

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media *online* adalah media massa yang tersaji secara *online* di sebuah situs web (*website*) internet.” Media *online* juga menghasilkan jurnalistik *online*”. Jurnalistik online menyebutnya cyber journalism didefinisikan sebagai pelapor fakta bisa disebut peristiwa yang diproduksi dan didistribusi melalui internet . Dengan adanya sebuah media informasi secara online dari sebuah peristiwa akan sangat cepat di dapat dan disampaikan oleh pemilik media untuk khalayak melalui sebuah pemberitaan media *online*. Media online dapat merubah informasi atau berita yang disebar luaskan lebih cepat dan mudah diakses kapan pun dan dimana pun oleh masyarakat dengan adanya koneksi internet. Hal ini membawa dampak perubahan tersendiri terhadap perilaku komunikasi baik komunikasi personal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa. Berita di media online disajikan semenarik mungkin agar menarik khalayak untuk membacanya.

Media sangat ikut berperan penting dalam pandangan khalayak dan mengarahkan kearah pendapat massa dengan melakukan produksi dan reproduksi isi media sebagai realitas, dari sebuah media sosial merefleksikan satu hal ruang informasi kini juga bukan hanya milik jurnalis media, akan tetapi juga masyarakat umum. Media masa kini telah membuka keran informasi mengalir bagai air. Internet telah membuka kesempatan kepada setiap orang diseluruh dunia untuk terhubung kepada internet, sehingga bisa mengakses informasi pemberitaan apapun di media sosial. Berdasarkan penjelasan tersebut, media massa sangatlah mempunyai peranan penting terhadap pengaruh makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas hasil awak media. Penelitian ini untuk melihat bagaimana sebuah media online membingkai isu dengan menggunakan metode analisis framing. Framing merupakan proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Framing juga bisa menyertakan penempatan sebuah informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar dari pada sisi yang lain. Analisis framing sebagai metode yang digunakan dalam penelitian ini termasuk paradigma konstruksi, dimana teks berita tidak dapat disampaikan sebagai hasil fotokopi dari realitas, melainkan berita itu dipandang sebagai konstruksi atas realitas.

Perkembangan teknologi saat ini sangat berkembang pesat terutama media online dikalangan masyarakat. Hal ini dikarenakan semakin mudahnya kita mengakses segala informasi

yang kita inginkan. Dengan adanya perkembangan tersebut media massa memanfaatkan media online untuk menyebarkan informasi yang dibutuhkan oleh target konsumen dengan cepat dan sangat mudah di konsumsi. Informasi yang disebarkan media ialah pemberitaan. Media online memberitakan tentang realitas dan isu yang terjadi dilingkungan sosial akhir-akhir ini Indonesia di hebohkan dengan adanya virus corona atau covid-19.



Gambar 1. 1 Daftar google trends Indonesia tentang berita tahun 2020

Pemberitaan mengenai penanganan Covid-19 di Indonesia menjadi salah satu trending pada tahun 2020 puncaknya pada bulan Maret dimana virus tersebut memasuki Indonesia pada pertengahan bulan. virus corona di awal tahun 2020 menyita perhatian dunia. Virus yang berasal dari sebuah kota kecil di cina yaitu wuhan dengan cepat melumpuhkan perekonomian cina dan menimbulkan banyak korban, virus ini pada akhirnya menyerang negara-negara akibat sebuah perpindahan manusia ke suatu tempat lainnya, termasuk Indonesia. Tidak butuh waktu terlalu lama, virus ini terus menyebar kepada orang membuat banyak orang meninggal dunia. Sehingga tim medis selaku garda terdepan yang menangani pasien positif virus corona merasa semakin kesulitan karena dengan banyaknya lonjakan yang semakin banyak juga membuat penderita tidak sepadan dengan jumlah tenaga medis. Dimana Jumlah kasus penderita virus corona yang positif di Indonesia terus meningkat semakin dalam waktu 1 bulan kasus terkonfirmasi sudah mencapai 3293 orang diseluruh Indonesia yang berdominasi wilayah DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur dan Banten (BNNPB, 2020).

Pandemi wabah virus corona telah berlangsung selama enam bulan di Indonesia, selama periode tersebut jumlah kasus positif harian yang terhitung Satgas penanganan virus corona (*covid-19*) semakin tinggi. Saat kasus ini pertama kali muncul pada bulan maret 2020, jumlah kasus hanya pada kisaran belasan hingga puluhan. Namun saat ini penambahan kasus harian tidak pernah turun dari angka ribuan perhari.

Maraknya penyebaran di media online tentang sebuah pemberitaan *covid-19* di Indonesia yang semakin hari kasusnya bertambah, “komunikasi massa adalah sasaran utama penyebaran pesan-pesan media massa”. Khalayak media massa sangatlah besar terdiri atas berbagai ragam individu dan kelompok yang berbeda-beda dan tersebar luas, memiliki berbagai kondisi dan kepentingan. Media massa biasanya menargetkan khalayak untuk mengonsumsi pesan-pesan media secara serempak dan terbuka.

Massa diajak untuk menyimak suatu berita yang dianggap penting. Maka dari itu, manajemen media mempunyai pendekatan tersendiri khusus atau metodologi khusus dalam menilai kualitas produk media yang baik untuk menilai kualitas isi media maupun untuk usaha media. Metode yang relevan dapat digunakan untuk mengukur kinerja media, seperti pengukuran *rating*. Media bukan hanya berperan dan berfungsi untuk pemberian informasi, hiburan, Pendidikan, dan sosial kontrol. Banyaknya kontroversi ada di media sosial terkait penyakit ini termasuk dalam pencegahan dan tata cara menghindar penyebaran virus, beberapa negara menerapkan sebuah kebijakan untuk memberlakukan *lockdown* dalam rangka mencegah penyebaran virus corona. Di Indonesia sendiri sudah memberlakukan pembatasan sosial berskala besar untuk mencegah penyebaran virus corona.

Khalayak menduga wabah hanya berdampak pada sebagian bidang kesehatan, namun setelah sebuah virus menyebar secara luas, akan mempengaruhi dalam bidang-bidang lain seperti bidang pariwisata, perjalanan, ekonomi, dan bisnis. Kejadian ini merupakan sebuah tantangan tersendiri untuk seorang jurnalis saat akan meliput, juga mempelajari semua tentang virus karena dengan adanya potensi membuat kesalahan jika sebuah informan akan didapatkan tidak sengaja yang berujung akan menyesatkan masyarakat. Sumber perantara terpercaya hanya untuk mengabaikannya, namun juga harus menyangkal sebuah informasi yang salah. Hal ini dilakukan dengan memikirkan apa yang dipercayai oleh *audiens*, seperti sumber berita terpercaya, menunjukkan empati terhadap masyarakat yang terkena dampak *covid-19*, ataupun menggunakan

bahasa dalam menyampaikan sebuah isu sesuai dengannya. Bahasa yang tepat sangat diperlukan untuk mematahkan stigma masyarakat. Wabah penyakit *covid-19* tidak bisa membedakan antara sebuah kebangsaan, suku dan sebagainya, jadi tidak ada alasan bagi jurnalis atau media online menyampaikan stigma yang dapat merugikan pihak tertentu.

Penelitian ini melihat media online yakni *kompas.com*, *Detik.com* dan *Republik.com* ketiganya tentu memiliki ideologi dan mekanisme masing-masing dalam mengelola sebuah organisasi media, terutama media online dalam hal pemberitaan. Alasan peneliti memilih media tersebut dikarenakan *Kompas.com*, *Detik.com* dan *Republik.com* dari banyak media online yang ada, paling sering dikunjungi menurut survei Roy Morgan (*Nataconnexindo*). Dengan ini Indonesia sangat dihebohkan dengan adanya virus corona media massa saat banyak memberitakan tentang virus tersebut terus menerus hingga membuat khalayak bertanya-tanya dengan adanya virus tersebut.

Setelah mengetahui pemaparan diatas, peneliti berupaya mencari tahu bagaimana pengemasan mengenai berita penanganan *covid-19* dengan analisis framing. Setelah hasil didapatkan, barulah mengetahui isu apa saja yang terkandung dalam sebuah berita tersebut. Penelitian memfokuskan sebuah berita penanganan *covid-19* di Indonesia pada media online *kompas.com*, *Detik.com* juga *Republika.com* media tersebut juga menjadi media yang memiliki oplah terbesar dan selalu mengikuti trending isu-isu sosial. Penelitian juga ingin mengetahui apakah analisis framing, media dalam melihat bagaimana pandangan media terhadap pemberitaan *covid-19* di Indonesia ? dimana hal tersebut terdapat kekhawatiran terjadi adanya isu-isu yang salah persepsi di kalangan masyarakat luas.

Framing pada akhirnya menentukan bagaimana realitas itu hadir di sebuah hadapan pembaca, Apakah yang akan diketahui tentang realitas sosial pada dasarnya tergantung pada bagaimana kita melakukan frame atas peristiwa yang memberikan pemahaman juga pemaknaan tertentu atas peristiwa. Analisis ini bisa dilakukan terhadap isu, teks, kalimat, gambar dari sebuah pemberitaan yang tersaji dalam media *kompas.com*, *Detik.com* dan *Republika.com* tersebut. Sebagai pendukung penelitian, maka metode untuk menganalisis permasalahan tersebut yakni analisis *framing* model Robert N. Entman untuk menganalisis berita tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam sebuah penelitian ini tentang “Bagaimana analisis *framing* media online kompas.com, detik.com dan republika.online dalam mengemas pemberitaan antisipasi pemerintah mengenai penanganan covid-19 di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan mengetahui *analisis framing* pemberitaan antisipasi pemerintah mengenai penanganan wabah *covid-19* di Indonesia pada sebuah media online kompas.com, Detik.com, juga Republika.online.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan didasari rumusan permasalahan diatas yaitu penelitian ingin mengharapkan dapat menjadi sumbangsih dan memberikan sebuah karya ilmiah yang bermanfaat untuk di persembahkan kepada pembaca umumnya dan bagi penulis khususnya diantaranya :

1.4.1 Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa mampu memperkaya pembelajaran dalam kajian ilmu komunikasi, khususnya bagi program studi komunikasi, juga diharapkan bisa menjadi refrensi mahasiswa komunikasi lebih dalam pada konsentrasi media online terkait analisis framing media, terhadap pemberitaan media manapun.

1.4,2 Manfaat praktis

Dapat memberikan gambaran umum terhadap praktik penerbitan berita di media online. Juga akan bisa menjadikan rujukan dan panduan bagi praktisi media online dalam menyajikan berita yang bersifat independent.