

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Virus Covid-19 adalah salah satu dari famili virus yang menyebabkan gangguan pernafasan, flu bahkan yang lebih parah menyebabkan sindrom pernafasan timur tengah (MERS-CoV) dan sindrom pernafasan akut parah (SARS-CoV). Menurut WHO, Virus Covid-19 ini merupakan virus jenis baru yang baru ditemukan pada tahun 2019 dan sebelumnya belum ada data seseorang pernah terinfeksi Virus Covid-19 ini (WHO, 2020) Tingkat penyebaran virus Covid-19 ini bisa dikatakan cukup cepat, berdasarkan data yang dikeluarkan oleh WHO dan covid19.go.id sudah ada 211 negara yang terinfeksi virus Covid-19 ini dan 1.395.136 kasus yang terkonfirmasi terinfeksi Covid-19 ini. Dalam gambar dibawah ini dapat digambarkan cepatnya penyebaran virus Covid-19 ini keseluruh dunia. Dari kasus pandemi Covid-19 ini tenaga kesehatan yang menjadi garda depan untuk menyembuhkan virus Covid-19 ini seluruh tenaga medis berusaha penuh untuk menyembuhkan seluruh orang-orang yang sudah terinfeksi

dan menghentikan penyebarannya dengan mencari vaksin yang tepat untuk menekan penyebaran Virus Covid-19 ini. Dalam industri media yang memiliki fungsi untuk menyebarkan informasi dalam hal ini informasi terkait perkembangan Virus Covid-19. Dalam penelitian ini peneliti akan melihat objektivitas media dalam memberitakan kasus Virus Covid-19 ini berdasarkan faktual berita dan impartialitas dalam setiap pemberitaannya.

Penyebaran Virus Covid-19 ini pertama kali di publikasikan di Wuhan pada tanggal 31 Desember 2019. Seluruh dunia memberitakan virus ini juga karena penyebaran yang cukup cepat bahkan penyebarannya hampir ke seluruh dunia. Salah satu media penyebaran yang digunakan adalah portal berita online baik media online internasional dan nasional. Menurut KBBI, media adalah sebuah alat atau sarana dalam komunikasi untuk menyampaikan informasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, spanduk, dll.

Salah satu media yang memberitakan mengenai Vaksin Virus Covid-19 ini adalah kompas.com. Media ini telah ada sejak tahun 1995 dan terus mengeluarkan berita – berita terbaru seiring dengan penembangan zaman.

Kompas.com adalah salah satu pioneer media online di Indonesia ketika pertama kali hadir di internet pada 14 September 1995 dengan nama *Kompas Online*. Mula-mula, *Kompas Online* atau KOL yang diakses

dengan alamat Kompas.co.id hanya menampilkan replica dari berita-berita harian Kompas yang terbit hari itu.

Tujuannya adalah memberikan layanan kepada para pembaca harian Kompas ditemat – tempat yang sulit dijangkau oleh jaringan distribusi Kompas. Dengan hadirnya *Kompas Online*, para pembaca harian Kompas terutama di Indonesia bagian timur dan di luar negeri dapat menikmati harian *Kompas Online* hari itu juga, tidak perlu menunggu beberapa hari seperti biasanya.

Selanjutnya, media memberikan layanan yang maksimal, di awal tahun 1996 alamat *Kompas Online* berubah menjadi www.kompas.com dengan alamat baru, *Kompas Online* menjadi semakin populer buat para pembaca setia harian Kompas di luar negeri.

Melihat potensi dunia digital yang besar, *Kompas Online* kemudian dikembangkan menjadi sebuah unit bisnis tersendiri dibawah bendera PT Kompas cyber media (KCM) pada Agustus 1998. Sejak saat itu, *Kompas Online* lebih dikenal dengan sebutan KCM. Di era ini, para pengunjung KCM tidak lagi hanya mendapatkan replica harian Kompas, tapi juga mendapatkan update perkembangan berita – berita terbaru yang terjadi sepanjang hari.

Pengunjung KCM meningkat pesat seiring dengan tumbuhnya pengguna internet di Indonesia. Mengakses informasi dari internet kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari hidup kita sehari – hari.

Dunia digital pun terus berubah dari waktu ke waktu. KCM pun berbenah diri.

Pada 29 mei 2008, portal berita ini me-*rebranding* dirinya menjadi Komas.com, merujuk kembali pada brand Kompas yang selama ini dikenal menghadirkan jurnalisisme yang memberi makna. Kanal – kanal berita ditambah. Produktivitas sajian berita ditingkatkan demi memberikan sajian informasi yang *update* dan actual kepada para pembaca. *Rebranding Kompas.com* ingin menegaskan bahwa portal berita ini ingin hadir di tengah pembaca sebagai acuan bagi jurnalisisme yang baik di tengah derasnya aliran informasi yang tak jelas kebenarannya.

Jurnalisisme damai adalah cara membingkai berita yang lebih luas, seimbang, dan akurat, dalam memahami analisa dan transformasi konflik. Jurnalisisme damai sendiri hadir sebagai teori baru yang merupakan kebaikan dari jurnalisisme perang. Kehadiran jurnalisisme damai adalah sebuah terobosan bagi seorang jurnalis untuk bisa menuliskan sebuah berita yang harapannya tidak memperkeruh suasana konflik.

Jurnalisisme damai merupakan salah satu referensi tentang bagaimana seorang jurnalis mentransformasikan fakta dan realita konflik menjadi realitas media, serta membuka peluang pada

pemahaman non kekerasan (*non violence*) dan kreativitas bagi aplikasi kerja jurnalis dalam membuat liputan.

Jurnalisme online dan jurnalisme cetak memiliki sedikit perbedaan, banyak berita di media online yang hanya di publikasikan potongan – potongannya berita dari versi cetaknya, khususnya mereka yang bafiliasi dengan media cetak. Hal ini juga terjadi pada situs online media penyiaran, berita yang ditampilkkan di televise secara visual ditampilkkan juga dalam bentuk teks di media online. Keberadaan media online mempengaruhi media cetak maupun media elek tronik yang pertama kali muncul.

Arus perkembangan media online di Indonesia semakin deras saat ini. Dewan pers mencatat, sekitar 47 ribu media di Indonesia, lebih dari 44 ribunya merupakan media online. Seiring tutupnya banyak media cetak karena biaya operasionalnya yang tinggi, maka media di era digital, saat ini justru menjadi yang utama dalam menyebarkan informasi ke khalayak.

Banyak media online yang tidak mengindahkan kaidah jurnalistik dalam menyampaikan informasi ke khalayak. Komunikator media online pun banyak yang tidak kredibel. Sejumlah media online bahkan tidak diketahui visi misi medianya secara jelas. kepemilikan media online sering tidak terpublikasikan. Bahkan media online yang kurang memperhatikan pada prinsip Sembilan element jurnalisme Bill

Kovach dan Tom Rushell. Prinsip Sembilan element Bill Kovach dan Tom Rushell merupakan (1) kewajiban awal jurnalisisme merupakan pada kebenaran, (2) loyalitas awal jurnalisisme kepada masyarakat, (3) intisari jurnalisisme merupakan disiplin serta verifikasi, (4) para praktisinya wajib melindungi independensi terhadap sumber kabar, (5) jurnalisisme wajib berlaku bagaikan pemantau kekuasaan, (6) jurnalisisme wajib sediakan forum public buat kritik atau sokongan masyarakat, (7) jurnalisisme wajib berupaya membuat perihal yang berarti menarik serta relevan, (8) jurnalisisme wajib melindungi supaya kabar komprehensif serta sepadan, (9) para praktisinya wajib diperbolehkan menjajaki nurani mereka.

B. Rumusan Masalah

Untuk mengelaborasi konteks di atas, ada beberapa poin yang akan menjadi pembahasan tulisan ini adalah Bagaimana analisis berita yellow journalism pada pemberitaan covid-19 di media online kompas.com edisi bulan november 2021

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui unsur yellow journalism pada pemberitaan covid-19 di media online kompas.com edisi bulan November 2021 - Desember 2021.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini, diharapkan nantinya dapat memberikan pengetahuan sekaligus keilmuan baru dalam bidang jurnalistik terkait penerapan jurnalisme damai dalam menuliskan sebuah berita yang berkaitan dengan vaksin covid-19 .

Dan diharapkan mampu menambahkan pengetahuan bagi penulis dan khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi mengingat skripsi ini saya buat pada saat pandemi Virus Covid-19 berlangsung.

1. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan suatu kontribusi bagi pengembang Ilmu Komunikasi khususnya di bidang kajian framing media, terhadap pembingkaiian fakta di media pemberitaan online.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diinginkan dapat mejadikan sumbangsih pemikiran untuk profesional media tentang cara pengemasan sebuah pesan dibentuk dengan gagasan tertentu, sehingga terbentuk sebuah dampak pada khalayak yang diinginkan oleh media. Serta menjadikan sebuah wawasan untuk khalayak media tentang bagaimana media memproses framing pada suatu media.

