

ANALISIS *FRAMING* PEMBERITAAN MEDIA DARING TENTANG CITRA PEMERINTAH INDONESIA DALAM PENANGANAN PANDEMI COVID-19 (KOMPAS.COM DAN DETIK.COM)

Choirunnisak Fauziati

Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia Jakarta
Jl. Salemba Raya No.4, RW.5, Kenari, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia 10430
No. Telp. /HP: 08111456735
E-mail: cnfauziati@gmail.com

Naskah diterima pada tanggal 15 Juli 2020, direvisi tanggal 30 Agustus 2021, disetujui tanggal 6 September 2021

FRAMING ANALYSIS: THE IMAGE OF INDONESIAN GOVERNMENT IN THE HANDLING OF COVID-19 PANDEMIC IN ONLINE NEWS MEDIA (KOMPAS.COM AND DETIK.COM)

Abstract. *The COVID-19 pandemic is one of the historical events recorded in 21st century. Therefore, the performance of the Indonesian government in controlling this pandemic has become a major concern for media institutions. This study aimed to determine the framing of the issue and image of the Indonesian government in managing the COVID-19 pandemic in online news Kompas.com and Detik.com. The news reporting period began from March 2nd, 2020 (when the government announced the first COVID-19 cases, until June 30th, 2020, when the government eased the Large-Scale Social Restrictions (PSBB) and new normal policy. This study used Pan and Kosicki's framing analysis method with a constructivist paradigm. Pan and Kosicki's method utilized four elements of analysis: 1) syntactic structure, 2) script structure, 3) thematic structure, and 4) rhetorical structure, which represents the structural dimensions of a news story. The finding shows that in the issue of pandemic handling, Kompas.com focused more on health issues while Detik.com focused on economic issues. Meanwhile, the Indonesian government image tended to be negative with unclear policies, poor performance and incompetence in dealing with the COVID-19 pandemic problem.*

Keywords: *framing analysis, online news, government image, COVID-19.*

Abstrak. Pandemi COVID-19 merupakan salah satu peristiwa besar abad ke-21. Kinerja penanganan otoritas pemerintahan terhadap pandemi COVID-19 menjadi perhatian tersendiri bagi institusi media termasuk di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pembingkai media daring Indonesia (Kompas.com dan Detik.com) atas isu dan citra pemerintah dalam penanganan pandemi COVID-19. Periode pemberitaan yang diambil adalah pada masa awal pemerintah mengumumkan kasus positif yakni pada 2 Maret 2020 hingga masa pelonggaran Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan penerapan kebijakan *new normal* pada 30 Juni 2020. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivis dan menggunakan metode analisis *framing* Pan & Kosicki. Metode analisis *framing* Pan dan Kosicki melihat empat elemen analisis yakni 1) struktur sintaksis, 2) struktur skrip, 3) struktur tematis, dan 4) struktur retorik yang merepresentasi dimensi struktural sebuah berita. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari sisi isu penanganan pandemi, Kompas.com terlihat lebih fokus pada isu kesehatan sedangkan Detik.com lebih berfokus pada isu ekonomi. Sedangkan citra pemerintah cenderung dicitrakan secara negatif yakni sebagai otoritas yang kinerjanya tidak jelas, tidak konkret, tidak serius, dan tidak kompeten dalam menangani permasalahan pandemi COVID-19.

Kata kunci: analisis bingkai, berita daring, citra pemerintah, COVID-19.

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 merupakan salah satu peristiwa besar abad ini yang akan tercatat dalam sejarah dunia sebagaimana pandemi-pandemi lain yang menimpa umat manusia sebelumnya. Pandemi ini diawali infeksi dengan gejala menyerupai flu. COVID-19 pertama kali ditemukan di Kota Wuhan, Cina dan dilaporkan kepada *World Health Organization* (WHO) pada 31 Desember 2019. Penyakit yang disebabkan oleh virus SARS-CoV-2 ini kemudian dengan cepat mewabah ke berbagai negara di seluruh dunia termasuk Indonesia. WHO pada akhirnya menetapkan penyakit infeksi COVID-19 sebagai pandemi global pada tanggal 11 Maret 2020 karena telah menyebar luas di seluruh dunia.

Penanganan otoritas pemerintahan terhadap pandemi COVID-19 di negara masing-masing telah menjadi perhatian tersendiri bagi media. Peranan dan strategi pemerintah Indonesia dalam penanganan COVID-19 juga menjadi perhatian media-media Indonesia baik cetak, TV, radio, maupun media daring. Infeksi penyakit COVID-19 menjadi perhatian karena nilai beritanya yang cukup besar. Peristiwa pandemi suatu penyakit memenuhi hampir semua kriteria untuk nilai berita (Vasterman & Ruigrok, 2013) karena ini berkaitan dengan kepentingan banyak orang di berbagai aspek kehidupannya terutama keselamatan nyawa. Terlebih untuk wabah yang relatif baru sangat sulit untuk memprediksi seberapa cepat penyebarannya, seberapa serius gejalanya dan berapa banyak orang yang akan meninggal. Meski secara umum, para ahli mendiskusikan beberapa opsi yang berbeda, tetapi biasanya media memiliki bias yang mendukung skenario terburuk karena memiliki nilai berita yang lebih tinggi (Vasterman & Ruigrok, 2013).

Dibandingkan dengan resiko-resiko dalam kehidupan lainnya, sebuah pandemi memiliki “kekuatan” untuk diceritakan dalam berbagai format berita karena didalamnya terkandung ketakutan akan penularan yang mematikan sehingga latar belakang itu bisa dijadikan bingkai (*framing*) oleh media untuk

memberi makna pada fakta dan peristiwa (Vasterman & Ruigrok, 2013)

Hal lain yang membuat sebuah pandemi memiliki nilai berita yang tinggi adalah keterlibatan unsur politik, ekonomi, kebijakan kesehatan, dan kebijakan publik yang kemudian dibingkai (*framing*) oleh media dalam berbagai pemberitaan. Melihat *trend* kenaikan media berita daring dibandingkan media cetak, dalam studi ini akan diteliti *framing* dari dua media daring Indonesia yakni Kompas.com dan Detik.com. Studi dengan menggunakan analisis *framing* yang merupakan kelompok studi analisis wacana menurut (Hamad, 2007) mampu memberikan kebermanfaatannya yang tidak sedikit kepada perubahan sosial serta akan sangat berguna untuk kritik naskah.

Meski di Indonesia studi mengenai *framing* pemberitaan pandemi masih sangat terbatas, di luar negeri beberapa studi telah dilakukan untuk menyelidiki pembingkaiannya pemberitaan penanganan suatu wabah penyakit. Studi terkait *framing* yang dilakukan (Luther & Zhou, 2005) mengungkapkan dalam pemberitaan terkait pandemi SARS, ditemukan adanya *framing* tentang pertanggungjawaban, konsekuensi ekonomi, konflik kepemimpinan dan kepentingan publik dalam *framing* berita baik di Cina maupun Amerika Serikat. Namun bedanya, menurut (Luther & Zhou, 2005) Cina memberitakan secara lebih positif dibandingkan pemberitaan di Amerika Serikat. Ketika koran-koran di Amerika Serikat lebih banyak berfokus pada dampak negatif akibat wabah ini dan menyalahkan pemimpin Cina karena wabah SARS yang menyebar luas, koran-koran di Cina lebih banyak memberitakan tentang inisiatif dan kebijakan positif yang telah diambil pemerintah Cina untuk mengatasi dampak negatif wabah SARS.

Dari studi (Basnyat & Lee, 2015) yang menyelidiki *framing* pemberitaan wabah H1N1 di surat kabar Singapura terkait dengan informasi yang diberikan pemerintah, ditemukan empat tema besar yakni kasus impor, metafora perang, tanggung jawab sosial, dan kebijakan karantina (*lockdown*) baik dalam siaran pers yang dibagikan pemerintah maupun dari berbagai pemberitaan di media Singapura. (Basnyat & Lee, 2015)

menjelaskan bahwa sementara siaran pers memberikan informasi faktual tentang risiko infeksi, langkah-langkah yang tepat untuk diambil dan perkiraan waktu pandemi, bahasa militeristik kerap digunakan dalam membongkai informasi kesehatan masyarakat untuk menekankan tanggung jawab sosial, kasus impor, dan perlunya kewaspadaan melalui kebijakan karantina (*lockdown*). Meskipun tidak semua berita terkait langsung dengan siaran pers, liputan berita selanjutnya memperkuat, mendukung dan memperluas bahasa, kata-kata, frasa, dan sentimen yang ada dalam siaran pers. Pembongkai ini memberikan dua pelajaran yang bisa dipetik: 1) *Framing* berita di Singapura mirip dengan respons historis kesehatan masyarakat sebagai keamanan nasional, dan 2) *Framing* berita di Singapura menggambarkan hubungan ideologi kesehatan dan politik (Basnyat & Lee, 2015).

Studi terkait *framing* pemberitaan suatu bencana pandemi masih sangat terbatas di Indonesia, sehingga peneliti tergerak untuk meneliti mengenai *framing* pemberitaan media daring di Indonesia yakni Detik.com dan Kompas.com terkait penanganan pemerintah terhadap pandemi COVID-19. Alasan yang melatarbelakangi pemilihan dua media ini adalah karena Detik.com dan Kompas.com termasuk dua media yang merupakan pionir media berita daring di Indonesia. Dilansir dari laman resminya, Kompas.com pertama kali dirilis pada tahun 1995 dan berada dalam naungan Grup Kompas Gramedia yang merupakan salah satu pemimpin bisnis pemberitaan di Indonesia. Sedangkan Detik.com merupakan media berita daring yang berdiri sejak 1998 dan dikenal dengan jargon “tercepat dalam menyajikan berita” yang saat ini di bawah naungan Trans Media. Dari laman alexa.com yang merupakan situs pemeringkat kunjungan website diketahui bahwa pada tahun 2020 posisi Detik.com dan Kompas.com menduduki peringkat ke-5 dan ke-6 sebagai situs yang paling banyak dikunjungi di Indonesia.

Menurut (Hamad, 2007) studi dengan menggunakan analisis *framing* merupakan kelompok studi analisis wacana. Maka, pertanyaan penelitian yang coba dijawab adalah:

Bagaimana media daring di Indonesia membongkai isu penanganan pemerintah terhadap pandemi COVID-19?; Bagaimana pemerintah dicitrakan dalam pemberitaan di Harian Kompas terkait penanganan pandemic COVID-19?;

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pembongkai di media daring Indonesia (Kompas.com dan Detik.com) atas isu dan citra pemerintah dalam penanganan pandemi COVID-19 pada bulan Maret hingga Juni 2020.

LANDASAN KONSEP

Media massa adalah sumber informasi dan pengetahuan masyarakat (Long & Wall, 2012). Beberapa bentuk media massa misalnya adalah surat kabar cetak (koran), televisi, radio, dan media berita daring di era digital saat ini. (Spil & Suijkerbuijk, n.d.) mendefinisikan media berita daring sebagai surat kabar dalam format digital, yang dapat dicari secara komprehensif, cepat dan andal serta menawarkan sebuah cara untuk berbagi berita dan berkomunikasi secara interaktif dengan pelanggan. Di era digital saat ini surat kabar cetak mengalami tantangan besar dengan hadirnya media berita daring. Sirkulasi dan pendapatan surat kabar terus mengalami penurunan sedangkan pendapatan media berita daring terus mengalami kenaikan (Curran, 2018; Dekavalla, 2015). Perkembangan itu menunjukkan masyarakat di era digital lebih banyak mengakses media berita daring dibandingkan media berita cetak untuk mendapatkan informasi tentang berita terkini.

Masyarakat mendapatkan informasi berdasarkan apa yang disajikan oleh meja redaksi. Media massa dapat memberikan pengaruh yang cukup besar (*powerful effect*), dengan suatu persyaratan tertentu, dalam melakukan tindak komunikasi terhadap khalayak (Rusadi, 1994). Luther & Zhou, (2005) menyatakan bahwa dalam berita ada konstruksi realitas sosial di mana dalam membuat berita jurnalis membentuk realita yang merefleksikan ekonomi politik dan batasan ideologi dalam pekerjaannya. (Hamad, 2007) mengemukakan tiga tindakan yang dilakukan oleh media dalam

mengonstruksi realitas, yakni pemilihan simbol (fungsi bahasa), pemilihan fakta yang akan disajikan (strategi *framing*), dan kesediaan untuk memberikan tempat (*agenda setting*). Maka pemberitaan-pemberitaan yang beredar di banyak media sejatinya telah melalui proses *framing* atau pembingkaiannya sehingga informasi yang diterima oleh publik adalah informasi yang telah dipangkas, diramu, disusun, dan diolah sesuai tujuan yang dikehendaki redaksi.

(Pan, Z & Kosicki, 1993) menjelaskan bahwa *framing* adalah strategi membangun dan memroses wacana berita atau sebagai karakteristik dari wacana itu sendiri. Setiap media memiliki cara dalam membingkai suatu informasi dan menyampaikan kritik terhadap pemerintah. Terdapat tiga model strategi pembahasan yang dilakukan oleh media berita dalam mengupas sebuah peristiwa: 1) Model Jalan Tengah (MJT), yakni dengan menggugat secara tidak langsung, mengkritik tapi disampaikan dengan santun, berputar-putar, dan cenderung mengaburkan pesan yang hendak disampaikan; 2) Model Angin Surga (MAS), di mana media dalam mengupas sebuah peristiwa bukan mempertanyakan hal-hal tertentu tetapi lebih sebagai imbauan atau harapan; serta 3) Model Anjing Penjaga (MAP), yakni strategi pembahasan sebuah peristiwa yang bersifat terbuka dan menggunakan bahasa yang lebih berani (Hamad, 2004)

Pemberitaan terkait penanganan COVID-19 yang telah dibingkai (*framing*) oleh media tentu memberikan dampak terhadap citra (*image*) suatu lembaga, institusi tertentu, atau pemerintah. Gambaran atau persepsi individu terhadap orang, organisasi atau pemerintahan menurut (Cornelissen, 2014) muncul sebagai respon terhadap tanda atau pesan yang ditampilkan dalam waktu tertentu. Jefkins, (2005) menjelaskan bahwa citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. (Zhang & Benoit, 2009) menambahkan bahwa citra dapat dianggap sebagai persepsi seseorang atau sekumpulan orang terhadap orang lain, organisasi, atau pemerintah.

Pada skala yang lebih besar, citra pemerintah dapat terancam oleh krisis yang

tidak ditangani dengan baik, dan ini dapat berdampak pada kepercayaan yang dimiliki warga negara terhadap pemerintah serta kedudukan pemerintah di mata internasional (Peijuan, Ting & Pang, 2009). Sehingga bagaimana pemerintah menangani suatu krisis yang ditunjukkan melalui pesan, kata-kata, dan tindakan yang dilakukan oleh pemerintah penting untuk diperhatikan karena citra dipengaruhi oleh kata-kata dan tindakan (Benoit, 1997). Citra organisasi atau pemerintah juga dapat dipengaruhi oleh kata-kata dan tindakan para perwakilannya, dalam kasus penanganan krisis pandemi COVID-19 kita dapat memperhatikan bagaimana kata-kata dan tindakan presiden, wakil presiden, menteri kesehatan, dan juru bicara Kementerian Kesehatan dalam penanganan krisis COVID-19 ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menurut (Creswell, 2014) adalah bentuk penyelidikan deskriptif-interpretatif di mana peneliti menjelaskan dan membuat interpretasi tentang apa yang mereka teliti. Penelitian ini juga menggunakan paradigma interpretif atau konstruktivis yakni paradigma yang digunakan untuk memahami makna subjektif dari pengalaman yang bervariasi dan mengharuskan peneliti untuk mampu melihat kompleksitas dari pemaknaan tersebut (Creswell, 2014). Strategi penelitian yang digunakan adalah analisis *framing* (Pan, Z & Kosicki, 1993) yang melihat empat elemen analisis yakni struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematis, dan struktur retorik yang merepresentasi dimensi struktural sebuah berita. (Pan, Z & Kosicki, 1993) menjelaskan bahwa berita yang diterbitkan di media mengonstruksi batasan-batasan interpretasi masyarakat karena *framing* yang dilakukan membuat suatu pesan lebih menonjol dan menempatkan informasi lebih penting daripada yang lain sehingga khalayak tertuju pada informasi yang ditonjolkan tersebut. Metode analisis *framing* Pan & Kosicki terbagi menjadi empat struktur (Eriyanto, 2002) yaitu:

1. Struktur Sintaksis, terkait bagaimana wartawan menyusun peristiwa

- (pernyataan, opini, kutipan, dan pengamatan) ke dalam penulisan berita. Struktur yang diamati adalah *lead* berita, latar, *headline*, kutipan, dan sebagainya.
2. Struktur Skrip, terkait bagaimana wartawan menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. Versi asli struktur berita terdiri dari 5W+1H dalam penulisan berita, yaitu siapa, apa, kapan, di mana, mengapa dan bagaimana (Pan, Z & Kosicki, 1993).
 3. Struktur Tematik, terkait bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat, atau hubungan antarkalimat yang membentuk teks secara keseluruhan.
 4. Struktur Retoris, terkait bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang digunakan wartawan dalam berita bukan hanya untuk mendukung tulisan, namun juga menekankan arti tertentu kepada pembaca.

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan mengambil delapan berita untuk diteliti dari dua media berita daring yakni empat berita dari Detik.com dan empat berita dari Kompas.com. Berita yang dipilih adalah berita yang memiliki kata kunci “pemerintah/pemerintah Indonesia/presiden/wakil presiden”, “penanganan/kebijakan” dan “pandemi/COVID-19” sehingga isi berita diharapkan dapat mencerminkan kebijakan atau strategi penanganan pandemi COVID19 yang dilakukan pemerintah. Kurun waktu yang diambil adalah pada masa awal pemerintah mengumumkan kasus positif yakni pada bulan Maret 2020 hingga masa pelanggaran PSBB dan penerapan kebijakan *new normal* pada bulan Juni 2020.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan setidaknya ada beberapa peristiwa penting yang menyita perhatian publik terjadi dalam kurun waktu tersebut yang dibagi dalam beberapa sub pembahasan yakni: 1) Masa awal

Indonesia mengumumkan kasus positif; 2) Masa dilema kebijakan *lockdown*; 3) Masa pemerintah mewacanakan *new normal*; 4) Masa pelanggaran PSBB dan penerapan *new normal*. Untuk membahas hal tersebut, peneliti menggunakan analisis *framing* metode Pan dan Kosicki atas delapan berita yang bersumber dari Kompas.com dan Detik.com.

Masa Awal Indonesia Mengumumkan Kasus Positif

Berita Kompas.com menunjukkan pembingkai kinerja pemerintah yang negatif dalam penanganan virus corona (lihat Tabel 1). Hal ini terlihat dari struktur sintaksis di mana penggunaan judul yang memiliki tone negatif dan lead atau kepala berita yang berisi kritikan terhadap kinerja penanganan dan pencegahan virus corona.

Pembingkai pemerintah secara negatif juga terlihat dari struktur tematik di mana berita ditulis dalam tiga tema besar yang semuanya berisi kritikan terhadap pemerintah. Pada bagian awal, Kompas.com banyak menyajikan kritikan pengamat kebijakan publik atas kinerja pemerintah yang disebut “tidak memiliki kebijakan yang jelas” dalam situasi yang digambarkan sebagai “membahayakan”. Pada bagian tengah berita, pemerintah dituding terlalu fokus pada sektor ekonomi dan mengabaikan aspek kesehatan masyarakat. Sedangkan pada bagian penutup, Kompas.com menyoroti perbandingan terbalik respon serius dunia internasional dengan ketidakseriusan para pejabat pemerintah yang justru menjadikan virus corona sebagai bahan kelakar. Keberpihakan Kompas.com juga terlihat dengan hanya menggunakan satu orang narasumber yang mengkritik pemerintah dan menonjolkan pembingkai negatif tersebut dari awal hingga akhir berita.

Detik.com terlihat membingkai kinerja pemerintah secara negatif (lihat Tabel 2). Terlihat dari struktur sintaksis yakni penulisan judul dan lead atau kepala berita. Pembingkai itu juga terlihat dari struktur tematik yang menunjukkan bahwa pemerintah Indonesia gencar menarik wisatawan asing di tengah pandemi. Bahkan jurnalis juga mempertanyakan mengapa Presiden Jokowi “tetap ngotot” menarik banyak wisatawan asing meski Indonesia sudah positif terinfeksi

corona. Dari sisi retorika terlihat menonjolkan tujuan penyelamatan ekonomi lebih penting. Selain itu, jurnalis juga memunculkan pernyataan Menkes bahwa tidak semua negara terinfeksi virus corona sehingga masyarakat tidak perlu paranoid.

Hal ini menunjukkan ada kesan simplifikasi kasus corona yang berujung pada ketidakseriusan pemerintah dalam penanganan virus corona.

Pada masa awal, terlihat bahwa pemerintah dicitrakan Kompas.com dan Detik.com secara negatif.

Tabel 1
Hasil Analisis Framing 1 – Kompas.com

2/3/2020	Pemerintah Dinilai Tak Punya Kebijakan yang Jelas soal Penanganan Virus Corona				
Kalimat (S)	Proposisi	Sintaksis	Scrip	Tematik	Retorika
S1	Kritik atas kinerja penanganan dan pencegahan corona dari pengamat kebijakan publik Agus Pambagio	<i>Lead</i> (Piramida terbalik)	<i>Actor, Action</i>	Kritik terhadap Pemerintah atas pencegahan dan penanganan corona	"tidak memiliki kebijakan yang jelas" menunjukkan bahwa kinerja pemerintah dinilai negatif
S2	Pemerintah dinilai tidak memiliki kebijakan selain meminta berdoa dan menyatakan tidak ada yang positif	<i>Quotation</i>	<i>Why</i>		
S3-S4	Belum ada petunjuk untuk masyarakat yang merasa memiliki gejala dan tidak ada kontrol masuknya WNA ke Indonesia	<i>Supporting paragraph</i>	<i>What</i>		
S5	Tidak ada kebijakan konkret pemerintah untuk situasi yang membahayakan	<i>Supporting paragraph</i>	<i>What</i>		"membahayakan" menunjukkan kondisi corona di Indonesia
S6	Pendapat pengamat soal kebijakan pemerintah	<i>Quotation</i>	<i>How</i>		"berbahaya" dan "real policy"
S7	Pengamat menyoroti 34 bandara internasional yang tetap dibuka	<i>Quotation</i>	<i>How</i>		
S8-9	Pendapat pengamat tentang kebijakan pemerintah yang fokus pada sektor ekonomi	<i>Paraphrase</i>	<i>Why</i>	Pemerintah dianggap terlalu fokus pada sektor ekonomi	
S10	Pernyataan pengamat bahwa Indonesia sudah krisis	<i>Quotation</i>	<i>What</i>		"krisis" menunjukkan kondisi Indonesia
S11-S12	Data kasus corona secara global	<i>Transition</i>	<i>What, Data</i>	Penyikapan serius dunia atas isu corona vs ketidakseriusan pejabat RI	
S13-S16	Penyikapan dunia yang serius disandingkan dengan kelakar para pejabat RI	<i>Supporting paragraph</i>	<i>How</i>		"dunia sangat serius" disandingkan dengan kritik atas pejabat RI yang menjadikan sebagai bahan kelakar
S17	Kelakar Luhut	<i>Quotation</i>	<i>What</i>		
S18	Penjelasan mobil corona yang disebut Luhut	<i>Supporting paragraph</i>	<i>What</i>		
S19-S20	Penjelasan upaya pencegahan corona di Indonesia sejak Januari	<i>Supporting paragraph</i>	<i>How</i>		Menunjukkan bahwa pemerintah sudah melakukan beberapa upaya pencegahan

Sumber: Olah data Penulis

Tabel 2
Hasil Analisis Framing 2 – Detik.com

2/3/2020 Geger Corona, Kok RI Malah Tarik Banyak Wisman?					
Kalimat (S)	Proposisi	Sintaksis	Skrip	Tematik	Retorika
S1-S2	Jokowi mengumumkan kabar mengegerkan tentang 2 orang positif corona di Indonesia	<i>Lead</i>	<i>What</i>	Pengumuman 2 orang WNI positif corona di Indonesia	
S3-S4	Penutupan penerbangan dari dan ke Cina, tetapi Indonesia tertular dari turis Jepang	<i>Supporting paragraph</i>	<i>Where</i>	Indonesia gencar menarik wisatawan asing	Seolah membandingkan ketidakefektifan kebijakan penutupan penerbangan "gencar" dan "Jokowi tetap ngotot"
S5-S7	Pemerintah gencar menarik wisatawan asing	<i>Supporting paragraph</i>	<i>How</i>		
S8	Penjelasan terkait insentif wisatawan	<i>Quotation</i>	<i>Why, Reason</i>		
S9	Negara yang ditargetkan jadi wisatawan baru aman dari virus	<i>Supporting paragraph</i>	<i>Context</i>		
S10	Pernyataan Jokowi bahwa upaya tersebut untuk penyelamatan ekonomi	<i>Paraphrase</i>	<i>Why, Context</i>	Penyelamatan Ekonomi	"menyelamatkan perekonomian" mengindikasikan bahwa perekonomian jauh lebih penting daripada corona
S11	Keinginan Jokowi bahwa kasus terselesaikan tapi ekonomi baik	<i>Quotation</i>	<i>Why, Context</i>		
S12-S13	Menkes menyatakan negara target market wisatawan sudah dipilah dan masyarakat tidak perlu paranoid	<i>Supporting paragraph</i>	<i>What, Data</i>	Warga tidak perlu paranoid	"masyarakat tidak perlu paranoid" memiliki kesan simplifikasi kasus corona
S13-S17	Pernyataan Menkes bahwa tidak semua negara terkena virus corona, tidak perlu paranoid	<i>Quotation</i>	<i>Why, Context</i>		

Sumber : Olah data Penulis

Kompas.com secara nyata menonjolkan kritik dari banyak pihak atas kinerja pencegahan dan penanganan pandemi. Kompas.com juga membingkai citra pemerintah dengan menyatakan bahwa kinerja pemerintah dianggap tidak konkret dan tidak memiliki kebijakan yang jelas dalam situasi krisis kesehatan yang membahayakan. Selain itu, Kompas.com juga mengontraskan penyikapan serius dunia internasional dengan kelakar para pejabat pemerintah Indonesia yang menunjukkan ketidakseriusan atas pencegahan dan penanganan pandemi. Pada fase awal ini, Kompas.com lebih banyak membahas dari sudut pandang kesehatan, berbeda dengan Detik.com yang lebih banyak membahas dari sudut pandang ekonomi.

Detik.com memunculkan kritik dengan menonjolkan kebijakan pemerintah yang tetap melakukan promosi untuk menarik banyak wisatawan mancanegara ke Indonesia dengan alasan untuk penyelamatan ekonomi. Di fase awal ini, Detik.com terlihat mengkritik secara halus karena meskipun menempatkan judul yang cenderung provokatif namun dari sisi konten berita tidak terlalu memojokkan pemerintah bahkan hanya memuat narasumber dari sisi pemerintah. Detik.com di masa awal ini lebih cenderung berusaha "menenangkan" publik dan meredam kepanikan masyarakat.

Masa Dilema Kebijakan *Lockdown*

Dalam masa dilema kebijakan *lockdown*, Kompas.com menurunkan berita berjudul

“Ketua Dewan Guru Besar FKUI Sarankan Pemerintah *Lockdown* Daerah Terjangkit COVID-19” (lihat Tabel 3). Jurnalis menggunakan kata “Ketua Dewan Guru Besar FKUI” baik dalam judul maupun dalam penulisan berita terutama peletakannya pada bagian *lead* atau kepala berita seolah menunjukkan upaya Kompas.com untuk mendesak pemerintah memberlakukan *lockdown* dengan menunjukkan legitimasi pemberi saran yang merupakan seorang pakar dari universitas ternama. Selain itu terlihat dari struktur tematik bahwa jurnalis lebih banyak

membahas tentang urgensi *lockdown* dan keberhasilan Cina dalam menerapkan *lockdown* dibandingkan tentang pernyataan tim gugus tugas yang menyatakan bahwa pemerintah tidak akan menerapkan *lockdown*. Dalam penulisan beritanya, jurnalis juga menggunakan beberapa kata seperti “*physical distancing* belum konsisten”, “*physical distancing* tidak efektif”, dan “mudik dapat mengakibatkan situasi memburuk” sebagai bentuk keberpihakan jurnalis terhadap kebijakan *lockdown* di masa pandemi.

Tabel 3
Hasil Analisis Framing 3 – Kompas.com

27/03/2020 Ketua Dewan Guru Besar FKUI Sarankan Pemerintah Lockdown Daerah Terjangkit COVID-19						
Kalimat (S)	Proposisi	Sintaksis	Skrip	Tematik	Retorika	
S1	Siti Setiati menyarankan pemerintah melakukan <i>lockdown</i> parsial	<i>Lead</i>	<i>Actor, Action</i>	Urgensi <i>lockdown</i> parsial	"Ketua Dewan Guru Besar Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia"	
S2	<i>Lockdown</i> parsial bisa menjadi pilihan	<i>Supporting paragraph</i>	<i>How</i>			
S3	Penjelasan <i>lockdown</i> parsial	<i>Quotation</i>	<i>How</i>		" <i>physical distancing</i> belum konsisten"	
S4-S7	Alasan penerapan <i>lockdown</i> parsial	<i>Paraphrase</i>	<i>Why</i>			
S8	Penyebab <i>physical distancing</i> tidak efektif	<i>Quotation</i>	<i>Why</i>		"tidak efektif"	
S9	Mudik bisa menyebabkan situasi memburuk	<i>Paraphrase</i>	<i>What</i>		"memburuk"	
S10	Melandaikan kurva dan memperlambat proses penularan agar menekan beban RS	<i>Quotation</i>	<i>How</i>			
S11	Cina berhasil terapkan <i>lockdown</i>	<i>Paraphrase</i>	<i>How</i>	Keberhasilan Cina dalam		
S12	<i>Lockdown</i> di Cina menurunkan kasus 37%	<i>Quotation</i>	<i>Data</i>	<i>lockdown</i>	"menurunkan kasus 37%"	
S13-S14	Keberhasilan <i>lockdown</i> Cina	<i>Supporting paragraph</i>	<i>How</i>			
S15-S16	Nasib pekerja harian harus diperhatikan selama <i>lockdown</i>	<i>Transition</i>	<i>How</i>			
S17	Negara perlu menjami hajat hidup pekerja harian	<i>Supporting paragraph</i>	<i>How</i>			
S18-S19	Data kasus positif corona	<i>Transition</i>	<i>How</i>			
S20	Penambahan kasus positif corona	<i>Quotation</i>	<i>Data</i>			
S21	Data kasus baru	<i>Supporting paragraph</i>	<i>Data</i>			

S22-S23	Ketua Gugus Tugas menyatakan berdasarkan instruksi Presiden Jokowi <i>lockdown</i> tidak akan dilakukan	<i>Paraphrase</i>	<i>Actor, Action</i>	Pemerintah tegaskan tidak akan <i>lockdown</i>
S24	Pernyataan tentang tidak akan <i>lockdown</i>	<i>Quotation</i>	<i>What</i>	
S25-S28	<i>Lockdown</i> kebijakan pemerintah pusat, daerah tidak boleh menetapkan <i>lockdown</i>	<i>Paraphrase</i>	<i>What</i>	"kebijakan pemerintah pusat"

Sumber : Olah data Penulis

Liputan jurnalis Detik.com ini (lihat Tabel 4) menggunakan judul yang bersifat subjektif dan cenderung provokatif di mana penggunaan kata “Corona Makin Merajalela” dan “Jangan Ragu *Lockdown!*” yang disertai tanda seru. Dalam penulisan berita, subjektifitas wartawan juga terlihat sejak dari penulisan *lead* yang menggunakan retorika seperti “virus corona semakin menyebar” dan “opsi *lockdown* kian gencar disuarakan”. Selain itu keberpihakan juga ditunjukkan karena berita ditulis hanya menggunakan narasumber dari satu sisi yang pro dengan kebijakan *lockdown* antara lain peneliti LP3ES dan INDEF. Dari struktur tematik juga terlihat bahwa tiga tema yang diusung semuanya menunjukkan keberpihakan pada kebijakan *lockdown* dan

menunjukkan kritik terhadap pemerintah yang menolak usulan JK untuk menerapkan *lockdown*. Bahkan dari retorika juga terlihat penggunaan kata seperti “JK bukan orang baru di pemerintahan” dan “bahkan lebih berpengalaman dibanding penghuni Istana Negara yang sekarang” menunjukkan delegitimasi pemerintah sekaligus kritik atas pemerintah yang dianggap tidak berpengalaman dibandingkan JK dalam mengambil keputusan-keputusan penting termasuk kebijakan *lockdown* ini. Selain itu, jurnalis juga memasukkan data-data seperti misalnya riset big data INDEF dari “135 ribu orang” dan “66,28% setuju untuk *lockdown*” yang mendukung keberpihakannya pada kebijakan *lockdown*.

Tabel 4
Hasil Analisis *Framing* 4 – Detik.com

4/4/20 Pak Jokowi Corona Makin Merajalela, Jangan Ragu Lockdown!						
Kalimat (S)	Proposisi	Sintaksis	Skrip	Tematik	Retorika	
S1-S3	Virus corona semakin menyebar, opsi <i>lockdown</i> semakin gencar disuarakan	<i>Lead paragraph (piramida terbalik)</i>	<i>What</i>	LP3ES sarankan <i>lockdown</i>	“menyebar”, “gencar disuarakan”	
S4-S6	LP3ES menganggap pemerintah terlalu angkuh untuk tidak <i>lockdown</i>	<i>Supporting paragraph</i>	<i>Why</i>			
S7-S8	Pemerintah terlihat keras kepala	<i>Quotation</i>	<i>Why</i>			
S9-S11	Perlambatan ekonomi tak bisa dicegah harus diselesaikan dengan <i>lockdown</i> untuk mencegah wabah semakin meluas	<i>Supporting paragraph</i>	<i>How</i>			

S12-S13	Saran Jusuf Kalla (JK) untuk <i>lockdown</i> ditolak pemerintah	<i>Supporting paragraph</i>	<i>What</i>	Desakan diikuti saran JK untuk <i>lockdown</i>	“bukan orang baru di pemerintahan,” merujuk JK dan “bahkan lebih berpengalaman dibanding penghuni Istana Negara yang sekarang” merujuk pemerintah
S14-S15	Desakan untuk ikuti saran JK	<i>Quotation</i>	<i>Why</i>		“tidak ada penghuni istana yang lebih berpengalaman daripada JK”
S16-S17	Presiden jangan ragu untuk <i>lockdown</i> mayoritas masyarakat setuju	<i>Paraphrase</i>	<i>Why</i>	Urgensi <i>lockdown</i> menurut INDEF	“mayoritas masyarakat”
S18	Penekanan untuk pemerintah jangan ragu	<i>Quotation</i>	<i>Why</i>		
S19	Data riset INDEF	<i>Supporting paragraph</i>	<i>Data</i>		“riset big data” “135 ribu orang”
S20	Penjabaran data riset INDEF	<i>Quotation</i>	<i>Data</i>		“66,28% setuju <i>lockdown</i> ”
S21-S24	Alasan pentingnya <i>lockdown</i> menurut INDEF	<i>Paraphrase</i>	<i>Why</i>		
S25-S26	Penyelamatan ekonomi dengan mencegah wabah meluas	<i>Quotation</i>	<i>How</i>		

Sumber : Olah data Penulis

Pada masa ini, Kompas.com dan Detik.com memiliki pembingkaiannya serupa yakni mendorong pemerintah menetapkan kebijakan karantina wilayah atau *lockdown*. Hal ini terlihat jelas baik dari judul maupun isi berita. Perbedaan terlihat dari sudut pandang penulisan berita, Kompas.com sekali lagi lebih menekankan pada aspek kesehatan dengan menampilkan narasumber Ketua Dewan Guru Besar FK UI yang mengangkat isu bahwa *physical distancing* tidak efektif serta menonjolkan keberhasilan Cina dalam menangani penyebaran virus dengan menerapkan kebijakan *lockdown*. Sedangkan Detik.com lebih menonjolkan aspek ekonomi di mana narasumber yang digunakan berasal dari LP3ES dan INDEF yang keduanya merupakan lembaga penelitian yang berfokus di bidang ekonomi. Argumen-argumen yang dibangun dalam pemberitaan antara lain perlambatan ekonomi tak bisa dicegah dan *lockdown* harus diberlakukan untuk mencegah wabah semakin meluas dan memperburuk dampak ekonomi. Jurnalis juga memunculkan angka-angka besar seperti ketika menyatakan hasil riset yang menyatakan “66,28% masyarakat setuju *lockdown*” dari jumlah responden “135 ribu orang”. Penggunaan data

hasil penelitian dalam jumlah besar ini menunjukkan pembingkaiannya bahwa masyarakat mendukung kebijakan *lockdown*. Pembingkaiannya semakin terlihat ketika jurnalis membangun argumen agar pemerintah mengikuti saran Jusuf Kalla (JK) untuk menetapkan *lockdown* di mana JK disebut dalam berita sebagai “bukan orang baru di pemerintahan” dan “bahkan lebih berpengalaman dibanding penghuni Istana Negara yang sekarang”. Sehingga terlihat bahwa pembingkaiannya yang dibangun Detik.com adalah pemerintah yang dicitrakan sebagai pihak yang tidak berpengalaman dan tidak kompeten dibandingkan JK.

Masa Pemerintah Mewacanakan *New Normal*

Jurnalis Kompas.com dalam penulisan berita ini menunjukkan keberpihakan dalam pembuatan judul dan penulisan berita (lihat Tabel 5). Kompas.com menggunakan judul “Peneliti UGM” sebagai legitimasi yang mendukung keberpihakan jurnalis agar kebijakan *new normal* tidak diterapkan secara terburu-buru. Pada penulisan berita, bagian kepala berita menjelaskan tentang *herd immunity* yang ramai diperbincangkan sejak

ada wacana *new normal*. Dalam paragraf pembuka, jurnalis menuliskan bahaya dan dampak negatif strategi *herd immunity* yang dianggap dapat “menelan banyak korban”. Terlebih, dalam menuliskan berita, terlihat dari struktur tematik jurnalis mengaitkan *herd*

immunity yang dikhawatirkan masyarakat dengan kebijakan *new normal* dengan menggunakan legitimasi peneliti UGM sebagai narasumber tunggal dalam berita tersebut.

Tabel 5
Hasil Analisis Framing 5 – Kompas.com

04/06/2020	Peneliti UGM Berharap Pemerintah Tak Buru-buru Terapkan New Normal Bulan Juli				
Kalimat (S)	Proposisi	Sintaksis	Skrip	Tematik	Retorika
S1	<i>Herd immunity</i> menjadi perbincangan sejak ada wacana <i>new normal</i>	<i>Lead</i>	<i>What</i>	<i>Herd immunity</i>	
S2	<i>Herd immunity</i> bisa menelan banyak korban	<i>Supporting Paragraph</i>	<i>Why</i>		“menelan banyak korban”
S3	Untuk mencapai kekebalan kelompok sebagian besar populasi harus memiliki kekebalan terhadap penyakit	<i>Paraphrase</i>	<i>Context</i>		
S4	Siklus hidup virus	<i>Quotation</i>	<i>Context</i>		
S5-S6	Dua cara menciptakan kekebalan kelompok	<i>Paraphrase</i>	<i>How</i>	Dampak <i>herd immunity</i>	
S7	Perkembangan vaksin COVID masih jauh	<i>Quotation</i>	<i>Context</i>		
S8-S10	Kekebalan yang didapatkan ketika terinfeksi	<i>Supporting Paragraph</i>	<i>Context</i>		
S11	<i>Herd immunity</i> sangat beresiko	<i>Paraphrase</i>	<i>Context</i>		“sangat beresiko:
S12-S13	<i>Herd immunity</i> membawa banyak korban jiwa	<i>Supporting Paragraph</i>	<i>Causal effect</i>		“banyak korban jiwa”
S14	Masyarakat tidak boleh dibiarkan bebas	<i>Paraphrase</i>	<i>Causal effect</i>		
S15	Pelonggaran PSBB dan <i>New Normal</i> dianggap <i>Herd Immunity</i>	<i>Transition</i>	<i>What</i>	Penerapan <i>new normal</i>	“dianggap <i>herd immunity</i> ”
S16-S17	Salah kaprah <i>new normal</i>	<i>Paraphrase</i>	<i>Context</i>		“salah kaprah <i>new normal</i> ”
S18-S19	<i>New normal</i> tetap menerapkan protokol kesehatan	<i>Supporting Paragraph</i>	<i>Context</i>		
S20-S21	<i>Herd immunity</i> , pembatasan sosial, dan kampanye perubahan perilaku	<i>Quotation</i>	<i>Context</i>		
S22-S25	Beresiko gagal karena belum ada bukti kekebalan COVID-19 pasca terinfeksi	<i>Paraphrase</i>	<i>Context</i>	Pemerintah jangan terburu-buru terapkan <i>new normal</i>	“beresiko gagal”
S26-S28	Pemerintah diharapkan tidak terburu-buru implementasikan <i>new normal</i> karena tren infeksi COVID-19 terus naik	<i>Paraphrase</i>	<i>Why</i>		
S29-S30	<i>New normal</i> diterapkan setelah ada penurunan kasus secara signifikan dan positif	<i>Quotation</i>	<i>Context</i>		
S31	Jika <i>new normal</i> diterapkan Juli pemerintah harus siap jika ada penambahan kasus baru	<i>Paraphrase</i>	<i>Causal effect</i>		

Sumber : Olah data Penulis

Pemilihan kata-kata seperti “sangat beresiko”, “banyak korban jiwa”, “salah kaprah *new normal*”, dan “berisiko gagal” menunjukkan bahwa pembingkai atas kebijakan *new normal* adalah negatif.

Detik.com juga menerbitkan berita tentang new normal dengan judul yang serupa dengan berita Kompas.com pada Tabel 5 (lihat Tabel 6). Penulisan kepala berita juga cenderung sama yakni dengan menggunakan kata “terburu-buru” dalam penerapan *new normal* dan keterangan tentang “penyebaran virus COVID-19 masih tinggi”. Kutipan pernyataan dari INDEF ditampilkan untuk mendukung argumen bahwa kebijakan *new normal* masih terlalu dini. Pada *supporting paragraph* juga dituliskan adanya “673 kasus baru” untuk menekankan bahwa kondisi penyebaran COVID-19 belum cukup ideal untuk memulai new normal. Meski demikian, terlihat dari struktur tematik penulisan berita Detik.com berusaha untuk memenuhi prinsip berimbang dengan menghadirkan narasumber

lain yakni pengamat ekonomi yang menjelaskan dari sisi pemerintah yakni bahwa pemerintah berada di posisi yang dilematis karena ekonomi nasional merosot.

Di masa ini terlihat Kompas.com dan Detik.com serupa dalam membingkai citra pemerintah yakni bahwa pemerintah terburu-buru dalam menetapkan kebijakan kenormalan baru atau *new normal*. Namun dalam pembingkai ini, Detik.com terlihat memberikan pemakluman dengan menonjolkan sisi dilematis pemerintah antara kesehatan dan ekonomi di mana disebutkan bahwa “pelonggaran PSBB adalah jalan tengah”. Sedangkan Kompas.com terlihat konsisten menolak kebijakan *new normal* ini meskipun dengan gaya model jalan *angina surge* yang menekankan pada imbauan dan harapan. Perbedaan lainnya, sekali lagi terletak pada sudut pandang penulisan berita di mana Kompas.com tetap menitikberatkan pada aspek kesehatan sedangkan Detik.com

Tabel 6
Hasil Analisis Framing 6 – Detik.com

8/6/2020 Corona Masih Menyebar, Pemerintah Terburu-buru Mulai New Normal?							
Kalimat (S)	Proposisi	Sintaksis	Skrip	Tematik	Retorika		
S1-S2	Penerapan <i>new normal</i> dinilai terlalu terburu-buru	<i>Lead</i>	<i>What</i>	Penerapan <i>new normal</i> terburu-buru	penggunaan kata "terburu-buru" dan "penyebaran virus masih tinggi"		
S3	Angka kasus masih tinggi	<i>Quotation</i>	<i>Why</i>				
S4-S6	Data penambahan kasus baru corona di Indonesia	<i>Supporting paragraph</i>	<i>Data</i>		673 kasus baru		
S7-S9	Pemerintah tidak ingin ekonomi merosot	<i>Paraphrase</i>	<i>Why, Context</i>	Dilema antara ekonomi dan kesehatan	"dilematis" pada kondisi	merujuk	
S10	Dilema pemerintah	<i>Quotation</i>	<i>Why, Context</i>				
S11	Pelonggaran PSBB menjadi jalan tengah	<i>Supporting paragraph</i>	<i>Context</i>	Pelonggaran PSBB dengan protokol kesehatan			
S12	Pelonggaran PSBB diiringi protokol kesehatan	<i>Quotation</i>	<i>Context</i>				
S13-S14	Membentuk satgas khusus penerapan protokol kesehatan	<i>Paraphrase</i>	<i>Context</i>				
S15	Jika kasus positif bertambah maka PSBB diberlakukan kembali	<i>Quotation</i>	<i>Context</i>		Kasus bertambah akan menjadi penyebab PSBB diberlakukan kembali		

Sumber : Olah data Penulis

menekankan aspek ekonomi. Hal ini dapat terlihat dari isi berita di mana Kompas.com banyak memuat kutipan dari peneliti dan dosen FK UGM yang berbicara banyak mengenai strategi *herd immunity* yang banyak menelan korban jiwa. Strategi *herd immunity* ini sempat viral di media sosial dan disebut sebagai strategi yang digunakan pemerintah dibalik penerapan *new normal*. Sedangkan Detik.com lebih banyak memuat kondisi dilematis pemerintah antara kesehatan dan ekonomi. Detik.com terlihat berusaha berimbang dengan menghadirkan dua narasumber yang pro *new normal* dari sisi pengamat ekonomi dan yang kontra *new normal* dari peneliti INDEF.

Masa Pelonggaran PSBB dan Penerapan New Normal

Jurnalis Kompas.com menuliskan judul berisi seruan Presiden Jokowi bahwa tugas

menghadapi corona belum berakhir dan mengingatkan agar jangan sampai terjadi gelombang kedua COVID-19 (lihat Tabel 7). Pada bagian lead juga berisi hal yang senada berupa seruan dan himbauan dari Presiden Jokowi. Berita ini hanya memuat satu narasumber yakni Presiden Jokowi dan dari struktur tematik terlihat bahwa tema pembahasan hanya ada dua hal yakni: 1) seruan bahwa tugas menghadapi COVID-19 belum berakhir dan 2) himbauan untuk beradaptasi dengan COVID-19 sampai vaksin ditemukan. Di bagian akhir jurnalis menutup berita dengan memaparkan data terkini perkembangan COVID-19 dengan menyebut “penambahan kasus tertinggi sejak 2 Maret” terjadi pada sehari sebelumnya, seolah menunjukkan ada pengontrasan atau situasi yang berkebalikan dengan kondisi *new normal* yang diterapkan presiden.

Tabel 7
Hasil Analisis Framing 7 – Kompas.com

10/06/2020	Jokowi: Tugas Belum Berakhir, Jangan Sampai Terjadi Gelombang Kedua COVID-19					
Kalimat (S)	Proposisi	Sintaksis	Skrip	Tematik	Retorika	
S1-S2	Presiden Jokowi mengingatkan tugas menghadapi COVID-19 belum berakhir meski sudah memasuki masa <i>new normal</i>	<i>Lead</i>	<i>Actor, Action</i>	Tugas memerangi COVID-19 belum berakhir	"tugas menghadapi COVID-19 "	
S2	Penekanan kembali bahwa ancaman COVID-19 masih ada	<i>Quotation</i>	<i>Actor, Action</i>		"Ancaman"	
S3-S4	Penggambaran kondisi daerah yang berbeda-beda	<i>Supporting paragraph</i>	<i>What</i>			
S5	Presiden mengingatkan agar jangan sampai gelombang kedua terjadi	<i>Quotation</i>	<i>Actor, Action</i>		"mengingatkan"	
S6	Protokol kesehatan diterapkan sampai vaksin ditemukan	<i>Supporting paragraph</i>	<i>How</i>	Hidup berdampingan dengan COVID-19		
S7	Presiden meminta agar beradaptasi dengan COVID-19	<i>Quotation</i>	<i>Actor, Action</i>		"beradaptasi"	
S8-S10	Data penambahan COVID-19 tertinggi	<i>Supporting paragraph</i>	<i>Data</i>		Jurnalis memaparkan data dengan menyebut "penambahan kasus tertinggi sejak 2 Maret" sebagai penutup yang seolah kontras dengan tulisan diatas	

Sumber : Olahan Penulis

Detik.com menerbitkan berita yang hampir sama dengan Kompas.com (Tabel 7) pada 10 Juni 2020 (lihat Tabel 8). Meski demikian, pada penulisan *lead* berita, jurnalis detik.com menggunakan kata “mewanti-wanti” yang menunjukkan keseriusan Jokowi dalam ancaman gelombang kedua pandemi COVID-19. Dari struktur tematik juga terlihat pembagian dua tema yang sama yakni soal ancaman gelombang kedua dan himbauan untuk beradaptasi dengan COVID-19 sampai vaksin ditemukan. Penutup berita juga serupa dengan terbitan jurnalis Kompas.com yang memaparkan data penambahan kasus positif COVID-19 yang terlihat kontras dengan

penerapan *new normal*. Dalam pemberitaan di masa ini terlihat pembingkai Kompas.com dan Detik.com cenderung serupa. Judul dan isi berita sama-sama menunjukkan tentang peringatan Presiden Jokowi bahwa tugas melawan ancaman virus corona belum selesai. Hampir keseluruhan berita dipenuhi kutipan dan parafrase pernyataan Presiden Jokowi meski di bagian penutup seolah kontras dengan bagian sebelumnya, terlihat ada penyajian data kenaikan kasus positif COVID-19. Sehingga terlihat bahwa di masa ini baik Kompas.com dan Detik.com pada akhirnya cenderung berusaha untuk berimbang dan tidak mengkritisi kebijakan pemerintah.

Tabel 8
Hasil Analisis Framing 8 – Detik.com

10/06/2020 Jokowi Ingatkan Ancaman Corona Masih Ada: Jangan Sampai Terjadi Gelombang 2					
Kalimat (S)	Proposisi	Sintaksis	Skrip	Tematik	Retorika
S1-S2	Presiden Jokowi mewanti-wanti soal gelombang kedua corona	<i>Lead</i>	<i>What</i>	Gelombang kedua COVID-19	"mewanti-wanti" wujud keseriusan Jokowi
S2-S3	Ancaman corona masih ada	<i>Quotation</i>	<i>Why</i>		"ancaman corona"
S4-S5	Jokowi tidak ingin ada lonjakan kasus	<i>Paraphrase</i>	<i>Context</i>		
S6-S7	Situasi ini akan dihadapi sampai vaksin ditemukan	<i>Quotation</i>	<i>Why</i>	Beradaptasi dengan COVID-19	
S8-S9	Jalan panjang produksi vaksin	<i>Supporting paragraph</i>	<i>Context</i>		
S10-S11	Beradaptasi dengan COVID-19	<i>Quotation</i>	<i>How</i>		"beradaptasi dengan COVID-19 "
S12-S13	Data penambahan COVID-19	<i>Supporting paragraph</i>	<i>Data</i>		

Sumber : Olah data Penulis

PENUTUP

Simpulan

Dari hasil analisis *framing* yang telah didiskusikan sebelumnya terlihat bahwa media daring (Kompas.com dan Detik.com) memiliki perbedaan dalam pembingkai isu. Kompas.com lebih membingkai penanganan pandemi dengan isu kesehatan, sedangkan Detik.com lebih sering menitikberatkan penanganan pandemi terkait akan isu ekonomi. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan ideologi yang mewarnai pembingkai berita

Kompas.com dan Detik.com dalam penulisan berita di masa pandemi COVID-19. Ideologi menurut Althusser (seorang pemikir strukturalis) dalam (Karman, 2012) merupakan representasi dari pengalaman individu sejak lahir. Dengan konsep ini maka ideologi media merupakan nilai-nilai yang berkembang sejak media didirikan, dianut, dan diimplementasikan dalam institusi media. Ideologi ini akan mewarnai bagaimana suatu berita dikonstruksi oleh para jurnalis untuk disampaikan kepada publik (Rusadi, 2015).

Dari struktur sintaksis di bagian judul berita, jurnalis Detik.com sering kali menggunakan judul yang lebih provokatif dibandingkan Kompas.com, antara lain dengan menggunakan judul yang menggunakan tanda seru misalnya dalam berita berjudul “Pak Jokowi, Corona Makin Merajalela, Jangan Ragu *Lockdown!*” atau berupa pertanyaan retoris misalnya pada berita berjudul “Corona Masih Menyebar, Pemerintah Terburu-buru Mulai *New Normal?*”. Penulisan judul provokatif ini selain menunjukkan arah pembingkai dan keberpihakan Detik.com juga menunjukkan adanya fenomena persaingan antarmedia daring yang saling berlomba-lomba membuat judul yang terkesan provokatif dan bombastis agar menarik minat khalayak untuk membaca berita tersebut. Dari struktur skrip, juga ditemukan bahwa mayoritas berita daring tidak memuat unsur 5W+1H secara lengkap. Hampir semua berita yang diteliti memiliki unsur yang tidak lengkap, sehingga penyajian informasi berita menjadi tidak mendalam.

Dari hasil analisis *framing* tersebut terlihat bahwa Kompas.com dan Detik.com memiliki kesamaan dalam membingkai pemberitaan kaitannya dengan citra pemerintah dalam menangani pandemi COVID-19. Penanganan pandemi COVID-19 lebih digambarkan sebagai tanggung jawab pemerintah pusat secara umum, alih-alih Menkes, Ketua Gugus Tugas, ataupun Presiden. Presiden Jokowi lebih sering ditempatkan sebagai pihak yang memberikan himbauan, arahan, pengumuman, atau peringatan dibandingkan hal-hal yang bersifat penanganan secara teknis. Sehingga citra Presiden Jokowi secara personal lebih sering dibingkai secara positif dan kritikan negatif lebih sering dialamatkan kepada “pemerintah”. Secara keseluruhan, dalam pembingkai isu di media Kompas.com dan Detik.com, pemerintah cenderung dicitrakan secara negatif. Pemerintah dicitrakan sebagai otoritas yang berkinerja tidak jelas, tidak konkret, tidak serius, dan tidak kompeten dalam menangani permasalahan pandemi COVID-19. Meski demikian, dalam penulisan berita jika merujuk pada konsep model strategi pembahasan berita (Hamad, 2004), maka penulisan berita Kompas.com dan Detik.com di

masa pandemi cenderung menggunakan model jalan tengah yang lebih menyerukan himbauan dibandingkan model anjing penjaga yang banyak memberikan kritik tajam.

Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya mengambil periode Maret – Juni 2020 sedangkan pandemi terus berlangsung sampai waktu yang tidak diketahui. Dari sisi akademis, studi lanjutan dapat dilakukan dengan kurun waktu lebih panjang. Hal tersebut dapat dilakukan juga dengan mendalami komunikasi forensik aktor-aktor pemerintah dalam pemberitaan terkait pandemi atau studi yang mendalami kaitan antara ideologi media dan konstruksi realitas di media. Dari sisi praktis, media daring diharapkan dapat memperhatikan struktur penulisan dan menjunjung tinggi netralitas dalam penulisan berita.

DAFTAR PUSTAKA

- Basnyat, I. & Lee, S. (2015) Framing of Influenza A (H1N1) pandemic in a Singaporean newspaper. *Health Promotion International*. 30 (4), 942–953. doi:10.1093/heapro/dau028.
- Benoit, W.L. (1997) Image Repair Discourse and Crisis Communication. *Public Relations Review*. 31 (23 (2)), 177–186. doi:10.1021/om200778r.
- Cornelissen, J. (2014) *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice*. 4th edition. SAGE Publications.
- Creswell, J.W. (2014) *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th edition. SAGE.
- Curran, C. (2018) Stop the Press. *Package Printing*. 65 (6), 52–56. doi:10.1215/9780822385530-005.
- Dekavalla, M. (2015) The Scottish newspaper industry in the digital era. *Media, Culture and Society*. 37 (1), 107–114. doi:10.1177/0163443714553565.
- Eriyanto (2002) *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. 1st Edition. LKIS.
- Hamad, I. (2004) *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa; Sebuah Study Critical Discourse Analysis Terhadap Berita-Berita Politik*. Granit.
- Hamad, I. (2007) Lebih Dekat dengan Analisis Wacana. *Mediator: Jurnal Komunikasi*. 8 (2), 325–344. doi:10.29313/mediator.v8i2.1252.

- Jefkins, F. (2005) *Public Relations*. Penerbit Erlangga.
- Karman (2012) *MEDIA DAN KONSTRUKSI REALITAS (Analisis Framing Terhadap Pemberitaan Koran Tempo Mengenai Kasus Ledakan Bom di Masjid Mapolres Cirebon)* Karman. 16 (1), 27–46.
- Luther, C.A. & Zhou, X. (2005) Within the boundaries of politics: News framing of SARS in China and the United States. *Journalism and Mass Communication Quarterly*. 82 (4), 857–872. doi:10.1177/107769900508200407.
- Pan, Z & Kosicki, G.M. (1993) Framing Analysis : An Approach to New Discourse. *Political Communication*. 10, 55–75. doi:10.1007/BF00742099.
- Peijuan, C., Ting, L.P. & Pang, A. (2009) Managing a nation's image during crisis: A study of the Chinese government's image repair efforts in the "Made in China" controversy. *Public Relations Review*. 35 (3), 213–218. doi:10.1016/j.pubrev.2009.05.015.
- Rusadi, U. (1994) Penggunaan Media Massa. *Jurnal Penelitian dan Komunikasi Pembangunan*. Edisi Khusus (NO 1), 22–31.
- Spil, T.A. & Suijkerbuijk, M. (n.d.) A business model for the e-newspaper from a customer perspective. *Paper presented at 2015 IFLA International News Media Conference, Stockholm, Sweden*.
- Vasterman, P.L.M. & Ruigrok, N. (2013) Pandemic alarm in the Dutch media: Media coverage of the 2009 influenza A (H1N1) pandemic and the role of the expert sources. *European Journal of Communication*. 28 (4), 436–453. doi:10.1177/0267323113486235.
- Zhang, E. & Benoit, W.L. (2009) Former Minister Zhang's discourse on SARS: Government's image restoration or destruction? *Public Relations Review*. 35 (3), 240–246. doi:10.1016/j.pubrev.2009.04.004.