



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Sebagai salah satu strategi dalam penyempurnaan penelitian ini, peneliti telah mencoba menemukan bagian-bagian penelitian terdahulu yang relevan dan bisa dilengkapi lewat kajian peneliti mengenai ‘Penerapan Komunikasi Risiko Krisis dan Darurat dalam Pemberitaan tentang Virus Korona di Harian Kompas Periode 2 Januari 2020 - 4 Juni 2020’ ini. Kajian terdahulu dan terdekat ialah yang berjudul “Jurnalisme Krisis dan Krisis Jurnalisme di Era COVID-19.” Tulisan ini berangkat dari realita produk jurnalistik di masa krisis virus korona yang memberi ruang lebar bagi kelakar ala pejabat, disinformasi, rasisme, hingga proyeksi kepanikan di awal kasus di Indonesia (Utomo et al., 2020, p. 300). Utomo hendak mengetahui bagaimana cara media-media di Indonesia memberitakan wabah Covid-19 dan apa yang menjadi fokus utama media selama masa krisis tersebut. Tirta (*Tirto.id*) Jakarta Post (*Thejakartapost.com*), Tempo (*Tempo.co*), Kompas (*Kompas.com*), Media Indonesia (*Mediaindonesia.com*), Kompas TV, Metro TV, dan TV One menjadi media amatan Utomo dalam kajiannya tersebut. Menggunakan tiga berita di masing-masing media, Utomo (2020) turut mempertimbangkan isu kepemilikan media yang dirasanya punya pengaruh besar pada setiap pemberitaan (p. 301). Melihat subjektivitas ini yang tidak relevan pada

penelitian kuantitatif, maka peneliti akan menutup celah tersebut lewat penentuan berita dengan langkah-langkah yang ilmiah dan objektif.

Utomo (2020) yang hendak memahami peran dan posisi media di masa krisis, menggunakan 3 dari 5 poin pemikiran Barbara Reynolds dan Matthew W. Seeger tahun 2005 soal *Crisis and Emergency Risk Communication* (CERC) yakni, *pre-crisis*, *initial event*, dan *maintenance* (p. 303). Secara singkat, “Jurnalisme Krisis dan Krisis Jurnalisme di Era COVID-19” menemukan model-model jurnalisme di masa normal (dramatisasi, “sensasionalisme,” amplifikasi pernyataan kelakar pejabat) masih diterapkan di masa krisis yang menjadi refleksi kegagalan media menyikapi awal krisis (Utomo et al., 2020, pp. 308-312). Dampaknya, publik menjadi tidak siap dengan masuknya virus korona di Indonesia. Penelitian Utomo menjadi relevan dengan kajian ini karena sama-sama menjadikan media sebagai fokus utama dalam menganalisis perannya di masa krisis. Konsep *Crisis and Emergency Risk Communication* (CERC) Barbara Reynolds dan Matthew W. Seeger terkini juga akan diterapkan dengan penyesuaian pada penelitian ini agar dapat menjawab pertanyaan dan tujuan penelitian.

Dalam melihat risiko dan krisis yang menyinggung soal kesehatan, Thompson (2019) menuturkan bahwa media massa adalah mitra yang sangat diperlukan dalam proses mengkomunikasikan isu kesehatan kepada publik (Thompson, 2019, p. 1). Akan tetapi, sejumlah riset yang ia temukan menyimpulkan bahwa konten jurnalistik berkategori kesehatan cenderung tidak akurat, tidak lengkap, dan gagal menyampaikan fakta yang utuh (Thompson, 2019, p. 2). Oleh karenanya, Thompson hendak memperluas risetnya tentang risiko

kesehatan dan cakupan krisis dengan mengkaji krisis kesehatan di negara berkembang menggunakan kerangka kerja sosiologi media (Thompson, 2019, p. 2). Oleh sebab Thompson hendak mengeksplorasi pengalaman dari jurnalis, maka atas pertimbangan fleksibilitas pertanyaan, ia menggunakan metode wawancara mendalam semi-terstruktur terhadap informan kunci dan respondennya secara tatap muka (Thompson, 2019, p. 8). Yang menarik dari kesimpulan Thompson adalah soal perlu adanya kolaborasi antara jurnalis dan ahli kesehatan dalam setiap pelaporan liputan kesehatan, terutama tentang isu yang berisiko menimbulkan krisis (Thompson, 2019, p. 21). Pada dokumen CERC pun menyebutkan hal senada soal perlunya kolaborasi antara ahli kesehatan dan media dalam upaya meneruskan informasi krisis ke masyarakat terdampak agar lebih cepat dan tepat. Guna melengkapi apa kajian kualitatif Thompson (2019), penelitian ini hendak melihat bagaimana komunikasi risiko dan krisis itu diterapkan dalam setiap pemberitaan media, lewat cara analisis isi kuantitatif dan menggunakan modul CERC tahun 2014.

Analisis isi merupakan metode yang sering dipakai untuk membedah pesan dari produk media. Skripsi milik Eka Elviani Srilestari dari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, yang membahas mengenai “Kecenderungan Keberpihakan Pemberitaan Gubernur-Wakil Gubernur DKI Jakarta Terpilih Sebelum dan Sesudah Dilantik,” pun menggunakan metode analisis isi. Srilestari hendak mencari bagaimana tema, sumber, serta nada pemberitaan di Media Indonesia serta Republika pada periode amatannya. Penelitian Srilestari menggunakan metode kuantitatif analisis isi yang menurunkan konsep kategorisasi isi pemberitaan Senada

dengan tulisan Utomo (2020), Srilestari (2018) pun turut mempertimbangkan kepentingan ekonomi-politik yang mengikat media amatannya (pp. 2-3). Satu hal yang menarik dari temuan Srilestari adalah mengenai tema pemberitaan yang punya relevansi kuat dengan keperluan politik petinggi media. Maka dari itu, peneliti berusaha menggunakan media yang minim memiliki kecenderungan ekonomi-politik sehingga akan mampu memunculkan hasil yang lebih objektif. Unit pencatatan sintaksis yang hendak melihat frekuensi dari kata atau kalimat pada pemberitaan tidak akan dipakai dalam kajian peneliti. Hal ini didasarkan atas perbedaan tujuan penelitian yang hendak melihat ada atau tidaknya dan seberapa tinggi penerapan konsep terkait dalam pemberitaan.

Berdasarkan sejumlah penelitian terdahulu di atas, peneliti telah mendapat temuan yang menarik dan relevan dengan latar belakang masalah kajian ini. Pelbagai celah dan peluang yang ditemukan pada masing-masing penelitian akan turut menjadi catatan dalam pengembangan kajian ini, sebagai upaya menjawab pertanyaan penelitian yang telah ditentukan.

2.2 Teori Sesuai dengan Variabel Penelitian

2.2.1 *Agenda Setting Theory*

Teori *Agenda Setting* adalah teori yang menuturkan bahwa media massa memiliki kapasitas untuk memengaruhi elemen “kesadaran” dan “informasi” ke dalam perbincangan publik, dengan membangun perhatian publik pada isu atau fakta yang dinilai memiliki urgensi oleh pers

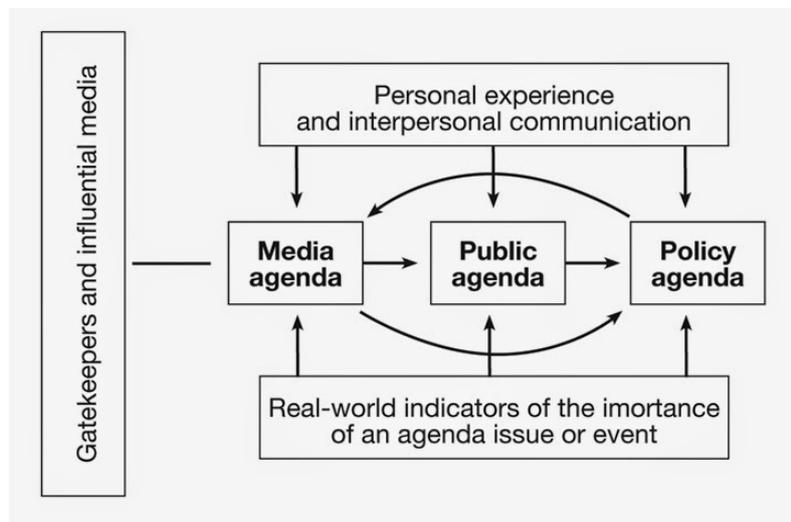
(Tamburaka, 2012, p. 23). Adapun dua argumen yang menjadi basis penelitian *agenda setting* adalah:

1. Masyarakat pers dan media tidak serta merta hanya menyampaikan fakta di lapangan, pers menyaring dan membentuk isu lewat pemberitaannya (Tamburaka, 2012, p. 22).
2. Fokus perusahaan media (yang diwakili redaksi) terbatas pada sejumlah masalah di lapangan untuk disampaikan sebagai isu yang perlu dibahas publik ketimbang isu lain (Tamburaka, 2012, p. 22).

Dalam bukunya, Tamburaka (2012) berbagi sebuah penelitian yang berjudul *News That Matters: Television & American Opinion* karya Iyengar dan Kinder pada 1987 yang melaporkan serangkaian eksperimen tambahan, guna mendapatkan bukti lanjutan soal *agenda setting* media (p. 38). Penelitian tersebut menemukan verifikasi bahwa persepsi khalayak media mengenai penting atau tidaknya suatu isu dipengaruhi oleh pemberitaan di media, yang pada kasus ini adalah media massa televisi. Diketahui bahwa media berfokus pada sebagian fakta atau isu yang akibatnya fakta atau isu lainnya terpinggirkan, proses ini dikenal dengan istilah *priming*. *Priming* berdasarkan penjelasan Tamburaka (2012) adalah proses bagaimana media memandang dan memilah isu mana yang lebih penting ketimbang isu lainnya lewat cara penekanan atau menonjolkan fakta agar menjadi wacana publik (p. 42). *Priming* menjadi perlu diterapkan supaya *agenda setting* media dapat terbentuk.

Pada penelitian ini, Harian Kompas diasumsikan mampu memengaruhi khalayaknya, namun proses efek *agenda setting* tidak selalu berlangsung searah saja: dari media langsung pada khalayak, melainkan juga kepada khalayak tertentu (Tamburaka, 2012, p. 43). Suatu isu dapat melalui massa lain terlebih dahulu sebelum akhirnya diperbincangkan oleh khalayak yang dituju. Dalam hal ini, sebelum dijadikan agenda kebijakan oleh khalayak elite politik, harus lewat khalayak masyarakat biasa dan menjadi agenda publik. Sehingga tahapan efek pemberitaannya adalah bermula dari agenda media yang menjadi agenda publik dan pada akhirnya menjadi agenda kebijakan (Tamburaka, 2012, p. 68).

Gambar 2.1 Proses Penentuan Agenda Kebijakan



Sumber: Moleong (2017)

Berbicara mengenai pengaruh efek, Keith R. Stamm dan John E. Bowes memperjelas setidaknya ada tiga rentang waktu mengenai efek dalam komunikasi massa, antara lain; tahun 1930-1950 yang adalah efek tak terbatas (*unlimited effect*), 1950-1970 sebagai efek terbatas (*limited effect*),

dan 1970-1980-an sebagai efek moderat (*not-so limited effect*) (Nurudin, 2007, pp. 214-215). Efek tidak terbatas berasumsi bahwa perusahaan media memiliki *power* untuk menentukan target khalayak mereka dan berperan besar dalam memengaruhinya. Setidaknya, di bawah ini beberapa hal yang Nurudin dalam bukunya tuliskan alasan bagaimana efek tidak terbatas diyakini memiliki pengaruh kuat dalam membentuk persepsi khalayak:

1. Pengulangan (*redundancy*).

Dengan tujuan yang sama, pengulangan dilakukan sebagai upaya pesan yang disampaikan berdampak bagi khalayak (Nurudin, 2007, p. 218).

2. Melakukan identifikasi dan fokus kepada target khalayak yang disasar.

Hal ini dimaksudkan supaya pesan yang hendak dibawa dapat disampaikan dengan cara-cara yang efektif terhadap target audiensnya (Nurudin, 2007, p. 219).

Efek terbatas bertolak belakang dengan efek pada rentang tahun sebelumnya. Efek ini pada intinya berbicara bahwa pemberitaan media hanya sedikit yang bisa mengubah respons audiens, sebab elemen psikologis dan sosial turut berperan dalam tahap penerimaan pesan dari terpaan media massa (Nurudin, 2007, pp. 220-222). Kemudian, Efek moderat hadir sebagai teori efek teraktual saat itu dan hendak “melawan” teori efek pendahulunya yang masing-masing dirasa berat sebelah. Model efek moderat dipercaya akan mengunggah kesadaran baru bahwa perlu

adanya perencanaan matang sebelum disiarkan media massa (Nurudin, 2007, p. 226). Sebab media massa tetap mempunyai dampak, meski harus diketahui bahwa ada banyak variabel yang ikut berperan pada proses penerimaan dan pemahaman pesan.

2.2.2 Pemberitaan Covid-19

Berita dapat didefinisikan sebagai sajian informasi sebenarnya atau asli tentang suatu fenomena yang sedang atau telah terjadi (Rohmadi & Kusumawati, 2011, p. 30). Umumnya, media digunakan dalam penyampaian suatu rangkaian berita dan dalam strukturnya harus mempertimbangkan kelengkapan aspek 5W+1H (*What, Why, Where, Who, When, dan How*) (Rohmadi & Kusumawati, 2011, p. 30).

Melansir definisi WHO, Covid-19 disebut sebagai “*the infectious disease caused by the most recently discovered coronavirus*” atau penyakit menular akibat virus korona baru (*Question and answers hub 2020*). Pada saat penelitian ini tengah ditulis, Covid-19 sedang menjadi pandemi global, setelah sebelumnya diketahui berasal dari Wuhan, China pada Desember 2019. WHO menuturkan bahwa virus korona pada manusia membuat gangguan pernafasan yang dikenali mulai dari flu biasa hingga infeksi yang lebih parah yang pernah terjadi seperti *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS) dan *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) (*Question and answers hub 2020*).

2.2.3 Crisis and Emergency Risk Communication (CERC)

CERC merupakan panduan yang memperkenalkan tentang prinsip-prinsip dan konsep praktis komunikasi risiko krisis dan darurat (Reynolds & Seeger, 2014, p. i). Dalam halaman pengantarnya, CERC disebut merupakan hasil adaptasi tulisan ahli retorika klasik, ilmu manajemen masalah, ilmu komunikasi, teori psikologi, hingga pengalaman kejadian nyata di masa lampau lewat pelbagai *trial and error* (Reynolds & Seeger, 2014, p. i). Namun, perlu disampaikan bahwa dokumen CERC ini bertujuan memberikan panduan praktis, bukan kedalaman teori atau konsep secara ilmiah.

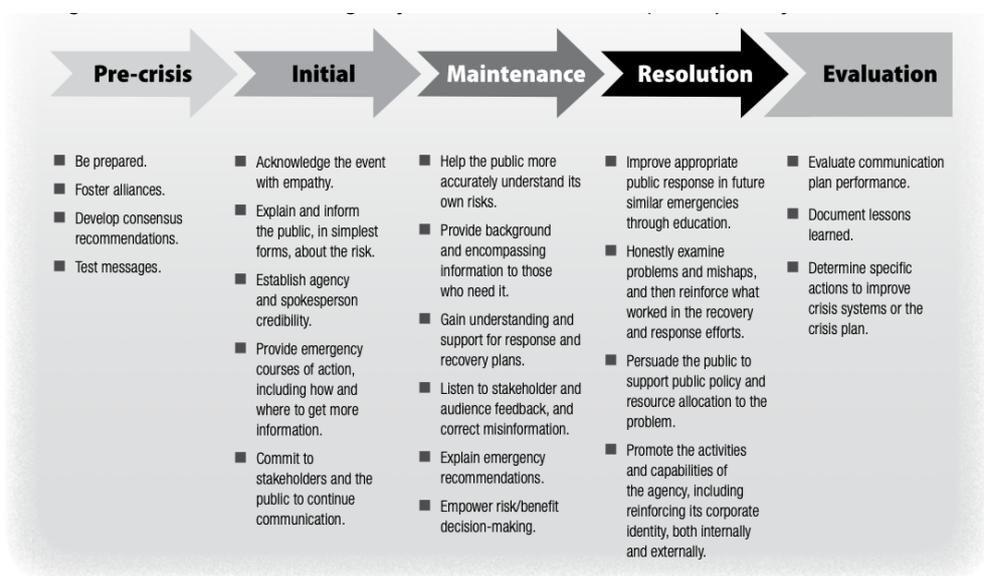
Adapun CERC merupakan panduan umum untuk mengomunikasikan risiko, krisis, dan darurat, dapat terlihat bahwa prioritas pembaca panduan CERC ini adalah para pemangku kepentingan suatu lembaga dan juru bicara yang ditugaskan untuk menyampaikan informasi kepada publik melalui pers. Media massa sendiri dapat menggunakan CERC sebagai “modul skeptis” dalam mengecek kelengkapan informasi yang perlu disampaikan kepada publik. Sebab, jika informasi yang disampaikan dari narasumber ahli kurang lengkap, jurnalis menjadi lebih peka dan dapat mengeksplorasinya lagi dari informan lain sebelum menyampaikannya ke khalayak.

Pusat Pengendalian dan Pencegahan Penyakit (CDC) menyebut CERC merupakan konsep komunikasi yang menggabungkan unsur-unsur komunikasi krisis dan komunikasi risiko. Komunikasi krisis memberikan

gambaran kegiatan penyampaian informasi dari sebuah lembaga yang tengah menghadapi krisis (Reynolds & Seeger, 2014, p. 6). Pada halaman pengantarnya, CERC disebut merupakan upaya dari profesional kesehatan untuk memberikan informasi yang memungkinkan individu, pemangku kepentingan, dan seluruh komunitas agar dapat membuat keputusan terbaik bagi kesejahteraan mereka dalam krisis atau keadaan darurat (Reynolds & Seeger, 2014, p. i). Krisis dapat didefinisikan sebagai kejadian yang tidak terduga, di luar kendali organisasi, membutuhkan reaksi cepat tanggap, dan sangat punya dampak dengan kelangsungan hidup organisasi (Reynolds & Seeger, 2014, p. 6). Lembaga atau organisasi tersebut perlu mengkomunikasikan informasi krisis kepada semua anggota organisasi, mitra, juga publik dengan tepat dan segera. Komunikasi risiko digunakan untuk mempersiapkan individu atau komunitas akan kemungkinan yang kelak terjadi (Reynolds & Seeger, 2014, p. 7). Jika dibenarkan, konsep komunikasi ini akan menawarkan langkah-langkah yang perlu diambil untuk menurunkan kemungkinan terdampak. Dalam konteks di Indonesia, kampanye “#DiRumahAja” menjadi salah satu contoh komunikasi risiko karena dengan membatasi aktivitas di luar rumah, maka kemungkinan untuk tertular virus korona akan lebih minim. CERC memerlukan komunikator untuk dapat menginformasikan sekaligus membujuk publik merencanakan dan merespons risiko dengan tepat. Sebab apabila gagal menerapkan CERC, maka kemungkinan gagal menyelamatkan nyawa juga akan semakin besar. Dengan memahami pola krisis maka, komunikator dipermudah untuk

mengantisipasi dampak dan dapat merespons dengan tepat (Reynolds & Seeger, 2014, p. 10). Setiap komunikator tak terkecuali media, penting untuk mengetahui bahwa setiap keadaan darurat, bencana, atau krisis berkembang secara bertahap. Konsep CERC membagi krisis ke dalam fase-fase berikut:

Gambar 2.2: Tahapan CERC



Sumber: Reynolds & Seeger (2014)

1. Sebelum Krisis (*Pre-crisis*)

Dalam fase ini, CERC digunakan atas tujuan menginformasikan kepada publik guna memantau dan mengenali potensi risiko sehingga masyarakat dapat mempersiapkan kemungkinan terburuk. Adapun poin-poin yang dimaksud Reynolds & Seeger (2014, p. 10) meliputi:

- a. Memantau dan mengenali perkembangan risiko;

- b. Mengedukasikan publik mengenai risiko;
- c. Mempersiapkan publik menghadapi risiko terburuk;
- d. Meningkatkan efikasi diri dengan memberi rekomendasi tindakan mengurangi bahaya;
- e. Memberikan pesan peringatan ancaman;
- f. Berkolaborasi dengan pelbagai lembaga, organisasi, dan komunitas, yang termasuk di dalamnya adalah akademisi/ahli;
- g. Buat pesan dan melakukan uji untuk digunakan di tahap selanjutnya;
- h. Membangun dan menguji sistem komunikasi.

2. Awal Krisis (*Initial Event*)

Fase awal krisis ditandai dengan kebingungan informasi oleh karena fakta yang tidak holistik, di mana Reynolds & Seeger (2014) menyebutnya dengan istilah “defisit informasi (p. 11).” Salah satu cara terbaik untuk mengendalikan kecemasan publik dalam suatu krisis adalah lewat penyampaian informasi yang memberi langkah-langkah apa yang dapat publik lakukan. Memberikan panduan bagi publik untuk melewati masa krisis dengan informasi yang tepat dan memadai. Pada fase awal krisis ini, proses komunikasi perlu dilakukan dengan cepat kepada publik, khususnya pada kelompok

yang terdampak (Reynolds & Seeger 2014, p. 11). Fase ini hendak mengupayakan untuk:

- a. Menyampaikan empati dan kepastian kepada masyarakat terdampak;
- b. Menunjuk juru bicara krisis dan saluran komunikasi formal;
- c. Menetapkan pemahaman umum tentang keadaan krisis, konsekuensi, dan hasil yang diantisipasi;
- d. Mengurangi ketidakpastian soal krisis sebaik mungkin;
- e. Membantu publik untuk memahami peran dan tanggung jawabnya sebagai anggota komunitas masyarakat;
- f. Promosikan efikasi diri yang mana adalah menjelaskan kepada setiap orang untuk dapat berperan mandiri di masa krisis.

3. Selama Krisis Berlangsung (*Maintenance*)

Tahapan ini memerlukan pengendalian publik terhadap krisis lewat koordinasi bersama pelbagai pihak, agar komunikator mampu mengendalikan perkembangan informasi, desas-desus, atau isu tidak terduga (Reynolds & Seeger 2014, pp. 11-12). Adapun tujuan CERC pada fase ini meliputi:

- a. Pastikan publik terbaru, pahami risiko terkini, dan tahu cara memitigasi risiko;

- b. Berikan latar belakang informasi yang mendukung kepada mereka yang membutuhkan;
- c. Meningkatkan dukungan dan kerjasama luas untuk respons dan pemulihan;
- d. Dengarkan, pelajari, dan nilai *feedback* dari komunitas yang terdampak;
- e. Benahi kesalahpahaman, rumor, atau fakta yang tidak jelas;
- f. Terus membuat publik percaya untuk bisa berperan secara mandiri di dalam krisis;
- g. Mendukung pengambilan keputusan berdasarkan pemahaman publik tentang risiko dan manfaat kebijakan.

Selain tahapan *pre-crisis*, *initial event*, dan *maintenance* juga terdapat setidaknya dua tahapan lagi yakni *resolution* dan *evaluation*. Akan tetapi, melihat penelitian ini hanya mencakup sampai sebelum periode normal baru atau PSBB transisi diberlakukan maka, dua tahap terakhir tidak dibahas dalam penelitian ini. Oleh karena CERC merupakan konsep komunikasi yang umum maka, variabel yang dipilih hanya jika sesuai dalam ruang lingkup pekerjaan pers. Berikut variabel dan kategorisasi akan dipakai sebagai pisau bedah analisis berita wabah virus korona adalah:

1. Sebelum Krisis (2 Januari 2020-2 Maret 2020)
 - a. Menginformasikan kabar pemantauan dan pengenalan perkembangan risiko. Kategori ini berfungsi menganalisis apakah berita di Harian Kompas menyajikan informasi kasus

wabah virus korona di negara-negara yang memiliki hubungan dekat dengan Indonesia.

- b. Mengedukasikan publik mengenai risiko. Kategori ini berfungsi menganalisis apakah berita di Harian Kompas memberikan pemahaman publik mengenai risiko yang akan terjadi di Indonesia. Misal: Korona bisa saja mewabah di Indonesia.
- c. Menyampaikan publik soal risiko terburuk. Kategori ini berfungsi menganalisis apakah berita di Harian Kompas menyampaikan risiko terburuk mengenai virus korona apabila mewabah di Indonesia. Misal: angka kematian tinggi karena infrastruktur kesehatan tidak siap, pukulan ekonomi jika menerapkan *lockdown*, dsb.
- d. Memberikan rekomendasi tindakan mengurangi bahaya. Kategori ini berfungsi menganalisis apakah berita di Harian Kompas memberikan rekomendasi dari narasumber untuk meminimalisir risiko penyebaran virus korona mewabah di Indonesia.
- e. Memberikan pesan peringatan ancaman. Kategori ini berfungsi menganalisis apakah berita di Harian Kompas memberikan peringatan bahwa Indonesia terancam wabah virus korona dan/atau pengaruh di sektor lain (non

kesehatan) dengan argumen-argumen yang relevan dan berbasis sains, bukan isu spekulatif seperti konspirasi.

- f. Berkolaborasi dengan pelbagai lembaga, organisasi, dan komunitas, yang termasuk di dalamnya adalah akademisi/ahli. Kategori ini berfungsi menganalisis apakah berita di Harian Kompas menyampaikan pemberitaannya dengan menggunakan narasumber ahli/pakar di bidangnya.

2. Awal Krisis (3 Maret 2020-16 Maret 2020)

- a. Menyampaikan empati kepada masyarakat terdampak. Kategori ini berfungsi menganalisis apakah berita di Harian Kompas tidak menggunakan komunikasi yang menyudutkan, mendiskriminasi dan/atau menciptakan stigma negatif kepada korban.
- b. Menyampaikan kepastian kepada masyarakat terdampak. Kategori ini berfungsi menganalisis apakah berita Harian Kompas menyampaikan pesan tentang suatu kepastian dari narasumber ahli atau pejabat yang berkepentingan. Misal: bantuan insentif dari pemerintah akan segera turun.
- c. Menetapkan pemahaman umum tentang keadaan krisis, konsekuensi, dan hasil yang diantisipasi. Kategori ini berfungsi menganalisis apakah Harian Kompas menginformasikan keadaan krisis terkini, konsekuensi, dan dampak pada kesehatan, ekonomi, juga sosial.

- d. Mengurangi ketidakpastian soal krisis sebaik mungkin. Kategori ini berfungsi menganalisis apakah Harian Kompas berperan untuk meluruskan isu spekulatif dan ketidakpastian informasi lewat narasumber ahli/pakar di bidangnya. Hal ini mungkin saja ditandai dengan diksi seperti: “klarifikasi”, “meluruskan”, “mengonfirmasi”, dsb.
 - e. Membantu publik untuk memahami peran dan tanggung jawabnya sebagai anggota komunitas masyarakat. Kategori ini berfungsi menganalisis apakah Harian Kompas menjelaskan kepada pembacanya bagaimana untuk dapat berperan secara mandiri di masa krisis. Misal: Disiplin menerapkan protokol kesehatan.
3. Selama Krisis Berlangsung (17 Maret 2020 - 4 Juni 2020)
- a. Memberikan informasi mengenai risiko terkini. Kategori ini berfungsi menganalisis apakah berita di Harian Kompas memberikan informasi yang berhubungan dengan peningkatan risiko terkini pada publik, mengenai kesehatan, ekonomi, dan/atau sosial.
 - b. Memberikan informasi cara memitigasi dan/atau adaptasi risiko. Kategori ini berfungsi menganalisis apakah berita di Harian Kompas memberikan informasi cara memitigasi dan/atau adaptasi situasi yang berkaitan dengan peningkatan risiko.

- c. Berikan latar belakang informasi yang mendukung kepada mereka yang membutuhkan. Kategori ini berfungsi menganalisis apakah berita di Harian Kompas memberikan informasi yang tepat sehingga memungkinkan individu/kelompok/organisasi mengambil keputusan yang dapat melindungi diri dan orang sekitarnya. Misal: Memberikan langkah-langkah menjalani karantina mandiri agar tidak menularkan ke anggota keluarga yang lain.
- d. Dengarkan, pelajari, dan nilai *feedback* dari komunitas yang terdampak. Kategori ini berfungsi menganalisis apakah berita di Harian Kompas menyampaikan suara komunitas yang terdampak. Hal ini biasa ditandai dengan menggunakan juga narasumber warga/penyintas.
- e. Benahi kesalahpahaman, rumor, atau fakta yang tidak jelas. Kategori ini berfungsi menganalisis apakah berita di Harian Kompas berperan untuk meluruskan isu dan fakta yang sesuai lewat narasumber yang ahli/pakar di bidangnya. Hal ini mungkin saja ditandai dengan diksi seperti: “klarifikasi”, “meluruskan”, “mengonfirmasi”, dsb.
- f. Terus membuat publik percaya untuk bisa berperan secara mandiri di dalam krisis. Kategori ini berfungsi menganalisis apakah berita di Harian Kompas terus menyampaikan cara

individu/kelompok/organisasi dapat berperan secara mandiri di masa krisis.

- g. Mendukung pengambilan keputusan berdasarkan pemahaman publik tentang risiko dan manfaat kebijakan. Kategori ini berfungsi menganalisis apakah berita di Harian Kompas merespons kebijakan publik yang diambil dalam bentuk mendukung atau mengkritik.

2.2.4 Kebijakan Publik

Dalam segala aktivitas kehidupan bernegara dan bermasyarakat, kebijakan publik merupakan titik pertama pelaksanaan gagasan kegiatan atau program yang dilaksanakan oleh pejabat publik, swasta, dan masyarakat sipil. Menurut Mulyadi (2018), “Kebijakan publik dapat dipandang sebagai suatu proses yang berkesinambungan dan saling terkait yang dilakukan oleh pemerintah bersama *stakeholders* lain dalam mengatur, mengelola dan menyelesaikan berbagai urusan publik, masalah publik dan sumber daya yang ada untuk kepentingan bersama (p. 1).”

Dalam pembuatan kebijakan publik, Mulyadi (2018) menyebutkan bahwa terdapat tiga tahap yaitu, formulasi, implementasi, dan evaluasi kebijakan yang mana ketiga tahap ini saling bergantung satu sama lain (pp. 1-2). Tujuannya, kebijakan publik yang dirumuskan dapat tepat sasaran terhadap masalah dan memberikan dampak sesuai yang diharapkan .

Jauh sebelum masuk ke tahap formulasi kebijakan, terdapat masalah atau isu yang dibawa berulang-ulang dan akhirnya mendapat perhatian para

elite politik. Perbincangan yang mendapat perhatian akan masuk pada agenda kebijakan, di mana agenda kebijakan merupakan tuntutan-tuntutan publik yang direspons oleh para pembuat kebijakan untuk dikaji lebih jauh dalam lembaga pemerintah (Mulyadi, 2018, pp. 5-6).

2.2.5 Media Massa dalam Komunikasi Krisis

Penggunaan kata “krisis” sering kali muncul di ruang publik atau organisasi ketika tengah menggambarkan situasi yang mengkhawatirkan (Puspitasari, 2016, p. vii). Puspitasari (2016) berpendapat, bahwa kesegeraan dalam merespons merupakan kiat kunci ketika sebuah kelompok, lembaga, atau instansi tertentu menghadapi situasi krisis di era digital (p. ix). Peristiwa krisis atau bencana, baik yang berasal dari faktor eksternal maupun internal sama-sama tidak dapat ditangkal (Puspitasari, 2016, p. 5). Oleh karena itu, pemangku kepentingan di ruang publik atau organisasi membutuhkan pembaruan *framework* terkait manajemen krisis, baik itu sebelum atau saat krisis terjadi (Puspitasari, 2016, p. 5).

Kehadiran media massa dalam situasi krisis memegang peranan penting saat membangun opini di ruang publik lewat informasi yang diberitakannya (Puspitasari, 2016, p. 89). Bahkan, dengan perkembangan media sosial, media massa digunakan individu sebagai alat verifikasi informasi yang didapatkan sebelumnya (Reynolds & Seeger, 2014, p. 179). Jurnalis memiliki kebebasan sekaligus komitmen melakukan peliputan bagi kepentingan publik, meski sering kali organisasi berharap media mampu

“menurut” apa yang mereka harapkan dan menjadi medium tanggap daruratnya (Reynolds & Seeger, 2014, p. 179). Subiakto dalam Tamburaka (2012) berpendapat, peran pers sebagai media informasi publik memiliki kewajiban untuk menjadi sistem peringatan dini terkait hal-hal yang mengancam masyarakat (p. 164).

Prajarto (2008) dalam tulisan Utomo, W. P. (2020) menuturkan bahwa media harus mampu secara tepat memosisikan diri dalam menghadapi situasi krisis atau bencana, baik yang terprediksi (*predicted disasters*) maupun yang tidak (*unpredicted disasters*) (p. 305). Pada peristiwa krisis yang datang tiba-tiba, media perlu segera menjadi *early warning system* yang sigap memberikan sinyal kepada publik (Utomo et al., 2020, p. 305). Sementara pada situasi *predicted disasters*, Utomo, W. P. (2020) menyebut bahwa peringatan terhadap publik harus dilakukan secara ajek dan terus-menerus dengan persiapan yang lebih matang (p. 305). Sebab lewat pengulangan yang dilakukan media, pesan yang hendak disampaikan akan lebih berdampak bagi khalayak (Nurudin, 2007, p. 218).

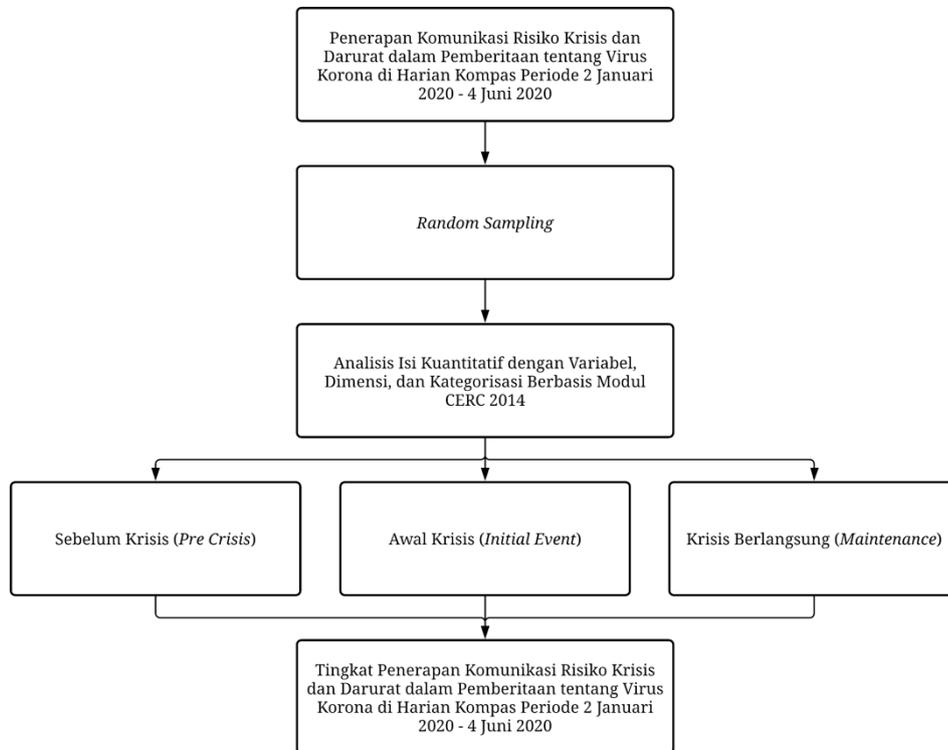
2.3 Alur Penelitian

Reaksi pembelian dengan panik oleh masyarakat dapat disebut sebagai salah satu tanda bahwa publik tidak siap menerima risiko kehadiran virus korona di tengah-tengah mereka. Kebijakan-kebijakan publik dikeluarkan secara masif setelah kasus positif Covid-19 diakui pertama kali di Indonesia. Pemangku kebijakan dinilai menganggap sepele masalah yang terjadi di luar negeri dan kurang

mengupayakan tindakan mitigasi terkait dampak domino yang dimunculkan Covid-19. Oleh karena itu, peneliti ingin mencari tahu mengenai bagaimana penerapan fungsi komunikasi risiko krisis dan darurat dalam pemberitaan tentang virus korona di Harian Kompas periode 2 Januari 2020 - 4 Juni 2020.

Pertama-tama, peneliti akan mengumpulkan populasi berita amatan mengenai Covid-19 di Harian Kompas dengan kata kunci “korona” dalam rentang waktu sejak 2 Januari 2020 sampai 4 Juni 2020. Dalam upaya analisis yang lebih spesifik maka, periode amatan tersebut dibagi lagi menjadi 3 fase yakni: *pre-crisis* (2 Januari 2020-2 Maret 2020), *initial event* (3 Maret 2020-16 Maret 2020), serta *maintenance* (17 Maret 2020-4 Juni 2020). Setelah itu, peneliti memberi nomor urut dari berita terlama hingga berita terkini untuk menyaring sampel berita yang akan dianalisis. Kemudian, berita atau rubrik yang tidak relevan seperti Dana Kemanusiaan Kompas, Olahraga, Opini, Foto, dan Indeks dihapus dari anggota berita amatan. Sesudah tahapan awal itu dilakukan, peneliti bersama dua *coder* lain akan menganalisis sepuluh persen dari total sampel pemberitaan menggunakan unit analisis tematik untuk mendapatkan hasil uji reliabilitas. Hingga setelah itu, peneliti melanjutkan secara mandiri analisis isi seluruh sisa sampel berita amatan untuk mendapat kesimpulan sekaligus menjawab pertanyaan dalam penelitian ini.

Gambar 2.3 Alur Penelitian



Sumber: Kajian Peneliti