



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/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Guna mendukung penelitian peran media dalam membingkai berita terkait pandemi Covid-19, studi mengenai persepsi dan reaksi dari pesan komunikasi, peneliti mencari beberapa penelitian terdahulu yang serupa untuk mendapatkan pemahaman lebih mendalam.

Penelitian terdahulu yang pertama dengan judul “Effects of misinformation on COVID-19 individual responses and recommendations for resilience of disastrous consequences of misinformation” yang digagas oleh Zapan Barua, Sajib Barua, Salma Aktar, Najma Kabir, dan Mingze Li pada tahun 2020. Penelitian ini berfokus pada peran media dalam mengkonstruksi suatu realitas pada kasus Covid-19, penelitian ini menggunakan teori respons stimulus atau teori jarum hipodermik dan teori ketahanan. Selain itu, penelitian ini menguji informasi yang salah, bagaimana dengan penyebaran informasi yang tidak tepat dalam kaitannya dengan Covid-19 adalah berita yang salah, maka akan berpengaruh terhadap khalayak luas. Menggunakan survei *online* dilakukan selama pandemi Covid-19 berlangsung, dengan memperoleh 483 tanggapan.

Penelitian ini menemukan hasil bahwa penyebaran informasi yang salah di media sosial merusak respons dalam pengambilan keputusan. Ketergantungan masyarakat pada liputan media dalam menyampaikan informasi yang akurat menjadi meningkat selama pandemi. Apalagi jarak sosial menyebabkan peningkatan kecemasan atau stres dan ini dapat merugikan kesehatan mental. Penelitian ini berkontribusi pada penelitian komunikasi dan kesehatan masyarakat. Studi ini juga mempertimbangkan keyakinan informasi yang salah yang berdampak langsung terhadap respons individu Covid-19.

Dari penelitian ini penulis mendapatkan referensi mengenai bagaimana sebuah media dapat mengkonstruksi suatu realitas pada kasus Covid-19. Meski

demikian, berbeda dengan penelitian sebelumnya ini, penulis berfokus pada bagaimana media membingkai berita terkait Covid-19. Dengan kata lain, yang menjadi subjek penelitian kali ini merupakan pihak komunikator (Tribunnews.com), sedangkan pada penelitian sebelumnya berfokus pada komunikan (masyarakat).

Selanjutnya ada juga penelitian kedua berjudul “Review and analysis of current responses to COVID-19 in Indonesia: Period of January to March 2020”. Penelitian yang digagas banyak orang tahun 2020 ini berfokus pada laporan terperinci dan analisis tanggapan cepat Covid-19 antara kurun waktu Januari sampai maret 2020. Khususnya menyoroti tanggapan yang diambil pemerintah, organisasi non pemerintah, dan masyarakat. Ada pula uraian kesenjangan dan keterbatasan dalam tanggapan berdasarkan analisis cepat terhadap konten media, pidato pemerintah, dan laporan dari platform media sosial dan massa. Penelitian ini dipandang sebagai evaluasi realtime karena memberikan wawasan dan pelajaran untuk semua pemangku kepentingan untuk memperbaiki dan menyesuaikan opsi kebijakan yang ada terutama dalam tingkat nasional dari April 2020 hingga akhir krisis.

Terdapat tiga tujuan dari penelitian ini yakni pertama, menyoroti strategi dan tindakan respons utama dalam menanggapi keadaan darurat Covid-19 yang terjadi di Indonesia. Kedua, menganalisis kesenjangan dan peluang dalam tanggapan yang dilontarkan kepada masyarakat. Ketiga, mengedepankan rekomendasi terhadap pendekatan yang cepat, komprehensif, dan sistematis dalam jangka pendek dan jangka panjang. Metodologi yang digunakan adalah analisis cepat berdasarkan konten media termasuk pidato dan laporan pemerintah serta pengamatan dari media sosial. Penelitian ini menargetkan konten media online dari situs web www.covid-19.go.id. Sifat dari penelitian ini interdisipliner dengan banyak penulis dari berbagai disiplin ilmu.

Dari penelitian ini, penulis dapat lebih memahami bagaimana realita masyarakat Indonesia saat menghadapi pandemi Covid-19 ini. Selain itu penulis jadi mendapatkan referensi mengenai bagaimana media selaku organisasi non pemerintah mengambil tindakan serta pola pemberitaan selama

masa pandemi. Dengan demikian melalui penelitian ini penulis jadi mendapatkan gambaran mengenai kondisi pemberitaan Covid-19 dari media dan bagaimana masyarakat menanggapi.

Penelitian ketiga berjudul “Analisis Framing Pemberitaan Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di Media Online”. Penelitian ini digagas oleh tiga orang dari universitas yang berbeda, Kheyene Molekandella dari Universitas Mulawarman Samarinda; Mutia Rahmi Pratiwi dari Universitas Dian Nuswantoro Semarang; dan Nalal Muna dari Politeknik APP Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pemberitaan mengenai Gugus Tugas penanganan Covid-19 di ketiga media online edisi 20-23 Maret 2020.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Define Problem dalam pemberitaan berkaitan dengan kebijakan pemerintah dalam menggandeng para influencer dinilai bukan pilihan yang tepat. Diagnose cause ditunjukkan dalam bentuk sikap tidak acuh para generasi milenial dalam menangani pandemi Covid-19, Make moral judgment dalam bentuk penegasan bahwa para influencer tidak dibayar dalam program ini sebagai bentuk kontribusi mereka kepada negara, dan treatment recommendation yang ditawarkan adalah pemerintah membekali influencer pemahaman yang kuat terkait Covid-19 sebelum menjadi mediator penyampai pesan bagi milenial.

Dalam masa kritis seperti pandemi Covid-19 muncul, media *online* bahkan tidak media *online* saja, tetapi semua media memegang peranan penting dalam menginformasikan, mengedukasi, dan menenangkan situasi kekhawatiran masyarakat. Oleh karena itu, *framing* media merupakan satu usaha memonitoring kebijakan pemerintah dan tanggapan masyarakat terhadap tindak lanjut kebijakan tersebut pada khalayak. Maka pembingkai ini dilakukan terhadap figur pemerintah dan milenial sebagai sumber berita merupakan usaha untuk menunjukkan dukungan atas keseriusan pemerintah dalam memutus rantai penyebaran Covid-19.

Dari penelitian tersebut, peneliti mendapat gambaran bagaimana pembingkai suatu berita terkait Covid-19 dapat memberikan dampak pada

bagaimana masyarakat menyikapi pandemi. Namun berbeda dengan penelitian sebelumnya ini dimana subjek penelitiannya adalah masyarakat selaku komunikan, sedangkan pada penelitian kali ini subjek penelitiannya adalah Tribunnews.com selaku komunikator.

2.2 Teori atau Konsep yang digunakan

2.2.1 Framing

Sudibyo (dalam Sobur, 2009), mengatakan gagasan mengenai *framing* dicetuskan oleh Beterson pada 1995. *Frame* pada saat itu dianggap sebuah struktur konseptual yang mengorganisasikan pandangan politik, wacana, dan kebijakan. Kemudian, konsep ini dikembangkan lagi pada 1997 oleh Goffman yang mengatakan *framing* adalah kepingan perilaku yang membimbing individu dalam membaca realitas (Sobur, 2009, p. 161 - 162). *Framing* merupakan konsep yang digunakan secara luas dalam ilmu sosial dan perilaku. Dikatakan *framing* bermula pada ilmu sosiologi dan psikologi sekarang konsep *framing* sering digunakan dalam ilmu komunikasi seperti komunikasi kesehatan, jurnalisme, dan komunikasi politik. Dalam ilmu sosial, telah berkembang dalam berbagai disiplin ilmu seperti psikologi, ekonomi, hukum, ilmu politik, sosiologi, dan penelitian mengenai opini publik.

Setelah itu barulah berbagai disiplin ilmu menggunakan konsep *framing* untuk meneliti pertanyaan penelitian yang berbeda. Contoh, *framing* dalam psikologi dan ekonomi digunakan untuk memahami sebuah pengambilan keputusan. Penelitian sosiologi mengenai bagaimana sebuah pengalaman individu dikonstruksi dan bagaimana *framing* berhubungan dengan konsep kekuasaan. Sementara itu, dalam ilmu komunikasi, konsep *framing* mengalami peningkatan penggunaan yang besar dan menjadi salah satu konsep yang paling sering digunakan (De Vreese dan Lecheler, 2019 p. 7).

Dengan banyaknya penggunaan konsep *framing* dalam berbagai disiplin ilmu banyak ahli yang membuat model dari konsep *framing* tersebut, beberapa diantaranya adalah Murray Endelman, William A. Gamson, Robert N. Entman, serta Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Eriyanto (2002) mengatakan Endelman merupakan ahli komunikasi yang sering menulis mengenai bahasa dan simbol politik dalam komunikasi. Menurut Endelman apa yang diketahui oleh orang dari berita mengenai realitas dunia tergantung pada pembingkaihan yang dilakukan atas suatu realitas. Realitas yang di dunia bisa berbeda ketika realitas tersebut dibingkai dengan cara yang berbeda. Oleh karena itu, realitas yang dipahami oleh khalayak merupakan realitas yang terseleksi dengan cara tertentu.

Endelman lebih banyak memusatkan perhatiannya pada bagaimana para politisi menggunakan atau menciptakan bahasa dan simbol politik untuk mempengaruhi opini publik. Endelman mensejajarkan *framing* sebagai kategorisasi yang artinya pemakaian perspektif tertentu yang menggunakan kata-kata sesuai dengan perspektif yang sudah ditentukan untuk menandakan bagaimana sebuah realitas dipahami. Kategori menjadi sebuah alat bagaimana sebuah realitas dimaknai, dipahami, dan hadir dalam benak khalayak. Contoh dalam pemberitaan sebuah media, kategorisasi suatu peristiwa ditindaklanjuti dengan mengarahkan pada kategori yang ditentukan, artinya narasumber, pertanyaan yang diajukan, kutipan yang diambil, dan bagian yang dibuang diarahkan pada kategori yang sudah ada. Oleh karena itu, Endelman berpandangan kategori yang dipakai sering digunakan untuk menipu khalayak (Eriyanto, 2002, p. 185- 191).

Selanjutnya ada konsep *framing* dari Entman menggambarkan secara luas mengenai bagaimana suatu peristiwa dimaknai oleh wartawan (Eriyanto, 2002, p. 225). Menurut Entman (dalam Sobur, 2009), konsep *framing* ini melibatkan dua dimensi besar yaitu

seleksi isu dan penonjolan aspek. *Framing* secara esensial meliputi proses penyeleksian atau penonjolan. Proses seleksi ini dilakukan dengan menyeleksi beberapa aspek tertentu dari suatu pemahaman atau realitas, kemudian membuat aspek tersebut lebih menonjol pada teks agar sebuah informasi mendapatkan perhatian lebih, bermakna, dan berkesan bagi para penerima atau pembaca kemudian dikomunikasikan untuk memberikan definisi masalah yang khusus. Aspek utama dari *framing* adalah mendefinisikan suatu masalah, mendiagnosis penyebab dari masalah, membuat penilaian moral, dan memberikan solusi (Sobur, 2009, p. 163 - 173).

Di sisi lain, ada juga Gamson yang merupakan salah satu ahli yang banyak menuliskan *framing*. Gamson menuliskan gagasan *frame* media dengan Andre Modigliani. *Frame* menurut mereka merupakan pusat organisasi atau ide yang membuat sebuah peristiwa menjadi relevan dan penekanan pada isu tertentu. *Framing* digunakan untuk mengetahui bagaimana perspektif wartawan dalam menyeleksi isu dan penulisan berita. Perspektif tersebut menjadi penentu fakta yang diambil, ditonjolkan, dihilangkan, dan dibawa ke mana berita tersebut. Gamson dan Modigliani menyebut sudut pandang tersebut sebagai kemas yang artinya merupakan rangkaian ide yang menunjukkan isu yang dibicarakan dan peristiwa mana yang relevan. Kemas ini dapat dibilang merupakan skema pemahaman yang digunakan untuk mengkonstruksi dan menafsirkan makna pesan yang disampaikan. Keberadaan dari kemas ini dapat dilihat dari gagasan sentral yang didukung oleh perangkat wacana yang terdiri dari kata, kalimat, proposisi, gambar, dan lainnya. Semua elemen tersebut mengarah dan mendukung ide dari berita tersebut (Eriyanto, 2002, p. 253 -262).

Menurut Pan dan Kosicki (dalam Sunarto et al., 2011), setiap berita menggunakan *frame* sebagai pusat sebuah organisasi ide. *Frame* merupakan ide yang dihubungkan dengan elemen-elemen

yang berbeda, yaitu berupa latar informasi, kutipan sumber, penggunaan kata serta kalimat tertentu pada berita. Dikatakan *frame* berhubungan dengan bagaimana seseorang memberikan makna pada suatu peristiwa yang terjadi dan dapat dilihat menggunakan perangkat tanda yang ada dalam teks. Merujuk pada definisi Pan dan Kosicki bahwa ia melihat ada dua konsep *framing* berakar dari konsepsi psikologis dan sosiologis (Sunarto et al., 2011, p. 119-120). Pada konsep sosiologis, Erving Goffman merupakan orang yang mengambil titik awal bahwa *frame* merupakan alat yang berguna untuk manusia dalam memahami situasi sehari-hari di dunia. *Frame* digunakan untuk mengurangi kompleksitas yang ada di dunia (De Vreese dan Lecheler, 2019, p. 7).

Dituliskan Pan dan Kosicki, (1993) secara sosiologis *frame* menurut Erving Goffman memelihara kelangsungan kebiasaan orang dalam mengklarifikasi, mengorganisasi, dan menafsirkan pengalaman hidup untuk memahami dirinya dan realitas dirinya. Skema dari interpretasi tersebut atau disebut *frame* yang dapat membantu individu dalam mengidentifikasi dan memberikan label suatu peristiwa serta informasi. Gitlin juga menggunakan konsep serupa dan mengatakan *frame* memungkinkan jurnalis untuk memproses informasi dalam jumlah yang besar secara cepat, rutin, dan mengemas informasi secara efisien. Kemudian, Gamson mengembangkan konsep tersebut dan mendefinisikan *frame* sebagai pusat pengorganisasian ide dan alur cerita yang memberikan makna pada suatu peristiwa (p. 56).

Menurut Pan dan Kosicki (dalam Eriyanto, 2002) berdasarkan aspek psikologis *framing* berkaitan dengan struktur dan proses kognitif seseorang, bagaimana mereka memproses informasi yang diberikan dan menempatkan informasi ke konteks khusus dengan penempatan yang menonjol pada kognisi orang. Kemudian, informasi yang diseleksi tersebut menjadi lebih penting dan dapat

mempengaruhi keputusan seseorang mengenai sebuah realitas (Eriyanto, 2002, p. 291).

Pada ilmu penelitian lainnya, pemilihan informasi pada *framing* adalah hal yang penting dalam mempengaruhi penilaian individu. Dengan pemilihan dan penempatan informasi pada konteks yang unik, informasi tertentu dari suatu masalah mendapatkan perhatian yang lebih besar dari individu. (Pan dan Kosicki, 1993, p. 57). Menurut Kinder dan Sandes (dalam Pan dan Kosicki 1993), konsepsi *frame* yang terlihat tumpang tindih dari berbagai disiplin ini memperlihatkan bahwa *frame* berfungsi tidak hanya sebagai struktur internal dari sebuah pikiran, tetapi juga merupakan perangkat yang ada dalam wacana politik. Maka *frame* pada media juga dapat dilihat sebagai sebagai alat kognisi yang digunakan dalam pengambilan dan interpretasi informasi. Maka *framing* dapat dipelajari sebagai strategi dalam membangun dan memproses wacana berita (Pan dan Kosicki, 1993, p. 57). Dalam Eriyanto (2002), Pan dan Kosicki membuat model yang menggabungkan aspek psikologis yang melihat *frame* sebagai persoalan internal pikiran seseorang dengan aspek sosiologis yang mengatakan bahwa *frame* lebih melihat sisi bagaimana seseorang mengkonstruksi suatu lingkungan sosial. Pan dan Kosicki melihat *frame* berdasarkan kedua aspek tersebut. Penggabungan dari kedua konsep ini dapat dilihat dari bagaimana wartawan mengonstruksi sebuah peristiwa ke dalam suatu berita.

Framing oleh Pan dan Kosicki memiliki asumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide.

Frame merupakan sebuah ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda seperti latar informasi, kutipan sumber, pemakaian kata atau kalimat tertentu, gambar atau grafik. Menurut Pan dan Kosicki, wartawan melakukan penonjolan dengan menggunakan lead, kata, kalimat, hubungan antar kalimat, foto, grafik, dan lainnya untuk mengungkapkan bagaimana mereka memaknai suatu

peristiwa. Namun, perangkat tersebut juga dapat dijadikan alat untuk meneliti bagaimana media melakukan *framing*. Perangkat framing yang digunakan merupakan struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik, rangkaian ini dapat menunjukkan *framing* media, bagaimana kecenderungan wartawan dalam memaknai peristiwa. Perangkat sintaksis melihat bagaimana cara wartawan menyusun peristiwa ke dalam berita, mulai dari kutipan, pernyataan, opini, dan pengamatan peristiwa. Biasanya dapat dilihat dari lead, headline, kutipan, latar informasi, pernyataan, dan lainnya. Skrip berhubungan dengan bagaimana bentuk dari suatu berita. Biasanya melihat bagaimana strategi bercerita wartawan dan dapat dilihat dari kelengkapan beritanya yang terdiri dari 5W +1H. Struktur tematik berhubungan bagaimana pandangan wartawan terhadap fenomena dengan dilihat dari proposisi, kalimat, dan hubungan antara kalimat. Terakhir, struktur retorik yang berhubungan dengan penekanan arti ke dalam berita dan menjadi pendukung tulisan, biasanya dapat dilihat dari gambar, pilihan kata, grafik, dan idiom (Eriyanto, 2002, p. 291 - 294).

Teori framing memperlihatkan bagaimana wartawan melakukan simplifikasi, menentukan prioritas, dan membuat struktur atas sebuah peristiwa ke dalam berita. Peristiwa yang dipahami oleh wartawan dituliskan ke dalam berita. Oleh karena itu, realitas yang dilihat oleh pembaca adalah realitas yang sudah dibentuk oleh pembingkai yang dilakukan wartawan. Media cenderung melihat suatu peristiwa sebagai suatu yang sederhana contoh seperti tindakan kriminalitas disederhanakan sebagai tindakan yang tidak bermoral. Maka salah satu efek *framing* adalah realitas yang kompleks dituliskan sebagai sesuatu yang beraturan, sederhana, dan masuk ke logika pada sebuah berita. *Framing* menjadi alat bagaimana peristiwa dibentuk sehingga membantu pembaca dalam memproses informasi yang awalnya rumit menjadi informasi yang kontekstual,

berarti bagi mereka, dan diingat dalam benaknya (Eriyanto, 2002, p. 166).

Framing menentukan apakah sebuah peristiwa merupakan sebuah masalah sosial atau bukan dan *framing* berhubungan dengan pendapat umum. Bagaimana tanggapan, sikap, dan pemaknaan khalayak terhadap suatu peristiwa. Apabila sebuah peristiwa dianggap sebagai sebuah masalah sosial dan diartikan sebagai sebuah masalah bersama maka perhatian khalayak berubah menjadi lebih besar dan pada proses pendefinisian masalah sosial tersebut *framing* digunakan sebagai alat untuk mengarahkan perhatian dan meyakinkan khalayak pada bagaimana peristiwa harus dilihat (Eriyanto, 2002, p. 172 - 173).

Dengan demikian, mengetahui fokus dari *framing* adalah mengenai bagaimana media mengkonstruksi sebuah peristiwa atau bagaimana pemahaman dan pandangan wartawan ketika mengkonstruksi peristiwa dan efek dari *framing* tersebut, teori *framing* ini cocok untuk digunakan dalam penelitian ini. Melihat di tengah pandemi Covid-19 saat ini yang perlu diperhatikan dalam penyebaran informasi yaitu pembingkai media terkait informasi kesehatan.

Adapun dalam penelitian kali ini, penulis menggunakan model *framing* milik Pan Kosicki. Sebab konsep *framing* Pan dan Kosicki memiliki asumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide. Adapun perangkat *framing* yang digunakan oleh Pan dan Kosicki berupa struktur sintaksis, skrip, tematik, dan retorik; dimana rangkaian ini dapat menunjukkan *framing* media. Dengan demikian konsep ini sesuai dengan penelitian penulis yang ingin melihat *framing* berita terkait covid-19 *Tribunnews.com*.

2.2.2 Realitas Media

Media mempunyai suatu realitas yang disebut realitas media.

Media menyusun realitas media tersebut dari berbagai peristiwa yang sedang terjadi hingga menjadi sebuah cerita atau wacana yang memiliki makna (Hamad, 2004, p. 11). Realitas yang ditampilkan media tidak dapat kita pahami sebagai suatu fakta yang ada di lapangan yang media temukan saat pencarian informasi, tetapi hasil dari pandangan tertentu dapat membentuk suatu realitas (Eriyanto, 2002, p. 29). Media memegang peran khusus dalam memengaruhi budaya tertentu melalui penyebaran informasi yang media lakukan.

Menurut Bungin (2006, p. 212) realitas media merupakan realitas yang dibentuk oleh media dalam dua model. Yang pertama merupakan model peta analog realitas sosial dibentuk oleh media berdasarkan model analogi bagaimana sebuah realitas terjadi secara rasional atau masuk akal, realitas yang dibangun berdasarkan konstruksi sosial media massa, dan bersifat rasional. Yang kedua adalah model refleksi realitas merupakan model yang merefleksikan suatu kehidupan yang sedang terjadi di masyarakat pada saat ini.

Walter Lippman (dalam Ruben, 2016, p.14) menyebutkan fungsi dari media sebagai pembentuk sebuah makna dari pemberitaan yang mereka buat, dari interpretasi media tersebut dan juga dari berbagai peristiwa dapat mengubah interpretasi pembaca tentang suatu realitas dan pola tindakan mereka. Lippman menyadari suatu hal, bahwa fungsi dari media yang merupakan pembentuk gambaran dari sebuah realitas yang mereka buat memiliki pengaruh yang besar terhadap khalayaknya (Lippman, 1998, p. 28).

Berita yang sering dimuat di media *online* merupakan sebuah laporan dari peristiwa yang sedang terjadi (Hartley, 1982, p. 11). Harus dipahami bahwa suatu peristiwa merupakan suatu realitas dan berita merupakan konstruksi dari realitas yang ada. Ketika terjadi peliputan, termasuk pemetretan dan syuting, saat itu telah berlangsung suatu konstruksi (Pareno, 2005, p. 3). Menurut

Hartley (1982, p. 36), yang perlu dipahami mengenai suatu berita yaitu, pertama, berita tidak hanya sekedar informasi. Kita harus memahami bahwa dalam proses pembentukan berita itu terdapat berbagai aspek yang memengaruhi konteks pemberitaan tersebut. Kedua, makna merupakan hasil dari sebuah interaksi. Ini berarti bahwa suatu berita belum berarti apa pun ketika disiarkan atau dicetak, berita sudah bermakna apabila berita tersebut dibaca oleh khalayak. Oleh karena itu, ada konteks sosial dalam suatu berita agar berita itu dapat dibaca dan dipahami oleh khalayaknya.

Media memang berdasarkan pada kejadian-kejadian yang ada di dunia nyata. Namun, isi media sering menampilkan dan menonjolkan elemen tertentu dan logika struktural media dipakai dalam penonjolan elemen tersebut. Bahkan, media tertentu cenderung membatasi dan menyeleksi sumber dari berita mereka, menafsirkan komentar dari sumber berita, dan memberi porsi yang berbeda terhadap perspektif yang lain. Yang kemudian terjadi adalah penonjolan tertentu terhadap pemaknaan suatu realitas (Sudibyo, 2001, p.31).

Media *online* memudahkan pembaca dalam mencari informasi dengan memberikan fasilitas page atau halaman yang berisi informasi yang dicari dan category, pengelompokan jenis tulisan berdasarkan topik atau tema. Pembaca dapat langsung menggunakan fasilitas tersebut untuk mendapatkan informasi yang dicari (Romli, 2018, p. 35- 39). Media mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, serta kontrol sosial dan fungsi ini sudah dinyatakan pada Undang-Undang Pers No. 40 Tahun 1999. Media sebagai informasi menurut Effendy (dalam Ardianto, Komala, &, Karlinah, 2015), merupakan penyebaran informasi untuk pembaca, pendengar, dan pemirsa. Informasi sekarang ini sangat dibutuhkan oleh pengguna media, dan penggunaannya sesuai dengan kebutuhan atau kepentingan dari

masing-masing. Media sebagai pendidikan adalah media bisa menjadi sarana pendidikan bagi khalayak dengan mengajar khalayak mengenai nilai, etika, dan aturan-aturan yang berlaku di masyarakat. Media juga sebagai hiburan dan semua media sekarang sudah menjalankan fungsi ini.

Media seperti televisi dan radio adalah media yang mengutamakan hiburan dan hampir semua konten medianya berisi hiburan. Televisi dapat memberikan hiburan dalam berbagai program, siaran acara, dan lainnya sehingga khalayak memperoleh hiburan yang diinginkannya. Terakhir, media sebagai kontrol sosial artinya media mengawasi dan mengontrol mereka yang memiliki kekuasaan seperti pengusaha, presiden, dan pemimpin. Pengawasan ini tidak hanya berlaku pada mereka yang memiliki kekuasaan tertinggi tetapi media juga harus mengawasi dan mengontrol perilaku masyarakat terhadap peristiwa yang terjadi (Ardianto, Komala, &, Karlinah, 2015, 15-18).

2.2.3 Fungsi dan Peran Media

Dalam disiplin ilmu komunikasi, media mempunyai peran penting dalam mempermudah proses komunikasi sehingga dapat berjalan dengan lancar. Manusia saat ini telah terpenuhi kebutuhan akan informasi yang cepat karena hadirnya media. Zaman teknologi modern saat ini, media tentu beradaptasi dan terus berkembang sehingga terjadi konglomerasi media dan menghasilkan media massa yang mewadahi semua informasi. Jika tidak ikut bersaing dalam era modern, media lambat laun akan gulung tikar.

Hadirnya media adalah produk komunikasi massa yang mempermudah terjadinya proses komunikasi di masyarakat. Media massa tentu memiliki fungsi dan perannya sendiri dalam kehidupan masyarakat. Dennis McQuail, 1987 (dalam Nurudin,

2013, p.34) memberikan beberapa asumsi pokok tentang peran atau fungsi media di tengah kehidupan masyarakat saat ini, antara lain sebagai berikut:

- 1) Media merupakan sebuah industri yang mampu menciptakan lapangan pekerjaan.
- 2) Media bisa berperan sebagai alat kontrol masyarakat
- 3) Media bisa menjadi wadah bagi masyarakat dalam rangka memberikan informasi dan berita kejadian secara cepat dan akurat
- 4) Media berperan sebagai media dari pengembangan kebudayaan
- 5) Media mampu menyuguhkan berbagai nilai-nilai normatif yang berguna sebagai sumber dominan, baik untuk individu maupun kelompok masyarakat.

Sementara itu, dalam kaitannya dengan media massa, J.B Wahyudi dalam bukunya Komunikasi Jurnalistik menjelaskan bahwa terdapat beberapa fungsi dari media massa, di antaranya (Wahyudi J.B, 1991, p. 9):

- 1) Media massa sebagai pemberi informasi, artinya media massa digunakan sebagai alat yang digunakan untuk menyampaikan sebuah informasi yang akurat dari sumber yang terpercaya. Media massa harus menyajikan informasi yang bersifat subjektif sehingga informasi yang diberikan mampu diterima baik oleh pemirsa.
- 2) Media massa sebagai sarana pemberitaan, antar informasi dan sasaran khalayak harus sama. Karena pemberitaan lebih menekankan pada seleksi, evaluasi dan interpretasi.
- 3) Media massa sebagai wahana edukasi. Media massa sebagai media edukasi dapat diartikan sebagai pemberi

informasi yang sekaligus mendidik. Mendidik di sini diartikan sebagai arahan yang memberikan nilai positif kepada pemirsa yang menontonya.

- 4) Media massa sebagai sarana hiburan. Media massa tidak hanya menyampaikan informasi, memberikan edukasi, tetapi juga harus memberikan hiburan bagi pemirsa yang menontonya. Tujuannya agar pemirsa tidak bosan dan dapat menjadi hiburan yang murah meriah yang dapat dinikmati siapa saja.
- 5) Media massa sebagai iklan. Media massa sebagai penyalur iklan adalah salah satu kepentingan dari pemilik media dalam mendapatkan pendapatan dari iklan tersebut serta digunakan sebagai biaya operasional produksi. Media massa dirasa lebih efektif dalam menjangkau khalayak yang lebih luas.

Selain sebagai sarana mempermudah proses komunikasi, media massa memiliki peran yang berkaitan dengan fungsi komunikasi itu sendiri. Apa lagi pengaruh media massa yang merupakan sarana baru yang mencerminkan bahkan dapat memengaruhi kehidupan masyarakat di segala aspek yang dipengaruhi secara langsung oleh teknologi (Shirley Biagi, 2010, p. 10). Demikian menurut De Vito (1997) dalam Winarni (2003, p. 45-47) yang mengatakan tentang fungsi dari komunikasi massa dengan kaitannya terhadap media yakni sebagai berikut

- 1) Entertaint/Menghibur

Fungsi media bias menjadi sarana hiburan atau penghibur bagi khalayak dan masyarakat. Sebagai contoh, di media bisa ditemukan banyak artikel atau cerita-cerita humor yang menghibur masyarakat. Biasanya, konten seperti ini dibuat menggunakan bahasa yang santai,

tidak terlalu kaku, serta mampu menarik perhatian pembaca.

2) Meyakinkan/ Persuasif

Fungsi lain dari media adalah bersifat persuasif. Maksudnya, media bisa dijadikan sebagai sarana untuk meyakinkan pembaca atau khalayak. Adapun bentuk persuasi media tersebut dapat hadir dalam bentuk.

- a) Media hadir dengan memberikan kepercayaan atau memperkuat keyakinan dan rasa percaya khalayak akan suatu hal yang sebelumnya sudah diketahui sehingga nantinya akan terbentuk sebuah opini baru dari masyarakat sebagai akhir dari keyakinannya.
- b) Media mampu mengubah kepercayaan seseorang yang sifatnya sementara. Misalnya bagi seseorang yang semula memihak suatu hal, bias diubah menjadi tidak memihak pada hal tersebut.
- c) Media juga mampu menggerakkan seseorang untuk melakukan tindakan. Misalnya saja ketika suatu media membuat iklan, iklan tersebut bias membuat seseorang yang melihatnya untuk melakukan sesuatu. Misalnya, membeli atau bahkan menghindari dan membenci suatu produk tertentu.
- d) Media mampu memberikan rangsangan kepada masyarakat untuk mengubah situasi di sekitarnya. Misalnya, ketika terjadi sebuah penyimpangan di sekitarnya yang melanggar norma tertentu, media bisa mengungkapkannya secara transparan, jelas dan terbuka.

3) Menginformasikan

Bukan hal asing, media memang sangat berfungsi dalam hal memberikan informasi. Media sudah

dijadikan sebagai sumber informasi bagi masyarakat saat ini. Seperti halnya media massa ataupun media online yang bisa memberikan informasi apa saja baik lokal, nasional, hingga internasional.

4) Menganugerahkan status

Pernahkah melihat orang yang tiba-tiba terkenal? Rupanya, semakin sering seseorang dimuat atau dipublikasikan di sebuah media, orang tersebut menjadi pusat perhatian massa. Bahkan, banyak masyarakat yang menganggap orang tersebut sebagai orang penting karena keseringhadirannya di media.

5) Membius

Media juga memiliki fungsi dalam membius khalayak. Hal ini terjadi ketika pikiran khalayak sedang tidak aktif dan mudah dipengaruhi.

6) Menciptakan rasa kebersatuan

Fungsi lainnya dari media adalah media mampu menciptakan rasa kebersatuan atau membuat khalayak merasa sebagai satu anggota kelompok. Hal ini diwujudkan pada halberikut.

a) Privatisasi yaitu media memiliki kecenderungan untuk menimbulkan efek antisosial pada kahalayaknya, maksudnya antisosial di lingkungan sekitar. Namun, pada kondisi tertentu, khalayak bisa merasakan kebersatuan di dunia media.

b) Parasosial yakni meskipun mampu membuat tingkat privatisasi meningkat sehingga orang menjadi antisosial. Melalui media, masyarakat dapat menjalin dan mengembangkan hubungannya dengan para tokoh media atau orang-orang penting di

dunia. Dengan begitu, mereka akan mampu untuk saling memberikan semangat juga dukungan.

2.2.4 Media Online

Pergeseran zaman yang konvensional kini menuju digitalisasi. Dengan hadirnya internet semua menjadi mudah diatasi. Dulu jika seseorang akan bertemu dengan temannya yang berbeda pulau, mereka akan membuat janji di suatu tempat untuk bertemu. Namun dengan kemunculan internet, bertemu menjadi mudah meskipun jarak memisahkan. Tak terkecuali dalam dunia industri media, setidaknya ada puluhan media online baru yang hadir dalam kurung waktu 14 tahun terakhir hingga saat ini.

Media *online* muncul diawali dengan diperkenalkannya internet pada 1990-an. Kemudian, pada 2000, NUA Internet survei melakukan sebuah survei untuk mengetahui jumlah pengguna internet dan diketahui pada Maret 2000, terdapat 330 juta orang di dunia yang menggunakan internet. Seiring berjalannya waktu, jumlah orang yang menggunakan internet pun bertambah hingga sekarang. Awalnya internet dibuat oleh U.S Department of Defense sebagai alat komunikasi dan hanya bisa digunakan oleh militer serta para akademis. Namun, internet sekarang dapat digunakan secara umum (Surya, 2010, p. 3). Internet merupakan tempat berbagai macam informasi tersedia yang dapat diakses oleh banyak orang. Salah satu tempat pengguna internet untuk mengakses informasi adalah media online. Sekarang ini menurut Romli (2018), publik tidak lagi bergantung pada media konvensional untuk mengikuti perkembangan dunia. Dari berbagai data menunjukkan bahwa pengguna internet akan terus tumbuh dan publik akan menjadikan media online sebagai rujukan utama dalam mencari informasi (Romli, 2018, p. 22).

Media *online* berbeda dengan koran tradisional karena

media *online* lebih interaktif dengan adanya akses komunikasi antara media dengan khalayak. Pada media *online* tersedia kolom komentar dan tempat pencantuman email agar media mendapatkan tanggapan dari pembaca. Adanya komunikasi antara khalayak dengan media ini menjadi salah satu karakteristik khusus media *online*. Mengutip Asep Samsul M, Rimli dalam bukunya berjudul *Jurnalistik Online* (2014, p. 30), media *online* merupakan sebuah media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia yang diwujudkan dalam bentuk komputer serta jaringan internet. Beberapa contohnya seperti website, email, televisi berbasis *online*, dan radio *online*. Itu semua adalah pintu gerbang informasi yang memungkinkan pengakses informasi memperoleh aneka fitur fasilitas teknologi *online* dan berita, baik dalam bentuk teks, gambar, maupun video. Karakteristik sekaligus keunggulan media *online* dibandingkan media konvensional (cetak/elektronik) identik dengan karakteristik jurnalistik *online* (Romli, 2014. p.33-34), antara lain.

- 1) Multimedia: memuat dan menyajikan berbagai berita/informasi dalam bentuk teks, audio, bisa juga dalam bentuk video, gambar ataupun grafis secara bersamaan.
- 2) Aktualitas: memiliki karakter aktualitas atau berisi berbagai macam info yang aktual dengan segala kemudahan ataupun kecepatannya dalam hal penyajian berita atau informasi.
- 3) Cepat: jurnalistik *online* dinilai sangat cepat dalam menjangkau khalayak, ketika baru saja dipublikasikan, berita atau informasi bisa dengan cepat tersebar.
- 4) Update: jurnalistik atau media *online* dinilai mampu memberikan pembaruan (updating) informasi dengan cepat, baik dari sisi kontennya maupun dari segi redaksional seperti adanya kesalahan ejaan yang bisa

dengan mudah langsung diperbaiki.

- 5) Kapasitas luas: salah satu media jurnalistik *online* adalah website. Website mampu menampung jumlah artikel dan berita dengan kapasitas yang luas dan banyak.
- 6) Fleksibilitas: karena bisa diakses secara *online*, pemuatan ataupun proses editing naskah jadi lebih fleksibel. Semuanya bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja, bahkan jadwal untuk publikasi kontennya pun bisa kapan saja, setiap saat tanpa terbatas waktu ataupun tempat.
- 7) Luas: jurnalistik *online* punya jangkauan lebih luas, terutama bagi khalayak yang memiliki jaringan internet.
- 8) Interaktif: jurnalistik *online* sifatnya lebih interaktif dengan adanya fasilitas di kolom komentar yang bisa diisi oleh khalayak serta room chat yang sifatnya lebih privat.
- 9) Terdokumentasi: setiap informasi akan tersimpan di dalam arsip dan fasilitas pencarian (search engine), kebanyakan masyarakat saat ini menyebutnya dengan nama memori cloud.
- 10) Hyperlinked: semua konten dalam jurnalistik *online* bisa terhubung dengan sumber lain di media lainnya yang berkaitan dengan informasi tersebut sehingga lebih referensial.

Adapun kelemahannya, masih menurut Asep Samsul M. Romli (2014, p. 34), antara lain sebagai berikut:

- 1) Ketergantungan manusia terhadap media *online* dan media digital seperti perangkat komputer juga koneksi internet.
- 2) Bisa dioperasikan juga dimiliki oleh siapa saja sehingga seringkali berdampak pada minimnya keamanan.
- 3) Memicu adanya kelelahan pada mata dan kesehatan pada

mata.

- 4) Akurasi sering terabaikan misalnya salah tulis karena lebih mengutamakan kecepatan.

Dalam penelitian, adapun objek yang menjadi objek kajian dalam pembahasan penulis adalah media *online* berupa portal berita karena portal berita merupakan media *online* yang paling umum diaplikasikan dalam praktik jurnalistik modern dewasa ini. Media mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, serta kontrol sosial, fungsi ini tertulis dalam Undang-Undang Pers No. 40 Tahun 1999. Media sebagai informasi menurut Effendy (dalam Ardianto, Komala, &, Karlinah, 2015), merupakan penyebaran informasi untuk pembaca, pendengar, dan pemirsa. Informasi saat ini sangat dibutuhkan oleh pengguna media, dan penggunaannya sesuai dengan kebutuhan atau kepentingan dari masing-masing.

Media sebagai pendidikan adalah media bisa menjadi sarana pendidikan bagi khalayak dengan mengajar mengenai nilai, etika, dan aturan-aturan yang berlaku di masyarakat. Media juga sebagai hiburan dan semua media sekarang sudah menjalankan fungsi ini. Media seperti televisi dan radio adalah media yang mengutamakan hiburan dan hampir semua konten medianya berisi hiburan. Televisi dapat memberikan hiburan dalam berbagai program, siaran acara, dan lainnya sehingga khalayak memperoleh hiburan yang diinginkan. Terakhir, media sebagai kontrol sosial artinya media mengawasi dan mengontrol mereka yang memiliki kekuasaan seperti pengusaha, presiden, dan pemimpin. Pengawasan ini tidak hanya berlaku pada mereka yang memiliki kekuasaan tertinggi tetapi media juga harus mengawasi dan mengontrol perilaku masyarakat terhadap peristiwa yang terjadi (Ardianto, Komala, &, Karlinah, 2015, 15-18).

Dalam mendukung penelitian ini, peneliti memfokuskan pada satu media *online* nasional yaitu *Tribunnews.com* dimana berdasarkan hasil riset Semrush, *Tribunnews* merupakan satu-satunya media massa yang masuk dalam lima situs paling banyak dibuka di wilayah Indonesia. Hal ini dilakukan untuk mendorong media menuliskan berita yang benar terkait pemberitaan Covid-19 saat dalam situasi pandemi saat ini dengan menciptakan informasi yang akurat, fakta, cepat dan menjadi solusi dalam memutus rantai penyebaran. Bukan menyebarkan informasi yang terkesan hanya mengejar rating pembaca. Meskipun tidak semua berita yang tidak benar. Namun peneliti masih menemukan banyak pemberitaan Covid-19 di tengah pandemi saat ini yang masih keliru.

2.2.5 Pemberitaan Covid-19

Penyebaran virus baru Covid-19 kini sudah hampir seluruh negara terkena dampaknya, baik secara sosial maupun ekonomi, tak terkecuali negara-negara yang maju sekalipun. Menyikapi situasi darurat dari lonjakan kasus konfirmasi positif Covid-19 saat ini, Dewan Pers menyerukan peran aktif insan pers dan media massa dalam menyuarakan kebenaran dan semangat optimisme guna melawan wabah disinformasi dan misinformasi di kalangan masyarakat. Selain itu, juga secara agresif terus mengkampanyekan pentingnya penegakan protokol kesehatan 5M (memakai masker, mencuci tangan, menjaga jarak, menjauhi kerumunan, dan membatasi mobilisasi).

Pandemi yang kita hadapi saat ini merupakan persoalan multidimensi yang membutuhkan soliditas dan kerja sama lintas sektoral. Berkaitan dengan hal tersebut, pers dan media massa harus dapat memainkan tugas utamanya; dapat secara efektif mengolah informasi dan data yang ada untuk mendorong pemerintah mengeluarkan kebijakan yang lebih tepat sasaran dan

membangkitkan kembali kewaspadaan masyarakat menghadapi pandemi Covid-19.

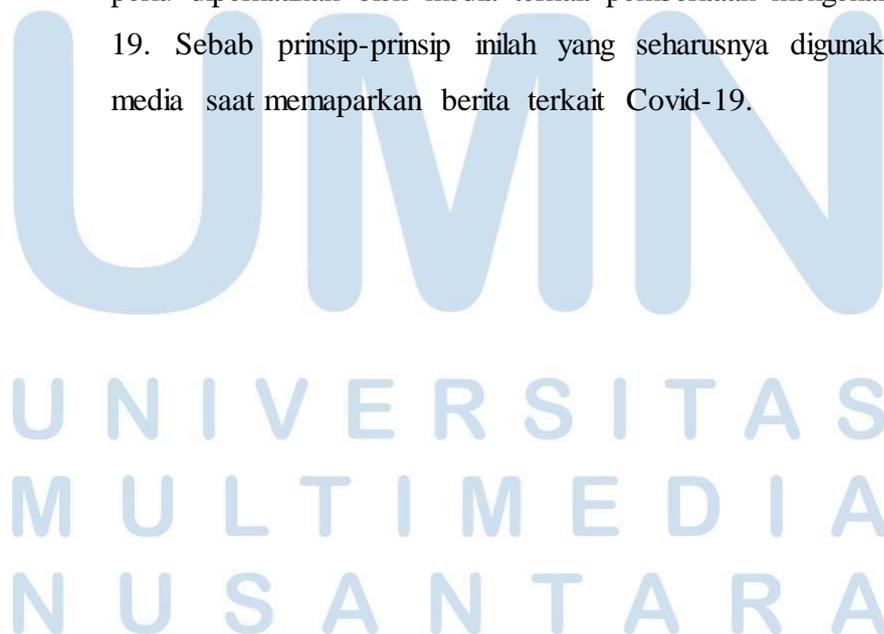
Sejalan dengan hal tersebut, menurut surat edaran Dewan Pers Nomor 01/SE-DP/VI/2021 tentang Posisi Pers dalam Situasi Darurat Pandemi Covid-19, sasaran kinerja pers dan media massa ke depan hendaknya tidak terbatas pada bagaimana mengawasi kinerja pemerintah dalam menanggulangi pandemi dan memersuasi perilaku masyarakat agar patuh terhadap protokol kesehatan, tetapi juga sampai pada level mewacanakan turunan ataupun efek lanjutan dari peningkatan angka konfirmasi positif dan kematian akibat Covid-19 yang terjadi saat ini ke ruang publik untuk dapat dicarikan solusinya bersama-sama.

Selanjutnya Dewan Pers juga menegaskan kembali prinsip-prinsip dalam peliputan Covid-19 melalui siaran pers terkait peliputan Covid-19, yaitu tanggal 3 Maret 2020. Dalam siaran pers tersebut, Dewan Pers menjelaskan bahwa media massa memiliki fungsi sebagai penyampai informasi, pendidikan dan kontrol sosial. Oleh karena itu, dalam pemberitaan mengenai kasus virus Corona di Indonesia media massa baik, media cetak maupun elektronik perlu memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Pemberitaan mengenai kasus virus Corona ini memegang teguh prinsip-prinsip kode etik jurnalistik seperti memberitakan secara akurat, berimbang, selalu menguji informasi, tidak beritikad buruk serta dilakukan secara proporsional.
- 2) Media massa tidak memberitakan kasus virus corona ini secara berlebihan sehingga melupakan prinsip-prinsip dasar dalam kode etik jurnalistik. Media massa harus memperhatikan kepentingan publik yang lebih luas sebelum memuat berita atau laporan mengenai kasus virus Corona ini.

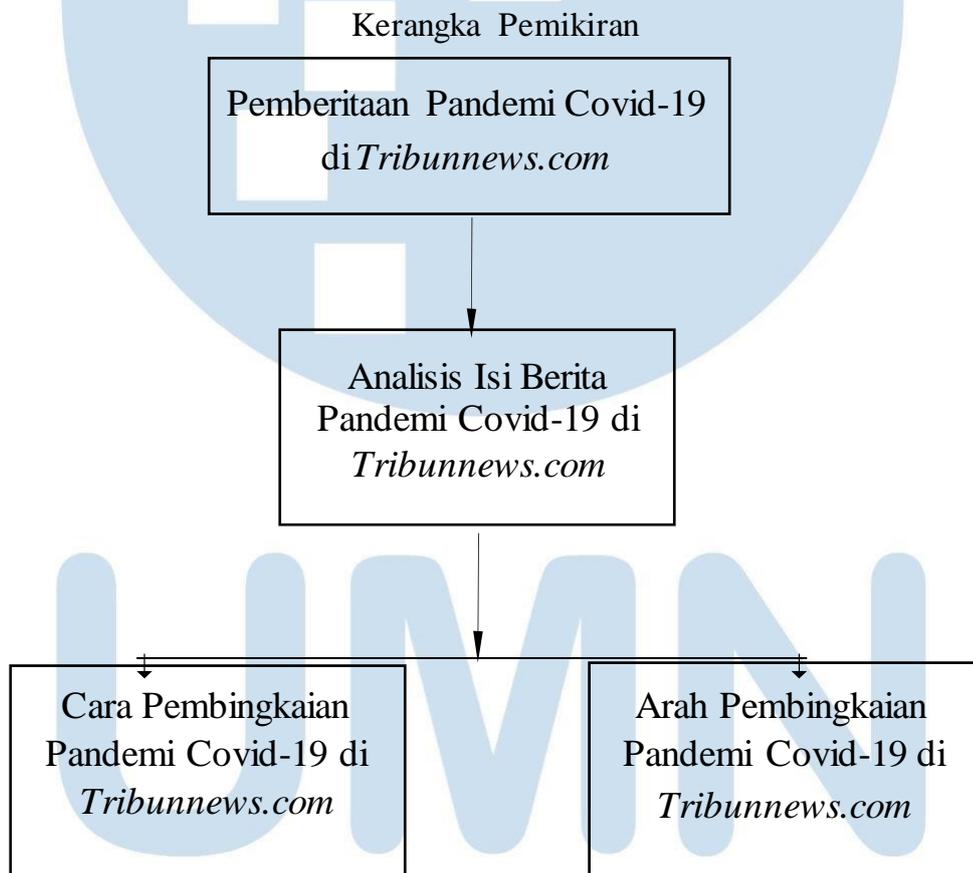
- 3) Media massa melalui ruang redaksinya untuk menjaga ketertiban masyarakat sehingga dalam laporan dan pemberitaan mengenai virus corona ini tidak menimbulkan kepanikan masyarakat.
- 4) Media massa tidak memuat identitas pasien, baik yang dinyatakan positif terkena virus Corona maupun yang dalam pengawasan otoritas kesehatan baik nama, foto atau alamat tinggalnya karena pasien adalah korban yang harus dihargai hak privasinya.
- 5) Media massa menjaga keselamatan awak media dalam liputan virus Corona sehingga tidak menimbulkan masalah baru seperti terjangkit virus Corona saat bertugas di lapangan.
- 6) Media massa bersama otoritas kesehatan menyampaikan informasi yang memberikan kepastian dalam masyarakat dan tidak membuat laporan atau berita yang hanya mencari sensasi dan meresahkan masyarakat.

Dari siaran pers tersebut, penulis menyoroti hal-hal yang perlu diperhatikan oleh media terkait pemberitaan mengenai Covid-19. Sebab prinsip-prinsip inilah yang seharusnya digunakan oleh media saat memaparkan berita terkait Covid-19.



2.3 Alur Penelitian

Peneliti ini mengkaji isi berita yang dikeluarkan oleh *Tribunnews.com* dengan menggunakan analisis isi. Penelitian ini berfokus pada berita terkait pandemi Covid-19 yang ditulis *Tribunnews.com* selama periode Maret 2021 hingga Mei 2021. Dengan menggunakan analisis isi, peneliti ingin melihat bagaimana cara pembingkai *Tribunnews.com* dalam membingkai peristiwa pandemi Covid-19, serta bagaimana arah pembingkai *Tribunnews.com* dalam mengemas informasi Covid-19 tersebut.



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

