

ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN PROGRAM MAKAN GRATIS OLEH PRABOWO DAN GIBRAN DI MEDIA MASSA KOMPAS.COM DAN SUARA.COM 2024

Maghiesswara Bayu Witcaksono Jati¹, Athok Murtadlo S.²

Stikosa - AWS, Ilmu Komunikasi

Email: maghiesswarabayuwitcaksonojati@gmail.com

Abstract

This study analyzes the initiative of providing free lunch meals proposed by Prabowo Subianto and Gibran Rakabuming Raka by examining news coverage and public responses related to the effectiveness and benefits of the program. The study reviews news articles from Kompas.com and Suara.com regarding the free lunch program. The program originated from the vision, mission, and work plan of candidate pair number 2, Prabowo and Gibran, which would be implemented if they were elected and officially appointed as President and Vice President of the Republic of Indonesia for the 2025–2029 period.

This research employs a qualitative descriptive analysis method to explore the program's impact on social welfare, the way Kompas.com and Suara.com framed the news related to the free lunch policy proposed by candidate pair number 2, as well as the communication strategies and policies presented to the public during the implementation of the program. The study also examines how mass media framed and presented news related to the program to the audience.

A study found that Kompas.com and Suara.com have different framing approaches when covering the free lunch program. Kompas.com tends to use a more in-depth and balanced framing, both when covering public debate and when discussing the political implications of the program in cabinet meetings. This allows readers to understand the issue from various perspectives critically. On the other hand, Suara.com focuses more on social media dynamics and single narratives, which is effective at drawing attention to viral issues but provides less comprehensive policy analysis. Nevertheless, both media outlets still maintain a neutral role by reporting on various existing perspectives without taking sides.

Keywords: Free Lunch Program, News Articles, Framing

Abstrak

Penelitian ini menganalisis inisiatif penyediaan makan siang gratis yang digagas oleh Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka dengan menelaah pemberitaan yang disampaikan oleh masyarakat terkait efektivitas dan manfaat program tersebut. Studi ini mengkaji berita dari Kompas.com dan Suara.com mengenai program makan siang gratis. Program tersebut berasal dari visi, misi, serta rencana kerja pasangan calon nomor urut 2, Prabowo dan Gibran, yang akan dijalankan apabila mereka terpilih dan disahkan sebagai Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia periode 2025–2029.

Penelitian menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif untuk mengeksplorasi dampak program terhadap kesejahteraan sosial, cara Kompas.com dan Suara.com mengemas pemberitaan mengenai

kebijakan makan siang gratis oleh pasangan calon nomor urut 2, serta kebijakan-kebijakan komunikasi dan program yang ditampilkan kepada publik selama pelaksanaan program tersebut. Penelitian ini juga menelaah bagaimana media massa mengemas dan menayangkan berita terkait program tersebut kepada khalayak.

Hasil Penelitian diketahui Kompas.com dan Suara.com memiliki pendekatan framing yang berbeda dalam meliput program makan siang gratis. Kompas.com cenderung menggunakan framing yang lebih mendalam dan berimbang, baik saat meliput perdebatan di masyarakat maupun saat membahas implikasi politik dari program tersebut di sidang kabinet. Hal ini memungkinkan pembaca untuk memahami isu dari berbagai sudut pandang secara kritis. Di sisi lain, Suara.com lebih berfokus pada dinamika media sosial dan narasi tunggal, yang efektif dalam menarik perhatian pada isu viral tetapi kurang memberikan analisis kebijakan yang komprehensif. Meskipun demikian, kedua media tersebut tetap menjalankan peran netral dengan melaporkan berbagai perspektif yang ada, tanpa memihak pada salah satu sisi.

Kata Kunci: *Program Makan Siang Gratis, Artikel Berita, Framing*

1. PENDAHULUAN

Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024 menjadi sorotan utama bagi seluruh rakyat Indonesia. Perhelatan politik yang berlangsung serentak pada 14 Februari 2024 ini bukan hanya sekadar prosesi demokrasi, melainkan juga momen krusial untuk menentukan arah bangsa selama lima tahun ke depan, dari 2024 hingga 2029. Setiap pasangan calon presiden dan wakil presiden (capres-cawapres) diwajibkan untuk menjabarkan visi, misi, dan program kerja mereka kepada publik. Visi dan misi ini, seperti yang diungkapkan oleh Silalahi (2020), menjadi landasan hukum dan acuan dalam setiap keputusan serta kebijakan yang akan diambil selama masa kepemimpinan.

Dalam Pilpres 2024, tiga pasangan calon bersaing ketat: Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar, Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka, dan Ganjar Pranowo-Mahfud MD. Masing-masing pasangan calon telah mengusung program andalan untuk menarik simpati dan dukungan masyarakat. Pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, yang kemudian memenangkan kontestasi, menempatkan program makan siang dan susu gratis sebagai salah satu janji kampanye utamanya. Program ini tidak hanya dirancang untuk meningkatkan gizi dan nutrisi anak-anak di Indonesia, tetapi juga bertujuan mengatasi stunting, meningkatkan prestasi akademik, serta mengurangi angka kemiskinan ekstrem. Meskipun program ini memiliki tujuan mulia, pelaksanaannya memicu perdebatan sengit, terutama terkait sumber pendanaan dan efektivitasnya.

Anggaran yang diperkirakan mencapai ratusan triliun rupiah menjadi isu sentral. Para ekonom dan pengamat, seperti Andhika Nurwin Maulana, mengkritik program ini karena dikhawatirkan akan mengorbankan program pemerintah lain yang lebih vital dan berpotensi menimbulkan masalah keuangan. Kontroversi semakin mencuat setelah Prabowo terpilih, di mana anggaran awal Rp15.000 per porsi direvisi menjadi Rp10.000, memicu perdebatan tentang kelayakan nominal tersebut untuk memenuhi kebutuhan gizi di berbagai daerah.

Dalam konteks ini, media massa memainkan peran krusial dalam membentuk opini publik. Sebagai perantara informasi, media memiliki kekuatan untuk membingkai (framing) suatu isu, baik secara positif, negatif, maupun netral. Fenomena ini menjadi sangat relevan mengingat tidak semua media massa dapat bersikap netral. Seperti yang diungkapkan oleh Yosep Adi Prasetyo, Ketua Dewan Pers, banyak media massa di Indonesia cenderung berpihak pada aktor politik tertentu demi keuntungan, yang dapat menimbulkan polemik dan polarisasi di masyarakat.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis framing berita terkait program makan siang gratis Prabowo-Gibran yang diberitakan oleh dua media daring ternama di Indonesia:

Kompas.com dan Suara.com. Kompas.com dipilih karena reputasinya sebagai media yang paling terpercaya di Indonesia berdasarkan survei Digital News Report 2023 oleh Reuters Institute, sementara Suara.com berada di urutan bawah dalam daftar yang sama, menawarkan perspektif perbandingan yang menarik. Dengan menggunakan model analisis framing Robert N. Entman, penelitian ini akan mengkaji bagaimana kedua media tersebut menyoroiti program ini, baik dari segi kelebihan, kekurangan, maupun kontroversi yang menyertainya.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan kunci: bagaimana Kompas.com dan Suara.com membingkai atau memframing liputan berita tentang program makan siang gratis Prabowo dan Gibran? Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih objektif kepada masyarakat mengenai pro-kontra program tersebut, sekaligus menjadi acuan penting dalam kajian komunikasi politik dan jurnalisme di Indonesia.

2. METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metodologi kualitatif deskriptif untuk mengkaji dan menganalisis fenomena yang terkait dengan pemberitaan media massa mengenai program makan siang gratis. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan penyelidikan yang mendalam dan menyeluruh terhadap isu atau masalah yang ada, yang kemudian dijelaskan melalui deskripsi yang didukung oleh fakta-fakta relevan (Saryono, 2010).

Sejalan dengan hal tersebut, Hendriadi et al. (2019) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah proses naturalistik yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang fenomena sosial dalam keadaan alamiahnya.

Metode utama yang digunakan adalah analisis framing Robert N. Entman. Menurut Entman, framing adalah proses pemilihan aspek-aspek tertentu dari realitas untuk menjadikannya lebih menonjol dalam teks komunikasi (Entman, dalam Eriyanto, 2011). Pendekatan ini dipilih karena dapat mengungkap efek framing, mengidentifikasi pihak yang diuntungkan, dan menjelaskan proses penciptaan makna dalam berita. Dengan demikian, model ini memungkinkan pemeriksaan berita yang lebih menyeluruh dan metodis (Eriyanto, 2011).

Prosedur Analisis Data

Pengumpulan Data: Data penelitian dikumpulkan melalui teknik dokumentasi. Metode ini mencakup pencarian informasi dari berbagai dokumen seperti surat kabar dan majalah (Arikunto, 2010). Dalam konteks ini, data utama berupa teks berita online yang diterbitkan oleh Kompas.com dan Suara.com pada periode Februari hingga Maret 2024.

Analisis Framing Entman: Teks berita yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan empat tahapan model Entman, yaitu:

1. Define Problems (Pendefinisian Masalah): Menganalisis bagaimana media mendefinisikan isu program makan siang gratis.
2. Diagnose Causes (Mendiagnosis Penyebab): Mengidentifikasi penyebab atau aktor yang dianggap sebagai sumber masalah.
3. Make Moral Judgement (Membuat Keputusan Moral): Memeriksa nilai moral yang digunakan untuk melegitimasi atau mendelegitimasi isu tersebut.
4. Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian): Menjelaskan solusi atau penyelesaian yang ditawarkan oleh media.

Perbandingan dan Interpretasi, setelah menganalisis setiap berita, peneliti akan membandingkan temuan dari kedua media massa untuk mengidentifikasi perbedaan dalam narasi, sudut pandang, dan frame yang

digunakan. Hal ini bertujuan untuk memahami bagaimana media membentuk dan mempengaruhi persepsi publik terkait isu politik tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Framing Pemberitaan Program Makan Siang Gratis bagian ini membahas hasil analisis framing menggunakan model Robert N. Entman terhadap pemberitaan program makan siang gratis oleh media daring Kompas.com dan Suara.com. Model ini mengidentifikasi bagaimana media mendefinisikan masalah, mengidentifikasi penyebab, memberikan penilaian moral, dan menawarkan solusi.

Analisis Framing Kompas.com

Kompas.com membingkai isu ini dari dua sudut pandang utama:

1. Pemberitaan tentang Program di Masyarakat

1. Definisi Masalah: Program ini dianggap bermasalah karena anggaran yang sangat besar dan berpotensi mempengaruhi program pemerintah lainnya, khususnya di sektor pendidikan.
2. Diagnosis Penyebab: Masalah ini disebabkan oleh tingginya kasus stunting di Indonesia, namun juga muncul kekhawatiran terkait potensi korupsi dalam pengelolaan dana yang besar.
3. Penilaian Moral: Ada penilaian moral bahwa dana tersebut lebih baik dialokasikan untuk pendidikan.
4. Solusi: Solusi yang ditawarkan adalah dilema antara menjalankan program untuk mengatasi stunting atau mengalihkan dananya untuk pendidikan.

2. Pemberitaan tentang Rapat Kabinet

1. Definisi Masalah: Tindakan Presiden Jokowi yang membahas program paslon terpilih sebelum penetapan resmi KPU dianggap kontroversial dan tidak etis.
2. Diagnosis Penyebab: Penyebabnya diduga sebagai langkah antisipasi pemerintah, tetapi Timnas AMIN dan TPN Ganjar-Mahfud mengkritiknya sebagai tindakan yang tidak sesuai prosedur.
3. Penilaian Moral: Tindakan ini dinilai sebagai pelanggaran etika politik.
4. Solusi: Ditekankan pentingnya transparansi dan pembahasan teknokratis.

Secara keseluruhan, Kompas.com dianggap memiliki framing yang lebih baik dan kritis karena berhasil menangkap kompleksitas isu dari berbagai sudut pandang politik secara seimbang.

Analisis Framing Suara.com

Suara.com membingkai isu ini dengan pendekatan yang berbeda:

1. Pemberitaan tentang Rapat Kabinet

1. Definisi Masalah: Tindakan Presiden Jokowi yang membahas program kampanye sebelum pengumuman resmi menjadi fokus utama.
2. Diagnosis Penyebab: Penyebabnya adalah keinginan pemerintah untuk memastikan program dapat terlaksana dengan lancar pada tahun 2025.
3. Penilaian Moral: Terdapat penilaian yang mendukung langkah pemerintah ini sebagai bentuk keseriusan.
4. Solusi: Meskipun program ini akan dijalankan, media juga menyoroti kritik dari Mahfud MD mengenai perlunya proses yang lebih tepat.

2. Pemberitaan tentang Chef Arnold

1. Definisi Masalah: Fokus pemberitaan bergeser dari substansi program ke kontroversi yang viral di media sosial. Masalah utamanya adalah cuitan Chef Arnold yang membela anggaran program, yang dianggap tidak sesuai dengan harga pasar oleh warganet.
2. Diagnosis Penyebab: Penyebabnya adalah pernyataan Chef Arnold yang menimbulkan perdebatan publik.
3. Penilaian Moral: Penilaian moral bergeser dari substansi program ke kredibilitas Chef Arnold sebagai figur publik.
4. Solusi: Solusi yang muncul dalam berita adalah tindakan koreksi yang dilakukan oleh Chef Arnold sendiri terhadap unggahan viralnya

Secara keseluruhan, Suara.com cenderung berfokus pada narasi tunggal yang dimulai dengan "keseriusan" pemerintah, baru kemudian menyajikan kritik dari pihak lain. Meskipun efektif dalam melaporkan kejadian, framing ini kurang mendalam dalam menganalisis perbedaan pandangan politik. Meskipun demikian, kedua media tetap menjalankan peran netral dengan menyajikan berbagai perspektif.

4. SIMPULAN

Berdasarkan analisis terhadap dua pasang berita dari Kompas.com dan Suara.com mengenai program makan siang gratis, dapat disimpulkan bahwa kedua media menjalankan peran jurnalistiknya secara netral dengan melaporkan berbagai sudut pandang yang ada di masyarakat dan kalangan politik. Namun, kualitas framing atau pembingkai yang mereka gunakan menunjukkan perbedaan signifikan dalam kedalaman dan fokus peliputan.

Perbandingan Framing Berita Secara keseluruhan, Kompas.com menunjukkan kualitas framing yang lebih baik dan mendalam karena:

1. Pendekatan Berimbang dan Kompleksitas Isu: Kompas.com berhasil menyajikan isu dengan lebih komprehensif. Dalam berita pertama, mereka membingkai isu sebagai perdebatan substansial di masyarakat dengan menghadirkan pandangan pro dan kontra secara seimbang. Dalam berita kedua, mereka secara kritis menyoroti implikasi politik dari pembahasan program di sidang kabinet dengan menampilkan respons dari berbagai kubu politik secara mendalam.
2. Fokus pada Substansi dan Analisis Kritis: Framing Kompas.com berorientasi pada substansi kebijakan dan analisis kritis terhadap dinamika politik yang meliputinya. Ini memungkinkan pembaca untuk memperoleh pemahaman yang lebih kaya dan relevan tentang isu tersebut, melampaui sekadar kontroversi permukaan. Sebaliknya, Suara.com meskipun cukup baik, cenderung memiliki kualitas framing yang lebih dangkal dan berfokus pada dinamika yang lebih sensasional seperti tren media sosial dan narasi tunggal.
3. Fokus pada Kontroversi dan Figur Publik: Berita Suara.com yang pertama lebih membingkai isu sebagai kontroversi viral di media sosial yang melibatkan Chef Arnold, alih-alih substansi program itu sendiri. Ini efektif dalam menarik perhatian, tetapi kurang memberikan pemahaman mendalam tentang kebijakan.
4. Kecenderungan Narasi Tunggal: Dalam berita kedua, Suara.com cenderung mengikuti alur narasi pemerintah terlebih dahulu sebelum menyajikan kritik dari pihak lain. Meskipun memuat kritik, penempatan dan strukturnya membuat framing ini kurang analitis dibandingkan Kompas.com.

Kesimpulan Akhir Dalam laporan mereka, baik Kompas.com maupun Suara.com tidak mengambil posisi pro atau kontra terhadap program makan siang gratis. Keduanya berfungsi sebagai cermin yang

merefleksikan dinamika dan perdebatan yang terjadi di ruang publik. Akan tetapi, Kompas.com menunjukkan superioritas dalam praktik framing jurnalistik yang berimbang, mendalam, dan analitis, yang sangat penting untuk memberikan pemahaman yang utuh kepada publik. Sementara itu, Suara.com lebih efektif dalam menangkap tren dan kontroversi yang sedang viral, namun seringkali mengorbankan kedalaman substansi isu.

5. DAFTAR PUSTAKA

Jurnal dan Buku

1. Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2015). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Edisi Revisi). Simbiosis Rekayasa Media.
2. Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
3. Butsi, F. I. (2019). Mengenal analisis framing: Sejarah dan metodologi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 1(2), 52–58.
4. Efendi, E., Taufiqurrohman, A., Supriadi, T., & Kuswananda, E. (2023). Teori agenda setting. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1715–1718.
5. Habibie, D. K. (2018). Dwi fungsi media massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79.
6. Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2020). *Komunikasi massa*. CV. Komunika Media.
7. Hajad, V. (2018). Media dan politik (Mencari independensi media dalam pemberitaan politik). *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2).
8. Harahap, T. A., & Harahap, A. (2025). Analisis Framing Pemberitaan Pemilu Presiden 2024 di Media Online Detik. com Periode Bulan Februari. *Santhet (Jurnal Sejarah Pendidikan Dan Humaniora)*, 9(1), 229-240.
9. Hendra, T. (2019). Media massa dalam komunikasi pembangunan. *Jurnal At-Taghyir*, 1(2), 136–152.
10. Hendryadi, H., Tricahyadinata, I., & Zannati, R. (2019). *Metode penelitian: Pedoman penelitian bisnis dan akademik*. LPMP Imperium.
11. Herlina, S., Boer, R. F., Fasadena, N. S., Kede, A., Kahfi, M. A. M., & Deryansyah, A. D. (2023). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Basya Media Utama.
12. Herman, R. N., & Harun, M. (2018). *Jurnalistik praktis*. Syiah Kuala University Press.
13. Kim, H., Sefcik, J. S., & Bradway, C. (2016). Characteristics of qualitative descriptive studies: A systematic review. *Research in Nursing & Health*, 39(4), 118-128.
14. Kurnia, S. D., & Yahya, A. H. (2023). Konstruksi Pemberitaan Tragedi Kanjuruhan (Analisis Framing Di Detik. Com). *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni*, 1(2023), 166-86.
15. MA'RUF, A. A., Kartanawati, E., & Wisudawanto, R. (2019). *Netralitas Kompas TV dan Net TV dalam Pemberitaan Kasus First Travel (Analisis Isi Berita First Travel di Kompas TV dan Net TV Periode Maret Hingga Mei 2018)* [Disertasi doctoral, Universitas Sahid Surakarta].
16. Mahyuddin, M. A. (2019). *Sosiologi Komunikasi: (Dinamika Relasi Sosial di dalam Era Virtualitas)*. Penerbit Shofia.
17. McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *McQuail's media and mass communication theory*. Sage Publications.
18. Muharrom, F., Feriyanti, O. P., & Radivan, Z. (2025). Analisis Framing Pemberitaan Indonesia Gelap Pada Media Online CNNIndonesia. Com Dan Tempo. Co (Analisis Framing R Entman). *Jurnal Komputer, Informasi dan Teknologi*, 5(1), 14-14.
19. Nur, E. (2021). Peran media massa dalam menghadapi serbuan media online. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(1).

20. Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi dalam perspektif teori dan praktik*. Deepublish.
21. Prayogo, M. D. (2025). ANALISIS FRAMING BERITA SUSU IKAN SEBAGAI PENGANTI SUSU SAPI PADA KEBIJAKAN PROGRAM MAKAN BERGIZI GRATIS DALAM MEDIA DETIK. COM DAN TEMPO. CO. Dalam *PROSIDING SEMINAR NASIONAL MAHASISWA KOMUNIKASI (SEMAKOM)*, 3(2), 332-336.
22. Qorib, A., Saragih, M. Y., Sag, M. I., & Suwandi, S. P. (2019). *Pengantar jurnalistik*. Guepedia.
23. Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik online: Panduan mengelola media online*. Nuansa Cendekia.
24. Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
25. Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2013). *Mediating the message in the 21st century: A media sociology perspective*. Routledge.
26. Silalahi, A. D. (2020). Aktualisasi Yuridis Visi Dan Misi Presiden Dan Wakil Presiden Republik Indonesia Melalui Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional. *Jurisprudentie: Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Syariah Dan Hukum*, 7(2), 185-204.
27. Silvia, I., Perwirawati, E., Simbolon, B. R., & Sos, S. (2021). *Manajemen media massa*. Scopindo Media Pustaka.
28. Sosiawan, E. A., & Wibowo, R. (2020). Kontestasi berita hoaks pemilu presiden tahun 2019 di media daring dan media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 133–142.
29. Suherdiana, D. (2020). *Jurnalistik kontemporer*. CV. Pustaka Setia.
30. Suherman, S. (1995). Media massa dan perpustakaan. *BACA: Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, 20(3–4), 13–19.
31. Triana, F. R. D., & Amali, M. T. (2024). Analisis framing pemberitaan program kerja makan siang gratis prabowo-gibran dalam media online liputan6. com dan republika. co. id. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 13(3), 603-614.
32. Ummah, A. H. (2022). *Manajemen industri media massa*. Syiah Kuala University Press.
33. Zakariah, M. A., Afriani, V., & Zakariah, K. M. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF, KUANTITATIF, ACTION RESEARCH, RESEARCH AND DEVELOPMENT (Rn D)*. Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka.
34. Zuana, M. M. M. (2021). USING DOKUMEN.I. ANALISIS DATA PENELITIAN MANAJEMEN, 133.

Sumber Internet

1. CIPS. (n.d.). Dilema program makan siang gratis: Antara manfaat dan tantangan. <https://www.cips-indonesia.org/post/dilema-program-makan-siang-gratis-antara-manfaat-dan-tantangan?lang=id>
2. CNBC Indonesia. (2023, 10 November). Prabowo janjikan makan siang gratis, begini hitungan biayanya. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20231110145914-128-488093/prabowo-janjikan-makan-siang-gratis-begini-hitungan-biayanya>
3. CNBC Indonesia. (2024, Februari). Prabowo pamer "jurus" jaga stabilitas rupiah di depan 100 ekonom RI [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=CPiedQsj8VM>
4. Katadata. (2023, 27 Desember). Inilah media yang paling dipercaya warga Indonesia pada 2023 ada favoritmu?. <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/1c1e7d566a730a9/inilah-media-yang-paling-dipercaya-warga-indonesia-pada-2023-ada-favoritmu>
5. Kemendikbudristek. (2023). Ada 53,14 juta murid di Indonesia pada 2023/2024.

- [DataIndonesia.id.https://dataindonesia.id/pendidikan/detail/kemendikbud-ada-5314-juta-murid-di-indonesia-pada-20232024](https://dataindonesia.id/pendidikan/detail/kemendikbud-ada-5314-juta-murid-di-indonesia-pada-20232024)
6. Kompas.com. (2024, 15 Februari). Pro kontra program makan gratis Prabowo-Gibran di masyarakat.<https://megapolitan.kompas.com/read/2024/03/01/17011561/pro-kontra-program-makan-gratis-prabowo-gibran-di-masyarakat>
 7. MNC Trijaya. (2024, 21 Februari). Pengamat kritik program makan siang gratis.[Mnctrijaya.com.https://www.mnctrijaya.com/news/detail/64108/pengamat-kritik-program-makan-siang-gratis](https://www.mnctrijaya.com/news/detail/64108/pengamat-kritik-program-makan-siang-gratis)
 8. Stikes Husada Borneo. (n.d.). Program makan siang gratis: Manfaat dan tantangan.<https://stikeshb.ac.id/program-makan-siang-gratis-manfaat-dan-tantangan/#:~:text=Makan%20siang%20gratis%20merupakan%20program,namun%20juga%20menghadapi%20beberapa%20tantangan>
 9. Suara.com. (2024, 20 Februari). Pro kontra program makan siang gratis dibahas di rapat kabinet Jokowi. <https://www.suara.com>
 10. Suara.com. (2024, 2 Maret). Bela Program Makan Siang Gratis, Chef Arnold Langsung Trending karena Hal Ini. <https://www.suara.com/entertainment/2024/03/02/163000/bela-program-makan-siang-gratis-chef-arnold-langsung-trending-karena-hal-ini>
 11. Tempo.co. (2024, 6 Februari). 4 Tujuan utama program makan siang gratis ala Prabowo. <https://www.tempo.co/ekonomi/4-tujuan-utama-program-makan-siang-gratis-ala-prabowo-81928>
 12. Tempo.com. (2024, 5 Maret). Kronologi penetapan makan bergizi gratis yang semula Rp15.000 menjadi Rp10.000. <https://www.tempo.co>
 13. We Are Social & Kepios. (2024). 10 media online yang paling banyak digunakan warga Indonesia 2024. [DataIndonesia.id.https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/4b024acf115a988/10-media-online-yang-paling-banyak-digunakan-warga-indonesia-2024](https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/4b024acf115a988/10-media-online-yang-paling-banyak-digunakan-warga-indonesia-2024)