

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bulan Desember 2019, pemberitaan di media mulai diramaikan dengan adanya virus corona. Virus yang pertama kasusnya terjadi di Wuhan, China ini juga turut ramai diberitakan oleh media di Indonesia. Awal mula dari virus ini dianggap berasal dari hewan liar seperti kelelawar. Pada tanggal 1 Januari 2020 Otoritas Kesehatan di China menutup pasar Laut Huanan karena menjual hewan liar. Perkembangan dari virus corona terus menjadi perhatian dunia. Banyak orang yang meninggal akibat terinfeksi virus tersebut. Penularannya juga semakin cepat dan menyebar di beberapa negara di dunia. WHO (*World Health Organization*), pada 11 Februari 2020 memberi nama penyakit akibat virus corona ini dengan Covid - 19.

Beberapa negara di Asia Tenggara seperti Malaysia, Singapura, Filipina, dan Thailand juga sudah terjangkit virus corona. Namun, hingga bulan Februari 2020 belum ada laporan warga Indonesia yang terjangkit virus ini. Hal ini pun dipertanyakan oleh negara lain terkait transparansi data terkait corona. Portal berita online Kompas.com pada 12 Maret 2020, menulis bahwa tidak adanya warga Indonesia yang terjangkit virus corona merupakan hal yang mengejutkan karena Indonesia dan China memiliki kedekatan dalam beberapa sektor seperti sektor pariwisata serta adanya komunitas China dan Indonesia yang cukup besar.

Media di Indonesia setiap harinya memberikan update informasi terkait virus corona yang terjadi di China dan negara lain yang sudah terjangkit. Ini memberikan pesan kepada masyarakat untuk waspada dengan virus yang penyebarannya sangat cepat dan meluas. Sikap pemerintah Indonesia terkait wabah virus ini juga banyak menjadi sorotan media di Indonesia bahkan media Internasional. Lembaga *Think Thank Australia, Lowy Institute*, dalam CNN Indonesia Internasional (18/032020), menyatakan bahwa Pemerintahan Jokowi tidak siap dan kurang transparan dalam menangani kasus virus corona ini. Berikut ini merupakan kutipan berita dari media online CNN Indonesia :

“Jakarta, CNN Indonesia. Lembaga *think thank* Australia, Lowy Institute, menyoroti cara pemerintahan Presiden Jokowi dalam menangani pandemi virus corona di Indonesia.”

“...Bland juga menganggap pemerintahan Jokowi tidak transparan terhadap perkembangan wabah corona di Indonesia kepada publik. Diawal kemunculan kasus corona di Indonesia, pemerintah enggan membuka data asal dan riwayat perjalanan pasien Covid – 19. Bland mengatakan bahwa Jokowi sendiri yang mengakui pemerintahannya “ tidak membuka informasi terkait penyebaran wabah corona ke publik karena tidak mau memicu kepanikan”. Menurut Bland, Jokowi yang sangat berfokus pada ekonomi, sangat khawatir dampak dari penanganan wabah corona terhadap pekerjaan dan bisnis di Indonesia....”

Adapula yang menjadi sorotan yaitu pernyataan dari Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto yang mengatakan bahwa Indonesia terbebas dari corona karena doa. Pemerintah terkesan tidak memiliki persiapan jika suatu saat Indonesia terkena virus corona.

Pada 2 Maret 2020 Pemerintah Indonesia mengumumkan kasus pertama terkait warganya yang terjangkit virus Covid - 19 di DKI Jakarta. Dari pengumuman awal tersebut semakin hari kasusnya semakin bertambah dan semakin meluas ke beberapa provinsi di Indonesia. Dari kasus tersebut kekhawatiran masyarakat akan persiapan pemerintah akhirnya terlihat. Pemerintah Indonesia terlihat kelabakan dalam menangani kasus mematikan covid - 19 ini. Presiden Joko Widodo dan Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto juga memiliki pendapat yang berbeda sehingga menimbulkan kebingungan di tengah masyarakat.

Semenjak terkonfirmasi kasus positif Covid - 19 di Indonesia, media arus utama seperti televisi, radio, media cetak, dan media online ramai memperbarui informasi. Informasi yang tersaji yaitu terkait perkembangan jumlah kasus Covid - 19 di Indonesia dan himbuan pemerintah untuk memutus penyebaran virus tersebut. Setiap media mempunyai ciri dan sikap tersendiri dalam memberikan informasi terkait mewabahnya virus Covid 19 ini. Namun berbeda dengan Tempo Media Group melalui koran tempo. Tempo lebih mengarah mengkritisi sikap pemerintah dalam menangani kasus Covid - 19 dengan bahasan mendalam serta *cover story* yang menarik.

Tempo dikenal sebagai media yang kritis terhadap peristiwa yang terjadi apalagi dengan pemerintahan. Selama mewabahnya virus Covid - 19 ini, Tempo Media Group melalui koran tempo mengeluarkan beberapa edisi terkait kebijakan pemerintah Indonesia dalam menangani kasus Covid - 19.

Edisi 2 Maret 2020, koran tempo mengangkat Inisiatif menangkal corona. Pada edisi ini koran tempo menulis sikap pemerintah yang masih mengklaim bahwa Indonesia terbebas dari corona. Hal ini diragukan berbagai pihak, padahal virus ini mulai menyebar ke beberapa provinsi di Indonesia. Negara maju pun memiliki persiapan dan pengawasan dalam menghadapi virus ini.

Pemerintah Indonesia dianggap belum bisa mengambil sikap atas fenomena ini. Sehingga pemerintah daerah dari provinsi hingga kabupaten atau kota mengambil sikap sendiri - sendiri. Pemerintah belum mempunyai kebijakan, sementara kasus di daerah - daerah semakin meningkat. Sikap pemerintah ini membuat masyarakat menjadi bingung. Seperti di Kota Tegal, Jawa Tengah, yang mengambil keputusan untuk *lock down*, sementara pemerintah pusat menyatakan tidak akan mengambil keputusan *lock down* untuk memutus penyebaran Covid - 19 ini. Pemberitaan tentang virus Covid - 19 ini sebenarnya banyak sisi yang bisa diangkat. Mulai dari edukasi kepada masyarakat, peran petugas kesehatan, menghilangkan kepanikan di masyarakat, dan informasi lainnya.

Sampai bulan April 2020, kasus Covid - 19 di Indonesia terus bertambah, berbagai kebijakan di berbagai sektor akhirnya diambil oleh Pemerintah Indonesia. Berdasarkan analisa dari fenomena - fenomena tentang virus Covid - 19 tersebut akan terlihat bagaimana sikap media utamanya adalah koran tempo. Bagaimana pula koran tempo membingkai informasi mengenai sikap pemerintah Indonesia dalam menangani virus Covid - 19. Skripsi ini mengambil judul **ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN TENTANG KEBIJAKAN PEMERINTAH DALAM MENANGANI KASUS COVID – 19 (Analisis**

***Framing Model Robert N. Entman Pada Media Online Koran.tempo.co Edisi
Maret 2020)***

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

Bagaiamanakah analisis *framing* model Robert N. Entman pada media online Koran.tempo.co dalam pemberitaan tentang kebijakan pemerintah dalam menangani kasus Covid - 19 edisi Maret 2020 ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis *framing* model Robert N. Entman pada pemberitaan tentang kebijakan pemerintah Indonesia dalam menangani kasus covid – 19 yang dilakukan oleh media online www.koran.tempo.co edisi maret 2020.

D. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini bisa memberikan manfaat ke berbagai pihak, antara lain :

1. Manfaat Akademis

Diharapkan penelitian ini bermanfaat dalam bidang akademis yaitu sebagai informasi, pengetahuan, dan referensi terhadap pbingkaiian media terkait kasus Covid – 19 yang melanda Indonesia dan dunia. Utamanya tentang sikap pemerintah Indonesia dalam menangani kasus Covid – 19.

2. Manfaat Praktis

Memberikan informasi tentang pembingkaihan sebuah peristiwa yang dilakukan oleh media. Selain itu, memberikan gambaran terkait kecenderungan berita yang dibuat oleh media. Diharapkan dengan adanya penelitian ini media bisa bersikap independen dan netral dalam menyampaikan sebuah berita, sehingga tidak terjadi perbedaan persepsi masyarakat tentang suatu peristiwa.

3. Manfaat Sosial

Dengan adanya penelitian ini diharapkan masyarakat tahu tentang pembingkaihan berita yang dilakukan oleh media. Sehingga masyarakat memiliki kemampuan dalam memilah informasi dan tidak mengonsumsi begitu saja informasi yang telah didapatkan.

E. Penegasan Istilah

a) Kebijakan

Penggunaan istilah atau kata kebijakan biasanya dikaitkan dengan tindakan atau kegiatan pemerintah. Produk dari sebuah kebijakan adalah dalam berbagai bentuk peraturan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kebijakan merupakan rangkaian konsep dan asas yang menjadi garis dan dasar rencana dalam pelaksanaan pekerjaan, kepemimpinan, serta cara bertindak (tentang pemerintah, organisasi, dan sebagainya).

b) Analisis Framing

Analisis *framing* adalah salah satu metode analisis teks yang berada dalam kategori penelitian konstruksionis. Paradigma ini memandang

realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, melainkan hasil dari konstruksi. Karenanya, konsentrasi analisis pada paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi, dengan cara apa konstruksi itu dibentuk.(Eriyanto, 2002)

c) Virus Corona dan Covid – 19

Dijelaskan di situs resmi Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, Corona virus merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Pada manusia biasanya menyebabkan penyakit saluran pernafasan, mulai flu biasa hingga penyakit yang serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome (MERS)* dan sindrom pernafasan akut berat/ *Severe Akute Respiratory Syndrome (SARS)*. Virus Corona jenis baru yang ditemukan pada manusia sejak kejadian luar biasa muncul di Wuhan, China, pada Desember 2019, kemudian diberi nama *Severe Akute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-COV2)*, dan menyebabkan penyakit *Coronavirus Disease-2019 (Covid – 19)*¹

d) Media Online

Media online adalah salah satu saluran komunikasi yang dilakukan secara online berbasis telekomunikasi melalui situs web di internet. Dalam situs *Business Dictionary* juga dijelaskan bahwa media online termasuk

¹www.kemendes.go.id / Virus Covid-19

media digital yang mencakup teks, video, dan musik yang didistribusikan melalui jaringan internet. (Mahyuddin., 2019)

e) **Koran.tempo.co**

Koran.tempo.co adalah salah satu portal berita online di Indonesia. Portal media online ini masuk dalam media milik Tempo Media Group. Berbeda dengan portal media online lainnya, koran.tempo.co ini mengeluarkan edisi harian seperti halnya koran dalam bentuk digital. Dan portal media lainnya selalu *update* ketika ada peristiwa penting.

F. Landasan Teori

1. Konstruksi Realitas Sosial

a. Media dan Konstruksi Realitas

Istilah konstruksi realitas menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann (1966) melalui bukunya *The Social Constructions of Reality : A Treatise in the Sociological of Knowledge*, dan kemudian diterbitkan dalam edisi bahasa Indonesia di bawah judul *Tafsir Sosial atas Kenyataan : Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan* (1990). Dalam buku tersebut digambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu secara intens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif (Sobur, 2015).

Berger dan Luckmann menjelaskan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman antara “ kenyataan “ dan “ pengetahuan “.

Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat dalam realitas – realitas, yang diakui memiliki keberadaan (*being*) yang tidak bergantung kepada kehendak sendiri. Sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas – realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik secara spesifik (Sobur, 2015).

Menurut William A. Gamson, proses konstruksi sosial terjadi dalam dua level, yaitu level individual (level interpretatif) dan level wacana (level kultural). Kedua level ini saling berkaitan dalam konstruksi sosial untuk memaknai realitas. Dalam konteks ini, Gamson melihat adanya hubungan antara wacana media dengan opini publik yang terbentuk di masyarakat (Gamson & Modigliani 1989, 3-4) dalam (Karman, 2013).

Paul Watson memberikan pendapatnya tentang perilaku media massa. Menurutnya, konsep kebenaran yang dianut oleh media massa bukanlah kebenaran yang sejati, tetapi sesuatu yang dianggap masyarakat sebagai kebenaran. Pekerjaan media pada hakikatnya adalah mengkonstruksikan realitas. Isi dari sebuah media merupakan hasil dari pekerja media yang mengkonstruksikan realitas yang dipilihnya(Sobur, 2015).

Isi media pada hakikatnya merupakan hasil dari konstruksi realitas yang menggunakan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Bahasa tidak hanya digunakan sebagai alat untuk mempresentasikan realitas, namun juga menentukan relief seperti

apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Akibatnya, media massa mempunyai peluang besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikannya.

Dalam menyajikan sebuah pemberitaan seorang wartawan kadang menghadirkan “madu”, kadang pula menuangkan sebuah “racun”. Melalui konteks pemberitaan ini, pembaca mengerti bahwa berita yang buruk bisa dibungkus dengan bahasa yang manis sehingga akan tampak menyenangkan, sehingga konteks pemberitaan menjadi alat yang sangat penting.

b. Tahapan Pembentukan Konstruksi

Ada beberapa tahapan yang dilalui untuk memahami bagaimana proses dalam pembentukan konstruksi realitas sosial di media massa, yaitu :

a. Tahapan pembentukan konstruksi realitas

Ketika pemberitaan telah sampai kepada pembaca dan pemirsanya, kemudian terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahapan. Tahapan pertama adalah konstruksi realitas pembenaran sebagai konstruksi media massa yang terbentuk di masyarakat, bahwa apapun yang tersaji di media cenderung dianggap suatu kebenaran. Kedua adalah kesediaan dikonstruksi oleh media massa. Pilihan orang untuk menjadi pembaca dan pemirsa media massa adalah karena pilihannya untuk

bersedia pikirannya dikonstruksi oleh media massa. Ketiga adalah konsumsi media massa sebagai suatu pilihan, dimana media massa sebagai kebiasaan hidup yang tak bias dipisahkan (Santoso, 2016).

b. Tahapan pembentukan konstruksi citra

Konstruksi citra dibangun oleh orang – orang yang bekerja dalam redaksi media massa, seperti wartawan, editor, dan pimpinan redaksi. Dalam membangun konstruksi sebuah citra terdapat dua model yaitu *good news* dan *bad news*. *Good news* mengkonstruksikan pada pemberitaan yang bersifat berita baik. Sementara, *bad news* membangun citra buruk pada sebuah pemberitaan.

c. Tahapan Konfirmasi

Konfirmasi adalah tahapan yang diperlukan oleh sebuah media, pemirsa, dan pembaca. Bagi media, sebagai bagian untuk memberrikan argumentasi terhadap alasan mengkonstruksi sebuah berita. Bagi pemirsa dan pembaca, sebagai bagian untuk menjelaskan alasan kesediaannya terlibat dalam sebuah konstruksi sosial.

Dalam pendekatan konstruksi realitas sosial Peter L. Berger menyimpulkan menjadi tiga proses yaitu eksternalisasi, objektivitas, dan internalisasi (Pratiwi, 2018).

a. Eksternalisasi (penyesuaian diri)

Eksternalisasi ini merupakan usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik itu dalam kegiatan fisik maupun mental. Dalam proses ini dibentuk ekspresi diri untuk menguatkan eksistensi individu dalam masyarakat. Tahapan ini masyarakat dilihat sebagai produk dari manusia (*society is a human product*).

b. Objektivitas

Objektivitas merupakan hasil dari eksternalisasi yang telah dicapai oleh manusia baik fisik maupun mental. Hasilnya berupa realitas objektif yang hadir dalam wujud nyata.

c. Internalisasi

Internalisasi ini merupakan hasil dari penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran demikian rupa, sehingga subjektivitas individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial.

2. Analisis Framing

a. Pengertian Framing

Analisis *framing* adalah suatu penggambaran untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. Analisis *framing* digunakan untuk melihat bagaimana aspek tertentu ditonjolkan atau ditekankan oleh media. Penonjolan atau penekanan aspek tertentu dari realitas tersebut haruslah dicermati lebih jauh. Penonjolan atau penekanan dalam aspek

tertentu tersebut akan membuat bagian tertentu saja yang lebih bermakna, mudah diingat, dan mengena dalam pikiran khalayak (Eriyanto, 2002).

Gagasan mengenai *framing*, pertama kali dilontarkan oleh Beterson tahun 1955 (Sudibyo, 1999a:23). Dalam perspektif komunikasi, analisis *framing* digunakan untuk membedah cara – cara atau ideologi media saat mengkonstruksi fakta. *Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang atau perspektif tersebut pada akhirnya akan menentukan fakta apa yang akan diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta akan dibawa kemana berita tersebut (Nugroho, Eriyanto, Surdiasis, 1999:66:21 dalam (Sobur, 2015).

Pembuatan *frame* tersebut didasarkan atas berbagai kepentingan internal maupun eksternal media, baik teknis, ekonomis, politis, ataupun ideologis. Sehingga pembuatan sebuah wacana tidak saja mengindikasikan adanya kepentingan – kepentingan itu, tetapi juga mengarahkan hendak dibawa kemana issue dalam wacana tersebut (Hamad, 2004).

b. Framing Model Robert N. 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 (Entman, 1993 : 51 dalam (Pratiwi, 2018, p. 55)

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 membingkai 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.

3. Komunikasi Massa

a. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik media audio visual maupun media cetak. Dalam komunikasi massa selalu melibatkan lembaga dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks (Romli, 2016, p. 4)

Gebner mendefinisikan bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan – pesan komunikasi. Produk komunikasi tersebut disebar, didistribusikan, ke khalayak secara luas dan terus menerus dalam jangka waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, atau bulanan. Proses produksi pesan ini tidak dapat dilakukan secara perorangan, melakukan harus dilakukan secara lembaga dan membutuhkan teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang ditujukan untuk masyarakat luas. Ini berbeda dengan komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi organisasi. Hiebert, Uguran, dan Bohn mengemukakan komponen komunikasi

massa meliputi : media, regulasi, filter, *audience* serta timbal balik
(Romli, 2016, p. 10)

b. Fungsi Komunikasi Massa

Dominick (2001) menjelaskan beberapa fungsi dari komunikasi massa. Ada 5 fungsi dari komunikasi massa yaitu :

1. Fungsi Pengawasan (*surveillance*)

Fungsi pengawasan ini juga sebagai peringatan, dimana terjadi ketika media massa memberikan informasi tentang bencana alam, serangan militer, dan juga adanya inflasi. Selain itu, pengawasan juga bersifat instrumental, dimana fungsi media massa adalah menyampaikan informasi yang berguna untuk kehidupan sehari – hari.

2. Fungsi Penafsiran (*interpretation*)

Tidak hanya memberikan informasi terkait sebuah peristiwa, komunikasi massa juga memiliki fungsi memberikan penafsiran terhadap kejadian – kejadian penting.

3. Fungsi Keterkaitan (*linkage*)

Media massa dapat berfungsi sebagai penyatu antar anggota masyarakat yang beragam berdasarkan kepentingan dan minat yang sama.

4. Fungsi Penyebaran Nilai (*transmission of value*)

Fungsi penyebaran nilai ini disebut juga dengan *socialitation*, sosialisasi yang mengacu pada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok.

5. Fungsi Hiburan (*entertainment*)

Fungsi media massa adalah untuk menghibur. Fungsi ini adalah untuk mengurangi ketegangan pada khalayak, dan membuat pikiran khalayak kembali segar.

c. Ciri Komunikasi Massa

Ciri yang paling tampak dari komunikasi massa adalah komunikasi tersebut menggunakan media massa, baik audio, visual, maupun media cetak. Ciri lainnya dari komunikasi massa yaitu :

1. Pesan bersifat umum

Bersifat umum artinya pesan ditujukan kepada orang banyak dan tidak hanya ditujukan untuk kelompok – kelompok tertentu. Pesan dalam komunikasi massa dapat berupa fakta maupun opini.

2. Menimbulkan keserempakan

Dalam komunikasi massa sasaran atau khalayaknya relative lebih banyak dan tidak terbatas. Khalayak yang banyak tersebut dapat menerima pesan secara serempak dalam waktu yang sama dari media massa.

3. Komunikasi bersifat satu arah

Komunikasi media massa yang bersifat satu arah mengakibatkan komunikator tidak dapat melakukan kontak secara langsung dengan komunikasinya.

4. Umpan balik tertunda

Umpan balik atau *feedback* dalam komunikasi merupakan hal yang sangat penting. Komunikator dalam komunikasi massa tidak dapat menerima umpan balik dengan cepat, Untuk mengetahui reaksi dari khalayak pun tertunda.

5. Komunikannya anonim dan heterogen

Dalam komunikasi massa komunikator tidak mengenal atau mengetahui identitas dari komunikannya atau bersifat anonim.

Komunikannya dalam komunikasi massa juga bersifat heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda.

6. Mengutamakan isi daripada hubungan

Prinsip dari sebuah komunikasi adalah memiliki dimensi isi dan hubungan (Mulyana, 2000:99). Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi dari komunikasi. Sementara, dimensi hubungan akan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu.

d. Efek Komunikasi Massa

Efek komunikasi massa merujuk pada perubahan yang terjadi pada diri khalayak. Perubahan yang terjadi dapat berupa

perubahan sikap, perasaan dan perilaku. Ada tiga efek dalam komunikasi massa, yaitu : kognitif, afektif, dan konatif.

1. Efek Kognitif

Efek kognitif adalah efek yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif. Melalui media massa, kita memperoleh informasi tentang benda, orang, atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung. Realitas yang ditampilkan oleh media massa adalah realitas yang sudah diseleksi. Kita memperoleh informasi tersebut semata – mata berdasarkan pada apa yang dilaporkan media massa.

2. Efek Afektif

Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, setelah mengetahui informasi yang diterimanya, khalayak diharapkan dapat merasakannya.

3. Efek Konatif

Efek konatif merupakan efek yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan. Adegan kekerasan yang ada pada televise atau film akan

menyebabkan orang meniru adegan tersebut. Namun, tidak semua informasi yang ada dalam media massa menimbulkan efek yang sama.

4. Berita

a. Pengertian Berita

Berita adalah informasi hangat yang disajikan kepada khalayak mengenai suatu peristiwa yang terjadi. Sebuah berita juga harus mengandung unsur nilai sehingga layak disebut sebagai sebuah berita (Tahrin, Houtman, & Nasir, 2019).

Berita adalah sebagai laporan dari keempat penjuru angin atau dari berbagai tempat di dunia. Terlebih media online pun ikut pula meramaikan media massa dengan sebutan media sosial yang melahirkan *journalistic online* yang akhir – akhir ini bertebaran dimana – mana dan memberikan kontribusi besar pada layanan penyajian informasi pada khalayak (Hikmat, 2018).

b. Jenis Berita

Ada beberapa jenis berita diantaranya yaitu:

1. *Stright News* (Berita Langsung), jenis berita ini sangat terikat dengan waktu (*deadline*) karena informasi yang disajikan akan cepat basi jika terlambat disampaikan kepada khalayak.
2. *Hard News* (Berita Keras), jenis berita ini berisi informasi yang sangat penting dan harus segera disampaikan kepada khalayak.

3. *Feature*, berita jenis ini berisi informasi ringan tetapi tetap menarik. Berita jenis ini juga tidak terikat dengan waktu

5. Media dan Pemberitaan

Gaye dan Tuchman dalam bukunya *Making News* (1978), mengatakan bahwa berita merupakan konstruksi realitas sosial. Menurut Tuchman, tindakan membuat berita adalah tindakan mengkonstruksi realita itu sendiri, bukan penggambaran realita (Saverin dan Tankard, 2005:400). Berdasarkan pendapat Tuchman, berita yang disajikan di media massa tidak sepenuhnya mempresentasikan fakta – fakta atau kenyataan yang sebenarnya dan apa adanya. Berita adalah sebuah produk dari sebuah usaha/proses menyusun fakta – fakta menjadi sesuatu yang menarik untuk dikonsumsi. Tuchman menekankan, bahwa berita adalah sekutu bagi lembaga – lembaga yang berlegitimasi dan bahwa berita juga melegitimasi *status quo*.

Berdasarkan pendapat Tuchman tersebut diketahui bahwa proses pengkonstruksian berita sesungguhnya melibatkan berbagai factor (baik dari dalam media sendiri maupun dari luar media) yang saling mempengaruhi satu sama lain. Tujuannya adalah untuk mempertahankan kekuasaan. Faktor – faktor internal media antara lain terdiri dari institusi media, rutinitas media, dan professional media. Sedangkan faktor eksternal media berupa struktur kekuasaan diluar media.

Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese (1996 : 63-251) meringkas lima faktor yang mempengaruhi isi media :

a. Level individual

Level ini berhubungan dengan latar belakang profesional dari pengelola media. Level individual melihat bagaimana pengaruh aspek – aspek personal dari pengelola media mempengaruhi pemberitaan yang ditampilkan kepada khalayak. Latar belakang individu seperti : jenis kelamin, umur, atau agama, sedikit banyak mempengaruhi apa yang ditampilkan media.

b. Level rutinitas media

Rutinitas media berhubungan dengan mekanisme dan proses penentuan media. Setiap media umumnya mempunyai ukuran tersendiri tentang apa yang disebut berita, apa ciri – ciri berita yang baik, atau apa kriteria kelayakan berita. Ukuran tersebut adalah rutinitas yang berlangsung setiap hari dan menjadi prosedur standar bagi pengelola media yang berada di dalamnya.

c. Level organisasi

Level organisasi berhubungan dengan struktur organisasi yang secara hipotesis mempengaruhi pemberitaan. Pengelola media dan wartawan bukan orang yang tunggal yang ada dalam organisasi berita. Ia sebaliknya hanya bagian terkecil dari organisasi media itu sendiri. Masing – masing komponen dalam organisasi media bisa jadi mempunyai kepentingan sendiri – sendiri.

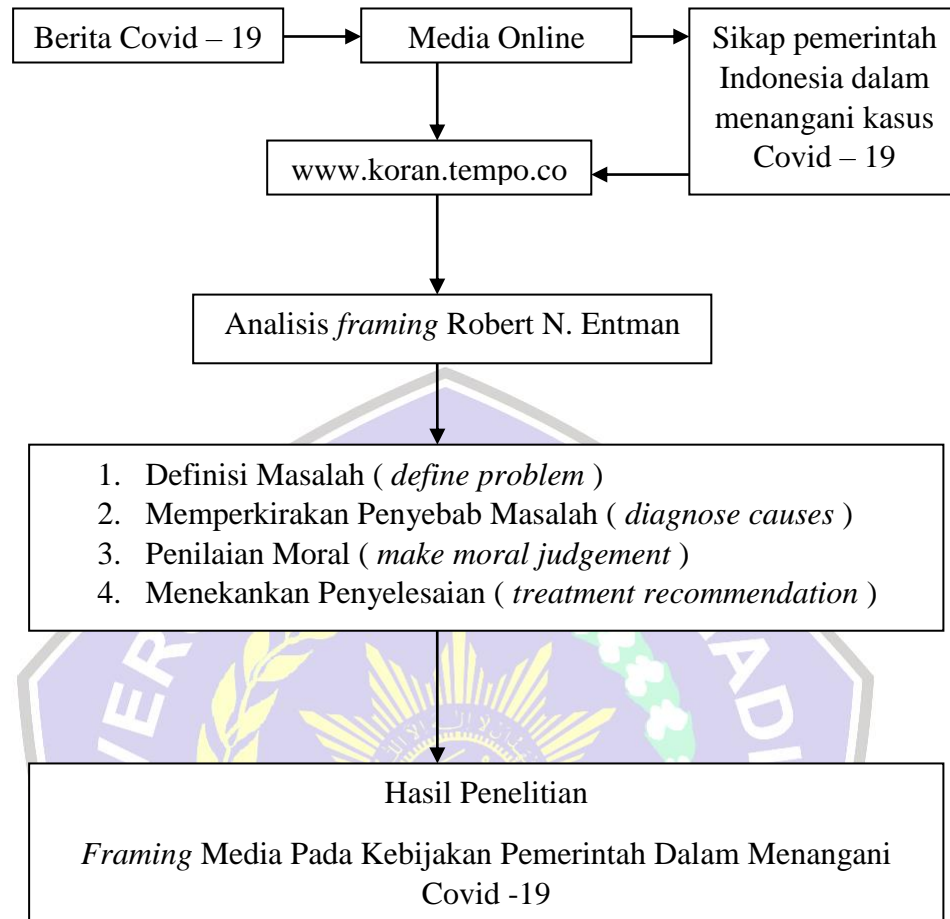
d. Level Ekstra Media

Level ini berhubungan dengan lingkungan di luar media yang mempengaruhi pemberitaan, yaitu : Pertama, sumber berita, sumber berita dipandang bukan pihak yang netral yang memberikan informasi apa adanya. Kedua, sumber penghasilan media, sumber penghasilan media dapat berupa iklan, bisa juga pembeli/pelanggan media. Kadangkala media harus kompromi dengan sumber daya yang menghidupinya. Ketiga, pihak eksternal, antara lain pemerintah dan lingkungan bisnis.

e. Level Ideologi

Ideologi disini diartikan sebagai kerangka berfikir atau kerangka referensi tertentu yang dipakai oleh individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya. Pada level ideologi ini sifatnya abstrak. Ia berhubungan dengan konsepsi atau posisi seseorang dalam menafsirkan realitas. Level ideologi lebih melihat kepada yang berkuasa di masyarakat dan bagaimana media turut menentukannya.

G. Kerangka Pikir



H. Metode Penelitian

1. Jenis 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.

2. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah media yang mempublikasikan berita yang akan diteliti oleh penulis, yang kemudian akan diteliti secara

detail dengan menggunakan metode yang telah dijelaskan. Media yang mempublikasikan berita dalam penelitian ini adalah media online dengan alamat www.koran.tempo.co. Berita yang diteliti adalah berita tentang kebijakan pemerintah dalam menangani virus covid – 19 yang ada di Indonesia, yakni pada bulan Maret 2020

3. Data dan Sumber Data

Data merupakan hal yang sangat penting dalam proses penelitian. Data yang tepat akan membantu peneliti dalam menemukan jawaban dari sebuah permasalahan yang diangkat. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama. Data primer dari penelitian ini adalah portal media online www.koran.tempo.co yang memuat berita tentang sikap pemerintah dalam menangani kasus pandemi covid – 19 di Indonesia. Berita dikumpulkan pada bulan Maret 2020.

b. Data Sekunder

Untuk melengkapi data primer, maka peneliti mencari literatur dengan melakukan studi pustaka dari perpustakaan dan mencari informasi di internet untuk memperoleh gambaran teori yang sesuai dengan penelitian.

4. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling purposif. Dengan teknik sampling ini peneliti akan menyeleksi berita – berita di koran.tempo.co yang sesuai dengan dasar kriteria – kriteria tertentu yang dibuat oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data – data penelitian. Data yang dikumpulkan berdasarkan kebutuhan peneliti dalam penelitian. Peneliti sudah mengumpulkan data dari munculnya permasalahan yang akan menjadi objek penelitian. Berikut ini adalah teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti :

a. Kajian berita di media online

Berita yang dikaji dalam penelitian ini adalah berita tentang sikap pemerintah Indonesia dalam menangani pandemi covid – 19. Berita yang diambil adalah berita yang dipublikasikan oleh media online www.koran.tempo.co pada bulan Maret 2020.

b. Studi Pustaka

Studi pustaka ini untuk mendukung penelitian dan memperoleh informasi yang relevan dengan penelitian. Studi pustaka yang dilakukan berupa pengkajian buku – buku, artikel, atau jurnal penelitian yang terkait dengan penelitian. Peneliti juga mengutip beberapa pendapat ahli yang sesuai dengan penelitian.

6. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisa data yang telah diperoleh, peneliti menggunakan beberapa tahapan analisa data. Tahapan – tahapan ini untuk mempermudah peneliti dalam melakukan proses penelitian. Tahapan tersebut, adalah:

a. Menyeleksi Data

Pada tahapan ini, data yang telah didapatkan dikumpulkan dan dipilah untuk bahan laporan. Pemilahan data dilakukan supaya data yang didapat sesuai dengan kebutuhan penelitian.

b. Klasifikasi Data

Data yang telah diperoleh diklasifikasikan berdasarkan kategori yang telah ditentukan oleh peneliti. Klasifikasi data ini supaya laporan yang dibuat dalam penelitian lebih sistematis.

c. Merumuskan Data

Data yang sudah dalam kategori tertentu, kemudian dirumuskan oleh peneliti untuk dijabarkan dalam bentuk laporan atau penelitian yang lebih terarah.

d. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah analisis *framing*. Analisis *framing* digunakan untuk mengetahui bagaimana media mengkonstruksi atau membingkai sebuah peristiwa. Media yang diteliti dalam penelitian ini adalah media online koran.tempo.co, sementara fokus berita yang diteliti adalah

tentang sikap pemerintah Indonesia dalam menangani kasus covid – 19.

Analisa *framing* yang digunakan peneliti adalah analisa *framing* model Robert N. Entman. Model Robert N. Entman menggunakan beberapa indikator untuk menganalisa, yaitu : Pendefinisian masalah (*define problem*), memperkirakan penyebab masalah (*diagnose causes*), membuat penilaian moral (*make moral judgement*), dan menekankan penyelesaian (*treatment recommendation*).

