



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 I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Awal tahun ini, Indonesia dihadapkan oleh berbagai macam bencana mulai dari banjir, tanah longsor dan gempa masih yang masih melanda di beberapa wilayah Indonesia. Menurut Badan Penanggulangan Bencana Nasional (BNPB), menjelaskan bahwa ada 783 bencana yang terjadi sepanjang 1 Januari hingga 9 Maret 2021 (Rosy, 2021, para. 1).

Namun, dibalik banyaknya bencana yang terjadi, masih terdapat bencana yang lebih besar karena tidak hanya menyerang Indonesia saja melainkan seluruh dunia, yakni virus covid-19 atau dikenal sebagai corona virus. Awal mula penyakit virus covid-19 ini terjadi di Wuhan, China. Penyebarannya terbilang cepat karena dalam waktu yang singkat sudah menular ke berbagai Negara. Infeksi virus corona sudah melanda di lebih dari 210 negara dan wilayah sejak kasus pertamanya pada Desember 2019 lalu (Kurniawan, 2021, para. 2).

Menurut World Health Organization (WHO), virus corona sendiri bisa bertahan cukup lama di udara, walaupun dalam ruangan tertutup serta penyebarannya dari satu orang ke orang lainnya (Rahajeng, 2020, para. 1). Coronavirus sendiri adalah keluarga besar dari virus yang dapat menyebabkan penyakit yang menyerang manusia serta hewan. Pada manusia dapat menimbulkan penyakit infeksi pada saluran pernapasan, mulai dari yang biasa seperti flu sampai penyakit yang bisa dikatakan cukup serius seperti Middle East Respiratory

Syndrom Pernafasan Akut Berat/ Severe Acute Respiratory Syndrome (MERS) dan Sindrom Pernafasan Akut Berat/ Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS) (Kemkes.go.id, 2021).

Untuk menekan atau mengurangi penyebaran covid-19 yang ada di Indonesia, pemerintah sendiri sudah menyiapkan beberapa upaya. Menurut Juru Bicara Satuan Tugas (Satgas) Penanganan Covid-19 Wiku Adisasmito mengungkapkan, pemerintah sedang melakukan upaya untuk mencegah lonjakan kasus Covid-19. Salah satu upayanya merupakan memprioritaskan penyediaan dan pemberian vaksin pada seluruh masyarakat Indonesia. (Ryan, 2021, para. 1).

Upaya yang dilakukan oleh pemerintah tersebut tentunya diperlukan media massa untuk membantu menyebarkan informasi-informasi terbaru atau terkini mengenai apapun itu terkait isu covid-19. Media massa merupakan alat-alat dalam komunikasi yang dapat menyebarkan pesan secara berbarengan serta instan pada audience yang luas dan heterogen. Oleh karena itu media turut berperan atau bertanggung jawab atas penyampaian informasi kepada khalayak (Nurudin, 2014, p. 9)

Pada era digitalisasi seperti sekarang ini, khalayak sangat mudah mendapatkan berbagai macam informasi, seperti mengenai virus covid-19. Informasi dapat dikatakan sebagai sebuah informasi saja, tetapi essensial. Masyarakat saat ini banyak pilihan untuk mendapatkan informasi, salah satunya media baru. Media baru sendiri bisa dikaitkan dengan berbagai perangkat teknologi komunikasi yang mempunyai beberapa ciri yang sama dan selain baru, digitalisasi dan ketersediannya yang luas dan penggunaan pribadi sebagai suatu alat komunikasi. Istilah media baru merupakan cakupan dari kemunculan digital,

komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi pada akhir abad ke-20 (McQuail, 2011, p. 148)

Berdasarkan data hasil penelitian Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) 2018, dari 54, 69% (171,17 juta jiwa) total populasi penduduk Indonesia menggunakan internet (p. 6), dengan 93,9% penduduk menggunakan smartphone setiap harinya (p. 27), dan menggunakannya untuk komunikasi lewat pesan 24,7%, membuka sosial media 18,9%, dan mencari informasi terkait pekerjaan sebanyak 11,5% (Apjii, 2018, p.34).

Gambar 1. 1 Hasil Survei APJII 2018



Sumber: APJII, 2018

Dalam penyebaran informasi mengenai isu covid-19, tidak sedikit media baru yang terdapat di Indonesia menyajikan berita mengenai virus asal Wuhan tersebut. Dikutip dari Republika.co.id, setidaknya ada 10 media daring yang membahas mengenai covid di Indonesia.

Gambar 1. 2 Media Yang Paling Banyak Mengambil Tema Covid-19



Sumber: Republika.co.id, 2020.

Media sendiri bisa dikatakan memiliki kekuatan untuk menggiring opini publik dengan sebuah isu yang sedang hangat secara terus-menerus. Tanpa sadar media juga mengarahkan khalayak untuk mengetahui apa yang penting menurut media dan apa yang tidak penting. Hal tersebut merupakan pengertian dari agenda setting. Dimana, media memiliki suatu keahlian untuk menyeleksi dan mengarahkan khalayak pada gagasan atau peristiwa tertentu dan akan membuat opini publik jika suatu peristiwa menjadi penting (Nurudin, 2014, p. 196).

Letak dari kekuatan media itu sendiri adalah pada isi konten atau pemberitaannya, di situ terdapat kesamaan dengan agenda media dan agenda publik. Dimana publik sendiri mempunyai kebutuhan dengan informasinya masing-masing. Hal ini menyebabkan publik mengarah untuk membiarkan suatu media membangun citra melalui informasi yang disajikan McComb dan Shaw (dalam Griffin, 2011, p. 381).

Menurut Mannheim (Nurudin, 2014, p. 198) agenda media memiliki beberapa dimensi – dimensi, yakni:

- Visibility (Visibilitas), yaitu jumlah dan tingkat dari menonjolnya berita.

- Audience salience (tingkat menonjol bagi khalayak), yaitu kaitan dari isi berita dengan
- kebutuhan khalayak.
- Valence (valensi), yaitu menyenangkan atau tidak menyenangkan mengenai cara penyampaian pemberitaan pada suatu peristiwa. .

Menurut Tamburaka (2012, p. 69) Agenda Setting juga dapat diartikan dengan memengaruhi pemberitaan. Sebagai halnya sebuah media yang menentukan topik dalam pemberitaan secara berkepanjangan. Agenda media juga dapat memfokuskan isu-isu tertentu melalui informasi atau berita yang disajikan. Lalu, mampu mempengaruhi agenda publik dalam mengambil sikap terhadap sebuah isu di khalayak atau masyarakat.

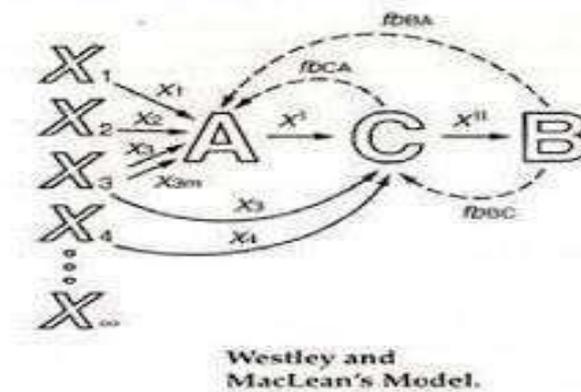
McComb melakukan suatu pengembangan dan memperluas terhadap teori agenda setting dengan dihubungkan dengan teori framing. Hal ini turut dikatakan oleh James Tankard (griffin, 2011, p. 381), framing adalah pusat pengorganisasian dari sebuah ide yang ditujukan pada konten berita yang menyediakan konteks dan memberikan saran melalui penggunaan seleksi, penekanan, pengecualian serta elaborasi. Melihat akan hal ini, meyakinkan bahwa media tidak hanya memilih agenda untuk sebuah isu tertentu. Namun, turut memindahkan makna yang penting dari sebuah objek. Dapat dikatakan, media menonjolkan mengenai sebuah isu. Lalu khalayak lebih menaruh perhatiann terhadap isu-isu yang disajikan dan menganggap itu penting.

Pada teori Agenda Setting sendiri bisa dikaitkan dengan framing, dimana pemingkaiian yang terdapat di beberapa aspek bisa dianggap penting dalam sebuah

berita. Akibat dari framing ini lah akhirnya menimbulkan sebuah dampak yang dinamakan dengan agenda setting tingkat dua. Agenda setting ini merupakan teori yang digagas oleh McCombs dan menyebut bahwa agenda setting terdapat dua tingkatan atau level, yakni tingkat pertama disebut dengan objek dan tingkat kedua disebut atribut (dalam Baran & Davis, 2010, p. 350).

1. Level Objek. Penelitian menggunakan teori agenda setting biasanya memiliki fokus mengenai bagaimana sebuah pemberitaan oleh media bisa mempengaruhi dari prioritas yang ditampilkan pada objek tertentu (apa yang memang seharusnya dipikirkan). Terkait penelitian ini, yang menjadi objek merupakan isu covid-19.
2. Level Atribut. Bagaimana sebuah media mempublikasikan kepada khalayak mengenai karakteristik objek yang penting dan tidak penting. Maksud dari “atribut” di sini diartikan pada deskripsi terhadap objek ataupun menjelaskan terkait karakteristik objek. Agenda publik yang diatur pada level atau tingkat yang kedua, yakni atribut (bagaimana memikirkan sesuatu)

Hal tersebut dapat dikaitkan dengan model komunikasi massa Westely dan MacLean, dimana model ini lebih menjelaskan fungsi gatekeeper dalam proses komunikasi massa.



Gambar 1. 3 Gatekeeper dalam Komunikasi Massa

Sumber: Nurudin dalam Pengantar Komunikasi Massa (2014, p. 156)

Dimana (A) merupakan komunikator pada komunikasi massa yang biasanya dikerjakan oleh seorang reporter, sedangkan (X) merupakan peristiwa atau sumber informasi (seperti suatu kejadian yang dikirimkan untuk audience tertentu). Reporter menjelaskan mengenai suatu kejadian ke dalam sebuah berita. Lalu, (C) disini adalah gatekeeper yang dikerjakan oleh seorang editor yang memiliki tugas untuk mengedit tulisan yang sudah dibuat oleh seorang reporter sesuai dengan peristiwa yang telah diliputnya dengan data lain. Kemudian (B) disini merupakan audience atau bisa juga disebut dengan penerima yang bertugas membaca, mendengarkan, atau melihat suatu kejadian yang sudah diberikan oleh gatekeeper yang sebelumnya sudah dibuat oleh reporter. Lalu, pembaca atau audience sendiri dapat merespons editor (FBC) atau reporter ((FBA) berkenaan dengan ketepatan atau kepentingan beritanya. Editor juga dapat menyediakan umpan balik kepada reporter (FCA). membuat sebuah pesan merupakan (X) lalu dikirimkan kepada penerima (B). Pada waktu tersebut, penerima nantinya memberikan umpan balik kepada sumber. Sumber (A) disini sangat penting karena apa yang didapat atau disampaikan oleh

sumber nantinya ditangkap oleh Media (C). Siapa sumbernya (A), itu yang nantinya akan dijadikan bahan untuk disampaikan kepada media massa dan kepada audiens (Nurudin, 2014, p. 157).

Kemudian, pada konteks komunikasi massa pada model Westley dan Maclean terdapat penjaga gerbang (gatekeeper) yang akan menerima (X) oleh sumber media massa (A). Lalu, gatekeeper membuat pesannya sendiri (X11) dan dikirimkan kepada penerima (B). gatekeeper bertugas sebagai menerima pesan dari sumber media massa. Gatekeeper juga membuat atau menciptakan pesannya sendiri yang dikirimkan untuk si penerima. Kaitannya dengan ini, orang yang bertugas untuk memproduksi informasi, gambar maupun pesan yang diperoleh dari hasil pencarian data informasi merupakan jurnalis. (X) masuk kepada gatekeeping medianya, lalu dipersentasikan ke publik. Kemudian, narasumber masuk karena (X), sumber informasi dapat menentukan arah pemberitaan. Hal ini dimaksudkan mengapa harus bisa untuk memahami frame nya kemana atau berita mengenai suatu isu diarahkan dan juga diperlukan memahami siapa narasumbernya (Nurudin, 2014, p. 157).

X dalam Gambar 3.1. mengacu pada sumber informasi, yang bisa berupa suatu peristiwa atau pernyataan seseorang. A merupakan pengirim pesan atau komunikator, C merupakan gatekeeper, B merupakan audience, dan F merupakan feedback atau respon yang diberikan oleh pembaca terkait dengan pesan yang mereka terima. Dalam hal ini, feedback yang diberikan oleh pembaca atau audience bisa ditujukan secara langsung kepada gatekeeper maupun komunikator.

Banyaknya informasi mengenai virus covid-19 di berbagai media, terutama

media daring. membuat peneliti tertarik memilih media daring, salah satunya yakni VIVA.co.id untuk menjadi objek atau sumber penelitian mengenai isi pemberitaan virus covid-19 yang disajikan oleh media tersebut karena banyaknya berita mengenai isu covid-19 dari berbagai topik di media daring ini. Pemilihan VIVA.co.id sebagai objek dikarenakan VIVA.co.id merupakan portal berita yang secara kreatif memadukan teks, gambar, audio, dan video, dalam meliput isu nasional dan internasional dengan standar jurnalistik yang tinggi, serta terdapat berita dari berbagai topik. Dimana seperti yang kita ketahui, belum semua media daring yang menerapkan hal ini pada setiap isi pemberitaannya. Bahkan media ini pernah menembus sebagai portal berita nomor satu pada Lembaga pengukuran dan pemeringkat Effectife Measures dan nomor dua menurut situs Alexa.com. Selain itu VIVA.co.id juga merupakan media baru. Media baru memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk dapat berperan aktif sebagai pemberi informasi dan juga dapat memproduksi konten. VIVA.co.id memenuhi karakter media baru menurut Lister, dkk (2009 p. 13-14), yaitu digital, interactive, hypertextual, networked, virtual dan simulated (Evanda, 2020, p. 4-15). Namun, dalam kaitannya agenda media, media ini dimiliki oleh Ketua Dewan Pembina Partai Golkar, yakni Aburizal Bakrie. Bukan tidak mungkin terdapat kecenderungan- kecenderungan atau agenda tersendiri terkait pemberitaan isu covid-19.

Kemudian, melihat penjelasan teori agenda setting McCombs & Shaw, peneliti ingin menganalisis pemberitaan pada VIVA.co.id dengan melihat dari level objek, yakni isu covid-19. Kemudian, agenda setting level dua atau level atribut merupakan pembingkai yang dilakukan oleh media atau framing mengenai suatu

isu. Dimana, hal ini juga kan menjadi agenda media dan agenda publik. Terkait dengan penelitian atribut yang digunakan elemen berita 5W+1H dan bagaimana isu covid-19 tersebut dibicarakan.

Penelitian mengenai virus covid-19 sudah cukup banyak tersebar di jurnal atau media lainnya, walaupun kasus ini baru satu tahun terjadi. Namun, penelitian mengenai isu covid-19 menggunakan agenda media khususnya pada level kedua dengan elemen berita 5W+1H masih jarang ditemukan. Dan membuat peneliti terinspirasi untuk melakukan penelitian ini, Untuk itu lah peneliti ingin meneliti pemberitaan mengenai virus covid-19 pada portal media daring VIVA.co.id dan dipetakan berdasarkan unsur What (Topik), Who (Narasumber dan Objek pemberitaan), When (Kapan isu terjadi), Where (Dimana isu itu terjadi) dalam waktu 1 Februari – 28 Februari 2021.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana topik pemberitaan mengenai isu virus covid-19 pada portal media daring VIVA.co.id dalam kurun waktu satu (1) bulan (1 Februari - 28 Februari 2021) dipetakan berdasarkan topik berita, narasumber pemberitaan, waktu dan lokasi diberitakannya isu.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, timbul pertanyaan sebagai berikut:

1. Topik apa yang paling sering muncul mengenai isu virus Covid – 19 di

Viva.co.id?

2. Siapa saja entitas yang paling sering muncul untuk menjadi narasumber pemberitaan mengenai isu covid-19 di Viva.co.id 1 Februari – 28 Februari 2021?
3. Kapan waktu diberitakannya isu tersebut?
4. Dimana wilayah yang sering diberitakan mengenai isu covid-19 ini?

1.4. Tujuan Penelitian

Selaras dengan pertanyaan penelitian yang sudah disebutkan di atas, bahwa tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui topik apa yang paling sering muncul mengenai isu virus Covid – 19 di Viva.co.id
2. Untuk mengetahui siapa saja entitas yang paling sering muncul untuk menjadi narasumber pemberitaan mengenai isu covid-19 di Viva.co.id 1 Februari – 28 Februari 2021.
3. Untuk mengetahui waktu isu-isu tersebut diberitakan.
4. Untuk mengetahui wilayah yang sering diberitakan mengenai isu covid-19 ini.

1.5. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu :

1.5.1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat Menyediakan basis data mengenai

persentase pemberitaan oleh media daring tentang isu virus covid-19 dengan contoh pemberitaan Agenda Setting satu (1) bulan yang terdapat di media daring Viva.co.id serta diharapkan penemuan yang ditemukan ini dapat memberikan manfaat dan digunakan untuk peneliti lain untuk meneliti mengenai topik Agenda Setting pada media daring.

1.5.2. Kegunaan Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan berguna untuk perusahaan media daring, khususnya Viva.co.id dalam pemberitaan yang terdapat unsur Agenda Setting dan dapat menjadi informasi atau sumbangsih pemahaman bagi masyarakat mengenai Agenda Setting.

1.5.3. Kegunaan Sosial

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan studi untuk meningkatkan pemahaman dan gambaran bagi masyarakat mengenai Agenda Setting.

1.6. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini, tidaklah sempurna karena masih ada keterbatasan, yakni dalam mengambil sampel data yang ingin dianalisis karena banyaknya total populasi dari media tersebut, sedangkan proses dalam pencarian dan pengambilan data yang dikerjakan oleh peneliti masih menggunakan cara yang bisa dikatakan manual.