

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Percepatan arus informasi dibutuhkan oleh masyarakat untuk menunjang aktifitas yang tidak lagi berbasis ruang. Informasi dibutuhkan setiap saat sehingga media merubah style layanan informasi dari berbasis cetak ke *online*. Perubahan dari berbasis stagnan (media permanen, misalnya televisi dimeja) menjadi *mobile (smartphone)* yang bisa diakses dimanapun dan kapanpun (Sambo, 2017). Apalagi, jumlah media *online* yang terus bermunculan semakin banyak, tidak heran jika dalam hitungan detik saja semua orang dapat secara *up to date* menikmati informasi berita (Wendratama, 2017). Dengan kata lain, aktualitas peristiwa berita jurnalisme diorganisir *cybermedia* secara runtut, terukur dan tak terhingga. Adapun *knowledge* realitas peristiwa berita yang biasa disimpan dibenak individu, bisa disimpan di tempat lain melalui kemampuan teknologi komputer (Santana, 2017).

Media *online* ini juga produk jurnalistik *online*. Jurnalistik *online* disebut juga *cyber journalism* didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet” (Wendratama, 2017). *Cyber journalism* lahir pada tahun 1971, di mana banyak surat kabar di Amerika yang mulai menggunakan format *online* baik menggunakan *videotext* maupun *infobank* (Sambo, 2017). Eksistensi *cyber journalism* terus bertambah dengan pemberian penghargaan pada media baru oleh lembaga media. Hal

yang sama juga terjadi di Indonesia di mana *mainstream* media mulai berlomba-lomba membangun website. Bahkan saat ini hampir semua media konvensional sudah memiliki *web*, misalnya saja Kompas.com, detik.com, suaramerdeka.com, liputan6.com, metrotv.com, dan lain-lain (Hasfi, 2014).

Berdasarkan teori agenda *setting*, dapat dipahami bahwa media memiliki kekuatan besar dalam mempengaruhi khalayak. Dampak dari agenda *setting* media akan memberikan gambaran dari realitas yang ditekankan oleh media itu pada benak khalayak seperti apa yang telah dikonstruksikan media. Ada berbagai kepentingan yang bermain dalam media massa atau dengan perkataan lain ada “ideologi” yang saling bertarung di media massa (Pawito, 2014). Ideologi dibentuk bukan dalam ruang hampa, berita diproduksi dari ideologi dominan tertentu yang berasal tidak hanya dalam arti ide-ide besar, tetapi juga bisa bermakna politik penandaan dan pemaknaan. Untuk melihat kecenderungan ideologi dibutuhkan namanya isu, karena dalam setiap kasus atau isu, seorang akan mengabstraksikan dengan bingkai dan kategorisasi yang berbeda (Karomani, 2014). Seringkali realitasnya sama, hanya bagaimana realitas tersebut dibahasakan dengan cara yang berbeda yang mempengaruhi pandangan seseorang ketika melihat dan memandang realitas (Eriyanto, 2012).

Kata coronavirus sejak akhir tahun lalu kerap terdengar di mana-mana, menyusul wabah penyakit infeksi virus yang pertama kali merebak di Wuhan, Provinsi Hubei, China.

Perkembangan pesat dari korban wabah virus ini menjadikan hal tersebut menjadi fenomena yang diperhatikan banyak dunia. Corona virus atau yang kini disebut Covid-19 ini bukan hanya menyebar di daerah asalnya atau di Cina saja melainkan ke beberapa negara termasuk di Indonesia. Meningkatnya jumlah negara serta korban dari virus ini yang begitu pesatnya menjadi konsumsi publik dan sangat fenomenal yang tentu saja mendapat perhatian khusus dari berbagai media di berbagai negara.

Kasus Corona virus ini juga yang menjadi sorotan media online di Indonesia saat ini. Kasus ini bermula saat pasien kasus pertama yang berumur 31 tahun menghadiri sebuah acara dansa di kawasan Kemang, Jakarta Selatan, pada 14 Februari 2020. Diduga, ia tertular oleh seorang warga Jepang yang kebetulan turut hadir juga di acara tersebut. Warga Negara Asing dari Jepang itu diketahui berdomisili di Malaysia. Ia dinyatakan positif setelah kembali dari sana. Sementara, pasien kasus kedua yang berumur 64 tahun merupakan ibu dari pasien kasus 1. Ia diduga tertular karena melakukan kontak jarak dekat ketika merawat pasien kasus 1 di rumah. Itulah kasus Corona pertama yang terjadi di Indonesia.

Selanjutnya seperti yang dijelaskan pada berita di media *online* detik.com yang menyatakan bahwa jumlah kasus Covid-19 di Indonesia terus bertambah. Seperti yang sudah tercatat pada tanggal 16 maret 2020 data yang dihimpun lewat keterangan pers Juru Bicara Pemerintah untuk

penanganan Covid-19, Achmad Yurianto menjelaskan jumlah kasus Covid-19 kini sudah ada 134 positif virus corona.

Sejak Presiden Indonesia Joko Widodo, mengumumkan dua kasus pertama virus Coronavirus (CoV atau COVID-19) di Indonesia, secara resmi Indonesia ‘panik’ corona. Sebagian masyarakat yang panik berlomba melindungi diri. Fenomena *panic buying* pun terjadi, masyarakat membeli barang-barang tertentu terutama kebutuhan pokok dengan jumlah yang tidak masuk akal. Presiden Joko Widodo telah menetapkan status kedaruratan kesehatan di tengah pandemi COVID-19. Bukan *lockdown*, pemerintah akhirnya mengambil opsi Pembatasan Sosial Berskala Besar atau PSBB. Status Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) nomor 21 tahun 2020. Kini, sebanyak 21 kabupaten/kota telah berstatus PSBB untuk menekan laju penyebaran virus corona di Indonesia. PSBB di Jawa Barat berlaku di Depok, kabupaten/kota Bogor, kabupaten/kota Bekasi, dan Bandung Raya. Tangerang Raya (Banten) dan Surabaya Raya (Jawa Timur) juga menerapkan langkah yang sama. Sementara itu, di provinsi lainnya, baru satu kabupaten/kota yang berstatus PSBB, antara lain kota Tegal, Pekanbaru, Banjarmasin, Tarakan, dan Makassar.

Di pasal dua Peraturan Pemerintah tertulis pemerintah daerah dapat melakukan PSBB atau pembatasan terhadap pergerakan orang dan barang untuk satu provinsi atau kabupaten/kota. Salah satu pembatasan tersebut adalah memberlakukan larangan mudik atau pulang kampung. Dengan adanya

peraturan ini, diharapkan usaha untuk memperkecil kasus penularan Coronavirus bisa berhasil. Hal ini karena jika larangan ini berlaku, maka pihak berwajib bisa mengambil tindakan tegas terhadap masyarakat yang melanggar. Namun, tentu saja sudah ada sebagian masyarakat Indonesia yang terlanjur mudik. Tercatat dalam beberapa hari saja sudah ada ribuan orang mudik menggunakan angkutan umum. Mengenai hal ini, pemerintah kota setempat diminta untuk menjalankan protokol pengamanan. Mulai dari *screening* untuk mendeteksi pemudik yang mungkin terinfeksi Corona, hingga mengetatkan prosedur karantina diri bagi yang baru pulang.

Dalam hal ini, pemerintah hanya mengeluarkan himbauan untuk tidak pulang kampung. Bagi mereka yang pulang kampung, harus mematuhi aturan 14 hari karantina di dalam rumah. Dengan adanya aturan ini, maka pihak otoritas di daerah hingga tingkat Rukun Tetangga (RT) bisa bekerjasama dan memastikan orang yang mudik mematuhi aturan karantina. Sedangkan, untuk Aparatur Sipil Negara (ASN), anggota TNI-Polri, dan pegawai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dilarang untuk mudik. Jika mereka melanggar aturan ini, maka akan mendapat sanksi berupa penundaan kenaikan gaji selama setahun, penundaan kenaikan pangkat setahun, hingga diturunkan jabatannya setingkat lebih rendah. Usulan ini akhirnya pun diindahkan oleh Presiden dengan penyusunan Peraturan Pemerintah (Perpres) serta Instruksi Presiden (Inpres) sebagai panduan hukum untuk mengatur mudik Hari Raya Idul Fitri 1441. Hal ini dilakukan agar COVID-19 tidak menyebar makin luas di wilayah Indonesia.

Hal ini semakin menjadi ketika pemberitaan larangan mudik isu Corona di Indonesia pada media *online* dibuat sedemikian rupa hingga semakin panas. Media massa *online* Kompas.com misalnya dalam judul "Fakta Lengkap Skenario Pemerintah, Tidak Mudik Tidak Piknik Lebaran 2020" pada tanggal 28 Maret 2020 yang masih belum konsisten dalam menerapkannya di judul maupun isi.

“...Pemerintah sendiri saat ini tengah menggodok tiga skenario mudik, yaitu business as usual alias mudik Lebaran tetap dilaksanakan seperti biasa. Opsi kedua adalah meniadakan mudik gratis perusahaan, dan pilihan terakhir adalah melakukan pelarangan mudik...”

Di lain pihak, media massa *online* detik.com dapat dijadikan perbandingan, dimana memiliki ciri khas seperti sederhana, singkat, padat, jelas, lugas, jernih, menarik, demokratis, populis, logis, dan gramatikal. Sebagaimana dalam judul pemberitaan larangan mudik isu Corona di Indonesia “Keputusan Pemerintah soal 'Larangan' Mudik Diputuskan di Ratas Kabinet” pada tanggal 26 Maret 2020. Pada pemberitaan tersebut dinilai sudah sesuai dalam menerapkannya di judul maupun isi.

“...Lebih lanjut, Ma'ruf mengatakan pemerintah akan membahas terkait perizinan mudik dan akan ditetapkan dalam rapat kabinet mendatang. Pembahasan mudik kata Ma'ruf seharusnya dibahas hari ini, namun tertunda karena Presiden Joko Widodo (Jokowi) tengah berduka atas kepergian ibundanya..”

Paparan berita antara Kompas.com dan detik.com jika dibandingkan dari segi bahasa jurnalistik yang mengarah pada indikator yang tidak ditemukan dalam berita, detik.com dan Kompas.com memiliki perbedaan yang

sangat tipis. Keduanya sama-sama masih kurang menerapkan poin sederhana, singkat, padat, lugas, jelas, jernih, dan menarik. Namun, detik.com masih lebih unggul dalam menerapkannya. Dalam keseragaman pada alinea, detik.com lebih unggul karena jika dilihat dari keseluruhan terlihat lebih rapi dengan komposisi alenia yang tidak jauh berbeda jumlahnya. Sedangkan pada Kompas.com masih ditemukan satu alinea dengan satu kalimat yang pendek. Komposisi antar alinea tidak rapi dan jauh jumlah kalimatnya. Pada penulisan judul, Kompas.com menulis setiap kata dengan huruf kapital. Namun, ada kata yang seharusnya menggunakan huruf kapital namun ditulis dengan huruf kecil. Ini menandakan ketidakseragaman antar penulis berita.

Penulis melihat, bahwa penelitian ini menarik, karena tema pemberitaan larangan mudik isu Corona di Indonesia pada media *online* Kompas.com dan Detik.com belum pernah diteliti. Dalam kasus larangan mudik isu Corona di Indonesia, pendekatan yang dipakai media dalam mendeskreditkan larangan mudik bukan dengan menjual nilai berita (*news value*) berupa *bad news is good news*. Jika dilihat dari beberapa cuplikan berita dibagian awal pembahasan ini, maka yang terlihat adalah, media cenderung menjual embel-embel gelar dan instansi korban dalam judulnya. Contohnya pada judul berita “Pegawai Bank BNI Terindikasi Corona”. Alih-alih memperingati masyarakat yang mungkin pernah berinteraksi dengan korban, ketakutan dan spekulasi negatif masyarakat akan instansi tersebut justru yang terjadi. Meskipun demikian, fenomena *clickbait* pada berita tidak sepenuhnya salah. Terkadang butuh sedikit tekanan dalam judul untuk

mengingatkan masyarakat akan pentingnya suatu masalah. Lagi-lagi, *clickbait* nampaknya juga diperlukan guna menekan sisi psikologis masyarakat Indonesia yang minim literasi. Tidak heran jika beberapa media meletakkan kalimat-kalimat yang memancing rasa ingin tahu pembaca pada judul berita (*clickbait*). Tidak jarang, judul yang diberikan justru memuat substansi yang sedikit berbeda dengan isinya. Sayangnya, dalam situasi serangan virus yang telah ditetapkan *World Health Organization* (WHO) sebagai pandemi ini, beberapa media nampaknya masih mempertahankan budaya tersebut.

Berkaitan dengan hal tersebut, penelitian ini mencoba menggali pemberitaan larangan mudik isu Corona di Indonesia pada media *online* Kompas.com dan detik.com dengan menggunakan paradigma konstruktivisme, yakni ketika bahasa tidak lagi hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif belaka dan yang dipisahkan dari subjek sebagai penyampai pernyataan. Konstruktivisme justru menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan wacana serta hubungan-hubungan sosialnya. Konstruktivis memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural. Tetapi hasil konstruksi. Karenanya konsentrasi analisis pada paradigma konstruktivis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dibentuk.

Selanjutnya alasan penulis memilih Kompas.com dan Detik.com sebagai obyek penelitian karena kapasitas dari masing-masing media. Kompas.com yang dikenal dengan sebutan Kompas *Online*, merupakan sebuah situs yang berisi kabar berita versi *online* dari harian Kompas. Seiring

dengan semakin meluasnya penggunaan internet di Indonesia, Kompas *online* berkembang dibawah naungan PT Kompas Cyber Media (KCM) dengan kepemilikan atas nama Jakob Oetama. Kompas.com merupakan perluasan dari harian Kompas yang notabene memiliki ideologi Nasionalis Liberal. Penulis melihat bahwa pemberitaan yang dilakukan oleh Kompas.com cenderung memblow up kejadian ini dengan cara yang seksama. Dengan hal ini penulis bahwa adanya sudut pandang tertentu yang ingin disampaikan oleh Kompas.com seolah terlihat nilai keberpihakan adanya wacana pemerintah terkait larangan mudik tanpa peduli dengan dampak lainnya.

Dilain sisi ada Detik.com yang notabene berbasis pada ideologi pada profit oriented dengan ideologi netralitas apakah menerapkan ideologi tersebut dalam kebijakan pemberitaannya. Detik.com yang notabene merupakan media yang awalnya muncul dalam format sebagai majalah mingguan yang mengupas masalah politik sebagai pokok pembahasan. Namun, karna pada masa orde baru yang ketat dalam pemberitaan di media massa, membuat majalah tersebut menyudahi kiprahnya untuk terbit dalam format majalah. Saat ini detik.com menjadi bagian dari PT. Trans Corporation, salah satu anak perusahaan CT Corp. Dan merupakan media yang terdepan dalam hal berita berita baru (breaking news) yang memiliki kredibilitas sebagai media yang akurat, inovatif dan independen.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis *framing*, yaitu analisis yang melihat wacana sebagai hasil dari konstruksi realitas sosial, maka penelitian ini termasuk kedalam penelitian konstruktivisme (Eriyanto,

2012). Analisis *framing* merupakan model pembedaan berita atas peristiwa yang terjadi di masyarakat, analisis ini menjawab pertanyaan masyarakat mengenai alur pemberitaan di media saat ini. Hasilnya berita akan mudah dimengerti bagaimana alur dan tujuan yang disampaikan. Dengan menggunakan konsep Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang berasumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi untuk membuat sebuah berita penting untuk diketahui khalayak dengan perangkat framing sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Sehingga memudahkan peneliti untuk membedakan pemberitaan media online Kompas.com dan Detik.com.

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah:
“Bagaimanakah *framing* pemberitaan larangan mudik isu Corona di Indonesia pada media *online* Kompas.com dan detik.com?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *framing* pemberitaan larangan mudik isu Corona di Indonesia pada media *online* Kompas.com dan Detik.com.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian sejenis dan memberikan sumbangan pada pengembangan ilmu komunikasi, terutama pada bidang ilmu jurnalistik. Khususnya mengenai analisis *framing* pemberitaan suatu peristiwa atau kasus dan bagaimana media *online* menanggapi hal tersebut.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan bagi media massa dan praktisi jurnalistik terutama media *online* Kompas.com dan detik.com untuk dalam mengangkat dan mendefinisikan realita dalam pemberitaan – pemberitaan medianya. Serta kesempatan bagi khalayak untuk mempelajari hal-hal baru tentang bagaimana paham sebuah media *online* dalam mengemas suatu pemberitaan.

