

**ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN COVID – 19
DI KUMPARAN.COM, KOMPAS.COM, TEMPO.CO DI ERA PANDEMI**

TESIS

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom)
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi*

OLEH :

**RAHMAT UTOMO
NPM : 1820040013**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2021**

ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN COVID - 19
DI KUMPARAN.COM, KOMPAS.COM, TEMPO.CO DI ERA PANDEMI

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 di Indonesia bukan hanya menjadi diskursus dalam ranah kesehatan, melainkan juga jadi sajian utama bagi media. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana media massa khususnya Kumparan.Com, Kompas.Com, Tempo.Co melakukan *framing* atas isu yang berkaitan dengan COVID-19, yang diterbitkan di laman Kumparan.Com, Kompas.Com, Tempo.Co. Adapun objek dalam penelitian ini adalah Kumparan.Com, Kompas.Com, Tempo.Co. yang bentuk pemberitaan disajikan secara online. Peneliti mengambil tiga berita dimasing-masing media dari rentang waktu bulan Januari – Maret 2020. Rentang waktu ini dipilih, untuk menunjukkan dinamika yang muncul dalam pemberitan media seiring *ekskalasi* krisis COVID-19 yang terus meningkat. Perangkat analisa yang dipakai adalah model analisis *framing* yang dikembangkan oleh Robert N. Entman. Dengan menggunakan perangkat analisa tersebut, maka bisa disimpulkan hasil penelitiannya adalah, Ketiga media ini lebih banyak mengutip rilis dan siaran pers hubungan masyarakat (humas) kepresidenan tanpa menambahinya dengan konteks yang memadai. Ketiganya memparafrase rilis pemerintah, dan ketiga media tersebut sama-sama mengandalkan narasumber tunggal dan menuliskan kebijakan dari pemerintah tanpa mengkritisnya. Ketiga media tersebut menyajikan pemberitan kepada hal-hal yang tidak signifikan dan substansial padahal seharusnya pemberitaanya bisa dialihkan untuk melakukan proses mitigasi terhadap krisis yang akan segera dihadapi.

Kata Kunci: analisis framing, media, COVID-19

**FRAMING ANALYSIS OF COVID - 19 NEWS
IN KUMPARAN. COM, KOMPAS.COM, TEMPO.CO IN PANDEMIC ERA**

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic in Indonesia is not only a discourse in the realm of health but also the main dish for the media. This study aims to analyze how the mass media, especially Kumparan.Com, Kompas.Com, Tempo.Co framing issues related to COVID-19, which are published on the Kumparan.Com, Kompas.Com, Tempo.Co pages. The objects in this research are Kumparan.Com, Kompas.Com, Tempo.Co. which is a form of online presentation. The researcher took three news stories in each media from January – March 2020. This time range was chosen to show the dynamics that emerged in media reporting as the COVID-19 crisis continued to escalate. The analytical tool used is the framing analysis model developed by Robert N. Entman. By using this analysis tool, it can be concluded that the results of the research are, These three media mostly quote presidential public relations (PR) press releases and press releases without adding to them with adequate context. All three paraphrase the government's release, and the three media both rely on a single source and write government policies without criticizing them. The three media present reports on things that are not significant and substantial, even though the news should be diverted to carry out the mitigation process for the crisis that will soon be faced.

Keywords: framing analysis, media, COVID-19

KATA PENGANTAR

Tiada kata yang paling mulia diucapkan selain puji dan syukur kepada Allah SWT karena berkat limpahan rahmat serta karunia-Nya yang senantiasa diberikan pada peneliti, sehingga bisa menyelesaikan penelitian tesis ini dengan judul “Analisis Framing Pemberitaan COVID-19 di Kumparan.Com, Kompas.Com, Tempo.Co)”. Shalawat serta salam atas junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarganya, para sahabatnya dan orang-orang yang mengikuti petunjuknya.

Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan tesis ini, secara khusus peneliti mengucapkan terima kasih kepada yang tercinta dan teristimewa kepada Ayahanda Nuriman dan Ibunda Sehati Br. Ginting selaku kedua orang tua peneliti, yang telah banyak memberikan dukungan serta doa yang tidak henti-hentinya dipanjatkan untuk peneliti dalam menyelesaikan tesis ini. Untuk kedua adikku, Hikmatun Khairiyah dan Bagus Akhiro terimakasih juga untuk dukungannya dan doanya

Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP
2. Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Bapak Dr. Syaiful Bahri, M.AP
3. Ibu Hj Rahmanita Ginting M.Sc.,Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi dan Pembimbing I Peneliti, yang telah

memberikan arahan serta bimbingan terhadap kemajuan tesis peneliti. Karena saran dan kritikan yang Ibu berikan sangat bermanfaat bagi peneliti.

4. Dr. Ribut Priadi, M.Si selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan serta bimbingan sehingga tesis ini dapat selesai. Karena saran dan kritikan yang bapak berikan sangat bermanfaat bagi peneliti.
5. Bapak/Ibu Staf Dosen program studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak memberikan ilmunya dalam mengajarkan materi kuliah kepada peneliti.
6. Kerabat, sahabat dan seluruh pihak yang telah membantu peneliti baik langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian tesis ini.

Peneliti berharap semoga segala dukungan dan doa yang telah diberikan dapat terbalaskan di masa yang akan datang. Semoga tesis ini memberi manfaat dan berguna bagi masyarakat dan almamater.

Medan, 10 September 2021
Peneliti

Rahmat Utomo
1820040013

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACKT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Pembatasan Masalah.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Jurnalisme Online	8
2.2.1 Karakteristik Jurnalisme Online	11
2.2.2 Perkembangan Jurnalisme Online	13
2.2.3 Etika Jurnalisme	15
2.2.4 Berita di Media Online	16
2.2 Jurnalisme di Masa Krisis.....	18
2.3 Pandemi COVID-19	24
2.4 Posisi Media di Era Pandemi.....	26
2.5 Analisis Framing.....	29
2.6 Konstruksi Berita	43
2.7 Kajian Penelitian Yang Relevan.....	50
2.8 Kerangka Berpikir	63
BAB III METOLOGI PENELITIAN	64
3.1 Metode Penelitian	64
3.2 Objek Penelitian	65
3.3 Unit Analisis	66
3.4 Teknik Pengumpulan Data	68
3.5 Teknik Analisis Data	69
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	70
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	73
4.1 Hasil Penelitian.....	73
4.1 Pembahasan	86

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	101
5.1 Simpulan.....	102
5.2 Saran	103
 DAFTAR PUSTAKA	 104
 LAMPIRAN	

Daftar Gambar

Gambar 2.2. Peran Media di Masa Krisis	28
Gambar 2.1. Model Hierarki Pengaruh Isi Media.....	50
Gambar 2.3. Kerangka Berpikir	64
Gambar 3.1. Proses Pemilihan Berita	67
Gambar 4.1. Logo Kumparan.....	77

Daftar Tabel

Tabel 3.1. Daftar Judul Berita Obyek Penelitian	67
Tabel 3.2. Dimensi Besar Framing Entman	70

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persoalan yang muncul akibat *Corona Virus* (COVID-19) bukan hanya berkaitan dengan medis, ekonomi, maupun politik. Virus mematikan ini juga melahirkan permasalahan berkaitan dengan komunikasi. Seperti halnya krisis pada umumnya, di mana salah satu ciri krisis adalah peningkatan informasi yang luar biasa begitu pula dengan COVID-19. (Hariyanti, 2009: 192)

Masyarakat selalu mencari tahu melalui media massa tentang perkembangan mengenai COVID-19 mulai dari *update* jumlah pasien yang positif COVID-19, jumlah yang meninggal, penanganan yang dilakukan tim medis dan pemerintah sejauh ini, kebijakan-kebijakan pemerintah terkait, hingga informasi-informasi yang sifatnya “ringan” seperti tips untuk mengusir kejenuhan saat bekerja dari rumah. Namun ada satu hal yang patut dijadikan perhatian bersama karena penyebaran penyakit COVID-19 juga diiringi dengan “penyakit” lain yang sama berbahayanya yaitu penyebaran berita bohong atau *hoaks*.

Berita bohong atau hoaks ini dipandang dapat mengarahkan publik terhadap tindakan yang salah, bahkan membahayakan kesehatan publik. Di Indonesia, Kementerian Komunikasi dan Informatika menyebutkan terdapat 568 konten informasi bohong soal COVID-19 dengan sebaran sejumlah 1.260 kasus, dalam kurun waktu dari 23 Januari 2020 hingga 21 April 2020. (Kompas, 22 April 2020 hal.2). COVID-19 terjadi di saat teknologi komunikasi berkembang sangat pesat. Dalam situasi krisis, teknologi komunikasi bagaikan pisau bermata dua : di

satu sisi bisa dimanfaatkan oleh otoritas atau pihak yang berwenang guna menyebarkan informasi secara cepat dan utuh, namun di sisi lain bisa membuat krisis semakin parah karena teknologi memungkinkan siapa pun bisa membuat dan/atau menyebarkan informasi apa pun.

Siapa pun di sini bisa pihak yang menyebarkan informasi yang salah karena tidak tahu, atau pihak yang sengaja membuat dan menyebarkan informasi yang salah untuk mengacaukan suasana. Dalam situasi krisis, media merupakan aktor yang paling menonjol dari yang terlibat dalam respon dan pemulihan krisis. Wartawan menjadi investigator, kritikus, juga pencatat sejarah dari sebuah bencana. Lewat pemberitaan mengenai bencana, media bisa mempengaruhi kebijakan publik. Selain itu, dalam konteks memerangi persebaran berita bohong, media massa memiliki kemampuan dan kewenangan untuk melakukan verifikasi. Itu sebabnya salah satu karakteristik yang menonjol dalam situasi krisis adalah ketergantungan masyarakat pada media massa menjadi semakin besar.

Masyarakat menggunakan media massa guna mengurangi ketidakpastian informasi seputar krisis (Hariyanti, 2009: 193), bahkan setelah adanya internet dengan perkembangan media sosialnya. Saat krisis terjadi, masyarakat ingin tahu banyak hal. Kebutuhan masyarakat akan berita bencana meningkat. Namun begitu, *performa* media massa di Indonesia dalam pemberitaan bencana masih belum ideal, karena media di Indonesia masih menunjukkan *euforia* dalam memberitakan bencana, dikemas sebagai kisah satir yang menghibur dengan menyajikan pemberitaan yang cenderung dramatis, traumatis, berisi kisah sedih

dan nestapa korban dengan dalih menumbuhkan solidaritas, padahal di balik itu ada potensi keuntungan yang dapat diraih media.

Media tidak konsisten mengawal bencana karena seiring berjalannya waktu, media akan menemukan tema besar baru untuk diberitakan (Nazaruddin, 2015: 79-82). Pun begitu dengan pemberitaan dalam COVID-19, media massa disinyalir menyebarkan berita yang sama bahayanya dengan hoaks, yakni pemberitaan yang dramatis, *provokatif*, melebih-lebihkan (*hiperbolis*), judul *clickbait*, isi yang tidak sesuai dengan konteks, hingga menggoreng isu untuk menjatuhkan pihak-pihak tertentu. Celakanya, praktek seperti itu terjadi di Indonesia di mana tingkat literasi informasi masyarakat masih minim, sehinggaberisiko menurunkan kesehatan dan berpotensi memicu kepanikan (Widiatmojo, 2020: 19-20; Yutanti, 2020: 235-237).

Salah satu bagian berita yang sering muncul dan dan paling mudah bergerak dalam krisis ini adalah jumlah kasus yang setiap harinya terus meningkat. Jumlah yang terus bertambah ini sudah jelas menarik perhatian publik. Jamaknya, tentu akan muncul beberapa pihak yang merasa berkepentingan dengan krisis yang terjadi. Persoalan muncul ketika pihak yang melibatkan diri dalam krisisini justru berusaha memanfaatkan suasana panik, bingung, tidak teratur dan tidak jelas. Hal ini biasa terjadi pada saat krisis berlangsung dengan munculnya tindak kejahatan atau jumlah korban yang meninggal meningkat secara signifikan, informasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan dan justru mengeruhkan suasana. Pada situasi krisis, pemanfaatan suasana akan semakin berkembang luas, baik dilakukan dengan kesengajaan tertentu atau justru muncul karena kondisi

laten dan ketidakberdayaan masyarakat. Pada suasana seperti ini, media mestinya tak lagi sekadar menghadirkan *reportase* langsung dan kemungkinan informasi atas dasar realitas psikis, namun semestinya hadir dengan keakurasian informasi atas dasar realitas sosial.

Pentingnya kebijakan, keakurasian serta kelayakan (*proper*) media dan pekerjaannya dalam menyajikan informasi krisis juga terasa pada waktu pasca-krisis. Karena isu yang berkembang di lingkungan sekitar krisis ini bukan saja terjadi di Indonesia tapi diseluruh dunia, dan kerap dikaitkan dengan masalah kesehatan, korban yang meninggal dan pandemik. Misalnya terhadap jenazah korban yang meninggal akibat krisis ini, kerap memunculkan ketakutan yang berujung pada ketidakefektifan penanganan krisis karena rasa takut yang tidak semestinya. Rasa takut pada hal-hal yang terkait dengan kematian tak wajar ini bukan tidak mungkin juga dimanfaatkan secara negatif oleh para pelaku kejahatan atau orang-orang yang tidak bertanggung jawab. Pada tataran ini media dapat menampilkan informasi yang lebih mengutamakan kesehatan dan menafikkan informasi yang hanya muncul karena mitos kematian tak wajar. Lebih praktis lagi, media mestinya tak berkilah kalau kecemasan masyarakat adalah suatu realitas sosial yang layak diinformasikan karena informasi seperti ini lebih bersifat kontra produktif dalam penanganan bencana (Goyet, 2000: 171-172).

Reputasi media dan pekerjaannya dalam suatu bencana yang terjadi dapat dipandang dari dua sisi. *Pertama*, media dan pekerja media mampu menghadirkan informasi yang dibutuhkan publik, meskipun kebijakan redaksional dalam pewartaan bencana sesungguhnya dapat diarahkan ke hal-hal yang lebih

memperbesar atensi publik pada korban bencana. *Kedua*, media berperan besar tak hanya dalam pewartaan bencana namun juga dalam aksi-aksi langsung penanganan krisis.

Pandemi COVID-19 membawa gelombang besar krisis bagi jurnalisme online di Indonesia. Dari mulai pernyataan-pernyataan meremehkan skala krisis yang dari para pejabat yang terus direproduksi media, *misinformasi*, dan *rasisme* di awal krisis yang diberi ruang lebar, sampai proyeksi kepanikan ketika pertama kali ditemukan pasien positif COVID-19 di Indonesia. Berbagai problem tersebut mendominasi isi berita jurnal media online di Indonesia.

Oleh karena itu, jurnalisme media online memiliki peran yang sedemikian signifikan untuk mengalirkan arus yang terverifikasi sehingga bisa membantu publik untuk melalui masa-masa krisis dengan informasi yang memadai. Karena itu, penting untuk melihat bagaimana peran yang dilakukan oleh media-media di masa krisis. Sebabnya, liputan-liputan jurnalistik selalu menjadi pedang bermata dua. Jika media menampilkan informasi dengan akurat dan terverifikasi, ia menjadi modal berharga bagi publik.

Namun ketika media menampilkan berita-berita di masa krisis dengan unsur dramatisasi yang berlebihan dan lepas dari substansi yang penting, maka ia bisa menggriring publik apa yang oleh Moeller (1999) disebut sebagai *compassion fatigue*. Ini adalah kondisi dimana dramatisasi berlebihan yang dilakukan oleh mediatan terus-menerus justru bisa membuat publik bebal. Akibatnya, banyak yang kemudian bersikap acuh tak acuh terhadap pemberitaan COVID-19.

Latar belakang tersebut mengantarkan pada pertanyaan: Bagaimana cara media-media di Indonesia memberitakan wabah COVID-19 dan apa yang menjadi fokus utama media selama masa krisis tersebut, penelitian ini akan menganalisis atas pemberitaan di tiga media online yaitu : Kumparan.com, Kompas.com, dan Tempo.co. Ketiga media tersebut dipilih karena mendapatkan penghargaan bidang penanggulangan bencana dari BNPB (Badan Nasional Penanggulangan Bencana) sebagai media yang mendukung penanganan pandemi COVID-19. Tentunya bisa memberikan gambaran tentang dinamika yang terjadi dan sekaligus juga afiliasi politik kepemilikan media yang mempunyai peran penting menentukan bagaimana fokus dan narasi-narasi berita selama masa krisis ini diarahkan. Peneliti mengambil tiga berita dimasing-masing media dari rentang waktu bulan Januari – Maret 2020. Rentang waktu ini dipilih untuk menunjukkan dinamika yang muncul dalam pemberitan media seiring eskalasi krisis COVID-19 yang meningkat.

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian dalam latar belakang tersebut di atas, permasalahan yang perlu dikaji adalah : Bagaimana Kumparan.Com, Kompas.Com dan Tempo.Co membingkai berita COVID-19 di era pandemi dengan *analisis framing* model Robert N. Entman.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah : menganalisis, bagaimana Kumparan.Com, Kompas.Com dan Tempo.Co membingkai berita pandemi COVID -19.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini nantinya diharapkan mampu bermanfaat bagi kehidupan masyarakat baik secara teoritis, akademis dan praktis.

1. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat memperkaya kajian jurnalisme dan *analisis framing* serta referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Secara Akademik

Penelitian ini dapat menambah rujukan dalam membentuk strategi-strategi komunikasi khususnya dalam kerja-kerja jurnalisme dan *framing* berita.

3. Secara Praktis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan pembaca. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat dalam menerima setiap informasi berita yang ditulis media online. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dijadikan masukan sebagai acuan perbaikan guna pemberitaan pada masa krisis.

1.5. Pembatasan Masalah

Untuk mempermudah dan mempersempit lingkup masalah, sehingga tidak mengaburkan penelitian maka batasan masalah yang diteliti sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya ditujukan untuk menganalisis atas pemberitaan di tiga media online yaitu : Kumparan.Com, Kompas.Com, Dan Tempo.Co.
2. Penelitian ini dilakukan di kota Medan
3. Pemberitaan di tiga media (Kumparan.Com, Kompas.Com, Tempo.Co) pada Januari – Maret 2020.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Jurnalisme Online

Era global bisa dibilang memberikan pengaruh pada semua bidang kehidupan manusia tak terkecuali jurnalisme. Munculnya internet memunculkan julukan baru bagi media senior-nya yaitu televisi, radio, media cetak sebagai traditional media. Ini berarti bertambahlah *channel* bagi para jurnalis untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat yaitu internet yang disebut sebagai *the new media* yang menurut Denis McQuail (2000) lebih interaktif dan memberikan otonomi kepada *user* untuk menjadi *audience* aktif, bahkan secara pada keadaan tertentu, *audience* memiliki posisi 'sejajar' dengan jurnalis.

Pengaruh *the new media* terlihat dari perubahan *channel* informasi dari media tradisional menjadi online media. Selain itu juga munculnya konsep *citizen media* yang mendapat tanggapan *sceptis* dan optimis dari *mainstream* (arus utama) media. Saat ini semua media tradisional di Indonesia sedang berlomba membuat *versi online* seiring dengan perkembangan jumlah pemakai internet di Indonesia, dimana saat ini sudah mencapai 25% dari total penduduk Indonesia (Tempo, edisi 2009). Ini artinya dunia jurnalistik di Indonesia sedang memasuki era baru globalisasi informasi.

Jurnalisme online adalah praktek jurnalistik yang menggunakan channel internet. Jurnalisme online bisa jadi dilaksanakan oleh jurnalis profesional yang bekerja di sebuah situs berita formal dan bisa juga di lakukan oleh jurnaliswarga yang menulis di blognya (hasfi,N 2010 :2).

Sedangkan menurut Pavlik J (dalam Aryani,2011 : 27) jurnalisme online ialah jurnalisme yang mengintegrasikan tiga fitur komunikasi yang unik: kemampuan-kemampuan multimedia berdasarkan *platform* digital, kualitas-kualitas interaktif, komunikasi-komunikasi online, dan fitur-fitur yang ditatanya.

Dari dua pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa jurnalisme online merupakan kegiatan mengumpulkan menulis, mengedit dan menerbitkan berita dan disebarakan ke publik melalui internet (*online*) dengan fitur-fitur multimedia yang berbasis digital.

Bermunculannya berita melalui internet kemudian disebut *weblog* atau *blog* yang bisa dibuat oleh siapapun menandakan munculnya jurnalisme online,teknologi digitalisasi membuat informasi dapat diakses siapapun kapan pun dan dimanapun bagi mereka yang membutuhkannya, tentu saja secara langsung. (Aryani,2011:31).

Menurut Paul Bradshaw ada lima prinsip dasar jurnalistik online, yang disingkat dengan BASIC, yaitu *Brevity-Adaptability-Scannability-Interactivity-Community*. Lebih jelasnya sebagai berikut:

1. *Brevety* (Ringkas)

Tulisan harus dibuat seringkas mungkin, tidak panjang dan bertele-tele. Sebaiknya tulisan panjang, diringkas menjadi beberapa tulisan pendek agar dapat dibaca dan dipahami dengan cepat. Istilah umumnya, *Keep It Short and Simple (kiss)*.

2. *Adaptability* (mampu beradaptasi)

Dalam menyajikan berita/informasi, jurnalis harus bisa beradaptasi dengan perkembangan teknologi di bidang komunikasi. Jadi bukan hanya menulis berita, jurnalis juga dituntut untuk mampu menyajikan berita dengan keragaman cara penyajian. Bukan hanya tulisan, tapi juga disertai dengan gambar, atau bisa juga disajikan dalam format video atau suara. Jurnalis harus mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan preferensi pembaca.

3. *Scannability* (dapat dipindai)

Situs/laman *web* jurnalisme dituntut untuk memiliki sifat dapat dipindai, untuk memudahkan pembaca. Sebab sebagian besar pengguna situs tersebut melakukan pencarian secara spesifik, dengan memindai halaman *web*. Pembaca akan mencari informasi utama, *subheading*, *link*, dan lain-lain untuk membantu menavigasi *text*, sehingga tidak perlu melihat monitor dalam waktu yang lama. Oleh sebab itu penentuan judul berita sangat penting dalam menarik minat pembaca, terutama dua kata pertama pada judul.

4. *Interactivity* (interaktivitas)

Pembaca dibiarkan menjadi pengguna, dalam artian memberikan keleluasaan pada pembaca untuk memberikan tanggapan, atau komunikasi lainnya pada jurnalis melalui laman situs tersebut. Dengan begitu pembaca akan merasa bahwa dirinya dilibatkan dan dihargai, sehingga mereka semakin merasa senang membaca situs tersebut.

5. *Community and Conversation* (komunitas dan percakapan)

Pembaca media online tidak hanya bersifat pasif dalam membaca berita, seperti ketika membaca berita pada Koran atau televisi. Sebab media Online memungkinkan pengguna untuk melakukan percakapan-percakapan pendek untuk menanggapi isi berita, misalnya melalui kolom komentar. Sebagai timbal baliknya, jurnalis juga harus menanggapi interaksi dari pembaca tersebut, sehingga tercipta komunitas dan percakapan didalamnya.

2.2.1 Karakteristik Jurnalisme Online

Media *online* memiliki banyak perbedaan dibandingkan dengan media cetak dan elektronik, sehingga jurnalistik online memiliki karakteristik tersendiri yang membedakannya dengan jurnalisme konvensional. Berikut beberapa karakteristik jurnalisme *online* :

1. *Audience Control* (Mengawasi Pembaca)

Dalam jurnalistik *online*, *audiens* (pembaca, pengguna, atau pengunjung situs) diberi keleluasaan untuk memilih berita/informasi yang diinginkannya sendiri. Dengan begitu *audiens* dapat terlibat langsung untuk menentukan urutan bacaan dari mana lalu ke bacaan mana. Dari topik mana ke topik mana, bahkan loncat tahun. *Audiens* tidak hanya pasif menerima struktur/urutan berita dari penerbit seperti pada media konvensional.

2. *Immediacy* (Kesegeraan)

Dalam jurnalistik *online*, setiap kali berita di posting, maka berita itu akan langsung bisa diakses, dibaca oleh *audiens* dari seluruh dunia. Waktu yang diperlukan untuk menyampaikan berita tersebut jauh lebih cepat dibandingkan

media konvensional yang memerlukan proses pencetakan dan pengiriman seperti koran. Informasi/berita tersebut juga dapat langsung diakses oleh penggunanya, tanpa perlu perantara pihak ketiga.

3. *Multimedia Capability* (Kemampuan Multimedia)

Media *online* memungkinkan jurnalis menggunakan berbagai cara dalam penyajian berita. Berita dapat disajikan dalam bentuk teks, suara, gambar, video, atau komponen lainnya sekaligus.

4. *Nonlienarity* (Ketidakberpihakan)

Berita-berita yang disajikan oleh jurnalistik online bersifat *independen*. Setiap berita dapat berdiri sendiri, sehingga audiens tidak harus membaca seluruh rangkaian berita secara berurutan untuk dapat memahami isi berita.

5. *Storage and Retrieval* (Kemampuan Penyimpanan)

Media online memungkinkan karya para jurnalis online tersimpan secara “abadi” sehingga *audiens* dapat dengan mudah diakses kembali kapanpun *audiens* mau. Jika ingin, audiens juga dapat menyimpannya sendiri.

6. *Unlimited Space* (Ruangan tidak Terbatas)

Dalam jurnalistik online, ruang bukan masalah. Halaman (*page*) tempat Informasi/berita disajikan tak terbatas ukuran serta jumlah, sehingga artikel dapat dibuat sepanjang dan selengkap mungkin untuk memenuhi kebutuhan pengguna.

7. *Interactivity*(Interaktif)

Jurnalistik online memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara audiens dengan berita/ informasi yang dibaca, termasuk juga redaksi (wartawan), seperti melalui kolom komentar atau sosial media.

2.2.2 Perkembangan Jurnalisme Online

Perkembangan jurnalisme *online* menurut Jim Hall (dalam Hasfi,2010:4) mengatakan bahwa tidak dapat di pungkiri akan menggeser media tradisional. Jim mengatakan bahwa terdapat hubungan erat antara media tradisional dengan internet, sehingga terbentuklah media online. Media online menurut pendapat Vini Winarti (dalam Febriady, 2015:63) adalah website/situs yang difungsikan sebagai media komunikasi elektronik yang tidak terikat ruang dan waktu dengan tujuan untuk memberikan informasi aktual yang dapat diakses oleh publik secara *in real time*.

Di Amerika tempat kelahiran media online, memperlihatkan indikasi jelas keruntuhan media tradisional dalam hal ini media cetak akibat adanya media baru tersebut. Berdasarkan sumber dari Majalah mingguan Tempo edisi 5 April 2009, media cetak besar di AS diantaranya *Chicago Tribune*, *Philadelphia Inquirer* dan *Post-intelligencer* memutuskan untuk menerbitkan versi *online* saja. Hal ini disebabkan karena 40 persen warga AS sudah menggunakan media *online* untuk mengakses berita (Hasfi N, 2010:4-5).

Kemunculan inilah yang menyebabkan pada pertengahan1990-an hampir semua media nasional di seluruh dunia mulai membuat *versi online*. Pada tanggal 17 Januari 1998 disebut-sebut sebagai tonggak sejarah kelahiran jurnalistik online, yaitu ketika Mark Druge, berbekal sebuah *laptop* dan *modem*, mempublikasikan kisah perselingkuhan Preseiden Amerika Serikat, Bill Clinton, dengan Monica Lewinsky (*Monicagate*) di *website Druge Report*, setelah majalah *Newsweek* dikabarkan menolak memuat kisah skandal seks hasil investigasi Michael Isikoff

itu. Semua orang yang mengakses internet segera mengetahui riincian cerita “*Monicagate*” yang juga dikenal dengan sebutan “*Monica Scandal*” dan “*Sexgate*” itu.

Dua tahun kemudian atau awal tahun 2000-an, muncullah situs-situs pribadi yang menampilkan laporan jurnalistik pemiliknya yang kini dikenal dengan *website blog*, *weblog*, atau *blog* saja. Selain di Amerika maupun di negara-negara asing lainnya, di Indonesia sendiri saat ini bisa dibilang semua media tradisional besar di Indonesia sudah memiliki *versi online* (Hasfi N, 2010 :4).

Situs berita online yang cukup besar diantaranya *kompas.com*, *liputan6.com*, *media indonesia.com*, *suaramerdeka.com*, *tvone.com*, dan lain-lain. Sementara portal atau situs informasi, hiburan dan berita yang tidak ada kaitannya dengan media tradisional juga bisa eksis di Indonesia diantaranya *detik.com*, *kompas.com*, *kumparan.com* dan *tempo.co* (Hasfi N, 2010 : 4)

Kemunculan dan perkembangan jurnalistik *online* di Indonesia juga dimulai dengan berita menggegerkan, yaitu berakhirnya era pemerintahan Orde Baru saat Soeharto mengundurkan diri pada 21 Mei 1998. Berita pengunduran diri Soeharto tersebar luas melalui *milist (mailing list)* yang sudah dikenal luas di kalangan aktivis demokrasi dan mahasiswa. Setelah itu, seiring “*euforia reformasi*”, beragam media online pun hadir, seperti *detik.com*, *bidik.com*, *mandiri-online.com*, dan *berpolitik.com* yang disebut-sebut sebagai “pioner jurnalistik online di indonesia”, diikuti kehadiran tiga situs besar, *Astaga.com*, *Satunet.com*, dan *kafeGaul.com*.

Dari sejarah tersebut juga dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi masa kini dapat memudahkan akses bagi seseorang untuk mendapatkan informasi. Tidak perlu menunggu waktu terbit seperti halnya dalam media tradisional (koran, dan lain-lain) cukup dengan mengakses internet atau mengklik salah satu website yang di tuju informasi dapat dengan mudah dan cepat di peroleh.

2.2.3 Etika Jurnalisme

Etika jurnalisme merupakan suatu aturan atau kaidah-kaidah yang mengatur suatu media dalam mempublikasikan suatu sajian program, berita atau informasi. Sumber etika jurnalistik berupa kesadaran moral yaitu pengetahuan tentang baik dan buruk, benar dan salah, tepat dan tidak tepat bagi orang-orang yang terlibat dalam kegiatan jurnalistik (Andrianto, 2007).

Dalam pasal 7 Ayat (2) UU Pers mengatakan bahwa wartawan memiliki dan menaati Kode Etik Jurnalistik. Dalam penjelasan resmi tersebut yang dimaksud dengan Kode Etik Jurnalistik adalah kode etik yang disepakati organisasi wartawan dan ditetapkan oleh Dewan Pers. Dewan pers merupakan lembaga independen yang dibentuk untuk melindungi kemerdekaan pers dan meningkatkan kualitas kehidupan pers berdasarkan UU No. 40 Tahun 1999 tentang pers

Untuk menjamin kemerdekaan pers dan memenuhi hak publik untuk memperoleh informasi yang benar, wartawan Indonesia memerlukan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas serta profesionalisme. Atas dasar itu, wartawan

Indonesia menetapkan dan menaati Kode Etik Jurnalistik. Ditetapkan oleh Dewan Pers yang tertuang dalam 11 pasal (Kode Etik Jurnalistik Dewan Pers).

Penilaian akhir atas pelanggaran kode etik jurnalistik dilakukan Dewan Pers. Sanksi atas pelanggaran kode etik jurnalistik dilakukan oleh organisasi wartawan atau perusahaan pers. Kode etik wartawan Indonesia pertama kali dikeluarkan oleh Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) sebagai himpunan etika profesi kewartawanan, karena selain dibatasi oleh ketentuan hukum dalam UU Pers Nomor 40 Tahun 1999, wartawan juga harus berpegang kepada kode etik jurnalistik agar wartawan dapat bertanggung jawab dalam menjalankan profesinya untuk menyajikan dan mencari informasi.

2.2.4 Berita di Media Online

Berita merupakan laporan terkini tentang fakta atau pendapat yang penting atau menarik bagi khalayak dan disebarluaskan melalui media massa (Josef, 2009:22). Dengan hadirnya media *online*, saat ini berita dapat disajikan melalui internet dalam bentuk berita media *online* yang merupakan produksi dari jurnalistik *online*.

Berita online merupakan laporan mengenai suatu peristiwa yang dikemas oleh media sebagai sarannya yang berisi mengenai sebuah peristiwa atau kejadian yang akan dipublikasikan dalam bentuk berita. Berita online hadir sebagai pengemasan berita melalui media online tanpa mengubah berita itu sendiri. Berita Online (*online news*) adalah tahap penting bagi konvergensi media (*media convergence*). Berita online memiliki potensi untuk memanfaatkan berbagai fitur baru dari dunia pencampuran komunikasi media digital, di

antaranya audio, video, animasi, dan peningkatan kontrol pengguna (*user control*). (Salwen, M.B., Garrison, B. & Driscoll, P.D. (2005)

Dalam mengukur kredibilitas sumber berita pada media online menurut Flanagin dan Metzger pada buku *Perceptions of Internet Information Credibility*, menjelaskan bahwa media konvensional menjalani proses verifikasi serta melakukan cek dan ricek terlebih dahulu sebelum sampai kepada publik, namun tidak selalu dengan media berbasis internet yang melakukan langkah-langkah proses verifikasi tersebut. Flanagin dan Metzger menggunakan konsep multidimensional untuk mengukur kredibilitas, yaitu dapat dipercaya (*believability*), akurasi (*accuracy*), bias, dan kelengkapan berita (*completeness*) (Flanagin dan Metzger, 2000:516)

2.2. Jurnalisme di Masa Krisis

Pada situasi yang sarat ketidakpastian seperti krisis COVID-19, jurnalisme tetap harus berfungsi sebagai “anjing menggonggong” kesegala pihak. Pers mendorong pemerintah agar membuat kebijakan yang berbasis fakta, data lapangan, sains, sekaligus berpihak pada kepentingan publik maupun kelompok rentan.

Tantangan jurnalisme krisis COVID-19 menjadi semakin berat manakala pemerintah tidak siap dalam merespons krisis. Krisis kepemimpinan dan kesemruwatan birokrasi negara saat ini menambah beban jurnalis dalam mengawasi intervensi pemerintah terhadap penanganan klinis COVID-19 maupun dampak turunannya. Lalu pers juga perlu meningkatkan kesadaran masyarakat

tentang resiko pandemik, membuka kelemahan intervensi pemerintah, mengurangi kepanikan dan membantu menumbuhkan solidaritas sosial positif.

Pada fase krisis, jurnalisisme berupaya tetap kritis dengan menuntut keterbukaan pemerintah. Meski demikian, masih terdapat instruksi pers yang tergantung pada sumber-sumber dan menumpulkan kritisisme. Akibatnya, pers terjebak dalam narasi dan agenda pemerintah. Kritisisme itu juga harus diarahkan ke artikel-artikel ilmiah dan komunitas sains, baik dari segi substansi maupun motif dibalik penelitian. Sebab, menjaga *independensi* pers, pers tidak bergantung pada pihak manapun secara ekonomi dan politik, hal ini akan meningkatkan mutu kritik pers.

Pada dimensi akurasi dan kemendalaman, prinsip verifikasi informasi harus dipertahankan di tengah meningkatnya tuntutan *audiens* dan kompetisi antar media. Berita-berita episodik rentan mendapatkan verifikasi yang lemah. Padahal, pada era dimana ‘kepakaran’ dapat diciptakan secara instan melalui media online dan media sosial jurnalis rawan mengutip sosok-sosok yang kompetensinya tidak divalidasi oleh sejawat ilmuwan.

Selain berita-berita *episodic* yang akurat, *audiens* membutuhkan berita-berita tematik yang sarat dengan analisis hubungan antar peristiwa. Berita-berita mendalam mengenai krisis akan membantu *audiens* mengenai persoalan struktural yang membuat masalah pandemi masih berlanjut atau mengupas kemungkinan solusi yang dapat ditempuh bersama-sama.

Jurnalisisme krisis dapat mengupas persoalan-persoalan klinis maupun sistem layanan kesehatan untuk menangani COVID-19, maupun dampak turunan

terutama pada sisi sosial dan ekonomi yang dialami kelompok-kelompok rentan di masyarakat. Hal ini juga terkait dengan membela kepentingan publik dan kelompok rentan. Krisis ini jangan sampai menimbulkan rentetan krisis yang baru. Oleh karena itu, berita-berita positif seperti kekuatan solidaritas masyarakat, upaya *progresif* pemerintah mencegah gelombang kemiskinan baru, dan kesembuhan membantu memberikan harapan.

Pada situasi krisis, pers menjadi institusi yang semakin dibutuhkan pemerintah, warga, dan institusi-institusi lainnya untuk mempertukarkan informasi krisis dan resiko maupun tindakan-tindakan mitigasinya. Tujuan utama jurnalis dalam situasi krisis kesehatan masyarakat ialah membantu mengoptimalkan tujuan-tujuan kesehatan publik dalam ketidakpastian. Untuk mencapai tujuan tersebut, jurnalis melaksanakan 3 (tiga) fungsi. *Pertama*, menyediakan informasi akurat tentang penyakit tersebut kepada publik, komunitas, medis dan sains serta para pemangku kebijakan. *Kedua*, bertindak sebagai penyampai informasi multi arah antara publik-pemerintah dan pemerintah-sains, dan pemerintah serta lembaga lokal-internasional. *Terakhir*, mengawasi pemerintah dan institusi-institusi terkait merespon peristiwa-peristiwa tertentu terkait krisis, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Media massa jelas memiliki peran besar dan beragam dengan kondisi masyarakat yang tengah berada di situasi seperti ini. Apa yang disampaikan media massa sudah pasti berpedoman pada kaidah jurnalistik yang berlaku juga sesuai dengan prinsip jurnalisme. Namun, media juga memiliki peran penting dalam memberikan sesuatu yang penting dan patut dipikirkan oleh masyarakat.

Media bukan mempengaruhi pikiran masyarakat tetapi memberikan isu yang harus dipikirkan. Dengan begitu, masyarakat akan menilai bahwa apa yang dianggap penting oleh media adalah hal yang juga harus dipikirkan atau setidaknya memengaruhi persepsi masyarakat terkait isu tersebut.

Hal ini sesuai dengan *Agenda Setting Theory* yang menggambarkan pengaruh media di mana inti teori ini adalah pembentukan kepedulian dan perhatian masyarakat terkait isu yang ditampilkan. Dalam Undang-undang nomor tahun 1999 tentang Pers, pada pasal 1 disebutkan bahwa pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya, dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.

Salah satu bagian yang paling mudah bergerak dalam wabah ini adalah jumlah kasus yang terus meningkat setiap harinya. Jumlah yang terus bertambah ini sudah jelas menarik perhatian publik, tetapi juga penting untuk mengomunikasikan cerita dibalik angka-angka tersebut, apa yang akan dilakukan negara untuk merespon penyakit ini dan apa yang dapat dilakukan individu, juga memastikan cerita ini memiliki informasi yang dapat ditindaklanjuti, agar masyarakat dapat percaya. Masyarakat akan merasa lebih lega dan nyaman saat informasi terkait isu ini jelas dan transparan.

Awalnya wabah COVID-19 ini hanya berdampak pada bidang kesehatan dan sains saja. Namun, setelah penyebarannya terjadi secara global penyakit baru ini

mulai memengaruhi berbagai bidang lain seperti pariwisata dan perjalanan ekonomi dan bisnis bahkan olahraga. Adapun kasus dari dampak wabah ini antara lain pembatasan perjalanan yang diberlakukan sebagian besar negara guna menghindari penyebaran wabah, ketakutan akan pasar saham yang bisa saja turun kapan saja, sampai potensi pembatalan Olimpiada Tokyo 2020.

Kejadian-kejadian tidak terduga ini menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi jurnalis dan perusahaan media. Banyak jurnalis yang sekarang meliput, harus belajar tentang wabah COVID-19 ini, karena adanya potensi kesalahan informasi secara tidak sengaja yang berujung menyesatkan masyarakat luas.

Masalah yang sedang dihadapi banyak media saat ini adalah penyebaran informasi yang salah. Hal ini sering dan masih banyak terjadi, tidak hanya di bidang kesehatan dan sains, tetapi juga di bidang politik atau pun bidang-bidang lainnya. Banyak teori beredar tentang SARS-CoV-2 menyatakan bahwa virus ini merupakan rekayasa di laboratorium sebagai agen *bioterrorisme* atau disebabkan oleh jaringan seluler 5G, padahal kenyataan lapangan belum atau bahkan tidak ada kaitanya dengan teori-teori tersebut. Selain banyaknya teori-teori yang beredar, ada juga banyak oknum yang memanfaatkan momen ini untuk melakukan kecurangan, seperti mempromosikan obat COVID-19 palsu dengan harga tertentu atau menjual *sanitizer* dan masker dengan harga berkali-kali lipat lebih mahal dari harga normal.

Tantangan lain yang harus dihadapi adalah menghindari stigma. Di awal penyebaran wabah COVID-19 sebelum penyakit ini resmi diberi nama tersebut tidak sedikit pihak yang menyebut virus ini sebagai 'virus Wuhan'. Secara tidak langsung, kata-kata ini memiliki kecenderungan menstigmasi individu yang berada di wilayah

tersebut. Yang lebih parahnya lagi, hal ini bisa memengaruhi hubungan orang-orang dari etnis tersebut, bahkan dapat memicu ketakutan dan *xenophobia*. (*red, xenophobia adalah ketidaksukaan atau ketakutan terhadap orang-orang dari Negara lain atau orang yang dianggap asing. Sumber : Wikipedia*).

Sementara pada Pasal 3 disebutkan bahwa pers nasional mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan dan kontrol social, serta pers nasional dapat berfungsi sebagai lembaga ekonomi. Sedangkan dalam pasal 6 disebutkan bahwa pers nasional melaksanakan peranannya untuk memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui; menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi, mendorong tewujudnya supremasi hukum, dan Hak Asasi Manusia (HAM) serta menghormat kebhinekaan, mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat akurat dan benar, melakukan pengawasan, kritik, koreksi dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum; memperjuangkan keadilan dan kebenaran.

Media massa memiliki beragam peran dan fungsi dalam berbagai aspek kehidupan yang merupakan bentuk alat komunikasi massa yang didefinisikan sebagai proses menyampaikan dan bertukar informasi kepada khalayak secara luas dan beragam, dalam upaya mempengaruhi dengan berbagai cara.

Hingga saat ini, media massa menjadi kebutuhan dalam kehidupan manusia. Informasi dan isu yang sedang ramai dibicarakan bisa didapatkan di sini dengan mudah, khususnya melalui media *siber*, hanya perlu mengetik kata kunci tentang suatu isu dalam waktu beberapa detik beragam informasi akan ditampilkan. Tanpa adanya media massa masyarakat tidak akan pernah tahu seberapa menakutkan wabah baru yang misterius ini, masyarakat tidak akan pernah tahu perkembangan

dari kasus diberbagai negara di dunia, masyarakat tidak akan pernah tahu upaya penanggulangan atau cara untuk sekadar menjauhkan diri agar tidak tertular. Tanpa adanya media massa, dari mana masyarakat akan tahu berapa puluh ribu kasus yang bertambah, berapa juta kasus yang masuk, berapa ratus ribu orang yang telah sembuh atau bahkan berapa ratus ribu orang yang meninggal karena wabah ini.

Dengan ini media massa punya peran besar dan beragam bagi masyarakat, oleh karena itu wartawan, jurnalis, dan perusahaan media harus memanfaatkan ini dengan sebaik-baiknya. Hal ini bisa dilakukan dengan membuat lalu menyebarkan berita yang dapat dipertanggungjawabkan, sesuai fakta dan tidak menyesatkan. Masyarakat yang menggunakan juga diharuskan tetap berhati-hati dalam memilih berita dengan tidak mudah percaya pada berita yang belum tentu benar faktanya dan dengan memberikan tanggapan positif pada setiap isu yang dibicarakan.

2.3. Pandemi COVID-19

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) secara khusus menggunakan pandemi untuk merujuk pada penyakit baru yang orang tidak miliki kekebalannya dan yang telah menyebar ke seluruh dunia. Pandemi adalah penyakit yang lazim di seluruh negara, benua, atau seluruh dunia. Pandemi adalah epidemi yang telah menyebar di wilayah yang luas.

Mengenai COVID-19 WHO telah menyatakannya sebagai pandemi. Status ini diumumkan langsung oleh Direktur Jenderal WHO Tedros Ghebreyesus di Jenewa, Swiss pada 11 Maret 2020.

Pandemi corona di Indonesia sendiri merupakan bagian dari pandemi corona virus, yang sedang berlangsung di seluruh dunia. Penyakit ini disebabkan

oleh *coronavirus sindrom* pernapasan akut berat 2 (SARS-CoV-2).

Kasus positif COVID-19 di Indonesia pertama kali dideteksi pada tanggal 2 Maret 2020, ketika dua orang terkonfirmasi tertular dari seorang warga negara Jepang. Pada tanggal 9 April, pandemi sudah menyebar ke 34 provinsi dengan Jakarta, Jawa Barat dan Jawa Tengah sebagai provinsi paling terpapar SARS-CoV-2 di Indonesia.

Sampai tanggal 26 September 2021, Indonesia telah melaporkan 4.208.013 kasus positif menempati peringkat pertama terbanyak di Asia Tenggara. Dalam hal angka kematian, Indonesia menempati peringkat ketiga terbanyak di Asia dengan 141.467 kematian.

Namun, angka kematian diperkirakan jauh lebih tinggi dari data yang dilaporkan lantaran tidak dihitungnya kasus kematian dengan gejala Covid-19 akut yang belum dikonfirmasi atau dites. Sementara itu, diumumkan 4.023.777 orang telah sembuh, menyisakan 42.769 kasus yang sedang dirawat. Pemerintah Indonesia telah menguji 25.411.647 orang dari total 269 juta penduduk, yang berarti hanya sekitar 94.256 orang per satu juta penduduk.

Sebagai tanggapan terhadap pandemi, beberapa wilayah telah memberlakukan pembatasan sosial bersekala besar (PSBB) pada tahun 2020. Kebijakan ini diganti dengan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) pada tahun 2021 hingga sampai sekarang.

2.4 Posisi Media di Era Pandemi COVID-19

Untuk memahami peran dan posisi media di masa krisis, penelitian ini meminjam pemikiran Barbara Reynolds dan Matthew W. Seeger (2005) yang merumuskan *Crisis and Emergency Risk Communication* (CERC). Meskipun CERC fokus kepada proses komunikasi krisis secara umum, elemen - elemen yang ada di dalamnya relevan digunakan untuk membedah posisi jurnalisme selama masa krisis. Seperti disebutkan oleh Reynolds dan Seeger (2005), ada lima elemen dalam CERC, yaitu :

Pertama, pre-crisis. Sebelum krisis, komunikasi krisis mesti diarahkan pada upaya-upaya untuk menyiapkan publik mengenai apa yang akan terjadi atau dengan kata lain melakukan upaya mitigasi. Dalam konteks jurnalisme, pemberitaan sebelum terjadi krisis yang terprediksi.

Kedua, initial event. Di awal krisis, komunikasi krisiss sudah siap dengan situasi yang berubah dengan cepat. Artinya, pemahaman akan skala krisis yang sudah datang akan memberikan pemahaman kepada publik posisi kita sudah ada dimana dalam situasi krisis. Berita-berita di media juga punya peran yang serupa melakukan dengan meletakkan kejadian awal ini dalam konteks yang relevan, tidak membesar-besarkan dan tidak meremehkan. Dengan begitu publik bisa memasuki masa krisis dengan berpegang pada informasi yang akurat.

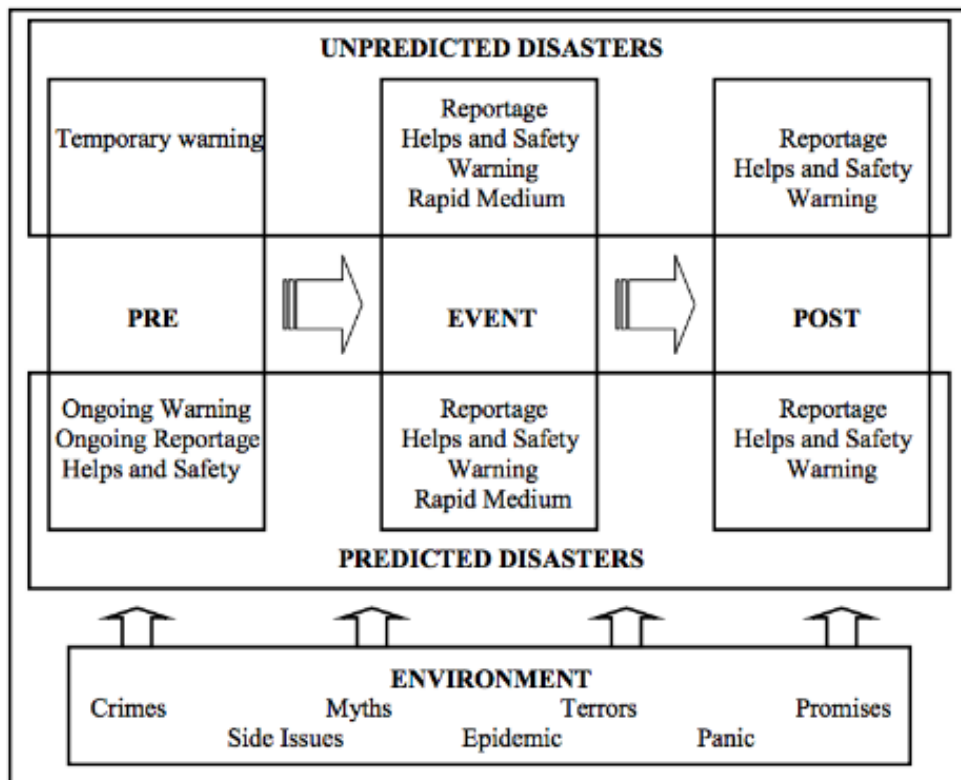
Ketiga maintenance, selama krisis berlangsung, komunikasi krisis diarahkan pada mode krisis, mengidentifikasi kondisi yang sedang terjadi saat ini dan mulai memikirkan strategi alternatif mengenai banyak hal. Media punya

peran serupa khususnya dalam mengawasi proses kebijakan publik yang diambil di masa krisis yang ada.

Keempat, resolution. Resolusi ini pada dasarnya merujuk pada proses komunikasi krisis yang mesti dilakukan jika sudah diketahui atau setidaknya bisa diprediksi kapan krisis yang ada akan berakhir. Kepastian ini biasanya lebih mudah apabila krisis yang dihadapi misalnya seperti bencana alam yang jelas kapan berakhirnya. Kejelasan itu yang memungkinkan penilaian terhadap dampak apa yang akan dihadapi ketika krisis berakhir, misalnya saja seperti resesi ekonomi. Media punya peran yang serupa, mengidentifikasi dampak yang mungkin ditimbulkan oleh krisis yang ada dan apa yang akan terjadi sesudah krisis berakhir termasuk proses *recovery* yang dibutuhkan.

Kelima, evaluation. Evaluasi merujuk pada proses komunikasi krisis tepat ketika krisis sudah berakhir. Di proses ini, poin paling pentingnya terletak pada pelajaran apa yang bisa diambil dari krisis yang baru saja lewat. Dengan mengambil pelajaran dari apa yang positif dan negatif, krisis yang mungkin terjadi dimasa depan sangat mungkin diantisipasi dengan lebih baik. Melalui pemberitaannya, media punya peran untuk mendokumentasikan *timeline* krisis yang ada dan dengan begitu bisa digunakan sebagai pengingat untuk masa depan.

Selain lima elemen yang dijelaskan Reynolds dan Seeger (2005). Upaya untuk memahami peran media dalam masa krisis juga bisa dilihat dalam bagan berikut :



Gambar 2.2
Peran Media di Masa Krisis
(Reynolds dan Seeger, 2005)

Dalam bagan di atas, Prajarto (2008) menjelaskan bagaimana media mesti menempatkan diri secara benar dalam menghadapi krisis atau bencana baik yang terprediksi (*predicate disaster*) maupun yang tidak terprediksi (*unpredicate disaster*). Yang membedakan antara peran media di kedua kondisi tersebut hanya di masa sebelum krisis. Dalam krisis yang tidak terprediksi dan datangnya tiba-tiba, media mesti dengan cepat bisa memberikan pengertian dengan cepat khususnya kepada publik. Sementara dalam krisis yang terprediksi, maka fokus pada peringatan terhadap publik akan berlangsung konsisten dan terus-menerus dengan persiapan yang lebih baik.

Pandemi COVID-19 ini bisa disebut krisis yang datang tiba-tiba karena tidak ada yang menduga kita tiba-tiba akan berada dalam situasi yang penuh ketidakpastian ini. Namun dalam waktu yang bersamaan ini juga bisa disebut krisis yang bisa diprediksi jika acuannya adalah kejadian di tiap negara yang berbeda-beda dan negara yang lebih belakangan terkena COVID-19 tentu bisa belajar kepada negara yang lebih dulu terpapar misalnya, China. Indonesia, misalnya, meskipun waktunya terbatas tetapi tetap punya waktu untuk bersiap-siap dan belajar ke negara lain. Pengalaman negara lain adalah alaram yang sangat berharga.

Berangkat dari lima elemen dalam CERC dan pemetaan yang dibuat Prajarto (2008) di atas, penelitian ini menggunakan tiga elemen untuk memisahkan pemberitaan di media –media yang dianalisis yaitu *pre-crisis*, *intial event*, dan *maintenance*. Elemen *resolution* dan *evaluation* tidak dimasukkan mengingat saat ini Indonesia masih berada di tengah periode krisis dan belum ada tanda-tanda akan segera berakhir.

2.4 Analisis Framing

a. Pengertian Framing

Konsep framing telah digunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penseleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah berita oleh media. Dalam ranah studi komunikasi, analisis framing mewakili tradisi yang mengedepankan pendekatan atau perspektif multidisipliner untuk menganalisis fenomena atau aktivitas komunikasi.

Analisis framing digunakan untuk membedah cara-cara atau ideologi media saat mengkonstruksikan fakta. Analisis ini mencermati strategi seleksi, penonjolan, dan tautan fakta ke dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk mengiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya.

Ada beberapa definisi framing dalam Eriyanto. Definisi tersebut dapat diringkas dan yang disampaikan oleh beberapa ahli. Meskipun berbeda dalam penekanannya dan pengertian. Masih ada titik singgung utama dari definisi tersebut, yaitu antara lain:

- 1) Menurut Robert Entman.

Framing model Robert N. Entman digunakan untuk mengetahui suatu realitas yang terjadi di lapangan dan bagaimana cara menafsirkan realitas tersebut dalam sebuah konten. Entman menunjukkan bahwa framing pada dasarnya merujuk pada pemberitaan definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu berita untuk menekankan kerangka pikir terhadap suatu peristiwa. Untuk mengetahui framing yang dilakukan oleh media, Entman menggambarkan bagaimana sebuah peristiwa dimaknai oleh wartawan (Framing, Reuni, Dwi, & Indrayani, 2018). Untuk menjelaskan framing yang dilakukan oleh media, Entman membagi framing ke dalam empat elemen, yaitu : Pertama, Pendefinisian masalah (define problem), pada elemen ini menekankan bagaimana sebuah peristiwa dimaknai secara berbeda oleh wartawan. Setiap wartawan memiliki perspektif yang berbeda terhadap suatu peristiwa. Kedua adalah

memprediksi atau memperkirakan penyebab masalah (diagnose cause) pada elemen ini digunakan untuk membongkai siapakah yang dianggap sebagai aktor dalam sebuah peristiwa. Dalam elemen ini dapat didefinisikan sumber masalah ini digunakan untuk menjelaskan siapa yang dianggap sebagai pelaku dan siapa yang menjadi korbannya. Ketiga adalah membuat keputusan moral (make moral judgement), elemen ini digunakan untuk membenarkan dan memberikan penilaian terhadap sebuah peristiwa yang terjadi. Keempat, menekankan penyelesaian (treatment recommendation), pada elemen ini digunakan untuk menilai apakah yang akan dipilih wartawan untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian ini sangat bergantung bagaimana peristiwa dapat dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah.

2) Menurut Todd Gitlin.

Strategi bagaimana realitas atau dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan dan presentasi aspek tertentu dari realitas.

3) Menurut David Snow dan Robert Benford

Pemberian makna untuk ditafsirkan peristiwa dari kondisi yang relevan. Frame mengorganisasikan sistem kepercayaan dan mewujudkan dalam kata kunci tertentu, seperti anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi dalam kalimat tertentu.

4) Menurut Zhongdan dan Pan Kosicki.

Sebagai konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita. Pan dan Kosicki mendefinisikan framing sebagai strategi konstruksi dalam proses pemberitaan. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita (Eriyanto, 2002: 68).

Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki (1993) melalui tulisan mereka “Framing Analysis: An Approach to News Discourse” mengoperasionalkan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat framing: sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Keempat dimensi struktural ini membentuk semacam tema yang mempertautkan elemen-elemen semantik narasi berita dalam suatu koherensi global (Sobur, 2012: 175).

5). Teknik Framing Model William A. Gamson dan Modigliani

Gagasan Gamson mengenai frame media ditulis bersama Andre Modigliani. Sebuah frame mempunyai struktur internal. Pada titik ini ada sebuah pusat organisasi atau ide, yang membuat peristiwa menjadi relevan dan menekankan suatu isu. Sebuah frame umumnya menunjukkan dan menggambarkan range posisi, bukan hanya satu posisi. Dalam formasi yang dibuat oleh Gamson dan Modigliani, frame dipandang sebagai cara bercerita (*story line*) atau gagasan ide yang tersusun sedemikian rupa dan

menghadirkan konstruksi makna dari peristiwa yang berkaitan tentang suatu wacana.

b. Proses Framing

Dengan *analisis framing* juga untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi dan menulis berita. Proses pemberitaan dalam organisasi media, akan sangat mempengaruhi suatu berita yang akan diproduksinya. Frame yang diproses dalam organisasi media tidak lepas dari latar belakang pendidikan wartawan sampai ideologi institusi media tersebut.

Tiga proses *framing* dalam organisasi media antara lain sebagai berikut:

- 1) Proses framing sebagai metode penyajian realitas. Dimana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total, melainkan dibalik secara halus. Dengan memberikan sorotan aspek-aspek tertentu saja, dengan menggunakan istilah-istilah yang mempunyai konotasi tertentu dan dengan bantuan foto, karikatur dan alat-alat ilustrasi lainnya.
- 2) Proses *framing* merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam proses penyuntingan yang melibatkan semua pekerja di bagian keredaksian media cetak redaktur dengan atau tanpa konsultasi dengan redaktur pelaksana, dalam menentukan laporan reporter akan dimuat atau tidak, serta menentukan judul yang akan diberikan.
- 3) Proses *framing* juga tidak hanya melibatkan para pekerja pers, tetapi juga pihak-pihak yang bersengketa dalam kasus-kasus tertentu, yang

masing-masing berusaha menampilkan sisi informasi yang ingin ditonjolkan, sambil menyembunyikan sisi lain.

Dalam analisis yang akan dilakukan pertama kali adalah melihat bagaimana media mengkonstruksi suatu realita. Peristiwa dipahami bukan sesuatu yang *taken of grated*, sebaliknya wartawan dan medialah yang secara aktif membentuk realitas. Realitas tercipta dalam konsepsi wartawan. Berbagai hal yang terjadi, fakta, orang yang diabstrakan menjadi peristiwa yang kemudian hadir dihadapan khalayak. Jadi, bagaimana media membingkai peristiwa dalam konstruksi tertentu, sehingga yang menjadi titik perhatian bukan apakah media memberikan negatif atau positif, melainkan bagaimana bingkai yang dikembangkan oleh media.

c. Efek Framing

Framing berkaitan dengan bagaimana realitas di bingkai atau disajikan kepada khalayak. Sebuah realitas bisa saja dibingkai dan dimaknai secara berbeda oleh media. Bahkan pemaknaan itu bisa saja akan sangat berbeda. Realitas begitu kompleks dan penuh dimensi, ketika dimuat dalam berita bisa saja akan menjadi realitas satu dimensi.

Framing berhubungan dengan pendefinisian realitas. Bagaimana peristiwa dipahami sumber siapa yang diwawancarai. Peristiwa yang sama dapat menghasilkan berita dan pada akhirnya realitas yang berbeda ketika peristiwa tersebut dibingkai dengan cara yang berbeda.

Salah satu efek framing yang paling mendasar adalah realitas sosial yang kompleks, penuh dimensi dan tidak beraturan disajikan dalam berita sebagai

sesuatu yang sederhana, beraturan dan memenuhi logika tertentu. Teori framing menunjukkan bagaimana jurnalis membuat simplikasi, prioritas dan struktur tertentu dalam peristiwa. Karenanya framing menyediakan kunci bagaimana peristiwa dipahami oleh media dan ditafsirkan dalam bentuk berita. Karena media melihat peristiwa dari kacamata tertentu. Maka realitas setelah dilihat oleh khalayak adalah realitas yang sudah terbentuk oleh bingkai media.

Framing media dipahami sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, wacana, dan menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Melalui analisis framing dapat diketahui bagaimana pesan diartikan sehingga dapat diinterpretasi secara efisien. (Ronda, 2018). Dalam komunikasi, framing digunakan untuk membedah cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta.

Framing juga digunakan untuk mengetahui bagaimana cara pandang wartawan atau media dalam mengorganisir, menyeleksi, menulis dan menempatkan suatu isu dalam media. (Ronda, 2018). Eriyanto (2009) menyebutkan bahwa analisis framing yang menjadi pusat perhatian adalah pembentukan pesan dari teks. Framing melihat bagaimana pesan/ peristiwa dikonstruksi oleh media. Bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa dan menyajikannya kepada masyarakat (Anggoro, 2014).

e. Media sebagai Sumber Informasi

Banyak orang pernah menganggap ada hubungan langsung antara laporan pers dengan pembuat keputusan. Kini kita tahu hubungan antara media dan individu pada umumnya tidak langsung. Studi Paul Lazarsfeld tentang perilaku pemilihan pada 1940 dan 1948 menemukan bahwa kebanyakan orang mengandalkan kenalan pribadi untuk mendapat informasi tentang politik dan data pemerintahan.

Lazarsfeld menyebutkan sebagai proses alur dua langkah (*two step flow*), dimana pimpinan opini mengandalkan media berita untuk mendapatkan informasi dan ide-ide, dan orang lain mengandalkan pemimpin opini. Dalam kenyataan dua hal ini tidak berjalan sendiri-sendiri.

Pengaruh pemimpin opini bervariasi dari satu isu ke isu lain dan bahkan dari hari ke hari, dan orang yang biasanya tidak menggunakan media mungkin akan memanfaatkannya pada waktu tertentu dan tidak terlalu mengandalkan pimpinan opini. Seperti dikatakan Lazarsfeld, kompleksitas proses ini membuatnya mengubah istilahnya menjadi proses aliran multistep (*multi-step flow*). Ringkasnya, liputan berita dan komentar mempengaruhi politik, tetapi biasanya pengaruh itu melalui perantara yang oleh Lazarsfeld disebut pemimpin opini.

Observasi Lazarsfeld menunjukkan reporter televisi bicara didepan kamera dengan pimpinan politik dan menyebut publik dalam istilah orang ketiga, yakni sebagai “mereka”, seolah-olah mereka tidak menonton acaranya. Yang tersirat di

dalam orang ketiga ini adalah, pemahaman reporter dan tokoh politik bahwa audien mereka adalah para pimpinan politik, bukan audien politik.

Dalam paradigma konstruksionis fakta merupakan realita yang dikonstruksi, fakta tidaklah berdiri sendiri melainkan dikelilingi oleh berbagai kepentingan. Termasuk fakta/pengetahuan yang disajikan oleh media masa merupakan hasil konstruksi para jurnalis. Pengetahuan merupakan konstruksi dari individu yang mengetahui dan tidak dapat ditransfer kepada individu lain yang pasif.

Karena itu konstruksi harus dilakukan sendiri olehnya terhadap pengetahuan itu, sedangkan lingkungan adalah sarana terjadinya konstruksi. Jika dilihat, seluruh isi media cetak elektronik baik cetak maupun non cetak selalu menggunakan bahasa verbal (kata-kata/tulisan) ataupun non verbal (Gambar, Photo). Bahasa merupakan instrument yang pokok dalam menyampaikan informasi. Bahasa adalah alat yang penting dalam berkomunikasi yakni dalam menyampaikan dan merespon informasi.

Pemilihan kosa kata dalam menyajikan informasi sangat mempengaruhi dalam pembentukan realita dalam sebuah media massa tak terkecuali pers. Jadi alat untuk mengkonstruksi sebuah realita adalah pemilihan bahasa yang digunakan baik bahasa verbal maupun non verbal.

Dalam kehidupan sehari-hari mungkin orang akan mengabaikan realitas yang ada, tapi pada dasarnya realitas yang terabaikan tersebut merupakan realitas yang teratur dan terpola. Inilah yang ingin ditegaskan oleh Berger bahwa realitas sehari-hari memiliki dimensi yang objektif dan subjektif. Dimensi objektif yang

dijelaskan oleh kaum fungsional dan dunia subjektif yang ditekankan ahli psikologi sosial. Dalam sejarah umat manusia, objektivikasi, internalisasi, dan eksternalisasi merupakan tiga proses yang berjalan terus.

Objektivikasi merupakan realitas objektif yang diserap oleh orang. Internalisasi merupakan proses sosial realita objektif dalam suatu masyarakat. Eksternalisasi merupakan proses dimana semua manusia yang mengalami sosialisasi yang tidak sempurna itu secara bersama-sama membentuk suatu realitas baru. Seperti yang dikutip Eriyanto dari Berger, realitas tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan oleh Tuhan. Tetapi sebaliknya, ia dibentuk dan dikonstruksi.

Pendekatan konstruksionis mempunyai penilaian sendiri bagaimana media, wartawan dan berita dilihat. Bahwa fakta adalah hasil konstruksi, jadi realitas itu bersifat subjektif. Realitas itu ada karena dihadirkan oleh subjektifitas wartawan. Realitas tercipta lewat sudut pandang tertentu. Realita dapat dilihat berbeda oleh setiap orang yang berbeda. Hal ini sangat bertolak belakang dengan pandangan *positivistik* realita bersifat eksternal hadir sebelum wartawan meliputnya. Jadi bagi kaum positivis realita bersifat objektif dan tinggal diliput oleh wartawan.

Dalam pembentukan konstruksi, media merupakan agen dalam membentuk suatu realitas. Dalam pandangan *positivistik* media dilihat sebagai saluran murni untuk menyalurkan suatu informasi tanpa ada unsur subjektifitas. Hal ini sangat bertolak belakang dengan paradigma konstruksionis, media

bukanlah sekedar saluran murni yang bebas nilai. Media merupakan subjek yang mengkonstruksi realita, lengkap dengan pandangannya, bias dan keberpihakkannya.

Media dianggap sebagai agen konstruksi sosial. Berita bukanlah cermin dari realitas melainkan refleksi dari realitas. Berita terbentuk karena adanya konstruksi realitas. Disini dapat dilihat bahwa berita merupakan arena pertarungan bagi pihak-pihak yang berkaitan dan berkepentingan dengan peristiwa tersebut.

f. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konstruksi Realitas

Dalam mengkonstruksi sebuah realita banyak faktor yang mendukung dalam mengkonstruksi realita. Diantaranya adalah faktor Ekonomi, Politik, Ideologi, yaitu sebagai berikut:

1) Ekonomi

Isi media lebih ditentukan oleh kekuatan-kekuatan ekonomi. Faktor pemilik media, modal dan pendapatan media sangat menentukan bagaimana wujud isi media. Faktor-faktor inilah, yang menentukan peristiwa apa saja yang bisa atau tidak bisa ditampilkan dalam pemberitaannya, serta kearahmana kecenderungan pemberitaan sebuah media hendak diarahkan. Isi media juga dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan *eksternal* diluar diri pengelola media. Pengelola media dipandang sebagai entitas yang aktif, dan ruang lingkup pekerjaan mereka dibatasi berbagai struktur yang memaksanya untuk memberitakan fakta dengan cara tertentu. Bahkan ketika faktor kapital telah menjadi unsur yang *esensial* dalam sistem suatu negara hingga

menciptakan fenomena konglomerasi media, maka media hanya merupakan alat produksi yang disesuaikan dengan tipe umum industri kapitalis beserta faktor produksi dan hubungan produksinya. Media cenderung dimonopoli oleh kelas kapitalis yang penanganannya dilaksanakan untuk memenuhi kepentingan kelas sosial tertentu. Para kapitalis melakukan hal tersebut dengan mengeksploitasi pekerja budaya dan konsumen secara material demi memperoleh keuntungan yang berlebihan. Disamping itu para kapitalis juga bekerja secara ideologis dengan menyebarkan ide dan cara pandang kelas penguasa, yang menolak ide lain yang dianggap berkemungkinan untuk menciptakan perubahan atau mengarah kepada terciptanya kesadaran kelas pekerja akan kepentingannya. Maka proses konstruksi realitas diselaraskan dengan pertimbangan-pertimbangan modal.

Menurut Murdock dan Golding, efek kekuatan ekonomi tidak berlangsung secara acak tetapi terus menerus: “Mengabaikan suara kelompok yang tidak memiliki kekuasaan ekonomi dan sumber daya. Perimbangan untung rugi diwujudkan secara sistematis dengan memantapkan kedudukan kelompok-kelompok yang tidak memiliki modal dasar yang diperlukan untuk mampu bergerak. Oleh karena itu pendapat yang dapat diterima kebanyakan berasal dari kelompok yang cenderung tidak melancarkan kritik terhadap distribusi kekayaan dan kekuasaan yang berlangsung. Sebaliknya mereka cenderung menantang kondisi semacam itu tidak dapat mempublikasikan

ketidakpuasan atau ketidaksetujuan mereka karena mereka tidak mampu menguasai sumber daya yang diperlukan untuk menciptakan komunikasi efektif terhadap khalayak luas”. Dalam konteks seperti ini, aktifitas jurnalis dengan sikap partisan yang sangat tinggi bersifat negative. Para penerbit lebih memilih pencapaian sirkulasi yang tinggi untuk menarik minat pemasang iklan, dibandingkan tulisan jurnalis yang sangat bagus. Mereka lebih berhati-hati dan jelas sangat khawatir mengecewakan pembaca potensialnya. Terlebih lagi ketika kontrol kepemilikan berpusat diantara satu atau tiga pemilik, sikap partisan jurnalis harus mengabdikan pada kepentingan pemilik media dan pemasang iklan daripada mewakili kepentingan masyarakat.

2) Politik

Sistem politik yang diterapkan oleh sebuah negara ikut menentukan mekanisme kerja, serta mempengaruhi cara media massa dalam mengkonstruksi realitas. Dalam sistem negara yang otoritarian, selera penguasa menjadi acuan dalam mengkonstruksi realitas. Sebaliknya dalam iklim politik yang liberal, media massa mempunyai kebebasan yang sangat luas dalam mengkonstruksi realitas. Namun, satu-satunya kebijakan yang dipakai adalah kebijaksanaan redaksi media masing-masing yang boleh jadi dipengaruhi oleh kepentingan idealis, ideologi, politis dan ekonomis. Tetapi apapun yang menjadi pertimbangan adalah adanya realitas yang ditonjolkan bahkan dibesar-besarkan,

disamakan atau bahkan tidak diangkat sama sekali dalam setiap pengkonstruksian realitas.

3) Ideologi

Ketika media dikendalikan oleh berbagai kepentingan ideologis yang ada dibaliknya, media sering dituduh sebagai perumus realitas, sesuai dengan ideologi yang melandasinya, bukan menjadi cermin realitas. ideologi tersebut menyusup dan menanamkan pengaruhnya lewat media secara tersembunyi dan mengubah pandangan seseorang secara tidak sadar. Sekarang ini istilah ideologi memang mempunyai dua pengertian yang saling bertolak belakang. Secara positif, ideologi dipersepsi sebagai suatu pandangan dunia yang menyatakan nilai-nilai suatu kelompok sosial tertentu untuk membela dan memajukan kepentingan-kepentingan mereka. Sedangkan secara negatif, ideologi dilihat sebagai kesadaran palsu, yaitu suatu kebutuhan untuk melakukan penipuan dengan cara memutarbalikkan pemahaman orang mengenai realitas sosial. Sebuah media yang lebih ideologis umumnya muncul dengan konstruksi realitas yang bersifat pembelaan terhadap kelompok yang sealian dan penyerahan kepada kelompok yang berbeda haluan. Dalam sistem libertarian, kecenderungan ini akan melahirkan fenomena media partisan dan non partisan. Disamping faktor-faktor yang disebut, masih banyak faktor lain yang berpotensi yang mempengaruhi konstruksi realitas media yaitu, kepentingan-kepentingan yang bersifat tumpang tindih pada tingkat perorangan atau

kelompok dalam sebuah organisasi media yakni kepentingan agama, kedaerahan, serta struktur organisasi media itu.

2.5. Konstruksi Berita

Terdapat dua perspektif utama melihat realitas dalam kaitannya dengan media yakni pluralisme dan konstruksionisme. Pluralisme memandang bahwa realitas tidak dibentuk secara ilmiah namun realitas telah dibentuk dengan direkonstruksikan, yakni realitas memiliki wajah ganda/plural. Pandangan lain yaitu konstruksi sosial, realitas bukan hanya ditransformasikan begitu saja sebagai berita. Namun wartawan ikut campur tangan dalam memaknai realitas. Pendekatan konstruksionis mempunyai penilaian tersendiri bagaimana media, wartawan, dan berita dilihat. Penilaian tersebut akan diuraikan satu persatu dibawah ini.

a. Fakta atau Peristiwa Adalah Hasil Kontruksi

Kontruksionis, realitas itu bersifat subjektif. Realitas itu hadir, karena dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan. Realitas tercipta lewat kontruksi, sudut pandang tertentu dari wartawan. Disini tidak ada realitas yang bersifat objektif, karena realitas itu tercipta lewat kontruksi dan pandangan tertentu. Realitas bisa berbeda-beda, tergantung pada bagaimana konsepsi ketika realitas itu dipahami oleh wartawan yang mempunyai pandangan berbeda. Semua fakta tersebut bisa jadi benar-benar didukung oleh fakta argumentasi yang sama-sama kuat tergantung bagaimana fakta tersebut dilihat dan didekati.

b. Media adalah Agen Konstruksi Pandangan Konstruksionis

Pandangan konstruksionis mempunyai posisi yang berbeda dibandingkan positivis dalam menilai media. Pandangan positivis, maka dilihat sebagai saluran. Media adalah sarana bagaimana pesan disebarkan dari komunikator ke penerima (khalayak). Media disini dilihat murni sebagai saluran, tempat bagaimana transaksi pesan dari semua pihak yang terlibat dalam berita. Pandangan semacam ini, tentu saja melihat media bukan sebagai agen, melainkan hanya saluran. Media dilihat sebagai saluran yang netral yang tidak berperan dalam membentuk realitas, apa yang tampil dalam pemberitaan itulah yang sebenarnya terjadi.

Pandangan konstruksionis, media dilihat sebaliknya. Media bukanlah sekedar saluran yang bebas namun juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakanya. Disini media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefenisikan realitas, pandangan ini sangat menantang dari pemikiran positivis yang mengatakan media bebas dari kepentingan dan memiliki saluran yang bebas. Jadi media bukan hanya menggambarkan realitas, bukan hanya menunjukkan pendapat narasumber berita, tetapi juga konstruksi dari media itu sendiri. Media adalah agen yang aktif menafsirkan realitas untuk disajikan pada khalayak.

c. Berita bukan Refleksi dari Realitas, Ia Hanyalah Konstruksi dari Realitas

Berita harus akurat, akurasi faktual berarti bahwa setiap pernyataan nama, tanggal, usia, alamat, serta kutipan adalah fakta yang bisa diverifikasi. Berita biasanya dianggap berimbang dan lengkap apabila

reporter memberi informasi kepada pembacanya atau pemirsanya tentang semua detail penting dari suatu kejadian dengan cara yang tepat. Pandangan positivis, berita adalah informasi. Ia dihadirkan kepada khalayak sebagai representasi dari kenyataan. Kenyataan itu ditulis kembali dan ditransformasikan lewat berita. Tetapi dalam pandangan konstruksionis, berita itu ibaratnya sebuah drama. Ia bukan menggambarkan realitas, melainkan potret dari arena pertarungan antara berbagai pihak yang berkaitan dengan peristiwa. Menurut kaum konstruksionis, berita adalah hasil dari konstruksi sosial yang selalu melibatkan pandangan, ideologi, dan nilai-nilai dari wartawan atau media. Bagaimana realitas itu dijadikan berita sangat tergantung pada bagaimana fakta itu dipahami dan dimaknai. Proses pemaknaan selalu melibatkan nilai-nilai tertentu sehingga mustahil berita merupakan cerminan dari realitas. Realitas yang sama bisa saja menghasilkan berita yang berbeda, karena ada cara melihat yang berbeda.

d. Berita Bersifat Subjektif/Konstruksi Atas Realitas

Hasil kerja jurnalistik tidak dapat dinilai dengan menggunakan standar nilai yang riil, hal ini karena berita adalah produk dari konstruksi dan pemaknaan atasrealitas. Pemaknaan seseorang atas suatu realitas bisa jadi berbeda dengan orang lain yang tentunya menghasilkan realitas yang berbeda pula. Karenanya sebuah opini tidak dapat dihilangkan karena ketika meliput, wartawan melihat dengan perspektif dan pertimbangan subjektif.

e. Wartawan bukan Pelopor, Ia Agen Konstruksi Realitas

Pandangan konstruksionis melihat bahwa wartawan tidak bisa menyembunyikan pilihan moral dan keberpihakanya, karena ia merupakan bagian yang intrinsik dalam pembentukan berita. Lagi pula, berita bukan hanya produk individual, melainkan juga bagian dari proses organisasi dan interaksi antara wartawannya.

Dalam hal ini wartawan juga dipandang sebagai aktor/agen konstruksi. Wartawan bukan hanya melaporkan fakta, melainkan juga turut mendefenisikan peristiwa sehingga membentuk suatu peristiwa dalam pemahaman atau gambaran kepada khalayak. Sedangkan dalam pandangan positivis melihat wartawan layaknya pelapor (*observer*). Sebagai seorang pelopor, wartawan hanya bertugas memberitakan atau *menstransfer* apa yang dia lihat dan apa yang dirasakan dilapangan

f. Etika, Pilihan Moral dan Keberpihakan Wartawan adalah Bagian yang Integral dalam Produksi Berita

Pendekatan *positivis* menekankan agar nilai, etika, dan keberpihakan wartawan dihilangkan dalam proses pembuatan berita. Artinya, pertimbangan moral dan etika yang dalam banyak hal selalu bisa diterjemahkan sebagai bentuk keberpihakan haruslah disingkirkan atau dengan penjelasan lain nilai, etika, opini, dan pilihan moral berada di luar proses peliputan berita. Sedangkan dalam pandangan konstruksionis justru menilai sebaliknya. Aspek etika, moral, dan nilai-nilai tertentu tidak

mungkin dihilangkan dari pemberitaan media. Wartawan bukanlah robot yang meliput apa adanya, apa yang dilihat.

Etika dan moral dalam banyak hal berarti keberpihakan pada suatu kelompok atau nilai tertentu, umumnya dilandasi oleh keyakinan tertentu yang tidak terpisahkan dalam membentuk dan mengkonstruksi realitas atau dengan penjelasan yang lain bahwa nilai, etika atau keberpihakan wartawan tidak dapat dipisahkan dari proses peliputan dan pelaporan suatu peristiwa, itulah bagian dari pandangan konstruksionis.

g. Khalayak Mempunyai Penafsiran Tersendiri Atas Berita

Pandangan *positivis* melihat berita sebagai sesuatu yang objektif dimana berita yang diterima khalayak sama dengan yang dimaksud oleh pembuat berita. Sedangkan dalam pandangan konstruksionis melihat bahwa khalayak bukan sebagai objek yang pasif, dia juga subjek yang aktif dalam menafsirkan apa yang dia baca atau dengan kata lain pembaca (*khalayak*) mempunyai penafsiran sendiri yang bisa jadi berbeda dari pembuat berita.

Boleh jadi istilah "*news*", istilah Inggris untuk maksud "berita", berasal dari "*new*" (baru) dengan konotasi kepada hal-hal yang baru. Hal ini segala yang baru merupakan bahan informasi bagi semua orang yang memerlukan. Berita adalah laporan yang tepat waktu mengenai fakta atau opini yang memiliki daya tarik atau hal-hal penting atau kedua-duanya bagi masyarakat luas. Sedangkan menurut Curtis D. Macdougall (1977) menyatakan bahwa berita itu selalu dicari

oleh para reporter adalah laporan tentang fakta yang terlibat dalam suatu peristiwa, namun bukan hakiki dari peristiwa itu sendiri

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka ditarik kesimpulan bahwa berita adalah laporan tentang fakta peristiwa yang terjadi atau pendapat aktual, menarik, berguna untuk dipublikasikan melalui media massa periodik surat kabar, majalah, radio, televisi dan *cyber*.

a. Media Adalah Agen Konstruksi Pandangan Konstruksionis

Akurasi kaidah-kaidah penulisan berita dalam pengertian modern, yakni laporan harus bersifat faktual, akurasi objektif dan berimbang. Sebagai penjabaran akurasi, maka muncul formula 5W + 1H (*Who, Why, When, What, Where, dan How*).

Objektif, berita harus merupakan laporan faktual tentang suatu peristiwa seperti apa adanya, tetapi sejauh ini dimungkinkan, sebab wartawan pun memiliki keterbatasan. Berimbang (*balanced*) berita adalah laporan yang objektif termasuk tidak memihak kepentingan pihak tertentu.

b. Faktor-Faktor Pengaruh Isi Media

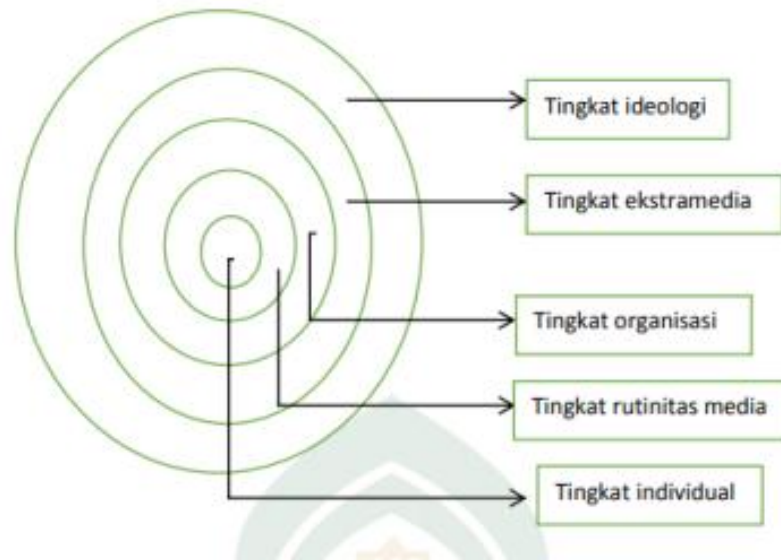
Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese memandang bahwa terjadi pertarungan dalam memaknai realitas dalam isi media. Pertarungan itu disebabkan oleh berbagai faktor, yaitu :

1. Pengaruh individu-individu pekerja media. Di antaranya adalah karakteristik pekerja komunikasi, latar belakang awak media

(wartawan, editor, kamerawan, dan lainnya). Orang-orang yang terlibat di dalam lembaga media mempengaruhi konstruksi media.

2. Rutinitas media (*media routine*). Apa yang dihasilkan oleh media massa dipengaruhi oleh kegiatan seleksi-seleksi yang dilakukan oleh komunikator, termasuk tenggat (*deadline*) dan rintangan waktu yang lain, keterbatasan tempat (*space*), struktur piramida terbalik dalam penulisan berita dalam kepercayaan reporter pada sumber-sumber resmi dalam berita yang di hasilakan.
3. Struktur organisasi. salah satu tujuan penting dari media adalah mencari keuntungan materil. Tujuan-tujuan dari media akan berpengaruh pada isi yang dihasilkan. Suatu media memiliki pangsa pasarnya tersendiri di masyarakat. Media cenderung menyajikan isu atau informasi yang diminati oleh khalayak sehingga memberikan keuntungan bagi media tersebut.
4. Kekuatan ekstramedia. Pengaruh ini meliputi lobi dari kelompok kepentingan terhadap isi media, dari praktisi publik relation dan lingkungan di luar media (sosial, budaya, politik, hukum, kebutuhan khalayak, agama, dan lainnya). Media cenderung dijadikan sarana untuk membentuk pencitraan pihak-pihak yang berkepentingan.
5. Pengaruh ideologi. Ideologi merupakan sebuah pengaruh yang paling menyeluruh dari semua pengaruh. Tiap media memiliki ideologi masingmasing yang cenderung dapat dilihat dari konstruksi pemberitaan serta program tayangan yang disajikan. Berikut deskripsi

faktor yang mempengaruhi isi media dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Gambar 2.1

Model Hierarki Pengaruh Isi Media

Sumber : Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese (2001)

2.6 Kajian Penelitian Yang Relevan

Penelitian yang berjudul : “Jurnalisme Online Di Era Pandemi COVID-19 (Analisis Pemberitaan Covid-19 di Kumparan.Com, Kompas Com, Tempo.Co di Era Pandemi)” ini ditulis dan diteliti oleh peneliti sendiri. Hasil literatur yang dihimpun baik dari pustaka sejumlah perguruan tinggi dan internet, peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil enam penelitian yang relevan dengan pembahasan ini. Keenam penelitian ini bersumber dari jurnal yang telah diterbitkan.

Pertama ada penelitian dari *Nexen Alexandre Pinontoan dan Umaimah Wahid* (2020) dengan judul “Analisis Framing Pemberitaan Banjir Jakarta Januari 2020 di Harian Kompas.Com Dan Jawapos.Com” yang diterbitkan dalam Jurnal Komuniti, Fakultas Ilmu Komunikasi-Universitas Budi Luhur, vol 12 No 1. Dari hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa Pada tanggal 2 Januari 2020, sehari setelah bencana banjir meluas di wilayah Jakarta ini terjadi, media massa memberikan porsi khusus pada pemberitaan banjir Jakarta. Hal ini dapat diidentifikasi dari penggunaan peristiwa banjir Jakarta sebagai headline Media massa selalu melakukan framing (membangkai) peristiwa yang diberitakan berdasarkan perspektif dan ketertarikan dari media yang bersangkutan. Jurnal ini akan membahas mengenai pembingkai berita mengenai peristiwa banjir Jakarta Januari 2020 di Harian Kompas.com dan Jawapos.com.

Dari penelitian yang dilakukan, jurnal ini mendapatkan temuan dan diskusi mengenai perbedaan framing yang digunakan tiap media dalam mengkonstruksi pemberitaan mengenai banjir Jakarta Januari 2020. Kompas.com yaitu menuntut, mempertanyakan, dan menggugat ketidakberdayaan pemerintah daerah dalam menangani banjir Jakarta Januari 2020 yang dibangun dengan menggunakan basis frame moral dan etika yang dominan dalam pemberitaan Jawapos.com mengkonstruksi pemberitaan mengenai banjir Jakarta Januari 2020 dengan frame untuk membangun citra baik pada kinerja pemerintah daerah. Hal tersebut dilakukan dengan penggunaan basis frame personalisasi dalam menonjolkan upaya pemerintah daerah dalam menangani bencana dan penggunaan perspektif

narasumber tunggal yaitu Anies Baswedan dalam memberitakan dampak banjir yang mengganggu kegiatan Ibu Kota.

Berdasarkan hasil analisis framing yang telah dilakukan pada harian Kompas.com dan Jawa Pos.com edisi 1 Januari 2020 – 13 Januari 2020 terkait pemberitaan banjir Jakarta Januari 2020 dapat disimpulkan bahwa Kompas.com mengarahkan konstruksi pemberitaan banjir Jakarta Januari 2020 kepada gugatan terhadap peran pemerintah daerah dalam penanganan bencana. Framing yang dibentuk Kompas.com yaitu menuntut, mempertanyakan, dan menggugat ketidakberdayaan pemerintah daerah dalam menangani banjir Jakarta Januari 2020 yang dibangun dengan menggunakan basis frame moral dan etika yang dominan dalam pemberitaan.

Konstruksi pemberitaan Kompas.com mengenai banjir Jakarta Januari 2020 tidak hanya bersifat *event-oriented* tetapi banyak menggunakan data-data statistik sebagai konteks sosial historis dan ada keterkaitan antara satu berita dengan berita lain dalam runtutan pemberitaannya, sehingga Kompas.com menggunakan *thematic framing* dalam melakukan pemberitaan. Jawapos.com mengkonstruksi pemberitaan mengenai banjir Jakarta Januari 2020 dengan frame untuk membangun citra baik pada kinerja pemerintah daerah. Hal tersebut dilakukan dengan penggunaan basis frame personalisasi dalam menonjolkan upaya pemerintah daerah dalam menangani bencana dan penggunaan perspektif narasumber tunggal yaitu Anies Baswedan dalam memberitakan dampak banjir yang mengganggu kegiatan Ibu Kota. Konstruksi pemberitaan Jawapos.com mengenai banjir Jakarta Januari 2020 bersifat *event-oriented* dan satu dengan

berita di hari selanjutnya tidak ada keterkaitan sehingga Jawapos.com menggunakan *episodic framing* dalam melakukan pemberitaan.

Kedua, penelitian dari Wike Vitra Anega, Imansyah Lubis S.Sos, M.SN dan Lis Kurnia (2013), yang berjudul “Analisis Framing Pemberitaan Banjir Lumpur Di Sidoarjo Padasitus Vivanews Periode Bulan April Dan Mei Tahun 2012” Dari hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa bagaimana konstruksi realitas yang dilakukan oleh situs berita Vivanews dalam pemberitaan banjir lumpur di Sidoarjo periode bulan April dan Mei tahun 2012.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Vivanews sebagai media milik Aburizal Bakrie membingkai berita banjir lumpur panas di Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan paradigma kritis dengan metodologi riset kualitatif. Metode yang digunakan adalah analisis framing dengan model kerangka Pan dan Kosicki. Objek penelitian adalah berita-berita banjir lumpur panas di media online Vivanews pada bulan April dan Mei tahun 2012. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa framing yang dilakukan Vivanews terhadap berita-berita banjir lumpur panas di Sidoarjo berpihak pada kepentingan pemilik media, yaitu Aburizal Bakrie.

Dari penelitian ini berdasarkan analisis terhadap berita lumpur panas di Sidoarjo, maka simpulan analisis berdasarkan identifikasi masalah bahwa realitas (peristiwa, kelompok, dan aktor) dibingkai oleh media online Vivanews: Melalui aspek sintaksis, media online Vivanews menonjolkan pihak tertentu melalui judul yang langsung merepresentasikan sudut pandangnya. Vivanews juga tidak melakukan liputan pada pihak korban, melainkan melakukan pengutipan sumber

pada kalangan tertentu seperti Aburizal Bakrie dan Sekretaris Badan Penanggulangan Lumpur Sidoarjo (BPLS).

Pada analisis skrip, penulis menemukan kekurangan unsur “why” pada salah satu berita, namun selebihnya media online Vivanews menuliskan secara lengkap unsur 5W+1H dalam berita yang diterbitkan. Pada analisis tematik, media online Vivanews umumnya menceritakan satu sampai dua tema dalam beritanya, ini dikarenakan format penulisan online news yang singkat dan padat.

Sedangkan pada aspek retorik, media online Vivanews lebih mendeskripsikan aspek sosial yang dilakukan oleh Bakrie dalam hal pembayaran ganti rugi korban lumpur panas di Sidoarjo dibandingkan memberikan solusi untuk masalah ini. Pada aspek ini, Vivanews juga menampilkan foto yang sama di beberapa berita untuk membangun persepsi pembaca bahwa dampak lumpur panas tersebut hanya di sebagian daerah saja. Hasil penelitian ini juga menyimpulkan bahwa wartawan Vivanews sangat rentan terhadap intervensi dan manipulasi pemilik media yakni Bakrie. Padahal prinsip praktik jurnalisme adalah memberitakan berita se-objektif mungkin, namun tetap mementingkan akurasi dan keseimbangan. Berdasarkan hasil penelitian, Vivanews tidak mengindahkan nilai-nilai tersebut. Media online ini menonjolkan Bakrie melalui judul yang langsung merepresentasikan sudut pandangnya. Selain itu, Vivanews seringkali melupakan prinsip *cover both sides* pada pemberitaannya sehingga tidak adanya prinsip keseimbangan berita. Disisi lain, persentase dominasi sosok Bakrie sangat tinggi apabila dibandingkan dengan upaya-upaya penanggulangan bencana lumpur itu sendiri. Sehingga, berita-berita lumpur panas yang dibuat wartawan ini

subjektifitasnya sangat tinggi. Atau dengan kata lain berita sebagai fakta objektif bukan merupakan konsep berita yang dimiliki oleh Vivaneews. Hal ini semakin memperkuat framing yang dilakukan oleh media Vivaneews terhadap berita-berita banjir lumpur panas di Sidoarjo.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Rieka Mustika (2017) berjudul “Analisis Framing Pemberitaan Media Online Mengenai Kasus Pedofilia di Akun Facebook” yang diterbitkan Jurnal Penelitian Komunikasi. Model analisis framing Robert N. Entman yang dipakai pada penelitian ini melihat perbedaan pembingkai dalam berita yang dimunculkan oleh Kompas.com dan Republika Online, yang paling sering terlihat adalah terletak pada pemilihan narasumber. Republika Online sebagai media bernuansa Islam selalu memilih narasumber yang memiliki pemikiran Islam. Sementara Kompas.com sebagai media nasional dengan ideologi humanisme lebih memilih tokoh pejabat pemerintah sebagai sumber berita dan terlihat lebih umum dalam membingkai pemberitaan.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Kukuh Pribadi (2017) berjudul Majalah Tempo Dan Teroris Thamrin Sebuah “Marriage De Raison”? (Analisis Framing Pemberitaan Kejadian Terrorisme Thamrin pada Majalah Tempo Edisi 49 Tahun 2016) yang merupakan penelitian tesis pada Program S2 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada. Peneliti yang menggunakan perangkat analisis framing Entman menyimpulkan bahwa Tempo telah berhasil menyajikan sajian berita yang ter-framing dengan sempurna tanpa ada kesan memaksa pembaca menerimanya mentah-mentah, bahkan yang menarik adalah peletakan dua sosok tokoh yang bertolak belakang

dalam laporan utamanya. Di satu sisi ada tokoh Aman Abdurrahman sebagai sosok penjahat dan di sisi lain terdapat sosok tokoh pahlawan yang diwakili oleh Ajun Inspektur Satu Budiono. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Tempo tidak turut menjadi media massa yang menebarkan teror dan ketakutan di tengah masyarakat, bahkan Tempo telah berhasil menciptakan sudut pandang baru bagi pembaca bahwa ada sosok pahlawan yang lahir dari serangan Bom Thamrin

Kelima, penelitian dari Nunung Prajarto (2008) yang berjudul “Bencana, Informasi dan Keterlibatan Media”, yang diterbitkan dalam Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JSP) Universitas Gajah Mada, Vol 11 No 3. Dari hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa kisah hebat bencana tak lepas dari kisah hebat pekerja media kepada dunia terhadap bencana yang terjadi. Gempa bumi dan tsunami 26 Desember 2004, sebagai contoh, masih menyisakan ilustrasi hidup kejadian demi kejadian yang terekam dan kemudian disebar media. Heroisme media dan pekerjaannya tak berhenti pada pelaksanaan tugas jurnalistik standar yang harus dilakukan.

Merupakan suatu keniscayaan apabila media berperan dalam persebaran informasi tentang bencana yang terjadi. Pelaksanaan fungsi komunikasi dengan sendirinya bertumpu pada kemampuan media dan pekerjaannya menyalurkan informasi yang dibutuhkan dan dianggap penting oleh publik. Namun demikian, tipisnya pagar batas media dan pekerjaannya dalam suatu bencana mau tidak mau menempatkan mereka tidak saja sekadar sebagai pelapor peristiwa, namun juga sebagai aktor dalam peristiwa, yang bisa menempatkan pekerja media sebagai

saksi langsung bencana, korban, penyelamat korban dan upaya-upaya lain untuk meringankan penderitaan akibat bencana.

Penelitian ini merangkai posisi kehadiran media dalam mewartakan bencana dan menggambarkan keterlibatannya dalam peristiwa bencana itu sendiri. Tanpa harus terjebak pada mimpi besar tentang sistem informasi bencana, keterlibatan media dapat dilihat dari posisinya sebagai pembawa informasi dan sebagai bagian dari suatu pengoperasian manajemen informasi bencana. Dengan landasan bahwa keselamatan, keamanan dan kesehatan umat manusia adalah hal yang utama, arah dari aksi dan keterlibatan media dalam membawakan peran pra, saat dan pascabencana adalah mengabdikan pada kemanusiaan dan kehidupan. Namun demikian, tetaplah menjadi suatu hal yang harus dipertimbangkan bahwa informasi tentang bencana yang disajikan media tidak selamanya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan publik.

Di satu sisi memang, publik akan mendapat banyak manfaat dari peran dan keterlibatan media dalam penanganan bencana. Di sisi lain, tidak sedikit pula, misinformation dan disfungsi informasi yang berakibat menjadi bencana lain hanya karena media kurang bisa berperan maksimal. Dalam hal ini, pekerja dan pengelola media pun kiranya perlu banyak belajar tentang bencana, manajemen informasi bencana dan fungsi dan disfungsi informasi yang disajikannya.

Keenam, penelitian dari Redi Panuju (2018), dengan judul “Etika Jurnalistik dan Jurnalisme Bencana pada Pemberitaan Gunung Agung di Portal Berita Balipost.com”. yang diterbitkan dalam jurnal Ilmu Komunikasi, Universitas Atmajaya. Vol.15 No. 2. Dari hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa studi ini

membahas pemberitaan bencana Gunung Agung di Balipost.com dari aspek etika jurnalistik dan jurnalisme bencana. Jurnalisme bencana dituntut untuk memberitakan bencana secara objektif, sementara media tidak terlepas dari tujuan bisnis. Studi ini menggunakan metode analisis isi etnografi. Hasil kajian menunjukkan Balipost.com telah menerapkan asas kode etik jurnalistik dan kaidah jurnalisme bencana. Pemberitaan Balipost.com cenderung tidak menggunakan reportase mendalam sehingga berita kurang mendalam, minim hasil observasi langsung, namun terhindar dari pelanggaran etik.

Balipost.com sebagai portal berita siber yang paling banyak dikunjungi warganet di Bali telah menerapkan kaidah jurnalisme bencana dengan baik. Hal ini dibuktikan dari keteraturan dalam menginformasikan perkembangan bencana Gunung Agung.

Balipost.com turut membantu mitigasi bencana, baik periode prabencana sebelum letusan, saat letusan terjadi, maupun saat mengembalikan kondisi masyarakat seperti semula. Balipost.com pun telah menerapkan prinsip kode etik jurnalistik. Berita di Balipost.com bertumpu pada informasi dari sumber berita sah, sehingga terhindar dari pencampuran fakta dan opini. Temuan berbeda muncul pada penelitian sebelumnya soal pemberitaan reklamasi Teluk Benoa di koran Bali Post.

Perbedaan ini dapat disebabkan oleh fenomena atau korporasi berbeda. Pada liputan reklamasi Teluk Benoa, kasus menjadi kontroversi di masyarakat. Ada indikasi koran Bali Post memiliki misi khusus dengan memasukkan opini dalam fakta. Opini dapat menjadi pertanda pemihakan kepada salah satu pihak

yang berpolemik. Koran Bali Post memilih berpihak pada pihak yang menolak reklamasi untuk tujuan yang idealis, menggaet pasar pembaca, ataupun pembeli iklan. Meskipun modal kedua perusahaan tersebut berasal dari korporasi yang sama, namun manajemen jurnalistiknya berbeda. Keduanya memiliki reporter dan penerbitan berbeda. Balipost.com diperbarui dalam hitungan jam, sementara koran Bali Post dalam hitungan deadline 24 jam. Pemberitaan Balipost.com, dilihat dari segi etnografi, mengonstruksikan kesan pemerintah pusat, mulai dari presiden, menteri, gubernur, pihak polda, BNPB, hingga pelaku bisnis sepakat membantu penanganan bencana Gunung Agung. Berita merupakan salah satu bagian yang digunakan dalam mitigasi bencana. Informasi yang benar dan tepat dapat menyadarkan masyarakat tentang pentingnya kewaspadaan dan ketenangan dalam menghadapi bencana. Para politisi, baik pengurus partai maupun individu yang akan berlaga dalam Pilkada 2018, tidak ada yang memanfaatkan bencana Gunung Agung sebagai sarana pencitraan.

Ketujuh, penelitian dari Hartinah Sanusi (2018) dengan judul “Jurnalisme Dan Bencana (Refleksi Peran Jurnalis dalam Liputan Bencana Gempa, Tsunami dan Likuifaksi Palu-Donggala)” yang di terbitkan dalam Jurnal Jurnalisa, Vol 4, No. 2. Dari hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa tentang peran jurnalis di masyarakat telah lama mengemuka dan jadi sebuah kajian menarik baik di kalangan praktisi media sendiri maupun lingkup akademik sebagai sebuah kajian studi jurnalisme atau studi media dan masyarakat. Gagasan mengenai peran jurnalis sangat erat kaitannya dengan konsep dan teori mengenai fungsi dan peran media. Mustahil mengkaji apa dan bagaimana peran jurnalis di masyarakat tanpa

menelaah lebih jauh perkembangan jurnalisme melalui apa yang tersaji di media saat ini. Di Indonesia, peristiwa bencana kerap menghiasi pemberitaan di media-media massa baik media konvensional maupun media online. Tak terhitung, mulai dari bencana alam seperti gempa bumi, tanah longsor, banjir bandang, letusan gunung berapi, angin kencang puting beliung, tsunami dan juga bencana likuifaksi yang pertama kali terjadi di Indonesia pada akhir September 2018 lalu.

Belum lagi bencana yang disebabkan oleh campur tangan manusia seperti kecelakaan pesawat, kebakaran hutan dan sebagainya. Sedikit banyak, hampir semua peristiwa bencana menimbulkan kerugian baik itu korban jiwa maupun materi. Media diharapkan memainkan peran yang penting dalam setiap peristiwa bencana. Media massa menjadi penghubung bagi semua pihak-pihak yang berkepentingan, baik dalam situasi prabencana, pada saat bencana terjadi maupun pasca-bencana. Rattien (1990) menjelaskan media massa bisa berperan lebih jauh dalam mengedukasi khalayak tentang kebencanaan, meningkatkan kesadaran publik melalui isu mitigasi bencana, bagaimana menghadapi bencana dan melakukan evakuasi, termasuk berkontribusi dalam proses rekonstruksi pasca-bencana¹. Implikasinya, tentu saja pada para jurnalis sebagai tokoh utama yang memainkan peran-peran penting tersebut di atas

Peristiwa bencana dalam jurnalisme memiliki nilai berita khusus, terkait waktu kejadian yang sulit diprediksi dan dampaknya yang luar biasa. Maka, jurnalis memiliki peran dan tanggung jawab yang besar dalam peristiwa bencana. Kecenderungan jurnalis terhadap peran informatif ditunjukkan dalam hampir setiap peristiwa bencana, termasuk bencana gempa, tsunami dan likuifaksi di kota

Palu dan sekitarnya. Selain peran informatif, jurnalis juga menjalankan peran kritik dan atau peran watchdog, meski belum begitu maksimal. Diharapkan ke depannya, para jurnalis lebih memaksimalkan peran-peran jurnalisme yang positif dan optimis dalam peliputan bencana, baik sebelum bencana, pada saat bencana maupun pasca-bencana. Implikasi studi jurnalisme dan bencana ke depan, penulis berharap bisa mengkaji lebih jauh lagi peran jurnalis dalam liputan bencana melalui pendekatan fenomenologi dengan wawancara mendalam untuk mengurai persepsi dan pengalaman terkait identitas dan peran profesi jurnalis di masyarakat.

Kedelapan, penelitian dari Annisatul Husna, dengan judul “Penerapan Jurnalisme Bencana Di Media Online (Studi Pada Media Antarariau.com dalam Liputan Berita Banjir di Provinsi Riau Tahun 2019)”. Dari hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa jurnalisme bencana adalah kegiatan jurnalistik yang berhubungan dengan liputan peristiwa bencana, dimana media memberitakan suatu peristiwa bencana dengan menerapkan prinsip liputan bencana dan fase-fase liputan bencana. Kini jurnalisme bencana menjadi bahasan penting dalam dunia jurnalistik karena negara Indonesia merupakan negara yang rentan dilanda bencana. Namun pemberitaan mengenai bencana selama ini selalu menuai kritik dan cenderung lebih banyak menampilkan sisi dramatis. Penelitian ini menggunakan teori penerapan Edwar III, Emerson Gindle dan Mize. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi yang kemudian diuraikan dengan metode deskriptif kualitatif.

Maka dari itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana media Antarariau menerapkan jurnalisme bencana ketika melakukan liputan

bencana dilapangan Informan penelitian ada 3 orang yaitu Kepala Biro (Redaktur) dan wartawan. Hasil dari temuan peneliti yaitu jurnalis media Antarariau.com telah memahami konsep jurnalisme bencana ,meski dalam prakteknya jurnalis belum maksimal menerapkan setiap prinsip jurnalisme bencana baik pada fase prabencana,tanggap bencana dan pascabencana.

Dari keedelapan penelitian terdahulu yang peneliti ambil sebagai bahan rujukan maka dapat ditarik kesimpulan. Tidak adanya *outline* penugasan khusus untuk wartawan yang meliput bencana membuat wartawan tidak melakukan persiapan yang matang ketika hendak melakukan liputan yang bersifat mendadak. Selain itu institusi media juga tidak mengadakan pelatihan khusus mengenai liputan bencana sehingga wartawan hanya mendapatkan pengetahuan secara mandiri dari pengalaman dilapangan saja. Pada prinsip liputan bencana, Jurnalis telah memahami prinsip akurasi, prinsip kemanusiaan (*human elements*), prinsip pemberian porsi suara korban dan prinsip sisi lain peristiwa. Hanya saja jurnalis masih belum menerapkan semua prinsip tersebut.

Adapun perbedaan dari penelitian yang terdahulu, penelitian ini akan menyampaikan mengenai ekonomi politik kepemilikan media di Indonesia serta jurnalisme krisis di Indobnesia. Dalam jurnalisme bencana atau krisis, yang paling penting sebenarnya adalah memberitakan dengan perspektif mitigasi bencana, bukan mengeksploitasi kepedihan saat tragedi terjadi. Acapkali tren peliputannya serupa, yaitu mengejar sisi dramatis dari bencana, dan minim mendorong kesiapsiagaan atau pun menggali informasi tentang sebab jatuhnya banyak korban sehingga bisa jadi pelajaran untuk perbaikan di masa mendatang. Bagaimana

media memberi perspektif terhadap masyarakat untuk bersiaga, itulah yang harus menjadi dasar pijakan bagi jurnalisme bencana di negeri yang rentan bencana ini. Karena, dalam situasi krisis, media merupakan aktor yang paling menonjol dari yang terlibat dalam respon dan pemulihan krisis.

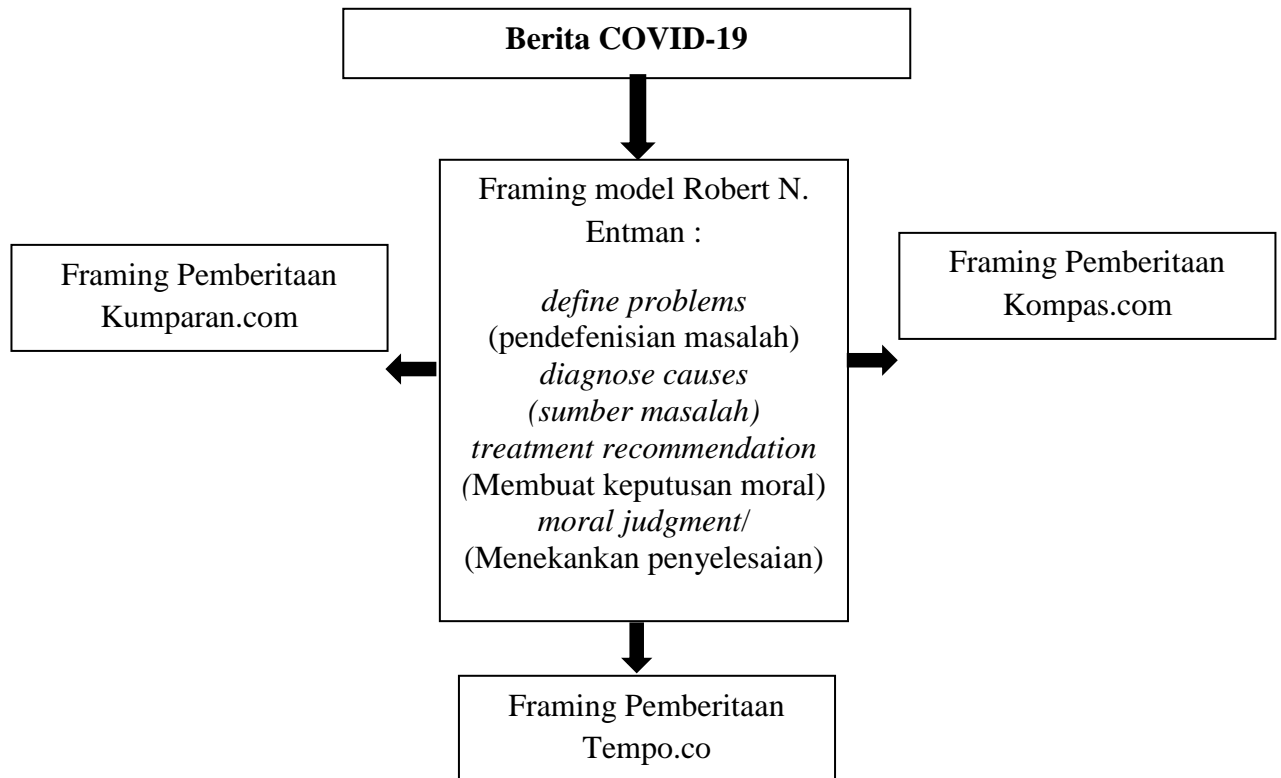
2.7 Kerangka Berpikir

Realitas yang terkonstruksi oleh media menciptakan realitas yang baru.

Realitas baru ini dihadirkan kepada publik. Realitas sosial menggambarkan dimana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif.

Analisis *framing* secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkaiannya tersebut melalui proses konstruksi. Di sini realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan cara tertentu dan wawancara dengan orang-orang tertentu. Semua elemen tersebut tidak hanya bagian dari jurnalistik, tetapi menandakan bagaimana peristiwa itu dimaknai dan ditampilkan seperti inilah media membingkai beritanya

Dari landasan teori yang dijabarkan maka model penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis framing model Robert N. Entman. Framing menurut Entman dibangun dengan empat cara, yakni *define problems*/pendefinisian masalah, *diagnose causes*/mencari penyebab masalah, *treatment recommendation*/menekankan penyelesaian, *make moral judgment* keputusan moral (Entman, 1993). Berikut dibawah ini diagram kerangka berpikir dalam penelitian ini.



Gambar 2.3
Kerangka Berpikir

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode analisis framing, serta tipe penelitian yang digunakan adalah tipe deskripsi kualitatif. Peneliti menggunakan model analisis framing Robert N. Entman (Entman, 2000).

Dalam analisis ini mengacu pada pendefinisian masalah, memperkirakan masalah, membuat keputusan moral, dan menekankan penyelesaian. Selain itu, konsep framing akan melihat bagaimana media tersebut memaknai sebuah peristiwa. Prinsipnya penelitian deskriptif menyajikan gambaran rinci dan akurat tentang sebuah obyek penelitian; membangun kategorisasi dan klasifikasi; serta memaparkan latar belakang dan konteks sebuah situasi (Neuman, 2000: 22). Penelitian deskriptif juga ditujukan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2016: 69).

Analisis framing Entman dipilih untuk menelaah bagaimana Kumparan.Com, Kompas.Com, Tempo.Co memberitakan COVID-19. Bagian manakah dari berita yang ditonjolkan dalam pemberitaan ketiga media tersebut dengan analisis framing Entman, sehingga diharapkan bisa mendapat gambaran realita media massa yang *diframing* oleh Kumparan.Com, Kompas.Com, Tempo.Co dalam menggambarkan berita COVID-19.

3.2. Obyek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah laman berita di media online Kumparan.Com, Kompas.Com, Tempo.Co. dipilih untuk diteliti sebagai objek penelitian karena terdapat pemberitaan khusus tentang COVID-19 dan ketiga media online tersebut juga memiliki perhatian besar terhadap kondisi negara ini terlebih lagi berkaitan COVID-19. Hal ini bisa terlihat dari intensitas pemberitaan COVID-19 yang kerap menghiasi laman ketiga media online tersebut.

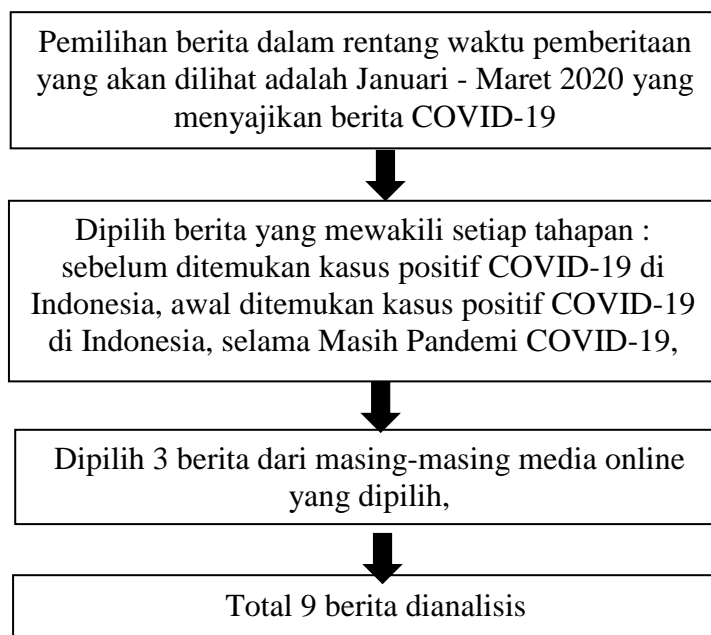
3.3. Unit Analisis

Objek penelitian dalam tesis ini adalah Kumparan.Com, Kompas.Com, Tempo.Co yang isinya berkaitan dengan COVID-19. Pemilihan berita yang akan diteliti dalam penelitian ini menggunakan *purposeful sampling*, yaitu memilih berita yang informatif berdasarkan strategi dan tujuan yang telah ditetapkan peneliti, yang jumlahnya tergantung pada tujuan dan sumberdaya studi. Unit yang akan dianalisis adalah berita yang dimuat dalam rubrik COVID-19 di Kumparan.Com, Kompas.Com, Tempo.Co dalam rentang waktu pemberitaan yang akan dilihat adalah Januari - Maret 2020. Rentang waktu ini dipilih untuk menunjukkan dinamika yang muncul dalam pemberitan media seiring eskalasi krisis yang meningkat. Dinamika yang dimaksud tidak hanya perubahan dalam respon kebijakan publik yang dikeluarkan oleh pemerintah tetapi juga bagaimana nada pemberitaan beberapa media berubah.

Peneliti kemudian akan memilih 3 berita dari tiap satu media online yang menerbitkan pemberitaan tentang COVID-19. Pemilihan 3 berita dari tiap satu

media online dirasa peneliti sudah cukup mewakili untuk menjadi bahan analisis dalam penelitian ini.

Gambar 3.1
Proses Pemilihan Berita



Tabel 3.1
Daftar Judul Berita Objek Penelitian

No	Judul Berita	Tanggal	Media	Tahapan
1.	Menko Muhadjir Pastikan RI Aman dari Corona: Kami Terus Antisipasi	28 Januari 2020	Kumparan.Com	Sebelum ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia
2.	Update Corona di Jakarta: Pasien Positif Bertambah Jadi 160, Meninggal 15 Orang	28 Februari 2020	Kumparan.Com	Awal ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia
3.	Ma'ruf soal Desakan Terawan Dicotot: Sebaiknya Tak Saling Menyalahkan	18 Maret 2020	Kumparan.Com	Selama Masih Pandemi

4.	Tanggapan Kemlu Soal Evakuasi Mahasiswa Indonesia Di Wuhan Yang Khawatir Virus Corona	26 Januari 2020	Kompas.Com	Sebelum ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia
5.	Pemerintahan Anggarkan Rp 72 Miliar untuk Bayar Influencer demi Tingkatkan Pariwisata	25 Februari 2020	Kompas.Com	Awal ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia
6.	Kisah Perjuangan Pasien COVID 19 di Tengah Ketidakpastian dan kebingungan	17 Maret 2020	Kompas.Com	Selama Masih Pandemi
7.	Waspadai Riwayat Perjalanan saat Menduga Gejala Virus Corona	24 Januari 2020	Tempo.Co	Sebelum ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia
8.	WHO : Salah Fatal Jika Beranggapan Tak Akan Terkenak Virus Corona	28 Februari 2020	Tempo.Co	Awal ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia
9.	Koalisi Desak Jokowi Copot Terawan Karena Anggap Enteng Corona	17 Maret 2020	Tempo.Co	Selama Masih Pandemi

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Sesuai dengan metode penelitian yang telah diuraikan di atas, maka teknik pengumpulan data adalah analisis isi berita dengan menggunakan pisau analisis framing. Berita yang akan dianalisa adalah berita yang dimuat di di Kumparan.Com, Kompas.Com, Tempo.Co dalam rentang waktu pemberitaan yang akan dilihat adalah Januari - Maret 2020. Rentang waktu ini dipilih untuk menunjukkan dinamika yang muncul dalam pemberitan media seiring eskalasi krisis COVID-19 yang meningkat. Dinamika yang dimaksud tidak hanya perubahan dalam respon kebijakan publik yang dikeluarkan oleh pemerintah tetapi juga bagaimana nada pemberitaan beberapa media berubah. Selanjutnya

berita-berita tersebut diklasifikasikan sesuai ciri-ciri pesannya berdasar pedoman analisis framing model Entman.

3.5. Teknik Keabsahan Data

Moleong (2008, 329) dijelaskan ada beberapa cara yang dapat dilakukan, yaitu perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan sejawat, kecukupan referensial, kajian kasus negatif, pengecekan anggota, uraian rinci, audit kebergantungan, dan audit kepastian. Dalam penelitian ini uji keabsahan data dilakukan dengan cara:

1. **Ketekunan Pengamatan.** Ketekunan pengamatan bermaksud untuk menemukan ciri-ciri dan unsur yang berkaitan dengan situasi pada permasalahan yang sedang diteliti kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci. Peneliti akan melakukan pengamatan dengan teliti dan rinci secara berkesinambungan terhadap faktor-faktor yang menonjol sampai pada satu titik pada pemeriksaan awal sehingga tampak salah satu atau seluruh faktor yang ditelaah sudah dipahami secara biasa.
2. **Kecukupan *Referensial*.** Konsep kecukupan *referensial* adalah sebagai alat untuk memeriksa kembali data yang telah dikumpulkan. Kecukupan referensial digunakan sebagai alat untuk meminta dan menyesuaikan dengan kritik tertulis untuk keperluan evaluasi, film atau video-tape, dapat digunakan sebagai alat perekam pada saat senggang dapat digunakan untuk membandingkan hasil yang diperoleh dengan kritik yang terkumpul. Jadi bahan-bahan yang tercatat dan terekam dapat digunakan sebagai patokan untuk meneliti sewaktu diadakan analisis dan penafsiran data. Dalam hal

penelitian yang dilakukan pada laman majalah.tempo.co, peneliti akan merekam layar (*screenshot*) pada halaman-halaman berita yang ada dalam daftar objek penelitian. Nantinya hasil rekaman layar akan peneliti cantumkan dalam lampiran penelitian ini.

3.6. Teknik Analisis Data

Perangkat analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah model analisis *framing* yang dikembangkan oleh Entman. *Framing* di mata Entman terbagi dalam dua dimensi besar yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas isu. Isu diseleksi dan dipilih dengan cara menonjolkan salah satu isu atau aspek dan mengabaikan isu atau aspek lain dari sebuah peristiwa. Penonjolan isu tersebut dilakukan misalnya dengan penempatan *headline*, pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat penonjolan, pemakaian label tertentu, asosiasi terhadap simbol, generalisasi, simplifikasi dan lain-lain. Dari dua dimensi di atas, sebuah berita diproduksi agar bermakna dan diingat oleh khalayak. Analisa *framing* hadir di sini sebagai pisau analisis untuk mengetahui bagaimana sebuah berita diseleksi dan disajikan oleh wartawan.

Entman merujuk empat poin dalam menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwacanakan atau diberitakan. Empat point tersebut ialah pemberian definisi, penjelasan, evaluasi dan rekomendasi. Lebih lengkapnya dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.2 Dimensi Besar *Framing* Entman

<i>Define Problems</i> (Pendefinisian masalah)	Bagaimana suatu peristiwa/isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan masalah atau sumber masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah?
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat keputusan moral)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegimitasi atau mendelegitimasi suatu tindakan?
<i>Treatment Recommendation</i>	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

3.7. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Medan dengan mengakses portal berita pada alamat domain Kumparan.Com, Kompas.Com, Tempo.Co. Proses penelitian ini berlangsung mulai Januari 2020 hingga Oktober 2020, meliputi tahap

pengumpulan bahan kajian, buku dan jurnal terkait, serta literatur lainnya yang mendukung.

Tahap berikutnya adalah tahap kajian dengan menggunakan framing sebagai pisau analisisnya. Selanjutnya di tahap terakhir adalah penulisan hasil penelitian, meskipun tidak menutup kemungkinan penambahan bahan kajian dilakukan dalam tahap ini secara berkesinambungan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

1. Kumparan.Com

Budiono Darsono, Abdul Rahman, dan Calvin Lukmantara yang sukses mendirikan Detik.com pada tahun 1998, ternyata mempunyai ide untuk eksistensi media daring di Indonesia. tiga tokoh tersebut berpendapat bahwa dalam mengkonsumsi berita, pembaca di Indonesia telah mempunyai perubahan dan perlunyaantisipasi oleh media. Pendapat tersebut ternyata juga dilatarbelakangi karena memang pada dasarnya media daring di Indonesia belum berevolusi selama dua puluh tahun.

Tergerak untuk perubahan 3 tokoh tersebut bersama para mantan karyawan detik (Hugo Diba (CEO), Ine Yordenaya (COO), Heru Tjatur (CTO), Arifin Asyhad (Editor in Chief), dan Yusuf Arifin (Chief of Engagement), mendirikan startup baru yang dinamai dengan KUMPARAN. Kumparan.com sebagai media daring yang baru tentunya mempunyai perbedaan dengan media lain. Perbedaan tersebut yaitu para founder tidak menganggap teknologi sebagai alat pendukung, tetapi sebagai fondasi utama. Alasan tersebut yang mendasari Kumparan.com. Jauh sebelum mendirikan kumparan.com, Budiono Darsono telah mendirikan detik.com yang mana pada saat itu sedang terjadi krisis politik di Indonesia. Tabloid Detik yang saat itu gencar memberitakan situasi politik di Indonesia menjadi salah satu perusahaan yang diberangus oleh pemerintah. Hal ini membuat Budiono Darsono kehilangan pekerjaannya. Kehilangan pekerjaan

dan situasi yang sulit tidak membuat Budiono pasrah. Justru pada saat itulah kemudian muncul ide kreatif dalam dirinya. Dengan bermodalkan sebuah Handy Talkie (HT), *tape recorder*, dan semangat yang tinggi, Budiono meliput peristiwa tragedi 1998. Saat itu sedang terjadi pergolakan politik yang cukup besar di Indonesia dan mahasiswa gencar melakukan unjuk rasa.

Ide memilih nama domain Detik.com berawal dari pemikiran Budiono Darsono yang ingin memberikan informasi terkini kepada masyarakat. Seperti slogan yang terpampang di blog resmi miliknya “Mengapa menunggu besok? Detik ini juga”. Sebenarnya, dulu berita yang ditampilkan di Detik.com pernah mendapat kecaman karena beritanya tidak akurat. Selain itu, tampilan homepage Detik.com pada tahun 2005 pernah mendapat kritikan dari penggunanya karena terlalu banyak menampilkan iklan.

Seiring dengan pertumbuhannya, Detik.com melakukan perbaikan-perbaikan, terutama pada keakuratan berita yang mereka tayangkan. Pada saat itu situs Detik.com telah menjadi salah satu situs ternama di Indonesia dengan jumlah visitor yang sangat besar. Pengunjung situs Detik.com saat ini mencapai 3 juta hits per hari, dan menjadi salah satu situs yang paling sering dibuka oleh seluruh pengguna internet di Indonesia. Budiono Darsono akhirnya setelah kurang lebih 13 tahun dalam mendirikan portal media online detik.com dan di bawah kepemimpinannya budiono Darsono melepaskan perusahaan pada CT Crop yang dimiliki Charirul Tanjung, yang mana popularitas dan pertumbuhan keuntungan detik.com setiap tahunnya menjadi kunci asset dalam negosiasi penjualan yang sangat panjang dalam kurun waktu beberapa tahun. Pada tahap awalnya tidak

adanya kesepakatan, dikarenakan ada perbedaan di harga. Dua tahun itu mereka (CT Corp) gigih. CT (Chairul Tanjung) menilai new media ini bisnis masa depan, akan tumbuh terus.

Pertumbuhannya bagus namun sempat tidak adanya kesepakatan pada harga. Tetapi setelah itu tidak berhenti. Setiap saat menanyakan. Pihak CT Crop juga menaikkan harga akuisisi. Kami masih belum sepakat. Proses sampai menemukan kecocokan harga justru mendadak, kilat. Yang mana Prosesnya tergolong cepat. Kenaikan harga yang mereka tawarkan juga signifikan. Di samping soal harga, ada alasan harus melepas. Antara alasan dan harga itu nyambung. Alasannya yang pertama, Budiono Darsno sudah 13 tahun mengelola ini, saya dan Abdul Rahman. Pada Tanggal 3 Agustus 2011, detik.com resmi menjadi bagian dari Trans Corp dengan nilai akuisisi total sebesar US\$60 juta atau Rp800 milyar per kurs tahun 2017. Chairul Tanjung membeli Agrakom melalui CT Corp atau PT Trans Corporation, sehingga sejak saat itu 100% saham detik.com dimiliki oleh Chairul Tanjung (Kurniawan, 2011).

Pada saat itu, pendiri detik.com, Budiono Darsono diminta Chairul Tanjung untuk menjadi Chief Executive Officer (CEO) detik.com dengan maksud agar bisnis detik.com tetap bertahan dan berkembang. Budiono Darsono menjadi CEO detik.com selama lima tahun, yaitu sejak 2011 hingga 2016. Tepat pada 29 September 2016, secara resmi Budiono Darsono mengumumkan dirinya pensiun sebagai CEO detik.com. Keputusan pensiun ini dihadiri pula oleh Chairul Tanjung yang menerima dan mengabulkan permohonan pensiun Budiono. Kini setelah pension dari detik.com Budiono Darsono menjabat sebagai Presiden Komisaris

kumparan.com, startup media plus sosial media. Sebagai *platform* yang menggabungkan situs berita dengan media sosial. Ini terbukti dengan tampilan Kumparan.com, yang menghadapkan pengguna pada saat membuka dengan tampilan berbentuk *timeline*.

Dengan menggabungkan dengan media sosial tentunya pengguna juga dapat mem-*follow* penulis atau topik tertentu. Media online kumparan.com adalah salah satu media online yang mempunyai pasar dan segmentasi tersendiri dengan mempunyai segmentasi kaum *millennial*. Berikut adalah tampilan dari logo kumparan.com.



Gambar 4.1 Logo Kumparan.com

Sumber: <https://kumparan.com/>, diakses 4 April 2021

Adapun tokoh-tokoh yang telah disebutkan di atas, ada Andrias Ekoyuono mantan *VP of Business Fevelopment Ideosource* juga turut bergabung. Ia bergabung dengan jabatan sebagai CMO. Pada pertengahan tahun 2016 merupakan awal memulai pengembangan dengan meluncurkan versi beta yang dalam bentuk situs. Untuk menyeteran dengan kemajuan teknologi, kumparan.com membuat aplikasi *Android* dan *iOS* pada bulan Januari 2017.

Dengan bekal pengalaman para founder, mereka pun mempunyai niat mendobrak bisnis media di Indonesia. Media baru ini seperti kumparan tentunya ada karakteristik atau paham ideologi dalam perusahaan media baru ini, yang mana ada beberapa perbedaan antara kumparan.com dengan media media lainnya yang ada di Indonesia, seperti halnya pendapat dari beberapa *founder* tidak menganggap bahwa teknologi sebagai alat pendukung saja, melainkan sebagai alat utama.

Alasan demikian yang mendasari berdirinya Kumparan.com. sebagai media pendatang baru di awal 2017 kumparan.com sebagai *platform* yang mengabungkan situs berita dan media sosial terbukti dengan desain serta tampilan dalam halaman situs kumparan.com pengguna atau pembaca pada saat membuka situs kumparan.com, pengguna di hadapkan langsung dengan tampilan *timeline* dengan mengabungkan yang langsung terhubung dengan media sosial dan para pengguna bisa memilih beberapa katagori berita yang disediakan dalam halaman kumparan.com serta pengguna dapat mem- *follow* penulis ataupun topik tertentu.

2. Tempo.Co

Pada tahun 1969, sekumpulan anak muda berangan-angan membuat sebuah majalah berita mingguan. Alhasil, terbitlah majalah berita mingguan bernama Ekspres. Di antara para pendiri dan pengelola awal, terdapat nama seperti Goenawan Mohamad, Fikri Jufri, Christianto Wibisono, dan Usamah. Namun, akibat perbedaan prinsip antara jajaran redaksi dan pihak pemilik modal utama, terjadilah perpecahan.

Goenawan cs keluar dari Ekspres pada 1970. Di sudut Jakarta yang lain, seorang Harjoko Trisnadi sedang mengalami masalah. Majalah Djaja, milik Pemerintah Daerah Khusus Ibu Kota (DKI), yang dikelolanya sejak 1962 macet terbit. Menghadapi kondisi tersebut, karyawan Djaja menulis surat kepada Gubernur DKI saat itu, Ali Sadikin, minta agar Djaja diswastakan dan dikelola Yayasan Jaya Raya-sebuah yayasan yang berada di bawah Pemerintah DKI. Lalu terjadi rembuan *tripartite* antara Yayasan Jaya Raya-yang dipimpin Ir. Ciputra-orang-orang bekas majalah Ekspres, dan orang-orang bekas majalah Djaja. Disepakatilah berdirinya majalah Tempo di bawah PT. Grafiti Pers sebagai penerbitnya. Kantor majalah mingguan Tempo bertempat di Jln. Palmerah Barat No.8, Jakarta. Kehadiran majalah berita mingguan Tempo dideklarasikan pada 6 Maret 1971 atas prakarsa dari sejumlah wartawan muda. Sejumlah wartawan muda berisikan Goenawan Mohamad yang berperan sebagai pemimpin redaksi, Bur Rasuanto sebagai wakil pemimpin redaksi, Usamah, Fikri Jufri, Cristianto Wibisono, Toeti Kakailatu, Harjoko Trisnadi, Lukman Setiawan, Yusril Djalinus, Zen Umar Purba, dan Putu Wijaya menandai lahirnya majalah Tempo dengan menerbitkan edisi perdana setelah sebelumnya ada edisi perkenalan. Pemilihan nama “Tempo” sendiri bukannya tanpa alasan.

Setidaknya terdapat empat buah alasan mengapa nama “Tempo” dipilih sebagai nama majalah, alasan pertama ialah karena kata “Tempo” merupakan sebuah kata yang singkat dan bersahaja. Kata ini mudah diucapkan oleh semua orang Indonesia yang berasal dari berbagai macam jurusan dan golongan. Kedua, kata ini terdengar netral, tidak mengejutkan, dan tidak merangsang. Ketiga, kata

ini bukan merupakan sebuah simbol ataupun dapat mewakili suatu golongan. Dan alasan yang terakhir adalah makna yang sederhana dari kata “Tempo” itu sendiri yang berarti waktu.

Kesederhanaan makna ini jugalah yang membuat kata yang memiliki arti sama dipakai oleh beberapa penerbitan di negara lain sebagai nama majalah. Gaya penulisan Tempo yang cenderung berbeda dalam mengkritisi pemerintah menjadi ciri khas dari Tempo. Dengan menyusun sebuah peristiwa menjadi suatu cerita pendek membuat majalah Tempo berbeda dengan media cetak pada umumnya yang ada di Indonesia.

Sebelum majalah Tempo terbit, di Indonesia hanya terdapat dua gaya penulisan dalam industri media cetak di Indonesia. Penulisan dengan gaya berita langsung (*straight news*) yang biasa dijumpai dalam surat kabar harian dan gaya penulisan artikel seperti “kolom” yang biasa dijumpai dalam majalah atau tabloid. Sisi lain yang menarik dari awal kemunculan Tempo adalah kualitas *naratifnya*. Tempo tak lagi menggunakan gaya “piramida terbalik”, di mana bagian atas memuat berita yang paling penting dalam elemen 5W + 1 H. Gaya penulisan berkisah yang menjadi ciri khas dari Tempo tersebut tidak membuat Tempo kehilangan daya kritisnya pada pemerintah orde baru yang berkuasa saat itu.

Sebuah strategi jitu diterapkan oleh redaksi majalah Tempo dengan melakukan secara bersamaan apa yang disebut dengan “Pers Pancasila” dan disisi lain majalah Tempo tetap melakukan sebuah kritik atas apa yang terjadi di pemerintahan dengan menggunakan cara yang halus secara *naratif* untuk mengkritik pejabat pemerintahan. Dengan tetap menjaga prinsip keberimbangan

membuat majalah Tempo mampu bertahan di masa orde baru yang otoriter. Tempo besar karena pemberitaannya yang tajam dan kritis.

Dalam pemberitaannya Tempo selalu mendapat reaksi dari masyarakat maupun para pemegang kekuasaan. Karenanya Tempo dalam pemberitaannya yang kontroversial sempat menyebabkannya dibredel dua kali. Pembredelan pertama dilakukan pada 3 April 1982. Sebuah laporan utama yang menampilkan kerusuhan kampanye partai Golkar di lapangan Banteng Jakarta, yang membuat majalah Tempo harus menerima kenyataan dibredel oleh Ali Moertopo menteri yang memimpin Departemen Penerangan pada tahun itu. Partai Golkar yang dianggap sebagai mesin politik Soeharto presiden yang berkuasa saat itu sangat tabu untuk diberitakan negatif. Akibatnya, majalah Tempo mendapatkan sebuah sanksi pembredelan.

Pembredelan tersebut kemudian dicabut satu bulan berikutnya dengan syarat majalah Tempo mau menandatangani sebuah surat pernyataan untuk meminta maaf dan bersedia dibina oleh pemerintah. Dengan makin sempurnanya mekanisme internal keredaksian majalah Tempo, makin mengental semangat jurnalisme investigasinya dan makin tajam pula daya kritiknya terhadap pemerintahan Soeharto. Lama setelah pembredelan pertama, majalah Tempo kembali mengalami pembredelan kedua. Kali ini diakibatkan oleh pemberitaan mengenai pembelian 39 kapal perang bekas Jerman yang dilakukan oleh Menteri Riset dan Teknologi B.J. Habibie pada laporan utama edisi 11 Januari 1994. Akibat pemberitaan majalah Tempo edisi tersebut disinyalir terjadi konflik antara pihak-pihak yang berkepentingan atas pembelian kapal-kapal perang bekas

Jerman tersebut. Kalangan TNI-AL yang merasa kewenangannya dilangkahi oleh B.J. Habibie merasa tersinggung dengan pemberitaan tersebut.

Beberapa hari setelah tersebut, presiden Soeharto memerintahkan penutupan majalah Tempo beserta dua media cetak lainnya yaitu Editor dan Detik karena pemberitaannya dianggap membahayakan stabilitas keamanan negara dan tidak melaksanakan prinsip Pers Pancasila. Berbeda dengan pembredelan pertama dimana majalah Tempo masih mampu berkelit dan mampu terbit lagi sebulan kemudian, pada pembredelan ini majalah Tempo harus menerima SIUPP-nya benar-benar dicabut.

Penyebabnya adalah masa transisi yang terjadi dalam majalah Tempo itu sendiri. Goenawan Moehamad yang telah lama memimipin majalah Tempo merasa perlu untuk melakukan sebuah penyegaran. Fikri Jufri yang dipilih menjadi pengganti dianggap memiliki kedekatan dengan Beny Moerdani dan para teknokrat pendiri Centre for Strategic and International Studies (CSIS) yang disebut sebagai “musuh” Ikatan Cedekiawan Muslim Indonesia (ICMI). ICMI sendiri adalah organisasi bentukan Soeharto untuk mendapatkan dukungan dikala dukungan dari militer sudah mulai berkurang.

Dalam masa kepemimpinan Fikri Jufri, pemberitaan majalah Tempo dinilai tidak netral. Pemberitaan yang condong memberikan dukungan kepada Beny Moerdani membuat majalah Tempo mendapat predikat “majalah anti ICMI”. Pemberitaan mengenai pembelian 39 kapal perang bekas Jerman oleh Menristek, B.J Habibie yang juga ketua ICMI dianggap sebagai wujud ketidak sukaan pada ICMI. Alasan ini digunakan sebagai pembenaran untuk “membunuh”

majalah Tempo karena akumulasi kekesalan-kekesalan atas kritik-kritik majalah tersebut kepada pemerintah.

Dengan diterbitkannya SK Menpen No.125, No.126 dan 133 tertanggal 21 Juni 1994 maka SIUPP majalah Tempo resmi dicabut. Segala upaya mencairkan pembredelan itu tidak membuahkan hasil karena majalah Tempo dinilai tidak beritikad baik mengindahkan teguran-teguran yang sudah diberikan sebelumnya. Selepas Soeharto lengser pada 21 Mei 1998, mereka yang pernah bekerja di majalah Tempo dan tercerai berai akibat pembredelan melakukan rembuk ulang untuk memutuskan perlu atau tidak majalah ini terbit kembali. Hasilnya, disepakati majalah Tempo harus terbit kembali. Maka, sejak 6 Oktober 1998, majalah ini pun hadir kembali di bawah naungan PT Arsa Raya Perdana. Menggandeng PT Arsa Raya Perdana sebagai penerbit yang menggantikan PT Grafiti Pers, majalah Tempo terbit lagi dengan wajah baru. Untuk meningkatkan skala dan kemampuan penetrasi ke bisnis dunia media, pada 2001 PT Arsa Raya Perdana melakukan *go public* dan mengubah namanya menjadi PT Tempo Inti Media Tbk (Perseroan) sebagai penerbit majalah Tempo yang baru.

Dana dari hasil *go public* dipakai untuk menerbitkan Koran Tempo. Tidak hanya *lay-out* seperti majalah *Time* yang ditinggalkan, namun juga isi dari majalah Tempo yang juga baru. Jika pada masa sebelum pembredelan majalah Tempo lebih menggunakan kata-kata metafor pada berita dalam mengajukan sebuah kritik, kini majalah Tempo lebih menggunakan sebuah pemberitaan dengan gaya *argumentative* dengan gaya laporan yang investigatif dan sebuah pemberitaan yang analitis. Dengan memilih gaya yang baru seperti ini

pemberitaan dalam majalah Tempo tidak lagi perlu berbasa-basi menggunakan metafor dalam memberitakan sebuah konflik.

Penyampaian kritik dan konflik dilakukan dengan cara yang lebih terbuka seperti tuntutan era keterbukaan. Produk-produk Tempo terus muncul dan memperkaya industri informasi korporat dari berbagai bidang, yaitu Penerbitan (majalah Tempo, Koran Tempo, *Tempo English*, *Travelounge*, Komunika, dan Bintang Indonesia), Digital (Tempo.co), Data & Riset (Pusat Data dan Analisa Tempo), Percetakan (Temprint), Penyiaran (TV Tempo dan Tempo Channel), Industri Kreatif (Matair Rumah Kreatif), Event Organizer (*Impresario* dan Tempo Komunitas), Lembaga Pendidikan (Tempo Institute), Perdagangan (Temprint Inti Niaga), dan Building Manajemen (Temprint Graha Delapan). Visi dan Misi Tempo Nilai-nilai yang dianut oleh Tempo adalah Tepercaya, Merdeka, dan Profesional.

Tepercaya yaitu menjunjung tinggi integritas dalam setiap ucapan dan tindakan. Kemudian Merdeka adalah bebas mengekspresikan diri dengan menghargai keberagaman. Serta nilai yang ketiga adalah profesional yaitu selalu bekerja dengan standar kompetensi tertinggi. Penerapan budaya perusahaan Tempo diawali dengan mengevaluasi visi dan misi perusahaan serta menggali nilai-nilai yang menjadi keunggulan kompetitif perusahaan selama perjalanan Tempo. Tak hanya nilai, Tempo juga memiliki visi dan misi. Visi dari tempo yaitu menjadi acuan dalam usaha, meningkatkan kebebasan publik untuk berpikir dan berpendapat serta membangun peradaban yang menghargai kecerdasan dan perbedaan.

Sedangkan Misi dari Tempo antara lain:

1. Menghasilkan produk multimedia yang independen dan bebas dari segala tekanan dengan menampung dan menyalurkan suara yang berbeda beda secara adil.
2. Menghasilkan produk multimedia bermutu tinggi dan berpegang pada kode etik.
3. Menjadi tempat kerja yang sehat dan menyejahterakan serta mencerminkan keragaman Indonesia.
4. Memiliki proses kerja yang menghargai dan memberi nilai tambah kepada semua pemangku kepentingan.
5. Menjadi lahan kegiatan yang memperkaya khazanah artistik, intelektual, serta dunia bisnis melalui peningkatan ide-ide baru, bahasa, dan tampilan visual yang baik.
6. Menjadi pemimpin pasar dalam bisnis multimedia dan pendukungnya.

3. Kompas.Com

Kompas.com termasuk dalam kelompok Kompas Gramedia. Kompas.com merupakan kumpulan-kumpulan berita terkini yang dapat langsung diakses melalui internet. Berita-berita yang terdapat dalam kompas.com tidaklah sama dengan yang ada dalam Kompas surat kabar. Akan tetapi melalui Kompas.com ini kita dapat mengetahui kejadian-kejadian yang baru terjadi tanpa harus menunggu dicetak.

Kompas.com merupakan situs berita terpercaya di Indonesia. *Diupdate* selama 24 jam sehari, dengan total readership lebih dari 15 juta orang. Tingkat kunjungan ke Kompas.Com atau lebih dikenal dengan sebutan *Page View*, rata-rata mencapai 40 juta setiap bulan. Sebagai situs berita terpercaya yang banyak dikunjungi di Tanah Air, Kompas.Com sebagai layaknya media lain juga menawarkan pemasangan *iklan (banner)* di internet (*online advertising*), dimana jenis iklan disini berbeda dengan media konvensional lain. Iklan di internet menawarkan bentuk-bentuk iklan yang kreatif (*Rich Media Ads*), interaktif, dan sangat atraktif (*visualisasi*). Mulai dari banner yang telah akrab di mata pengunjung situs, Kompas.com pun memiliki berbagai jenis iklan lain yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan pemasang seperti email blast (*email broadcast*), *microsite*, *advertorial*, *polling/kuis/games*, *e-ditorial* marketing yang dapat digunakan untuk tujuan edukasi, *public services*, *special services*, dan lain-lain.

Kompas.com juga memberikan layanan lain yang berhubungan dengan *Internet* dan *Multimedia*, seperti *web services* yang mencakup *development* dan *maintenance website*, *video profile*, CD interaktif, serta berbagai aplikasi pemrograman, yang dapat digunakan dalam website maupun non website, misal *product launching*, dan lain-lain. Selama sembilan tahun, ratusan perusahaan dalam dan luar negeri telah menggunakan jasa dan iklan (*banner*) di Kompas.Com.

Berita di Kompas.Com tak saja hanya bisa diakses melalui internet, tapi juga melalui mobile (*hand phone*). Visi dan misi Kompas.Com adalah menjadi agen perubahan dalam membangun komunitas Indonesia yang lebih harmonis,

toleran, aman, dan sejahtera, dengan mempertahankan Kompas sebagai *market leader* secara nasional melalui optimalisasi sumber daya serta sinergi bersama mitra strategis.

Mengantisipasi perkembangan teknologi komunikasi dan informasi serta memperluas pembaca ke berbagai wilayah dalam dan luar negeri yang sebelumnya tidak terjangkau jaringan distribusi surat kabar secara konvensional, Kompas versi internet diperkenalkan pertama kalinya dengan nama Kompas Online. Tanggal 22 Oktober 1995, *Kompas Online* resmi diluncurkan dalam pengelolaan *Desk Online Kompas*. Dalam perkembangannya, terbentuk *Kompas Cyber Media (KCM)* sejak 6 Agustus 1998.

Berbagai perluasan isi, kemasan, maupun bisnis terus dilakukan. Tanggal 18 September 2003, KCM mengembangkan sarana informasi via *short message service* (SMS), dengan nama *KCM Mobile*. Tanggal 1 April 2006, penanganan berita KCM diintegrasikan ke dalam redaksi Kompas sejalan dengan terbentuknya *Desk Multimedia*. Tanggal 28 Juni 2006, bersama dengan HUT Kompas ke-41, KCM tampil dengan kemasan baru yang semakin memperkuat citra Kompas sebagai penyedia informasi dan pengetahuan kepada khalayak (St Sularto, 2007:159).

4.2 Pembahasan

Penelitian ini mendokumentasikan 9 berita di 3 media online (Kumparan.com, Kompas.com dan Tempo.co) dalam rentang waktu dari bulan Januari - Maret 2020. Rentang waktu ini dipilih untuk menunjukkan dinamika yang muncul dalam pemberitaan media seiring meningkatnya krisis COVID-19 di Indonesia.

Pemilihan berita-berita tersebut dipilih karena bisa memberikan tentang gambaran dinamika yang terjadi. Dinamika yang dimaksud tidak hanya perubahan dalam respons kebijakan publik yang dikeluarkan oleh pemerintah terkait COVID-10 tetapi juga bagaimana nada pemberitaan beberapa media berubah. Penelitian ini berargumen bahwa perubahan ini terjadi respons media terhadap kegagalan sikap pemerintah dalam untuk lebih memberikan gambaran yang memadai tentang apa yang bisa dilihat dari pemberitaan tersebut.

Sebagaimana sudah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini menggunakan 3 elemen CERC yang digagas oleh Renolds dan Seeger (2005). *Elemen pre-crisis* (Sebelum ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia), *initial event* (Awal ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia), dan *maintenance* (Selama Masih Pandemi COVID-19) bisa menjadi alat bantu analisis yang penting untuk meneliti analisis *framing* pemberitaan yang terjadi di masa pandemik COVID-19 pada 3 media online tersebut.

Sebagai suatu proses, *framing* memiliki beberapa tahapan, yaitu, pertama pembuatan bingkai (*frame-building*). Tahapan ini berkaitan dengan interaksi antar-aktor yang bersinggungan dengan media terkait dengan strategi membingkai suatu isu dan bagaimana isu tersebut ditempatkan dalam berita. Kedua, pengaturan bingkai (*frame-setting*). Pengaturan bingkai mengacu pada interaksi antara *frame* media dengan kerangka pengetahuan dan predisposisi di tingkat individu. Ketiga konsekuensi bingkai (*frame-consequences*). Konsekuensi dari *framing* media dapat dilihat pada dua level, yaitu, tingkat individu dan tingkat masyarakat. Secara individu, *framing* dapat berdampak terhadap perubahan sikap

dan persepsi individu terhadap suatu isu, sedangkan di level masyarakat, *framing* berdampak pada lahirnya tindakan kolektif untuk mengambil keputusan bersama (Entman, 2013)

4.2.1 Analisis Framing Berita COVID-19 di Kumparan. Com (sebelum ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia)

Judul Berita	Menko Muhadjir Pastikan RI Aman dari Corona: Kami Terus Antisipasi
Tanggal Terbit	28 Januari 2020
<i>Define Problem</i> (Pendefinisian Masalah)	Pemerintah menegaskan melalui Kementerian Koordinator Bidang pembangunan Manusia dan Kebudayaan (Kemenko PMK) Indonesia masih berstatus aman dari ancaman <i>virus corona</i> atau <i>2019-n CoV</i> . Padahal Virus yang pertama ditemukan di Wuhan, China itu, tercatat telah menewaskan 106 orang. “ <i>Alhamdulillah sampai hari ini Indonesia masih aman dan mudah-mudahan akan terus aman dan itulah yang kami usahakan</i> ”.
<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan Masalah)	Dilihat dari <i>framing</i> pemberitaan tentang COVID-19 tidak terlihat dari upaya pemerintahan dalam mempersiapkan dampak dan resiko kedepan dalam menghadapi COVID-19.
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat Keputusan Moral)	Dari berita yang ditayang di Kumparan.Com yaitu COVID-19,seharusnya Kumparan.Com memberikan alarm kewaspadaan kepada masyarakat, bahwa penyakit COVID-19 berbahaya dan mematikan
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan Penyelesaian)	Dari berita tersebut terlihat tidak ada urgensi bahwa virus ini akan sampai ke Indonesia. Dengan kata lain, pemberitaan Kumparan.com tidak menekankan pada <i>sense of crisis</i> (rasa krisis) khususnya di hari-hari pertama ketika kasus ini pertama kali ditemukan di China. Padahal, hal ini bisa memberikan gambaran memadai mengenai skala krisis yang akan

	kita hadapi ke depannya.
--	--------------------------

Berbagai informasi terkait dengan wabah penyakit baru yang sebagian negara menganggap virus ini berbahaya dan mematikan sejak kemunculan awalnya sehingga mengakibatkan situasi kepanikan dan Kumparan.Com *memframing* kepanikan sebelum ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia pada berita diatas.

4.2.2 Analisis Framing Berita COVID-19 di Kumparan. Com (Awal ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia)

Judul Berita	Update Corona di Jakarta: Pasien Positif Bertambah Jadi 160, Meninggal 15 Orang
Tanggal Terbit	19 Maret 2020
<i>Define Problem</i> (Pendefinisian Masalah)	Mendefinisikan penjelasan, jumlah penderita virus corona (COVID-19) di DKI Jakarta kembali bertambah.
<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan Masalah)	Kumparan.com menulis, Juru bicara penanganan corona, Achmad Yurianto, mengumumkan Jakarta memiliki kasus terbanyak yakni 125 pasien dan 12 meninggal.
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat Keputusan Moral)	Pada pemberitaan ini penilaian moral yang disampaikan adalah pemerintah DKI Jakarta sudah melakukan persiapan menanggulangi <i>virus corona</i> ini. Gubernur DKI Anies Baswedan sudah meminta warga Indonesia, khususnya Jakarta, untuk berdiam diri di rumah demi menekan penyebaran COVID-19. Terlebih, Jakarta kini menjadi daerah tertinggi dengan jumlah pasien dan angka kematian tertinggi se-Indonesia. Seharusnya, bagian dari pernyataan diatas tersebut dibarengi dengan tanggapan dari ahli yang berkaitan sehingga terdapat ke-berimbangan (<i>cover both side</i>). Kumparan.Com seolah-olah menjadi “humas” pemerintah dalam berita ini

<p><i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan Penyelesaian)</p>	<p>Tindakan penekanan penyelesaian terkait periode ini adalah, Kumparan.com menjelaskan pemerintahan DKI Jakarta dari awal terus melakukan tindakan pencegahan. Namun, Kumparan.Com tidak melakukan penekanan penyelesaian masalah yang baik untuk melakukan pengetahuan pencegahan mengatasi krisis ini.</p>
--	---

Awal ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia, situasi dan kondisi masyarakat semakin terlihat panik dan meresahkan, sehingga tingkat kecemasan dan kepanikan masyarakat terus meningkat dengan menuliskan jumlah penderita COVID-19 dan kematian. Berita Kumparan.Com terus *memframing* kepanikan dengan data-data tersebut, tanpa anti-kritik kepada pernyataan tersebut, yang cenderung membingungkan masyarakat.

4.2.3 Analisis Framing Berita COVID-19 di Kumparan. Com (Selama masih pandemi)

<p>Judul Berita</p>	<p>Ma'ruf soal Desakan Terawan Dicotot: Sebaiknya Tak Saling Menyalahkan</p>
<p>Tanggal Terbit</p>	<p>18 Maret 2020</p>
<p><i>Define Problem</i> (Pendefinisian Masalah)</p>	<p>Kumparan.Com mendefinisikan, pernyataan Wakil Presiden, Ma'aruf Amin terkait Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto yang dianggap gagal dan terkesan tidak serius dalam penanganan pandemi sehingga publik mendesaknya untuk mundur. Kumparan.Com pada berita tanggal 18 Maret 2020 menuliskan :</p> <p><i>Koalisi Masyarakat Sipil meminta Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto dicopot karena dinilai gagal menyiapkan skema penanganan wabah virus corona (COVID-19) yang baik. Terkait hal ini, Wakil Presiden Ma'ruf Amin mengatakan keputusan mengganti menteri adalah hak prerogatif Presiden Jokowi. Di sisi lain, ia meminta masyarakat untuk tidak saling menyalahkan dalam situasi darurat saat ini. "Tapi kalau menurut saya dalam situasi gawat</i></p>

	<p><i>seperti ini, dalam situasi di mana kita menghadapi ancaman wabah corona yang juga sudah mengancam dunia termasuk Indonesia, sebaiknya kita tidak saling menuduh, menuding, tidak saling menyalahkan," kata Ma'ruf dalam keterangannya.</i></p>
<p><i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan Masalah)</p>	<p>Dalam pemberitaan ini Kumparan.Com menulis Sebelumnya, ada 4 poin yang disoroti Koalisi Masyarakat Sipil terkait bagaimana Terawan menangani masalah ini, yakni: 1. Pernyataan bahwa pasien yang sudah sembuh akan imun, di saat pengalaman negara lain menunjukkan sebaliknya; 2. Gagal mengkoordinasi RS agar sigap melakukan pemeriksaan dan penanganan COVID-19, termasuk memastikan ketersediaan dana/anggaran dan alat; dan juga menjaga mutu/kualitas kerja tenaga kesehatan, tenaga administrasi, pusat data dan informasi di RS, terutama di waktu krisis sekarang; 3. Masih dimonopolinya pemeriksaan sampel hasil tes swab di Litbangkes Jakarta yang memperlambat respons tanggap darurat; 4. Menggelar acara publik dan bukannya turut menerapkan social distancing. Dalam berita ini Kumparan.Com mem-framing Terawan, sebagai sosok yang dipersalahkan penyebab dari adanya desakan koalisi masyarakat sipil kepada pemerintah. Terawan dianggap gagal dalam penanganan pandemi COVID - 19.</p>
<p><i>Make Moral Judgement</i> (Membuat Keputusan Moral)</p>	<p>Dalam pemberitaan Kumparan.Com ini, penilaian moralnya adalah untuk tidak saling menyalahkan dalam situasi selama pandemi ini, namun juga jangan ada diskursus politik oleh para elite politik dalam penanganan COVID-19 di masa pandemi ini. Kumparan memframing, <i>conflict of interst</i> yang melibatkan Wakil Presiden terhadap desakan publik yang menkankan agar terawan mundur.</p>
<p><i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan Penyelesaian)</p>	<p>Kumparan.com dalam penyelesaian masalah terkait pernyataan Wakil Presiden dalam kondisi disaat pandemi ini, seharusnya <i>memframing</i>, mengutamakan pemberiaan solusi perencanaan dalam menangani <i>virus corona</i> dimasa pandemi ini</p>

Periode selama pandemi, Kumparan.Com memframing pemberitaan Tarik ulur kepentingan politik. Menurut Sandel (2013), persepsi publik terhadap risiko dan ancaman COVID-19 turut dipengaruhi oleh informasi yang mereka terima.

4.2.4 Analisis Framing Berita COVID-19 di Kompas. Com (sebelum ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia)

Judul Berita	Tanggapan Kemlu Soal Evakuasi Mahasiswa Indonesia Di Wuhan Yang Khawatir Virus Corona
Tanggal Terbit	26 Januari 2020
<i>Define Problem</i> (Pendefinisian Masalah)	Berita membahas tentang tanggapan Kementerian Luar Negeri atas permintaan evakuasi mahasiswa Indonesia di Wuhan. <i>“Sebelumnya, seorang mahasiswa Indonesia bernama Rio Alfi berharap agar segera mendapat solusi terbaik atas nasib warga Indonesia di Wuhan. Dalam video berdurasi 3.54 menit, Rio menyebutkan bahwa seluruh transportasi di kota itu telah dihentikan”.</i>
<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan Masalah)	Kompas.Com membingkai informasi dari pernyataan pelaksana tugas juru bicara Kemenlu, Teuku Fauzisyah terkait tanggapan atas permintaan evakuasi mahasiswa di Wuhan akibat kemunculan awal <i>virus corona</i> disana. Berita tersebut memberikan penilaian terkait penetapan suatu keadaan yang gawat dalam meningkatkan kewaspadaan bagi para mahasiswa di Wuhan, <i>“Segala pilihan kebijakan dengan menyesuaikan dengan perkembangan di lapangan terus dibahas. Secara umum dari pantauan KBRI mereka masih dalam kondisi yang baik”.</i>
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat Keputusan Moral)	Penilaian moral yang diberikan oleh Kompas.Com adalah pemerintah melalui Kementerian Luar Negeri tidak tinggal diam dalam menangani permintaan evakuasi mahasiswa di Wuhan akibat <i>virus corona</i> yang kemunculannya di Wuhan, China.
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan Penyelesaian)	Terlihat sudah ada kesiapsiagaan pemerintah dalam mengatasi mahasiswa dan Warga Negara Indonesia (WNI) lainnya di Wuhan. Karena itu pemerintah terus melakukan komunikasi dan kordinasi dengan pemerintah China melalui KBRI disana. Berita

	antisipasi ini banyak membanjiri ruang publik dan publik dituntut bersikap tenang dalam menghadapi ancaman <i>virus corona</i> yang ada, namun secara <i>komperhensif</i> tidak akan membawa pengetahuan tentang bagaimana seharusnya publik bersikap dalam menghadapi ancaman <i>virus corona</i> yang ada.
--	--

Pada periode sebelum ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia, Kompas.com memframing kebijakan pemerintah dengan menayangkan berita dengan judul “Tanggapan Kementerian Luar Negeri (Kemlu) Soal Evakuasi Mahasiswa Indonesia Di Wuhan Yang Khawatir Virus Corona”.

Namun seharusnya, Kompas.Com juga memberitakan “pesan-pesan yang berisi ancaman mampu menangkap perhatian publik” dari sumber lain yang terkait dengan virus COVID-19 . Hal ini untuk mendorong publik melakukan tindakan.

4.2.5 Analisis Framing Berita COVID-19 di Kompas. Com (Awal ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia)

Judul Berita	Pemerintahan Anggarkan Rp 72 Miliar untuk Bayar Influencer demi Tingkatkan Pariwisata
Tanggal Terbit	25 Februari 2020
<i>Define Problem</i> (Pendefinisian Masalah)	Berita tersebut menampilkan kebijakan pemerintah terhadap dampak penyebaran virus corona bagi dunia pariwisata. “Pemerintah menganggarkan Rp 72 miliar untuk membayar jasa influencer dan promosi media demi menggenjot pariwisata Indonesia yang lesu karena terdampak penyebaran virus corona”.
<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan Masalah)	Kompas.Com dengan nada mengajak publik agar tetap mau ke tempat – tempat pariwisata agar perekonomian tidak lesu. “Terdiri dari alokasi untuk airlines dan (travel) agent diberikan diskon khusus ataupun semacam insentif totalnya Rp 98,5 miliar. Kemudian ada untuk anggaran promosi Rp 103 miliar dan juga untuk kegiatan turisme sebesar Rp

	<i>25 miliar dan (media relation) dan influencer sebanyak Rp 72 miliar”.</i>
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat Keputusan Moral)	Penilaian moral yang diberikan oleh Kompas.com adalah upaya pemerintah dalam upaya menggenjot sektor pariwisata Indonesia yang lesu akibat penyebaran <i>virus corona</i> . “ <i>Influencer dan promosi media digunakan untuk menarik minat wisatawan mancanegara datang ke Indonesia. Anggaran sebesar itu menjadi bagian dari total insentif sebesar Rp 298,5 miliar yang dikeluarkan pemerintah untuk menarik minat wisatawan mancanegara</i> ”.
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan Penyelesaian)	Pemerintah mengeluarkan kebijakan dalam menggenjot sektor pariwisata Indonesia untuk menarik minat wisatawan mancanegara. Sulit untuk tidak menyebut bahwa berita ini bukan implikasi terhadap program – program dan kebijakan pemerintah dan sulit juga untuk tidak menghubungkan narasi tersebut dengan afiliasi dan kepentingan bisnis pemilik medianya.

Berita pada periode awal ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia, dengan judul berita : Pemerintahan Anggarkan Rp 72 Miliar untuk Bayar Influencer. Kompas.Com memfrmaing, masih terkait kebijakan pemerintah . Seharusnya, Kompas.Com membuat laporan berita tentang bagaimana masyarakat dan pemerintah dapat menjawab masalah-masalah yang rumit seperti pandemi ini. Karena masyarakat membutuhkan pelaporan berita yang berkualitas dan bertanggung jawab, tidak hanya untuk mengidentifikasi informasi yang salah, tetapi juga untuk memberikan saran kesehatan masyarakat yang sehat dan membangun solidaritas masyarakat.

4.2.6 Analisis Framing Berita COVID-19 di Kompas. Com (Selama masih pandemi)

Judul Berita	Kisah Perjuangan Pasien COVID 19 di Tengah Ketidakpastian dan kebingungan
Tanggal Terbit	17 Maret 2020
<i>Define Problem</i> (Pendefinisian Masalah)	Berita tersebut menampilkan berbagai keresahan yang terjadi pada masyarakat terkait ketidaksiapan menangani pasien COVID-19 maupun gejala awal yang timbul dan antisipasinya. <i>“Penapisan merupakan benteng utama melawan serangan penyakit COVID-19. Berikutnya, perawatan segera sangat dibutuhkan untuk mencegah memburuknya kondisi penderita. Ibarat perang, penapisan merupakan benteng utama melawan serangan COVID-19, penyakit yang disebabkan virus corona baru, SARS-CoV-2. Berikutnya, perawatan segera sangat dibutuhkan agar pasien memiliki kekuatan guna melawan balik musuh tak kasat mata yang belum ditemukan obatnya ini. Namun, tepat pada dua titik itulah kelemahan utama kita menghadapi corona baru ini, membuat kita kini dihantui cemas, akan kah bisa melewati pandemi ini? Kondisi ini mengakibatkan pasien corona yang membutuhkan penanganan segera kian merana”</i> .
<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan Masalah)	<i>Frame</i> yang dibangun oleh Kompas.Com adalah COVID-19 harus diwaspadai oleh masyarakat, namun pemerintah tengah berusaha melakukan antisipasi secara optimal
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat Keputusan Moral)	Penilaian moral yang diberikan oleh Kompas.com adalah pemerintah telah melakukan pemeriksaan yang masif guna sebagai kunci untuk mencegah meluasnya sebaran virus SARS-CoV-2 pemicu COVID-19. <i>“Beberapa institusi laboratorium tersebut sudah menjalankan fungsinya. Sejumlah spesimen yang diperiksa juga sudah ada hasilnya sehingga dapat memperpendek waktu pengiriman spesimen dari rumah sakit ke laboratorium. Laboratorium Universitas Airlangga sudah melaksanakan fungsinya dan sudah mengirimkan spesimen yang diperiksa dan sudah ada hasilnya. Tidak lama lagi juga akan dilakukan di Lembaga Eijkman dan diharapkan setidaknya minggu depan sudah dilaksanakan di banyak tempat lain”</i> .

<p><i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan Penyelesaian)</p>	<p>Pemerintah mengedepankan nasihat kesehatan melalui penjelasan agar pembacanya lebih waspada terhadap gejala COVID-19. <i>“Segera periksa kerumah sakit guna tidak ada kesalahpahaman dalam mengartikan bahwa COVID-19 adalah penyakit yang sembuh sendiri sehingga tidak memerlukan pengobatan”..</i></p>
--	--

Pada elemen, Kompas.com tetap melakukan framing kebijakan pemerintah dengan mengutip rilis dan siaran pers hubungan masyarakat (humas) pemerintah tanpa menambahinya dengan konteks yang memadai. Keduanya memparafrase rilis pemerintah, tapi mereka sama-sama mengandalkan narasumber tunggal tanpa mengkritisnya.

4.2.7 Analisis Framing Berita COVID-19 di Tempo. Co (Sebelum ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia)

<p>Judul Berita</p>	<p>Waspada! Riwayat Perjalanan saat Menduga Gejala Virus Corona</p>
<p>Tanggal Terbit</p>	<p>24 Januari 2020</p>
<p><i>Define Problem</i> (Pendefinisian Masalah)</p>	<p>Berita tersebut secara lengkap membahas tentang virus <i>corona</i>, latar belakangnya, mengapa bisa muncul di China, medium penyebarannya, dan bagaimana pencegahannya. Jenis berita yang informatif dengan fokus mengenalkan pembaca mengenai <i>corona</i>. Tentu dalam konteks disini belum terdapat nada urgensi bahwa virus ini akan sampai ke Indonesia. Saat itu adalah periode di mana masih banyak orang termasuk media masih meraba – raba.</p>
<p><i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan Masalah)</p>	<p>Pada pemberitaan ini, Tempo.co membingkai informasi dari pernyataan Menteri Kesehatan, Terawan Agus Putranto terkait pengetahuan tentang apa sebenarnya <i>virus Corona</i> yang sedang melanda di China. Berita tersebut memberikan edukasi dalam meningkatkan kewaspadaan kepada masyarakat terhadap dugaan gejala <i>virus</i> itu. Menurut Terawan, <i>“Hal yang perlu diwaspadai saat melihat seseorang terkena gejala yang serupa dengan gejala virus</i></p>

	<i>corona adalah dengan menanyakan riwayat perjalanannya”.</i>
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat Keputusan Moral)	Pemerintah tidak tinggal diam dalam menangani kasus COVID – 19 yang tengah mewabah di dunia. Namun hal tersebut juga ditegaskan jika hanya pemerintah saja yang bekerja itu tidak akan efektif. Harus ada kerjasama dan gotong – royong antara pemerintah dan masyarakat untuk sama – sama saling mencegah penularan COVID – 19
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan Penyelesaian)	Dari berita tersebut terlihat sudah ada kesadaran bahwa virus bisa menyebar ke negara – negara lain di luar China dan karena itu butuh diketahui riwayat perjalanan seseorang apakah baru pulang dari luar negeri atau tidak. Sekali lagi, berita semacam ini meskipun bisa disebut sebagai alarm, tetapi ia tetap masih belum memberikan gambaran secara utuh dan memadai mengenai krisis yang akan kita hadapi ke depannya dan bagaimana pencegahannya.

Sejak awal adanya korban COVID – 19 di Wuhan, China, teori konspirasi menyebar dengan massif di media sosial. Konspirasi ini di berbagai *platform* media sosial yang populer di Indonesia seperti *Facebook, Twitter, juga Whatsapp*.

Kementerian Komunikasi dan Informasi, misalnya sudah meliris pernyataan bahwa sampai di bulan Febuari 2020 saja sudah ada 36 hoaks terkait *virus Corona*. Yang ironis dalam konspirasi tentang *virus Corona* ini adalah ia sampai masuk menjadi berita di media arus utama. Ini adalah *textbook* bagaimana misiinformasi menyebar dengan cepat. Bermula dari media sosial, dipercakapan dengan menyebar dengan *massif* oleh *public warganet*, dan lalu disambut dan diberitakan oleh media – media arus utama tanpa sikap kritis. Alih – alih mendiskusikan *corona* dari sisi medis dan tampak yang mungkin ditimbulkan, tapi memilih mendiskusikan isu *corona* dari aspek yang konspiratif terkait dugaan *virus* tersebut adalah senjata biologis yang dimiliki oleh pemerintah China.

Pada fase sebelum ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia Tempo.co dengan berita pada tanggal 24 Januari, memframing Negara China, asal muasal penyebaran virus corona.

4.2.8 Analisis Framing Berita COVID-19 di Tempo. Co (Awal ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia)

Judul Berita	WHO : Salah Fatal Jika Beranggapan Tak Akan Terkenak Virus Corona
Tanggal Terbit	28 Februari 2020
<i>Define Problem</i> (Pendefinisian Masalah)	<p>Pendefinisian masalah yang dilakukan oleh Tempo.co adalah pernyataan WHO yang melakukan inisiatif dalam mencegah penyebaran virus COVID - 19. <i>Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) Memperingatkan negara-negara yang belum terdampak viruscorona untuk terus siaga. Melihat situasi saat ini, di mana jangkauan virus Corona semakin luas, WHO berkata bahwa negara manapun bisa terdampak virus yang memiliki nama resmi COVID-19 tersebut.</i></p> <p>Ini juga memberikan kesan bahwa disetiap pemerintahan negara jangan terlalu santai dalam upaya kesiapsiagaan menangani kasus COVID – 19 dan nantinya masyarakat akan melihat bahwa pemerintahnya dengan cepat melakukan koordinasi yang baik dengan seluruh lembaga yang ada sehingga penanganannya tidak berjalan sendiri – sendiri.</p> <p>Adanya pernyataan dari WHO ini, agar pemerintah di setiap negara memberikan pelarangan bagi masuknya warga dari negara yang terserang wabah <i>corona</i> selain dari cina, maka mereka melakukan hal tersebut. WHO khawatir jika COVID – 19 akan masuk dan menyebar diseluruh negara, termasuk di Indonesia.</p>
<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan Masalah)	Digunakan untuk memperkirakan penyebab masalah dari sebuah peristiwa. Selain itu untuk membingkai siapa aktor dalam sebuah berita. Pada pemberitaan ini, Tempo.co membingkai penyebab WHO melakukan inisiatif mencegah <i>corona</i> karena adanya klaim bahwa negara Indonesia masih terbebas dari <i>corona</i> . Klaim tersebut sangat mengkhawatirkan

	berbagai pihak. Masyarakat yang membaca tentunya juga akan merasa khawatir dan menganggap pemerintah tak ada kesiapan sama sekali dalam upaya pencegahan <i>virus</i> COVID – 19 di Indonesia. Pihak yang berinisiatif ini merasa perlu adanya persiapan dan pencegahan meskipun virus corona belum masuk di Indonesia. Sehingga ada keraguan bahwa Indonesia tidak bisa terbebas dari <i>virus corona</i> .
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat Keputusan Moral)	Penilaian moral yang diberikan oleh Tempo.co adalah agar pemerintah tidak tinggal diam dalam menangani kasus COVID – 19 yang tengah mewabah di beberapa negara. Hal tersebut menegaskan harus ada kerjasama dan gotong – royong antara pemerintah sebuah negara dan masyarakat untuk sama – sama saling mencegah penularan virus COVID – 19.
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan Penyelesaian)	Berita ini merekomendasi penekanan penyelesaian yang diberikan Tempo.Co adalah pemerintah disarankan agar menggandeng lembaga – lembaga penelitian yang ada di Indonesia untuk melakukan penelitian guna mendeteksi adanya COVID – 19. Dengan adanya saran – saran yang disampaikan tersebut memberikan kesan bahwa pemerintah tidak segera mengambil langkah dalam upaya penanganan kasus COVID – 19 di Indonesia. Pemerintah juga terlihat tidak ada koordinasi dan inisiatif dengan lembaga – lembaga terkait. Jika kolaborasi bisa dilakukan antara pemerintah dengan lembaga kemungkinan bisa menemukan solusi supaya COVID – 19 tidak semakin meluas.

Sejak ditemukannya pasien positif COVID -19 pada 2 maret 2020, artinya saat berita ini ditulis masa pandemi di Indonesia sudah berlangsung lebih dari 1 (satu) bulan dan belum ada tanda – tanda akan berakhir dengan cepat. Banyak dinamika yang terjadi di masa pandemi ini dari mulai pernyataan *blunder* pejabat pemerintahan yang terus terjadi, maju mundur upaya untuk melakukan *lockdown*. Pada periode awal ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia, Tempo.co

memframing bahaya virus dan masih memberikan alarm, namun belum menuliskan kebijakan mitigasi .

4.2.9 Analisis Framing Berita COVID-19 di Tempo. Co (Selama masih pandemi)

Judul Berita	Koalisi Desak Jokowi Copot Terawan Karena Anggap Enteng Corona
Tanggal Terbit	17 Maret 2020
<i>Define Problem</i> (Pendefinisian Masalah)	<p>Tempo.Co mendefinisikan yang menjadi permasalahan adalah Menteri Kesehatan, Terawan Agus Putranto yang dinilai tidak serius dalam menangani kasus COVID - 19 di Indonesia. Sehingga koalisi masyarakat sipil mendesak agar Menteri Kesehatan Terawan untuk mundur dari jabatannya. Ini dikuatkan pada berita tanggal 17 Maret 2020 yang dibuat oleh Tempo.Co :</p> <p><i>Koalisi Masyarakat Sipil mendesak Presiden Joko Widodo atau Jokowi memecat Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto. Salah satu anggota koalisi, aktivis Migrant Care, Anis Hidayah, mengatakan sejak awal wabah virus corona (COVID-19) muncul, Terawan menunjukkan sikap pongah, menganggap enteng, anti-sains, serta memandang rendah persoalan. Hal ini berakibat pada hilangnya kewaspadaan.</i></p> <p>Pendefinisian masalah ini terdapat pada judul yang memberikan kesan bahwa Menteri Kesehatan tidak siap dalam menangani wabah COVID – 19. Selain itu tuduhan bahwa Terawan tidak serius dan menganggap remeh virus COVID – 19 masih melekat. Tempo.co membingkai bahwa ketidakseriusan penanganan <i>corona</i> di Indonesia disebabkan oleh Terawan. Ini menyudutkan sosok Terawan sebagai Menteri Kesehatan yang tidak tanggap menangani pandemi COVID - 19 di Indonesia. Padahal wabah virus COVID – 19 ini sudah mulai meyebar ke beberapa negara. Dalam keadaan seperti ini seharusnya pemerintah mempunyai perencanaan dan langkah antisipasi apabila dalam melakukan mitigasi wabah. Seperti contohnya pemerintah terus memberikan informasi orang terinfeksi virus COVID – 19 tanpa</p>

	menjelaskan langkah nyata apa yang telah dilakukan pemerintah dalam menangani wabah COVID – 19.
<i>Diagnose Causes</i> (Memperkirakan Masalah)	Dalam pemberitaan ini Tempo.Co menulis berbagai penyebab dari adanya desakan dari koalisi masyarakat sipil kepada pemerintah. Terawan dinilai tidak serius dalam penanganan kasus COVID - 19. Karena ketidaksiapan tersebut pemerintah dinilai kacau dalam menangani virus COVID - 19. Pemerintah terus mengumumkan jumlah pasien yang terinfeksi COVID - 19, tanpa menjelaskan langkah - langkah apa yang telah dilakukan dalam merawat pasien terinfeksi COVID - 19 tersebut. Dalam berita ini Tempo.co membingkai aktor yang diperkirakan menjadi penyebab masalah adalah Terawan Agus Putranto Menteri Kesehatan Republik Indonesia. Terawan menganggap enteng soal penyebaran virus COVID – 19 yang tengah melanda beberapa negara. Berbagai pihak pun merasa pemerintah tidak mempunyai persiapan untuk menghadapi wabah virus COVID – 19. Karena, Terawan sering memberikan informasi yang keliru tentang informasi COVID - 19. Ini akan memberikan kesan kepada publik bahwa Terawan benar - benar menganggap penyakit ini sebagai suatu hal yang remeh.
<i>Make Moral Judgement</i> (Membuat Keputusan Moral)	Berfungsi untuk memberikan penilaian moral terhadap sebuah peristiwa. Dalam pemberitaan ini penilaian moral yang disampaikan adalah pemerintah harus membangun kesadaran kepada masyarakat tentang bahaya COVID - 19 dan cara untuk mencegah penularan virus tersebut.
<i>Treatment Recommendation</i> (Menekankan Penyelesaian)	Pada pemberitaan ini tindakan penekanan penyelesaian masalah yang direkomendasikan oleh Tempo.Co adalah meminta pejabat pemerintahan yang gagal menjalankan tugasnya untuk mundur. Ini tentu sikap yang keras seiring eskalasi krisis pandemi COVID-19 ini yang terus meningkat.

Framing Tempo.Co, pada periode selama pandemi, menjadi bersikap lebih keras terhadap pemerintahan dengan memberikan kesan bahwa pemerintah tidak memiliki persiapan dalam menangani kasus COVID - 19 di Indonesia. Sehingga

pemerintah semakin gelagapan dalam menghadapi pandemi COVID - 19 tersebut, dimana warganya sudah ada yang terinfeksi namun pemerintah belum ada strategi untuk menangani wabah tersebut.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis framing pemberitaan COVID-19 di Kumparan.Com, Kompas.Com dan Tempo.Co di era pandemi yang telah dilakukan maka dapat ditarik simpulan bahwa :

1. Penyajian berita Kumparan.com, Kompas.Com dan Tempo.Co, cenderung mengandalkan keterangan siaran pers dari pemerintah tanpa menambahinya dengan konteks yang memadai. Sehingga terjebak kepada pemberitaan yang tidak signifikan dan substansial, seperti yang awalnya hanya di perbincangkan di media sosial, kemudian menjadi berita arus utama ketika dinaikkan di ketiga media tersebut. Ketiga media tersebut sama-sama *memframing* kepanikan warga, baik itu pada periode sebelum dan awal ditemukan COVID-19 hingga selama pandemi, kondisi ini tentu meningkatkan rasa takut masyarakat terkait COVID-19. Padahal di waktu yang sama ketiga media tersebut bisa menyajikan berita yang berisi pesan krisis dan mitigasi, yang mana masyarakat membutuhkan informasi yang ideal soal pandemi COVID-19 ketimbang kisruh politis maupun berita yang hanya sekedar rilis dari pemerintah.
2. Masih terdapat tarik ulur kepentingan politik sehingga menunjukkan telah terjadi aliansi bisnis atas kepemilikan ketiga media tersebut yang memiliki pengaruh yang penting terhadap pemberitaan selama masih pandemi. Konsekuensinya, ketiga media tersebut tidak bisa berjarak

apabila beririsan dengan kepentingan politik pemiliknya. Hal ini berimplikasi pada berita-berita yang tidak bisa menjaga sikap kritis dan independensi dari kekuasaan dan jauh dari berita mitigasi krisis COVID-19. Yang ada, ketiga media tersebut hanya menjadi juru bicara yang mengamplifikasi narasi kepentingan atau aktor politik tertentu. Ini tentu berbahaya, artinya media tidak bersikap skeptis dan kritis ditengah krisis, sesuatu yang sangat dibutuhkan disaat pandemi COVID-19.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

Hendaknya penelitian ini dapat menjadi referensi penelitian lainnya, terutama terkait dengan analisis framing maupun konstruksi berita.

2. Saran Akademis

Untuk menjaga independensi media, hendaknya jurnalisme di masa krisis mestinya tidak menjalankan model-model jurnalisme di waktu normal. Unsur dramatisasi, sensasionalisme, mengamplifikasi pernyataan-pernyataan konyol parah tokoh publik yang kerap dilakukan di waktu normal mesti sebisa mungkin dihindari ketika periode krisis melanda. Itu kalau media tidak mau terjebak ke dalam krisis jurnalisme itu sendiri.

3. Saran Praktis

Media diharapkan bisa memberikan berita – berita yang berkualitas sesuai dengan realitas yang ada. Media bisa menjaga idealisme pemberitaan, namun juga harus bisa bertanggung jawab. Selain itu, media juga harus memberikan pengetahuan kepada masyarakat terkait dengan persoalan pandemi COVID-19

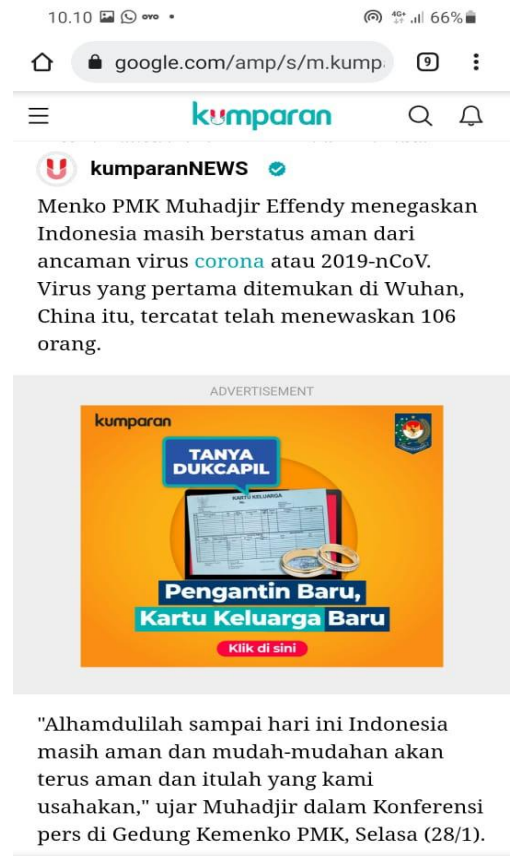
DAFTAR PUSTAKA

- Arif, A. 2010. *Jurnalisme Bencana, Bencana Jurnalisme*, Jakarta: KPG
- Arif, Ahmad (2011). *Jurnalisme Bencana : Tugas Suci, Praktik Cemar*, dalam
- Arikunto, Suharsimin, (2008) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
Rineka Cipta: Jakarta.
- Apriadi Tamburaka, *Agenda Setting Media Massa* Jakarta: Raja Grafindo Persada,
2012.
- Badri, M (2011). *Paradigma Jurnalisme Bencana*, dalam Budi, Setio [ed]
Komunikasi Bencana. Yogyakarta :Aspikom dan Buku Litera
- Bucy, Erik P. *Living in The Information Age A New Media Reader*, Wadsworth:
A Division of Thomson Learning Inc, 2005
- Budi, Setio HH (2011). *Pentingnya Komunikasi Bencana*, dalam Junaedi, Fajar;
Puspita,
- Bungin, Burhan, *Sosiologi Komunikasi; Teori, Paradigma, dan Diskursus
Teknologi Komunikasi Di Masyarakat*, Jakarta: Kencana Preda Group,
2006
- Bungin, Buran. 2007. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik,
dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung:
PT.Citra Aditya Bakti.
- Eriyanto. (2012). *Anlisis Framing: Komunikasi, Ideologi dan Politik Media*.
Yogyakarta: LKIS.
- Eriyanto. (2002). *Anlisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta:
LKIS.
- Husna, Annisatul “Penerapan Jurnalisme Bencana Di Media
Online (Studi Pada Media Antarariau.com dalam Liputan Berita Banjir
di Provinsi Riau Tahun 2019)”, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN
Suska Air Riau
- Indrajit, Richardus Eko. *Pengantar Konsep Dasar Manajemen Sistem Informasi
dan Teknologi Infromasi*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001

- Kustadi Suhandang, Pengantar Jurnalistik; Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik Bandung: Penerbit Nuansa, 2004
- Kusumaningrat, Hikmat, Purnama Kusumaningrat. (2006). Jurnalistik (Teori dan Praktik). Bandung: Remaja Rosdakarya
- McCargo, D. 2012. Partisan polyvalence: Characterizing the political role of Asian Media. In D. Hallin & P. Mancini (Eds), Comparing media system beyond the Western world. Cambridge : University Press
- McQuail, Dennis. (2011). Teori Komunikasi Massa (Suatu Pengantar). Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J, (2017), *Metode Penelitian Kualitatif*, Cetakan ke-36, PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Oktaviana, Risa [ed]. Sensasi Vulgar Komunikasi Bencana. Yogyakarta, Lingkar Media
- Pawito, komunikasi politik: Media Massa dan Kampaye Pemilihan: Jalasutra, 2009
- Prajarto, N. 2008. Bencana, Informasi dan Keterlibatan Media. Jurnal Sosial dan Politik UGM. 11 (3) 287-306
- Pujileksono, Sugeng (2015) *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Kelompok Intrans Publishing: Malang.
- Racmat Kriyantono, 2008 teknis praktis riset komunikasi. Jakarta: Kencana
- Ross, Gina. (2003). Beyond the Trauma Vortex: The Media's Role in Healing Fear, Terror, and Violence. Berkeley, CA: North Atlantic Books.
- Tom E. Rolnicki, C. Tate dan Sherri A. Taylor, Pengantar Dasar Jurnanisme (Scholastic Journalism). Jakarta: Kencana, 2008
- Sanusi, Hartini, “Jurnanisme dan Bencana (Refleksi Peran Jurnalis dalam Liputan Bencana Gempa, Tsunami, dan Likuifaksi Palu-Donggala” Jurnalisa, Vol 04 Nomor 2/November 2018
- Salwen, M.B., Garrison, B. & Driscoll, P.D. (2005). *Online news and the public*. London: Routledge.
- S. Djuarsa Sendjaja, Teori Komunikasi. Jakarta: Universitas Terbuka. 1985
- Simons, Gregory. (2004). “Russian Crisis Management Communications and Media Management under Putin”. Makalah pada the Annual Scientific

- Meeting of the International Society of Political Psychology di Lund, Swedia. Juli 2004.
- Sobur, Alex.(2009). Analisis Teks Media (Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing).Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Supranto (2000). *Metode Riset: Aplikasinya Dalam Pemasaran*. Rineka Cipta: Jakarta
- Suamdiria M.Si, Drs. AS. Haris. *Jurnalistik Indonesia : Menulis Berita dan Feature: Panduan Praktis Jurnalis Profesional*, Bandung: Sembiosa Rekatama Media, 2006
- Stanley J. Baran & Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa: Dasar Pergolakan, dan Masa Depan ;* Jakarta: Salemba Humanika, 2010
- Tebba, Sudirman. *Jurnalistik Baru*, Ciputat: Kalam Indonesia, 2005
- Tapsell, R. 2018. *Kuasa Media di Indonesia: Kaum Oligarki, Warga, dan Revolusi Digital*. Jakarta. Marjin Kiri
- Vivian, John. *Teori Komunikasi Masa*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group. 2008
- Wimmer, Roger D & Dominick, Josep R. *Mass media research: An introductions*. Australia: Tomshon. Yin, Robert K. *Studi kasus, desain, dan metode*. Jakarta: Raja Grafindo. 2004
- Aliansi Jurnalis Independen. (2020) 'Protokol Keamanan Liputan Pemberitaan COVID-19' [https://aji.or.id/read/buku/63/protokol kesehatan-liputan pemberitaan COVID-19](https://aji.or.id/read/buku/63/protokol%20kesehatan-liputan%20pemberitaan%20COVID-19). Html
- Harsono, A. 2004. *Wartawan atau Politikus*. (Online) <https://www.andreasharsono.net/2004/06/wartawan-atau-politikus.html> diakses 17 April 2020.
- Heychael, Muhammad. 2014, *Independensi Televisi Menjelang Pemilu Presiden 2014; Ketika Media Jadi Corong Kepentingan Politik Pemilik (Bagian 2)*. Jakarta:Remotivi.
- Thaniago, R. 2019. *Peran Media dalam Politik Omong Kosong : Studi atas Headline Lima Surat Kabar*: Jakarta : Remotivi

LAMPIRAN



10.11 66%

google.com/amp/s/m.kump...

m.kumparan.com

kumparan

kumparanNEWS

NEWS · 11 Februari 2020 12:41

Menkes Soal Indonesia Bebas Virus Corona: Karena Doa Kita Semua

Konten ini diproduksi oleh kumparan



Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto di Gedung Grand Kebon Sirih, Jakarta. Foto: Aprilandika Pratama/kumparan

Menteri Kesehatan RI (Menkes), Terawan Agus Putranto, meminta masyarakat tak menganggap remeh kekuatan doa. Menurutnya, berkat doa, masyarakat

10.11 65%

google.com/amp/s/m.kump...

m.kumparan.com

kumparan

kumparanNEWS

Saat ini total ada 238 WNI dari Wuhan yang masih menjalani proses observasi di Natuna. Mereka dipulangkan kembali ke tanah air pada 2 Februari lalu.

Tanggal 15 Februari nanti, 238 WNI tersebut akan selesai menjalani masa observasi mereka di Natuna.



Warga Negara Indonesia yang dievakuasi dari Wuhan, melakukan senam bersama prajurit TNI di Hanggar Pangkalan Udara TNI AU Raden Sadjad, Ranai, Natuna. Foto: ANTARA FOTO/M Risyal Hidayat

Corona News Kemenkes Virus Corona Wuhan

10.11 66%

google.com/amp/s/m.kump...

kumparan

kumparanNEWS

Terawan usai hadir rakor bersama Wapres RI di Gedung Grand Kebon Sirih, Jakarta, Selasa (11/2).

"Saya kira karena doamu, doa kita semualah, kita jangan meremehkan. Kalau sesuatu menyangsikan sendiri, dosa," sambungnya.

Terawan juga merespons anggapan sejumlah orang yang menganggap pemerintah Indonesia tak siap mencegah virus corona.



Warga Negara Indonesia yang dievakuasi dari Wuhan, melakukan senam bersama prajurit TNI di Hanggar Pangkalan Udara TNI AU Raden Sadjad, Ranai, Natuna. Foto: ANTARA FOTO/M Risyal Hidayat

10.11 66%

google.com/amp/s/m.kump...

m.kumparan.com

kumparan

kumparanNEWS

Selain doa, Terawan memastikan, pemerintah juga melakukan bentuk pencegahan dan persiapan lainnya. Langkah itu telah disesuaikan dengan standar lembaga kesehatan dunia terkait penanganan virus corona.

ADVERTISEMENT



Klik di sini

"Kita semua waspada tinggi, melakukan hal-hal yang paling level kewaspadaannya paling tinggi, dan peralatan yang dipakai juga peralatan internasional," ucap



10.14 65%

google.com/amp/s/amp.kor

KOMPAS.com
JERNIH MELIHAT DUNIA

Tanggapan Kemlu Soal Evakuasi Mahasiswa Indonesia di Wuhan yang Khawatir Virus Corona

Minggu, 26 Januari 2020 | 21:15 WIB

Lihat Foto



WU HONG

epa08161926 People wear masks as they walk in an empty street after Chinese New Year celebrations were cancelled in Beijing, China, 25 January 2020. On 25 January, the National Health Commission of China confirmed the death toll from the Wuhan coronavirus outbreak has risen to 41 with 1,287 cases of patients infected as of 24 January. EPA-EFE/WU HONG

10.14 65%

google.com/amp/s/amp.kor

KOMPAS.com
JERNIH MELIHAT DUNIA

Terus berkomunikasi

Fauzisyah mengatakan, pihaknya masih menunggu telaah dari KBRI di China untuk mengambil keputusan.

Saat ini, pihak Kemlu terus menjalin komunikasi baik dengan WNI di Wuhan maupun pemerintah pusat dan daerah China.

"(Pemerintah) tidak sekedar memantau, tapi berkomunikasi terus-menerus dengan WNI kita di sana. Juga berkonsultasi dari waktu ke waktu dengan pemerintah pusat dan daerah China," jelasnya.

Teuku mengaku bahwa staf KBRI pun tak bisa masuk ke Kota Wuhan.

Aktifkan Notifikasimu

Jadilah yang pertama menerima update berita penting, topik menarik, dan informasi lainnya

AKTIFKAN

Belum berhasil mengaktifkan notifikasi

10.14 65%

google.com/amp/s/amp.kor

KOMPAS.com
JERNIH MELIHAT DUNIA

KOMPAS.com - Pelaksana Tugas Juru Bicara Kementerian Luar Negeri Teuku Fauzisyah menanggapi berita permintaan evakuasi mahasiswa Indonesia di Wuhan.

Fauzisyah mengatakan, semua kebijakan terkait WNI di Wuhan akan disesuaikan dengan perkembangan di lapangan yang masih terus dibahas.

Menurut Fauzisyah, secara umum WNI di Wuhan dalam kondisi baik, hal berdasarkan pantauan KBRI.

Jumlah WNI di Wuhan sendiri menurut Teuku, saat ini adalah sebanyak 93 orang.

"Segala pilihan kebijakan dengan menyesuaikan dgn perkembangan di lapangan terus dibahas. Secara umum dari pantauan KBRI mereka masih dalam kondisi yang baik," kata Teuku kepada Kompas.com, Minggu (26/1/2020).

Penginapan Biringta
Rp300rb

10.17 64%

google.com/amp/s/amp.kor

KOMPAS.com
JERNIH MELIHAT DUNIA

Home > News > Nasional

Pemerintah Anggarkan Rp 72 Miliar untuk Bayar Influencer demi Tingkatkan Pariwisata

Selasa, 25 Februari 2020 | 20:38 WIB

Komentar



Dokumen DPP Partai Golkar

Ketua Umum Partai Golkar Airlangga Hartarto di kantor DPP Golkar, Slipi, Jakarta, Jumat (7/2/2020).

Penulis: Rakhmat Nur Hakim | Editor: Icha Rastika

10.17 64%

google.com/amp/s/amp.kor

KOMPAS.com
JERNIH MELIHAT DUNIA

"Terdiri dari alokasi untuk airlines dan (travel) agent diberikan diskon khusus ataupun semacam insentif totalnya Rp 98,5 miliar. Kemudian ada untuk anggaran promosi Rp 103 miliar dan juga untuk kegiatan turisme sebesar Rp 25 miliar dan (media relation) dan influencer sebanyak Rp 72 miliar," ucap Airlangga.

iklan traveloka

Tunjukkan Sertifikat Vaksinmu dapatkan keuntungan GRATIS saat menginap

- ✓ Gratis Sarapan
- ✓ Gratis Laundry
- ✓ Voucher F&B 20%
- ✓ Check-In/Check-Out Fleksibel
- ✓ Gratis Menginap/Upgrade

Vaccinated Stay Traveloka

Dapatkan keuntungan gratis saat menginap di Hotel dengan

10.17 64%

google.com/amp/s/amp.kor

KOMPAS.com
JERNIH MELIHAT DUNIA

Penulis: Rakhmat Nur Hakim | Editor: Icha Rastika

JAKARTA, KOMPAS.com - Pemerintah menganggarkan Rp 72 miliar untuk membayar jasa influencer dan promosi media demi menggenjot pariwisata Indonesia yang lesu karena terdampak penyebaran virus corona.

Influencer dan promosi media digunakan untuk menarik minat wisatawan mancanegara datang ke Indonesia.

Anggaran sebesar itu menjadi bagian dari total insentif sebesar Rp 298,5 miliar yang dikeluarkan pemerintah untuk menarik minat wisatawan mancanegara.

"Insentif untuk wisatawan mancanegara ini pemerintah memberikan alokasi tambahan sebesar Rp 298,5 miliar," ujar Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto di Istana Kepresidenan, Jakarta, Selasa (25/2/2020).

Baca juga: Jokowi Minta Perbanyak Acara di Daerah Wisata yang Terdampak Virus Corona

10.17 64%

google.com/amp/s/amp.kor

KOMPAS.com
JERNIH MELIHAT DUNIA

Pemerintah juga memberikan insentif kepada maskapai penerbangan dan agen perjalanan agar mereka bisa memberikan diskon kepada para wisatawan.

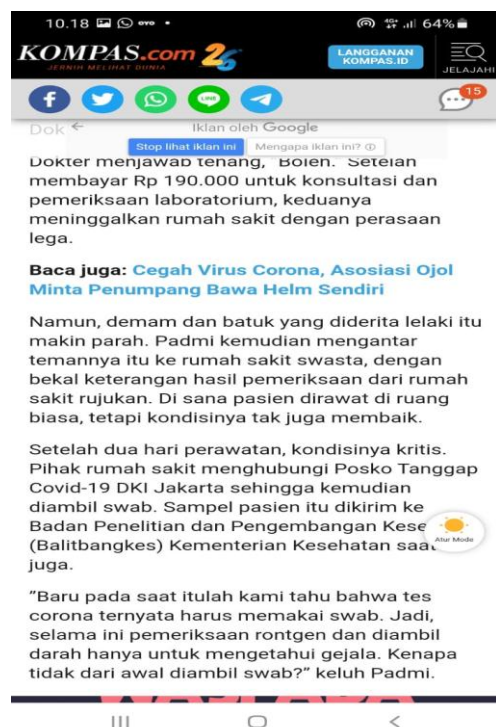
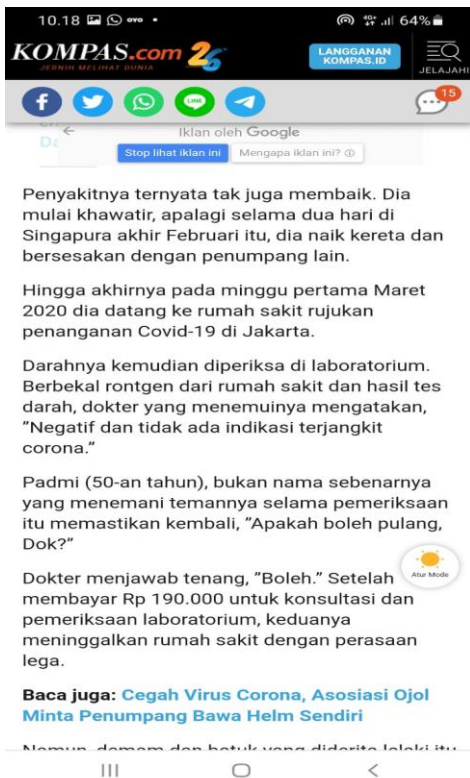
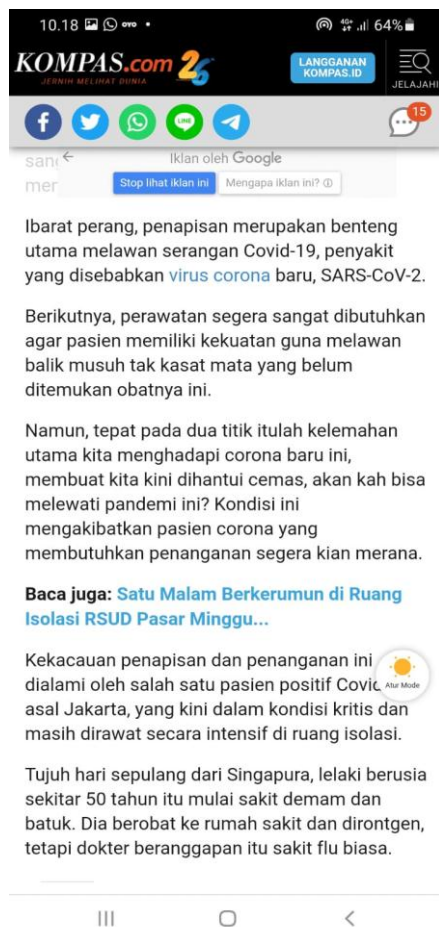
Hal itu dilakukan untuk memacu pariwisata Indonesia yang lesu akibat penyebaran virus corona.

Pemerintah akan memberikan diskon kepada wisatawan domestik sebesar 30 persen untuk 25 kursi di masing-masing pesawat milik maskapai setiap penerbangan. Diskon tersebut berlaku mulai Maret hingga Mei.

Baca juga: Mahfud: Indonesia Nol Kasus Corona sampai Sekarang, Harus Bersyukur

Ada 10 destinasi wisata yang tiket pesawatnya akan didiskon 30 persen, yakni Danau Toba, Yogyakarta, Malang, Manado, Bali, Mandalika (Nusa Tenggara Barat), Labuan Bajo, Bangka Belitung, Batam, dan Bintan.

"Pemerintah memberikan diskon 30 persen untuk di 10 tujuan wisata. Nah 30 persen itu untuk kuota 25 per seat setiap penerbangan.





Tidak siap menangani

Di sinilah babak baru dalam hidup Padmi dimulai. "Saya ke puskesmas terdekat dengan kantor saya di Jakarta Pusat. Namun, apa yang terjadi, saya diperlakukan seperti orang lepra, ditempatkan di ruang belakang puskesmas, di atas got yang terbuka dan nyamuk menggigit badan saya," kisahnya.



Setelah hampir putus asa menanti, dokter kemudian memeriksanya dan setelahnya diperbolehkan kembali ke kantor. "Selang 20 menit kemudian, saya dihubungi kembali agar datang ke puskesmas. Katanya mau ambil sampel," ujar Padmi.



Akhirnya Padmi menelepon 112, yang kemudian justru balik mengatakan, "Seharusnya pihak puskesmas memberitahukan hasil." Tak hanya itu, operator di seberang juga menjelaskan, "Jika nanti Ibu positif, kami hanya akan mengambil swab adik Ibu."

Jawaban ini membuat Padmi tambah panik. "Mudah-mudahan dan saya berharap negatif... kondisi saya sampai hari ini stabil dan demam mulai turun," kisahnya.

Namun, sampai Selasa (17/3/2020) atau lima hari setelah diambil sampelnya, Padmi tak mengetahui hasilnya. Selama itu pula, dia sebisa mungkin mengisolasi diri.

"Saya menghubungi 112, 119, Posko KLB, dan Litbangkes. Saya hanya butuh kepastian karhasilnya juga memengaruhi orang-orang di saya. Saya tidak ingin menulari orang lain," tuturnya.

Keresahan yang sama di media sosial

Ketidakpastian dan kebingungan rupanya tak hanya dialami Padmi. Di media sosial, banyak beredar kisah orang-orang yang kesulitan saat hendak memeriksakan diri terkait corona ini.



Saat tiba di puskesmas, sekitar pukul 15.00 WIB, dia diminta kembali ke tempat semula. "Saya kepikiran, kalau tidak kena corona, saya bakal kena demam berdarah. Sekitar dua jam, ada orang berpakaian tertutup, mungkin dokter, melongok dari jarak 2 meter, tetapi menghilang lagi," ujarnya.

Baru setelah empat jam menunggu, Padmi akhirnya dirujuk ke salah satu rumah sakit umum daerah (RSUD).

"Saya menunggu lagi. Akhirnya setelah pukul 21.00 WIB, setelah tidak ada kejelasan, saya pulang. Saya kelaparan. Sampai di rumah ada pesan di telepon saya dari rumah sakit, meminta maaf atas ketidaknyamanannya," tuturnya.

Hari berikutnya, Kamis, 12 Maret, Padmi dihubungi oleh dokter puskesmas di sekitar tempat tinggalnya di Jakarta Utara. Di sana Padmi dan semua keluarga pasien yang kontak langsung diambil sampel melalui swab.

"Lega saya... ada kemajuan. Namun, setelah tiga hari, belum ada hasil pemeriksaan laboratorium. Saya tanya puskesmas tidak tahu karena yang berhak memberitahukan dinas kesehatan," lanjutnya.



Para jurnalis yang memiliki riwayat kontak dengan Menteri Perhubungan Budi Karya Sumadi, yang dinyatakan positif corona, juga ditelantarkan saat hendak memeriksakan diri di satu rumah sakit di Jakarta, Minggu (15/3/2020).

Meski sudah mengisi formulir riwayat perjalanan ke daerah terinfeksi dan riwayat kontak, tak ada dokter yang memeriksa mereka sehingga kembali pulang.

Sebagian lagi yang diperiksa dipulangkan untuk isolasi mandiri sebelum keluar hasil tes pemeriksaannya dengan alasan kapasitas r isolasi yang terbatas.

"Saya diperiksa di UGD (unit gawat darurat) karena ada gejala demam dan batuk di rumah sakit, tetapi kemudian diminta pulang sebelum ada hasil swab karena kapasitas ruang isolasi terbatas. Diminta isolasi mandiri, saat ini radang walaupun demam turun," kata salah seorang jurnalis itu.



Tiga menanyakan hasil pemeriksaan ke rumah sakit, dinas kesehatan, hingga Litbangkes. Namun, hingga 11 Maret itu rupanya sampel pasien belum diobservasi.

Alasannya, pasien tidak masuk daftar terduga corona yang harus segera diperiksa, tetapi hanya dikategorikan sebagai orang dengan riwayat kontak. "Padahal, jelas-jelas teman saya dalam kondisi kritis," ujarnya.

Baru setelah dijelaskan kondisi pasiennya, sampel kemudian diperiksa hari itu juga dan sore harinya keluar hasilnya.

Lelaki itu kemudian dinyatakan positif Covid-19 dari sekitar 100 pasien positif corona di Indonesia saat itu. "Sampai saat ini, dia masih diisolasi dan kondisinya kritis," kata Padmi.

Informasi ini tidak hanya menjadi pukulan terhadap pasien, tetapi juga bagi Padmi. Perempuan yang mondar-mandir mendampingi pasien itu telah mengalami demam dan batuk-batuk, dan dia khawatir telah terinfeksi.

Saat itu juga dia menelepon Posko KLB Jakarta untuk diperiksa corona dan kemudian disarankan ke puskesmas terdekat.

Tidak siap menangani



Luki, bukan nama sebenarnya, wartawan stasiun televisi swasta yang juga memiliki riwayat kontak dengan Budi, bahkan turut mengikuti penjemputan anak buah kapal (ABK) Diamond Princes di Bandara Kertajati pada 1 Maret 2020.

Baca juga: Pasien Covid-19 Merasa Ditelantarkan, Pemerintah Minta Rumah Sakit Jaga Etika

Ia juga kesulitan memeriksakan diri. "Saya dan reporter saya datang ke rumah sakit dan bayar Rp 690.000 untuk pemeriksaan darah dan rontgen, kemudian diberi surat keterangan sehat," ujarnya.

Dia tahu, tes darah dan rontgen itu hanya untuk mengetahui gejala sakit secara umum, bukan untuk corona. Karen itu, dia meminta diambil swab.

"Tapi tidak bisa, antreannya panjang. Saat ini prioritas yang gejala parah. Saya dianggap sehat, tetapi saya tidak yakin apakah bebas corona. Bukankah infeksi virusnya bisa tanpa gejala?" keluhnya.

"Ini jadi seperti proyek rumah sakit saja. Kalau hanya dapat keterangan surat sehat seperti ini,



10.22 63%

google.com/amp/s/gaya.ten

gaya.tempo.co

TEMPO.CO

Waspada! Riwayat Perjalanan saat Menduga Gejala Virus Corona

Reporter: **Antara**
 Editor: **Mitra Tarigan**

Jumat, 24 Januari 2020 06:30 WIB



Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto saat menyambangi kantor Huawei di Gedung BRI II, Jakarta, Kamis, 22 Januari 2020. Kedatangannya Terawan tersebut berkaitan dengan isu seorang karyawan Huawei yang terjangkit Virus Corona dan memastikan bahwa isu tersebut tidak benar dan tidak ada Virus Corona di gedung BRI. TEMPO/M Taufan Rengganis

TEMPO.CO, Jakarta - Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto mengimbau masyarakat untuk tetap tenang dan perlu memeriksa riwayat perjalanan terlebih dahulu



10.22 63%

SILATURAHMI W... Ini foto kapan Lae Surya ??

TEMPO.CO

"Kewaspadaannya itu ditanya dulu dari perjalanan di mana. Jangan sampai tetangga ndak pernah ke luar negeri, ke luar kota juga ndak pernah, begitu batuk rodo (agak) sesak kalian bilang kena penyakit yang itu (dari virus corona)," kata Terawan di depan Kantor BRI Sudirman, Jakarta, Kamis 23 Januari 2020.

tokopedia

 <p>Gaskeun Xiaomi Mobil Rc Pintar 1:16 Proportional 4 Roda Dri</p> <p>Rp 1,1 JT</p> <p>Beli Sekarang</p>	 <p>Perlak Bayi Mini Serba Guna/Tatakan Ompol Travel</p> <p>Rp 10rb</p> <p>Beli Sekarang</p>
---	---

Ia mengimbau masyarakat untuk tidak panik dan resah di tengah wabah virus corona yang telah menyebar ke beberapa negara setelah virus tersebut pertama kali muncul di Kota Wuhan, Tiongkok.

Namun demikian, ia tetap memberikan panduan yang perlu dilakukan sebagai bentuk kewaspadaan terhadap dugaan gejala virus itu.

10.22 63%

google.com/amp/s/gaya.ten

TEMPO.CO MENU

"Kewaspadaannya itu ditanya dulu dari perjalanan di mana. Jangan sampai tetangga ndak pernah ke luar negeri, ke luar kota juga ndak pernah, begitu batuk rodo (agak) sesak kalian bilang kena penyakit yang itu (dari virus corona)," kata Terawan di depan Kantor BRI Sudirman, Jakarta, Kamis 23 Januari 2020.

tokopedia BEBAS DONGKRIP



Gaskeun Xiaomi Mobil Rc Pintar 1:16 Proportional 4 Roda Dri
Rp 1,1 JT
Beli Sekarang



Perlak Bayi Mini Serba Guna/Tatakan Ompol Travel
Rp 10rb
Beli Sekarang

Ia mengimbau masyarakat untuk tidak panik dan resah di tengah wabah virus corona yang telah menyebar ke beberapa negara setelah virus tersebut pertama kali muncul di Kota Wuhan, Tiongkok.

Namun demikian, ia tetap memberikan panduan yang perlu dilakukan sebagai bentuk kewaspadaan terhadap dugaan gejala virus

10.22 62%

google.com/amp/s/gaya.ten

TEMPO.CO MENU

Ia mengatakan hal pertama yang perlu diwaspadai saat melihat seseorang terkena gejala yang serupa dengan gejala virus corona adalah dengan menanyakan riwayat perjalanannya. "Menurut saya yang perlu diwaspadai nomor satu adalah riwayat perjalanannya. Nah, itu sangat penting. Itu sebuah hal yang harus kita tahu," katanya.



Kemudian, sebagai upaya antisipasi pencegahan dari diri sendiri, ia meminta masyarakat untuk tetap berlaku hidup sehat dengan selalu mencuci tangan saat akan makan dan menutup mulut dengan masker saat sedang batuk. "Waspada itu cuci tangan yang bersih. Kalau batuk ya ditutup," katanya.

Ia meminta masyarakat tenang karena

10.23 62%


google.com/amp/s/dunia.ter

TEMPO.CO MENU

WHO: Salah Fatal Jika Beranggapan Tak Akan Terkena Virus Corona

Reporter: **Non Koresponden**
Editor: **Istman Musaharun Pramadiba**


Jumat, 28 Februari 2020 10:20 WIB



Petugas kesehatan melakukan aksi desinfeksi di area pusat perbelanjaan guna mengantisipasi penyebaran Virus Corona di Seoul, Korea Selatan, 27 Februari 2020. Jumlah orang yang terinfeksi virus corona di Korea Selatan terus melonjak hingga mencapai 1.595 kasus. REUTERS/Kim Hong-Ji

TEMPO.CO, Jakarta - Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) memperingatkan negara-negara

tokopedia BEBAS DONGKRIP



Lampu Aquarium Led 6 Watt Rgb Gaxindo
Rp 60rb
Beli Sekarang

10.23 62%

google.com/amp/s/dunia.ter

TEMPO.CO MENU


TEMPO.CO, Jakarta - Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) memperingatkan negara-negara yang belum terdampak **virus Corona** untuk terus siaga. Melihat situasi saat ini, di mana jangkauan virus Corona semakin luas, WHO berkata bahwa negara manapun bisa terdampak virus yang memiliki nama resmi COVID-19 tersebut.

"Jangan sampai ada negara yang beranggapan bahwa mereka tidak akan terdampak virus Corona. Itu kesalahan fatal," ujar Sekjen WHO, Tedros Adhanom Ghebreyesus, sebagaimana dikutip dari Channel News Asia, Jumat, 28 Februari 2020.

Hingga berita ini ditulis, jumlah kasus virus Corona di seluruh dunia memang terus bertambah. Total jumlah kasus sudah mencapai 83.265, sementara jumlah korban meninggal ada 2.858 orang. Untuk jumlah pasien yang telah sembuh, tercatat ada 36.436 orang.

Dari sekian banyak negara yang terdampak virus Corona, Cina adalah yang paling parah. Total jumlah kasus di sana adalah 78.824.

tokopedia BEBAS DONGKRIP



Lampu Aquarium Led 6 Watt Rgb Gaxindo
Rp 60rb
Beli Sekarang

10.24 62%

google.com/amp/s/nasional


nasional.tempo.co

TEMPO.CO

Koalisi Desak Jokowi Copot Terawan Karena Anggap Enteng Corona

Reporter: **Ahmad Faiz Ibnu Sani**
 Editor: **Syailendra Persada**

Selasa, 17 Maret 2020 12:15 WIB



Presiden Joko Widodo (kiri) didampingi Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto menyampaikan konferensi pers terkait virus corona di Istana Merdeka, Jakarta, Senin, 2 Maret 2020. Dua WNI yang positif virus corona tersebut saat ini dirawat di Rumah Sakit Penyakit Infeksi Prof. Dr. Sulianti Saroso, Jakarta Utara. ANTARA

TEMPO.CO, Jakarta - Koalisi Masyarakat Sipil mendesak Presiden Joko Widodo atau Jokowi memecat Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto. Salah satu anggota koalisi, aktivis Migrant Care Anis Hidayah

10.24 62%

google.com/amp/s/nasional

TEMPO.CO

Kedua, kata Anis, Terawan gagal mengkoordinasikan rumah sakit agar sigap dalam pemeriksaan dan penanganan Covid-19. "Termasuk memastikan ketersediaan dana/anggaran dan alat, menjaga mutu/kualitas kerja tenaga kesehatan, tenaga administrasi, pusat data dan informasi di RS, terutama di waktu krisis sekarang" tuturnya.



Ketiga, adanya monopoli pemeriksaan sampel hasil tes swab di Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan Jakarta yang memperlambat respons tanggap darurat corona.

Koalisi ini terdiri dari sejumlah LSM seperti Migrant Care, KontraS, Lokataru, YLBHI, LBH Masyarakat, Walhi, PKBI, YLKI, PSHK, Amnesty International Indonesia, AJAR, P2D. Menurut Anis, risiko yang Indonesia hadapi

10.23 62%

google.com/amp/s/dunia.tei

dunia.tempo.co

TEMPO.CO

Sementara itu, negara yang menjadi sorotan akhir-akhir ini adalah Italia dan Korea Selatan. Peningkatan jumlah kasus di keduanya relatif pesat. Di Korea Selatan, misalnya, tercatat ada 2.022 kasus dan 13 korban virus Corona. Di Italia, ada 650 kasus dan 17 korban meninggal.

Tidak sedikit juga yang belum terdampak virus Corona hingga saat ini. Indonesia adalah salah satunya, meskipun dikelilingi berbagai negara yang terdampak virus Corona seperti Malaysia, Singapura, dan Australia. Pemerintah Indonesia masih optimistis negaranya tidak akan terdampak, namun beberapa pakar medis meragukan hal tersebut mengingat virus Corona bisa bersifat asymptomatic atau sulit dideteksi.

WHO menyarankan agar negara yang belum ataupun sudah terdampak untuk selalu siaga perihal kemungkinan yang lebih buruk. Hal itu bisa dilakukan dengan menambah jumlah persediaan obat-obatan ataupun menunda event-event yang mengumpulkan orang dalam jumlah besar agar penyebaran virus Corona lebih terkendali. Hal tersebut mengingat karakteristik virus Corona belum sepenuhnya dipahami alih-alih menemukan vaksinnya.

DATA PRIBADI

Nama : Rahmat Utomo

Tempat/Tanggal Lahir : Medan / 14 Mei 1992

Jenis Kelamin : Pria

Agama : Islam

Alamat : Jl.Purwo Gg.Pribadi no.7 Kec Delitua Kab.Deli
Serdang Sumatera Utara

Pekerjaan : Jurnalis

Email : *rahmat.utomo94@gmail.com*

Keluarga : Anak ke 1 dari 3 Bersaudara

Nama Orang Tua :

 Ayah : Nuriman

 Ibu : Sehati Br.Ginting

Pendidikan :

Sekolah Dasar (SD) : SD 105300 Delitua

Sekolah Menengah Pratama (SMP) : SLTP SMP ISTIQLAL Delitua

Sekolah Menengah Atas (SMA) : SMA 1 Delitua

Perguruan Tinggi : Universitas Sumatera Utara

