

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Studi mengenai keragaman konten telah menjadi fokus penelitian keragaman media sejak lama. Roessler (2007) mengklasifikasikan keragaman konten sebagai salah satu cabang spesifikasi dari studi keragaman media. Dalam keragaman media, cabang keragaman konten dimasukkan dalam analisis level mikro. Terutama dalam bahasan disandingkan dengan analisis level meso berupa keragaman distribusi media dan level makro berupa faktor kepemilikan media.

Fokus pada studi keragaman konten media terletak pada tiga elemen utama: topik, aktor, dan sudut pandang pemberitaan (Hendrickx dan Ranaivoson, 2015). Hal ini didukung dengan pernyataan Loecherbach et al. (2020) yang juga mencantumkan tiga faktor fokus studi keragaman konten, ditambah dengan faktor keempat yaitu struktur narasi pemberitaan. Pemberitaan satu dan lain media kerap mengalami perbedaan dalam elemen-elemen tersebut. Hal ini terutama berdasarkan beragam faktor termasuk – tetapi tidak terbatas pada – pilihan pribadi jurnalis, pola kerja ruang redaksi, dan tujuan audiens media yang bersangkutan.

Terlepas dari berbagai faktor yang mempengaruhi perbedaan tersebut, ini membuktikan betapa pentingnya studi keragaman konten sebagai bagian dari studi keragaman media.

Keragaman konten media pada studi-studi terdahulu telah dihubungkan secara negatif dengan fenomena konsentrasi kepemilikan media (Beckers et al., 2017; Champion, 2015; Park, 2014; Hendrickx dan Ranaivoson, 2015). Beckers et al. (2017) misalnya menemukan bahwa media yang berada di bawah payung grup usaha yang sama mengalami kecenderungan homogenisasi konten dari waktu ke waktu. Kecenderungan yang sama juga ditemukan dalam penelitian berkaitan dengan konsentrasi kepemilikan grup media Mediahuis di Flanders, Belgia (Hendrickx dan Ranaivoson, 2015). Pendek kata, semakin

terpusat kepemilikan media di sejumlah kecil pemilik, semakin homogen pula konten media yang beredar dalam lingkungan tersebut.

Studi-studi demikian cenderung terfokus pada media tradisional. Namun, Champion (2015) juga menemukan bahwa kehadiran media daring yang diharapkan dapat menaikkan keragaman media dalam hal variasi konten dan sudut pandang justru tidak berpengaruh banyak. Penelitiannya membuktikan bahwa media daring justru jatuh ke dalam jurang homogenisasi konten media yang sama dengan media tradisional lainnya.

Kondisi konsentrasi kepemilikan media sendiri merupakan masalah yang nyata terjadi di Indonesia pada hari ini. Tapsell (2014) menggambarkan lanskap kepemilikan media Indonesia sebagai sebuah oligopoli yang didominasi oleh 12 pemain besar. Tujuh di antaranya adalah MNC Group, Kompas Gramedia Group, Visi Media Asia, Media Group, BeritaSatu Media Holdings, Media Indonesia Group, dan CT Group. Semua media tersebut memiliki dominasi yang jelas pada setiap pasar platform media di Indonesia, termasuk cetak, siaran (televisi dan radio) serta media daring. Masalah homogenisasi keragaman media dan hubungannya dengan konsentrasi kepemilikan media ini kemudian erat hubungannya dengan peran media dalam masyarakat demokratis. Idealnya, untuk demokrasi dapat berjalan diperlukan masyarakat yang terinformasikan dengan baik (van Cuilenburg dan McQuail, 1983; Champion, 2015). Hal ini terutama sesuai dengan Pasal 1 Ayat 2 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang berbunyi “Kedaulatan berada di tangan rakyat dan dilaksanakan menurut Undang-Undang Dasar” dan Pasal 28F yang berbunyi “Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.”

Dalam fungsi ini, Napoli (2006) berargumen bahwa tujuan keragaman media adalah untuk mempromosikan keadaan di mana warga negara sebagai partisipan dalam demokrasi terinformasikan dengan baik mengenai pengambilan

keputusan di level tertinggi sampai terbawah pemerintahan dan menjaga pluralisme kultural. Jika fungsi tersebut dijalankan dengan baik, demokrasi yang berfungsi dengan baik pun dapat menjadi cita-cita masyarakatnya (p.9).

Dalam situasi di mana keragaman konten media dipengaruhi secara negatif oleh konsentrasi kepemilikan media, faktor-faktor ini bagi para ilmuwan studi keragaman media secara jelas dianggap sebagai ancaman bagi proses terbentuknya masyarakat demokratis yang dapat ikut ambil bagian dalam menentukan arah laju negaranya. Yaitu, jika dibahasakan secara singkat, masyarakat dan negara demokratis yang berfungsi dengan semestinya. Seperti telah disebutkan pula, terdapat pola kepemilikan yang dominan dari oligopoli 12 grup media besar di Indonesia lintas platform pada media cetak, siaran (televisi dan radio), dan daring. Mayoritas studi terdahulu (Beckers et al. 2017; Hendrickx dan Ranaivoson, 2019; Hendrickx dan Van Remoortere, 2019; Humprecht dan Büchel, 2013) berfokus pada korelasi konsentrasi kepemilikan media dengan keragaman konten media pada satu platform terutama koran.

Menimbang adanya praktik konsentrasi kepemilikan media lintas platform di Indonesia, penulis berargumen bahwa penting pula meneliti korelasi konsentrasi kepemilikan media dengan keragaman konten media dalam berbagai platform di bawah satu grup media. Studi Park (2014) misalnya membuktikan adanya kecenderungan homogenisasi konten media dalam baik televisi maupun koran dalam grup media yang sama di Korea Selatan. Hal yang sama berlaku pada media daring, seperti dibuktikan oleh studi Champion (2015). Oleh karena alasan inilah peneliti berargumen penting untuk meneliti keragaman konten media lintas platform dan hubungannya dengan konsentrasi kepemilikan media.

Urgensi penelitian pada pengaruh konsentrasi kepemilikan media atas keragaman konten media di Indonesia menjadi semakin nyata dengan mengingat tren dari praktik manajemen media Indonesia hari ini. Sebagai sebuah ekosistem media dimana sejumlah kecil pemilik mendominasi sebagian besar pasar media, Tapsell (2014) menuliskan tren pengelolaan media di Indonesia berjalan pada arah konvergensi. Dalam proses ini, terjadi penyatuan operasional berbagai platform

media yang berada di bawah satu grup media tertentu. Para ahli sebelumnya telah menginvestigasi jalannya proses konvergensi media dalam berbagai lingkungan ekonomi politik media. Definisi konvergensi yang secara luas telah disetujui mengacu pada bergabungnya berbagai platform media dalam satu kepemilikan yang berusaha untuk menguasai pasar media wilayah tertentu (Aziz, 2018). Kendati demikian, praktiknya beragam. Beberapa media telah menerapkan konvergensi dengan cara penciptaan ruang redaksi bersama dimana sedikit awak media membuat konten berita untuk berbagai platform. Sebagian lainnya masih berpegang pada prinsip independensi setiap ruang redaksi media yang terpisah (Gumelar, 2013).

Kompas Gramedia Group, MNC Group, dan Media Group menjadi tiga contoh yang ideal dari berbagai penerapan konvergensi yang berbeda ini di Indonesia. Kompas Gramedia Group menjadi contoh dari grup media yang masih berpegang pada prinsip independensi setiap ruang redaksi (Simamora, 2016). Sementara itu, MNC Group dan Media Group termasuk pada kelompok grup media yang menerapkan konvergensi ruang redaksi dimana sedikit awak media membuat konten untuk berbagai platform (Indrati et al., 2018). Aviles et al. (2009) sebelumnya sudah melakukan studi yang memetakan berbagai model konvergensi media di Eropa. Kendati demikian, belum adanya penelitian mengenai bagaimana keragaman konten media yang terjadi pada berbagai model konvergensi media membuat urgensi studi ini menjadi semakin nyata.

Penelitian terdahulu juga mayoritas didominasi oleh studi pada pasar Eropa. Penelitian Beckers et al. (2017) dan Hendrickx dan Ranaivoson (2015) meneliti pasar media di Belgia, di mana pola konsentrasi kepemilikan terjadi dengan akuisisi media dari kepemilikan independen ke grup konglomerat besar. Dalam kondisi demikian, studi proses terjadinya homogenisasi konten media dari waktu ke waktu mungkin dilakukan. Di sisi lain, Arifuddin (2016) menuliskan konsentrasi kepemilikan media di Indonesia telah berakar pada era Orde Baru seusai dibukanya keran media swasta nasional sejak awal 1990an oleh pemerintah kala itu. Dalam kasus Indonesia, pola konsentrasi media mengambil jalur ekspansi grup media dari media tradisional menuju media digital. Dalam hal ini, homogenisasi variasi konten media dapat diharapkan sebagai tren keragaman

media di Indonesia secara alami. Oleh karena itu, studi proses homogenisasi konten bertahap per dekade model Beckers et al. (2017) tidak dapat dilaksanakan. Sebagai gantinya, penulis berargumen penting untuk melakukan studi per kategori berita seperti yang dilakukan Hendrickx dan Ranaivoson (2015).

Masih terdapat kekurangan studi empiris yang mengkaji secara riil bagaimana pola konsentrasi kepemilikan media di Indonesia tersebut berpengaruh pada keragaman konten media. Mengingat perbedaan sifat dan kurangnya studi empiris tersebut, penulis berargumen penting untuk melakukan studi korelasi kepemilikan media dengan keragaman konten media di Indonesia secara empiris. Mengingat pula terdapat kurangnya studi terhadap bagaimana strategi konvergensi media yang berbeda menghasilkan keragaman media yang berbeda dalam relasinya dengan konsentrasi kepemilikan, penulis berargumen penting akan studi ini.

Fungsi keragaman media, terutama dalam hal konten, sebagai sarana informasi publik yang punya andil dalam menjalankan fungsi demokrasi menjadi semakin nyata dalam kondisi pandemi Covid-19. Kendati bermula sebagai krisis kesehatan domestik di Wuhan, Tiongkok pada akhir 2019, pandemi Covid-19 dengan cepat menyebar ke seluruh dunia. Dalam kasus Indonesia, pemerintah nasional sempat mengalami ‘salah fokus’ dalam menangani pandemi Covid-19. Apriliyanti et al. (2021) menuliskan bahwa pada awal pandemi Covid-19, pemerintah justru lebih fokus menangani dampak ekonomi dari pandemi seperti pada sektor turisme ketimbang krisis kesehatan akibat pandemi Covid-19 itu sendiri.

Hal ini menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 merupakan sebuah fenomena yang multifaset, memiliki beragam sisi yang menuntut pemberitaan dari media (Januraga dan Harjana, 2020). Adalah tugas media pada kasus ini pula untuk memberitakan beragam dampak dan reaksi masyarakat atas pandemi Covid-19 dan penanganannya oleh pemerintah di Indonesia sebagai pengabdian perannya dalam berkontribusi memengaruhi kebijakan penanganan pandemi Covid-19 (Apriliyanti et al., 2021). Di sisi lain, kepentingan informasi yang beragam.

Berbagai riset dalam dunia medis menunjukkan konsensus pandangan di

antara para ahli medis bahwa Covid-19 adalah penyakit yang baru muncul (Sulistiyawati et al., 2021, p.164). Kendati memiliki berhubungan dekat secara tergolong dalam satu genus yang sama dengan virus-virus terdahulu seperti SARS dan MERS, Sars-CoV-2 (virus yang menyebabkan pandemi Covid-19) memiliki gejala-gejala yang tidak terdapat dalam keduanya. Di antara lain, pola penularan dari manusia ke manusia yang tinggi (Van Damme et al., 2020) membedakannya dengan SARS dan MERS yang hanya ditularkan dari hewan ke manusia. Hal ini menyebabkan pandemi Covid-19 sangat mudah menyebar dalam struktur masyarakat abad ke-21 yang memiliki tingkat mobilitas tinggi. Oleh karena itu, dampaknya pun juga menyebar ke berbagai sektor kehidupan masyarakat lainnya seperti ekonomi, isu-isu psikologis, dan industri 4.0 (Haleem et al., 2020), kendati tingkat fatalitas dan mortalitasnya yang relatif lebih rendah dari SARS dan MERS pada awal penularannya (Petrosillo et al., 2020)

Studi Tri Sakti et al. (2021) menuliskan bahwa sejak awal pandemi Covid-19, Indonesia dianggap sebagai salah satu negara dengan penanganan pandemi Covid-19 terburuk di Asia dan dunia. Hal ini dibuktikan dengan tingginya angka penularan per tujuh hari. Menurut statistika dari John Hopkins University, Indonesia dengan rata-rata 42.000 kasus per tujuh hari menempati peringkat keempat tertinggi di Asia (BBC, 2022).

Sakti et al. (2021) lebih lanjut menuliskan bahwa hal tersebut kemungkinan disebabkan oleh relatif tingginya sikap negatif masyarakat Indonesia terhadap kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang diterapkan pemerintah pusat. Sejumlah 686.892 cuitan Twitter dari total 1.934.596 cuitan (36 persen) pengguna Indonesia mengekspresikan sentimen bernada sedih, marah, atau khawatir atas kebijakan pemerintah yang dianggap kurang pro-masyarakat. Walau angka ini masih lebih kecil dari 1.002.947 cuitan (52 persen) yang bernada positif, hal ini membuktikan bahwa pemerintah Indonesia sejauh ini masih belum berhasil memformulasikan kebijakan penanganan pandemi yang pro-masyarakat.

Mouter et al. (2020) menuliskan bahwa partisipasi publik dalam bentuk masukan punya andil besar dalam formulasi kebijakan penanganan pandemi Covid-19 yang pro-publik. Otoritas berwenang pada saat yang bersamaan juga

diuntungkan karena masukan tersebut punya fungsi ganda sebagai evaluasi bagi kebijakan yang diterapkan selama ini. Di sisi lainnya, tindakan pencegahan penyebaran pandemi non-medis dapat dimaksimalkan dengan tingkat kepatuhan masyarakat yang tinggi. Namun, semuanya ini baru dapat berjalan jika masyarakat memiliki informasi yang cukup dan komprehensif terhadap kebijakan pemerintah dalam menangani pandemi Covid-19. Pendek kata, partisipasi publik dalam formulasi kebijakan yang merupakan karakteristik khas dari demokrasi baru dapat terlaksana jika masyarakat terinformasikan dengan baik.

Informasi yang bermutu dan mencakup semua isu pandemi Covid-19 dengan demikian menjadi penting untuk disajikan dalam rangka menciptakan masyarakat yang terinformasikan dengan baik. Media sebagai sarana informasi masyarakat punya peran besar dalam memastikan hak masyarakat untuk mengetahui tersebut terpenuhi. Hal ini terutama dalam menghadapi sebuah fenomena multifaset yang kompleks dan punya imbas pada berbagai sektor kehidupan masyarakat pandemi Covid-19. Oleh karena itu, penulis berargumen akan pentingnya melakukan penelitian mengenai korelasi keragaman konten media di Indonesia dan konsentrasi kepemilikan media dalam konteks pandemi Covid-19.

Penelitian ini akan meneliti apakah terjadi tren homogenisasi isu konten berita media dalam pemberitaan pandemi Covid-19 pada tiga konglomerasi media terbesar di Indonesia, yaitu MNC Group, Media Group, dan Kompas Gramedia Group. Ketiganya sebagai grup media terbesar dianggap sebagai perwakilan dari lanskap konsentrasi kepemilikan media yang relatif umum di Indonesia. Studi akan dilakukan dengan menganalisis representasi aktor, sudut pandang, sumber, dan struktur naratif konten media di platform media cetak, televisi, dan media daring utama ketiga grup. Walaupun kontekstualisasi akan dilakukan dengan menganalisis korelasi antara tren homogenisasi dan heterogenisasi konten media dengan konsentrasi kepemilikan media, penelitian ini tidak hendak mendeskripsikan secara rinci bagaimana tren homogenisasi dan heterogenisasi dapat muncul. Roessler (2007) berargumen bahwa tren ini pada proses pembentukannya dipengaruhi oleh pola kerja ruang redaksi dan distribusi konten media. Keterbatasan waktu dan sumber daya membuat penulis memutuskan untuk

tidak memasukkan dalam cakupan penelitian. Sebagai gantinya, penulis menyarankan agar studi terpisah mengenai situasi dan kondisi di mana tren homogenisasi dan heterogenisasi muncul dilakukan. Studi lanjutan ini sangat mungkin berfokus pada pola kerja ruang redaksi dan distribusi konten media, termasuk dalam ranah konvergensi media.

Objek studi berfokus pada produk berita dari ketiga platform utama ketiga grup media tersebut dalam bentuk artikel dan klip siaran berita. Produk berita berupa artikel akan diambil dari koran dan platform daring masing-masing media, sedangkan klip siaran berita televisi akan diambil dari kanal YouTube masing-masing platform. Seperti telah dijelaskan pula bahwa studi proses homogenisasi/heterogenisasi konten berita media tidak dimungkinkan karena pola konsentrasi kepemilikan yang telah berlangsung dari awal. Sebagai gantinya, penelitian akan meneliti pemberitaan berdasarkan periodisasi waktu peristiwa penting Covid-19 sepanjang periode Maret 2020 (awal Covid-19) hingga Maret 2022 (waktu kontemporer). Periodisasi ini diambil karena dianggap mewakili hal-hal penting yang seharusnya diberitakan media mengenai pandemi Covid-19 dan usaha penanganannya oleh otoritas berwajib dan semua pihak yang berkepentingan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Keragaman konten sebagai bagian dari pemenuhan tanggung jawab media akan hak masyarakat untuk tahu dan terinformasikan dengan baik terancam oleh pola konsentrasi kepemilikan yang terjadi di Indonesia. Urgensi permasalahan ini menjadi semakin jelas mempertimbangkan peran partisipatoris yang seharusnya dimainkan masyarakat dalam penanganan pandemi Covid-19. Peran ini hanya dapat dilakukan jika masyarakat sendiri telah terpenuhi hak untuk tahu dan terinformasikan dengan baiknya. Ancaman ini nyata lintas platform, tetapi kurangnya studi empiris mengenai korelasi keragaman konten media dan konsentrasi kepemilikan media membuatnya menjadi baru sebatas asumsi tanpa bukti.

Berkaca pada latar belakang dan permasalahan yang telah dijabarkan di atas, penulis merumuskan permasalahan:

Apakah terdapat tren homogenisasi konten media lintas platform dalam



pemberitaan pandemi Covid-19 yang memiliki korelasi dengan konsentrasi kepemilikan media di Indonesia?

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, pertanyaan penelitian dikembangkan sebagai premis yang lebih detail untuk pengembangan cakupan penelitian.

1. Apakah terdapat tren homogenisasi konten media lintas platform dalam pemberitaan Covid-19 Kompas Gramedia Group, MNC Group, dan Media Group?
2. Apa saja isu konten berita Covid-19 yang muncul dalam pemberitaan Kompas Gramedia Group, MNC Group, dan Media Group?
3. Apakah terdapat tren homogenisasi isu-isu konten berita Covid-19 dalam pemberitaan Kompas Gramedia Group, MNC Group, dan Media Group?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, tujuan penelitian dikembangkan sebagai target untuk dicapai dalam penelitian.

1. Mengetahui ada tidaknya tren homogenisasi konten media lintas platform pemberitaan Covid-19 di Kompas Gramedia Group, MNC Group, dan Media Group.
2. Isu-isu pemberitaan Covid-19 yang muncul dalam pelaporan pandemi Covid-19 Kompas Gramedia Group, MNC Group, dan Media Group.
3. Mengetahui ada tidaknya tren homogenisasi isu-isu konten berita Covid-19 dalam pemberitaan Kompas Gramedia Group, MNC Group, dan Media Group.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

Penulis telah menjabarkan di latar belakang bagaimana pentingnya meneliti korelasi keragaman konten media lintas platform dengan konsentrasi kepemilikan media sebagai bagian dari diskursus pemenuhan hak untuk tahu dan terinformasikan dengan baik masyarakat Indonesia.

Penulis juga telah menyatakan bahwa terdapat kekurangan studi secara empiris bahwa homogenisasi konten media sebagai lawan dari keragaman konten media benar-benar terjadi di Indonesia. Walaupun hal ini dapat disimpulkan dari adanya konsentrasi kepemilikan media di Indonesia, tetapi ada tidaknya tren homogenisasi konten media lintas platform di Indonesia masih harus dibuktikan secara empiris.

Penelitian ini diharapkan akan menjadi bukti empiris yang mengonfirmasi atau menyanggah asumsi homogenisasi konten media lintas platform di Indonesia. Seperti telah dijelaskan, keragaman konten media pada studi-studi terdahulu berkorelasi negatif dengan konsentrasi kepemilikan media. Namun, kurangnya studi empiris dalam lanskap media Indonesia yang punya tradisi konsentrasi kepemilikan yang unik dan berakar kuat merupakan sesuatu yang disayangkan. Bukti empiris lewat penelitian ini diharapkan akan mengisi celah tersebut pada studi keragaman konten media di Indonesia.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Korelasi keragaman konten media dengan konsentrasi kepemilikan media memiliki imbasnya pada pelaksanaan demokrasi di Indonesia. Ketika apa yang diberitakan media menjadi semakin sama, maka ada hal-hal lain di luar yang tidak diberitakan oleh media. Kebutuhan masyarakat akan informasi yang penting dan beragam pun otomatis tidak terpenuhi. Namun, seperti telah dijelaskan, kesimpulan ini baru dibangun berdasarkan inferensi terjadinya konsentrasi kepemilikan media secara nyata di Indonesia.

Penelitian ini dalam sifatnya sebagai studi empiris diharapkan dapat menyadarkan media akan kewajibannya untuk menyediakan konten yang beragam terutama. Konten beragam tersebut terutama dalam pemberitaan Covid-19. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat membuka diskusi di tengah masyarakat dan pemerintah mengenai apa yang dapat dilakukan untuk memecah konsentrasi kepemilikan media, yang memiliki korelasi negatif dengan keragaman konten media.

### **1.5.3 Kegunaan Sosial**

Pemberitaan media yang beragam menjadi bagian dari pemenuhan hak masyarakat untuk tahu oleh media. Lewat pengetahuan yang didapatkan dari pemberitaan media, masyarakat akan mampu menghadapi suatu fenomena dengan sikap dan respons yang baik. Hal ini terutama dalam mengurangi kepanikan dan ketidakpastian dalam hal menghadapi krisis kesehatan.

Penelitian ini diharapkan dapat membuka sudut pandang masyarakat Indonesia atas realita media di Indonesia dalam hal isu konten pemberitaan Covid-19. Lewat penelitian ini, masyarakat diharapkan dapat menilai secara empiris apakah haknya untuk tahu soal pandemi Covid-19 telah dipenuhi media dengan pemberitaan yang beragam atau belum. Dengan demikian, kepanikan dan ketidakpastian atas pandemi Covid-19 di masyarakat pun dapat berkurang.

### **1.6 Keterbatasan Penelitian**

Peneliti mengakui adanya keterbatasan dalam penelitian ini. Keragaman konten media memang merupakan salah satu syarat penting terciptanya masyarakat yang terinformasikan dengan baik. Hal ini tentunya penting dalam usaha membangun demokrasi di Indonesia. Namun, fokus penelitian ini semata hanya keragaman konten media sebagaimana yang tercermin dalam isi pemberitaan media mengenai pandemi Covid-19 saja. Spesifikasi fenomena empiris tersebut dengan demikian menyebabkan deskripsi keragaman isu konten media pada penelitian ini hanya terbatas pada berita soal pandemi Covid-19 saja. Hasil penelitian tidak dapat digunakan untuk generalisasi pada berita generik atau fenomena empiris lainnya, seperti pada kontestasi politik pemilihan umum di Indonesia atau penanganan bencana lainnya. Deskripsi keragaman konten media pada penelitian ini tidak berlaku pada tema pemberitaan lainnya atau secara umum. Kedua, fokus pada penelitian ini secara utama adalah pada level isu pemberitaan. Penelitian karena keterbatasan waktu dan alat instrumen penelitian terdahulu yang tersedia

tidak menyentuh pada sublevel keragaman konten media lainnya seperti keragaman aktor, sumber, atau cakupan geografis pemberitaan meski terdapat elemen tersebut pula yang dilibatkan dalam penelitian ini. Sebagai imbasnya, penelitian ini tidak dapat secara utuh mendeskripsikan keragaman aktor atau cakupan geografis yang ada dalam pemberitaan pandemi Covid-19 di Indonesia.

