfungsi sebagai *stabilizing media*, menjaga objektivitas wacana di tengah arus pemberitaan yang sering sensasional.

Tabel 2. Perbandingan Framing Antar-Media Model Caswell (2021)

Dimensi Analisis	Detik.com	Tempo.co	Kompas.com
Orientasi Redaksional	Populis dan human interest	Kritis-progresif dan politis	Moderat dan institusional
Fokus Berita	Kepribadian dan ekspresi spontan Purbaya	Strategi komunikasi dan gaya kepemimpinan	Etika komunikasi dan persepsi publik

Dimensi Analisis	Detik.com	Tempo.co	Kompas.com
Nilai yang Ditekankan	Kejujuran, spontanitas, kedekatan	Ketegasan, keberanian, simbolik politik	Profesionalitas, kehati-hatian, tanggung jawab
Konstruksi Makna koboi	Koboi = jujur, apa adanya	Koboi = pemimpin tegas dan berani risiko	Koboi = simbol komunikasi publik yang perlu dikontrol
Narasi Dominan	Personal dan ringan	Analitis dan ideologis	Reflektif dan normatif
Dampak terhadap Publik	Membangun simpati dan humor	Meningkatkan persepsi kepemimpinan kuat	Menumbuhkan kesadaran etika komunikasi pejabat

5. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi koboi Menteri Keuangan Purbaya dipahami secara berbeda oleh masing-masing media daring, mencerminkan orientasi ideologis dan logika redaksional yang berbeda pula. Melalui model analisis Pan & Kosicki, ditemukan bahwa struktur wacana di *Tempo.co* cenderung menonjolkan aspek personalitas Purbaya sebagai pejabat publik yang tegas dan berani mengambil risiko, namun dibingkai dengan kritik terhadap gaya komunikasi yang dianggap tidak konvensional dalam konteks birokrasi. Sementara itu, *Kompas.com* menyajikan pemberitaan yang lebih netral, menempatkan gaya koboi sebagai bagian dari strategi komunikasi kepemimpinan yang berorientasi pada ketegasan kebijakan fiskal. Adapun *Detik.com* lebih mengedepankan aspek sensasional dan gaya bahasa populer, memposisikan Purbaya sebagai figur yang nyentrik namun efektif dalam menarik perhatian publik.

Dari *struktur sintaksis*, ketiga media menunjukkan pola naratif yang serupa, yaitu pembukaan dengan kutipan langsung Purbaya dan diikuti dengan konteks reaksi publik. Namun dalam struktur skrip, *Tempo.co* menambahkan latar ekonomi dan politik yang lebih mendalam dibanding *Detik.com* yang menekankan kronologi peristiwa. Dalam *struktur tematik*, *Kompas.com* menempatkan wacana koboi sebagai representasi komunikasi kepemimpinan dalam birokrasi, bukan sekadar ekspresi personal. Sedangkan dari *struktur retorik*, *Detik.com* paling menonjolkan diksi metaforis dan ekspresi dramatik, memperkuat citra koboi sebagai simbol keberanian dan spontanitas.

Analisis komparatif model Caswell memperkuat temuan bahwa framing media tidak semata ditentukan oleh fakta, tetapi oleh perbedaan media logic dan kepentingan

redaksional. Tempo.co menunjukkan logika investigatif dan kritis, Detik.com menggunakan logika popularitas dan klik, sementara Kompas.com menggunakan logika profesionalisme dan keseimbangan (Caswell, 2021; Altheide & Snow, 2022). Hal ini menggambarkan bahwa media massa berperan sebagai aktor konstruktif dalam membentuk makna sosial terhadap gaya komunikasi pejabat publik.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi koboi Menteri Keuangan Purbaya merupakan fenomena komunikasi politik yang dikonstruksi secara beragam oleh media daring Indonesia. Gaya tersebut tidak hanya mencerminkan karakter personal pejabat, tetapi juga menjadi arena simbolik bagi media untuk memperkuat posisi ideologis dan logika pemberitaannya masing-masing. Perbedaan framing ini menunjukkan bahwa citra pejabat publik di era digital tidak sepenuhnya ditentukan oleh perilaku komunikator, melainkan juga oleh bagaimana media mengartikulasikan gaya tersebut dalam wacana publik.

Daftar Pustaka

- Altheide, D. L., & Snow, R. P. (2022). *Media Logic and the Social Construction of Reality*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. <https://doi.org/10.1177/089124168201000412>
- Barida, Muya. (2016). *Modul Assertiveness Training Untuk Meningkatkan Komunikasi Asertif*. Yogyakarta: K-Media.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2023). *The Social Construction of Reality*. London: Penguin Books. <https://doi.org/10.4324/9781003320609>
- Caswell, M. (2021). *Comparative Media Analysis: A Framework for Examining Differences in Media*
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2021). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Dahman. (2019). "Upaya Meningkatkan Asertivitas Melalui Layanan Bimbingan Kelompok pada Siswa Asuh Kelas IX SMP Negeri 1 Sakra Barat". *Jurnal Pendidikan Dasar*, Vol. 3, No. 1.
- Eriyanto. (2012). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Fairhurst, G. T., & Connaughton, S. L. (2022). *Leadership Communication: A Critical Review and Future Directions*. *The Leadership Quarterly*, 33(1), 1–17. <https://doi.org/10.1177/174271501350939>
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*. Rosdakarya
- Kustiawan, M.A., Khaira, A., Nisa, A., Nurhalija, M., & Ramadhan, R. (2022). *Komunikasi Asertif dan Empatik dalam Psikologi Komunikasi*. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, dan Manajemen (JIKEM)*, 2(2), 2483-2496.
- Krippendorff, K. (2019). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (4th ed.). Sage Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2023). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th ed.). Thousand Oaks: Sage Publications. <https://lcn.loc.gov/2018034217>
- Nugroho, Y. (2023). *Media Ekonomi dan Politik di Indonesia: Dinamika, Arah, dan Tantangan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1993). *Framing Analysis: An Approach to News Discourse*. Political Communication, 10(1), 55–75. <https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963>
- Pratiwi, B. N. (2017). *Analisis Gaya Komunikasi Ahmad Faiz Zainuddin*. In eJournal Ilmu Komunikasi (Vol. 5, Issue 3). Online. www.jurnalweb.com,
- Saldaña, J. (2021). *The Coding Manual for Qualitative Researchers* (4th ed.). Sage Publications.
- Simpson (2012). *The Styles, Models & Philosophy of Leadership*. Denmark: Ventus Publishing Aps.
- Tandoc, E. C., & Vos, T. P. (2022). *The Journalistic Frame: How News Shapes Public Understanding*. Routledge.