

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, penulis menggunakan penelitian terdahulu sebagai perbandingan dan tolak ukur serta mempermudah penulis dalam menyusun penelitian ini. Di dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian terdahulu sebagai perbandingan dan tolak ukur serta mempermudah penulis dalam menyusun penelitian ini.

Adapun tujuan dari pemaparan penelitian terdahulu ini adalah untuk menentukan dan menjelaskan perbedaannya. Hasil penelitian terdahulu merupakan referensi bagi peneliti untuk melakukan penelitian ini. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

2.1.1 “PEMBINGKAIAN MEDIA ONLINE TERHADAP PEMBERITAAN TERKAIT SERTIFIKASI HALAL VAKSIN COVID-19 DI INDONESIA (ANALISIS FRAMING REPUBLIKA.CO.ID DAN CNNINDONESIA.COM PERIODE OKTOBER - DESEMBER 2020)”.

Penelitian yang dilakukan oleh Dimas Adhi Satriya Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2021 yang berjudul “Pembingkaihan Media Online Terhadap Pemberitaan Terkait Sertifikasi Halal

Vaksin Covid-19 Di Indonesia (Analisis Framing Republika.co.id dan Cnnindonesia.com Periode Oktober - Desember 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Dimas Adhi Satriyaya itu untuk mengetahui dan membandingkan pemberitaan yang dimuat dalam Republika.co.id dan Cnnindonesia.com mengenai kontroversi terkait kehalalan vaksin menggunakan analisis framing. Hasil Pemberitaan terkait sertifikasi halal vaksin Covid-19 pada Republika.co.id. Republika.co.id yang berideologi Islam mengarahkan pembaca untuk yakin bahwa vaksin yang sedang di uji oleh pihak MUI akan difatwa halal. Bingkai berita yang dilakukan CNNIndonesia.com terkait sertifikasi halal vaksin Covid-19 cenderung menonjolkan solusi pihak MUI terkait penggunaan vaksin apabila vaksin mengandung bahan yang tidak halal. Hal tersebut dilihat dari bagaimana CNNIndonesia.com memilih fakta-fakta serta terkait vaksin baik secara sainsmaupun secara agama. [CNNIndonesia](http://CNNIndonesia.com) meyakinkan pembaca bahwa kehalalan vaksin bukan masalah utama dan vaksin tetap aman digunakan pada umat Islam meski mengandung bahan yang tidak halal.

Persamaan penelitian sama-sama menggunakan teori Robert N. Entmant dan sama-sama menggunakan metode kualitatif sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah peneliti terdahulu memfokuskan pada pemberitaan kehalalan vaksin, sedangkan penelitian yang akandilakukan memfokuskan pada Frame Pemberitaan Antusiasme Masyarakat divaksin Covid-19. Perbedaan lainnya juga terdapat pada media yang diteliti.

2.1.2 KONSTRUKSI PEMBERITAAN COVID-19 OLEH JAWA POS RADAR MADIUN PERIODE MARET-APRIL 2020

Penelitian yang dilakukan oleh Fachrezzy Fahmi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo 2021 yang berjudul “konstruksi pemberitaan covid-19 oleh jawa pos radar madiun periode maret-april 2020”. Objek dalam penelitian ini yaitu media cetak Jawa Pos Radar Madiun dalam memberitakan Covid-19 yang lebih fokus menjelaskan situasi yang terjadi untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat secara gamblang bahwa Covid-19 harus menjadi perhatian bersama karena menyangkut keselamatan dan nyawa banyak orang. *Framing* yang dilakukan oleh Jawa Pos Radar Madiun yakni pemilihan narasumber berita yang merupakan narasumber kredibel yakni Bupati Ponorogo Ipong Muchlissoni selaku kepala daerah di Ponorogo dan Kepala Dinas Kesehatan Rahayu Kusdarini yang berwenang di bidang kesehatan. Selain itu *framing* juga ditekankan melalui pemilihan kutipan dalam berita yang memberi penekanan lugas dengan tujuan untuk mengarahkan pembaca supaya menjadikan Covid-19 sebagai perhatian bersama dan untuk selalu berhati-hati agar tidak tertular.

Persamaan penelitian sama- sama menggunakan metode kualitatif sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu penelitian terdahulu menggunakan metode analisis *framing* model Zhongdang PanKosocki, sedangkan penelitian ini menggunakan metode analisis *framing* model Robert N. Entman, selain itu perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian dan media yang di analisis juga berbeda.

2.1.3. PROSES PENGADAAN VAKSIN COVID-19 DI INDONESIA DALAM PROGRAM ROSI DI KOMPAS TV DAN INDONESIA TOWN HALL DI METRO TV

Penelitian yang dilakukan oleh Khoerunnisa Eka Pratiwi, Freddy Yusanto, Oki Achmad Ismail Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Telkom yang berjudul "Proses Pengadaan Vaksin Covid-19 di Indonesia Dalam Program Rosi Di Kompas TV dan Indonesia *Town Hall* Di Metro TV" disimpulkan bahwa kedua program tersebut yakni ROSI dan Indonesia *Town Hall* memiliki perbedaan dalam bagaimana mengkonstruksi isu mengenai 'proses pengadaan vaksin Covid-19 di Indonesia'. Perbedaan tersebut dapat dilihat bahwa program ROSI dengan judul "Kejar Target Vaksin Korona" lebih menjelaskan kepada bagaimana peran dari BPOM terkait dengan rencana pelaksanaan vaksin menunjukkan lebih ke penjelasan peran BPOM terkait dengan rencana pelaksanaan vaksin.

Sedangkan program Indonesia *Town Hall* dengan judul "Vaksin Untuk Negeri" cenderung menampilkan sisi nasionalisme dalam hal ini dapat dilihat dari bagaimana rencana pemerintah akan menggunakan vaksin buatan anak bangsa dan informasi yang disampaikan terkait dengan rencana vaksinasi di Indonesia juga lebih komprehensif dan sesuai dengan judul karena pembahasan mengenai vaksinnya ada dan juga terdapat sisi nasionalismenya.

Penelitian terdahulu di atas terdapat jenis persamaan penelitian yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu penelitian terdahulu menggunakan metode analisis *framing* model Zhongdang PanKosocki, sedangkan penelitian ini

menggunakan metode analisis *framing* model Robert N. Entman, selain itu media yang di analisis juga berbeda.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Dimas Adhi Satriya Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2021	PEMBINGKAIAN MEDIA ONLINE TERHADAP PEMBERITAAN TERKAIT SERTIFIKASI HALAL VAKSIN COVID-19 DI INDONESIA (Analisis Framing Republika.co.id dan Cnnindonesia.com Periode Oktober - Desember 2020)	Penelitian yang dilakukan oleh Dimas Adhi Satriya Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2021 yang berjudul "Pembingkai Media Online Terhadap Pemberitaan Terkait Sertifikasi Halal Vaksin Covid-19 Di Indonesia (Analisis Framing Republika.co.id dan Cnnindonesia.com Periode Oktober - Desember 2020)". Penelitian yang dilakukan oleh Dimas Adhi Satriya yaitu untuk mengetahui dan membandingkan pemberitaan yang dimuat dalam Republika.co.id dan Cnnindonesia.com mengenai kontroversi terkait kehalalan vaksin menggunakan analisis framing. Hasil Pemberitaan terkait sertifikasi halal vaksin Covid-19 pada Republika.co.id. Republika.co.id yang berideologi Islam mengarahkan pembaca untuk yakin bahwa vaksin yang sedang di uji oleh pihak MUI akan difatwa halal. Bingkai berita yang dilakukan CNNIndonesia.com terkait sertifikasi halal vaksin Covid-19 cenderung menonjolkan solusi pihak MUI terkait penggunaan vaksin apabila vaksin mengandung bahan yang tidak halal. Hal tersebut dilihat dari bagaimana CNNIndonesia.com memilih fakta-fakta serta terkait vaksin baik secara sains maupun secara agama. CNNIndonesia meyakinkan pembaca bahwa kehalalan vaksin bukan masalah utama dan vaksin tetap aman digunakan pada umat Islam meski mengandung bahan yang tidak halal.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah peneliti terdahulu memfokuskan pada pemberitaan kehalalan vaksin, sedangkan penelitian yang akan dilakukan memfokuskan pada Frame Pemberitaan Antusiasme Masyarakat divaksin Covid-19. Serta pada media yang diteliti.

2.	<p>Fachrezzy Fahmi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo 2021</p>	<p>KONSTRUKSI PEMBERITAAN COVID-19 OLEH JAWA POS RADAR MADIUN PERIODE MARET-APRIL 2020</p>	<p>Penelitian yang dilakukan oleh Fachrezzy Fahmi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo 2021 yang berjudul “konstruksi pemberitaan covid-19 oleh jawa pos radar madiun periode maret-april 2020”. Objek dalam penelitian ini yaitu media cetak Jawa Pos Radar Madiun dalam memberitakan Covid-19 yang lebih fokus menjelaskan situasi yang terjadi untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat secara gamblang bahwa Covid-19 harus menjadi perhatian bersama karena menyangkut keselamatan dan nyawa banyak orang. <i>Framing</i> yang dilakukan oleh Jawa Pos Radar Madiun yakni pemilihan narasumber berita yang merupakan narasumber kredibel yakni Bupati Ponorogo Ipong Muchlissoni selaku kepala daerah di Ponorogo dan Kepala Dinas Kesehatan Rahayu Kusdarini yang berwenang di bidang kesehatan. Selain itu</p>	<p>Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu penelitian terdahulu menggunakan metode analisis <i>framing</i> model Zhongdang PanKosocki, sedangkan penelitian ini menggunakan metode analisis <i>framing</i> model Robert M. Entman, selain itu perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian dan media yang di analisis juga berbeda.</p>
----	--	--	---	---

			<p><i>framing</i> juga ditekankan melalui pemilihan kutipan dalam berita yang memberi penekanan lugas dengan tujuan untuk mengarahkan pembaca supaya menjadikan Covid-19 sebagai perhatian bersama dan untuk selalu berhati-hati agar tidak tertular.</p>	
3.	<p>Khoerunnisa Eka Pratiwi, Freddy Yusanto, Oki Achmad Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Telkom</p>	<p>PROSES PENGADAAN VAKSIN COVID-19 DI INDONESIA DALAM PROGRAM ROSI DI KOMPAS TV DAN INDONESIA TOWN HALL DI METRO TV</p>	<p>Penelitian yang dilakukan oleh Khoerunnisa Eka Pratiwi, Freddy Yusanto, Oki Achmad Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Telkom yang berjudul "Proses Pengadaan Vaksin Covid-19 di Indonesia Dalam Program Rosi Di Kompas TV dan Indonesia <i>Town Hall</i> Di Metro TV" disimpulkan bahwa kedua program tersebut yakni ROSI dan Indonesia <i>Town Hall</i> memiliki perbedaan dalam bagaimana mengkonstruksi isu mengenai 'proses pengadaan vaksin Covid-19 di Indonesia'. Perbedaan tersebut dapat dilihat bahwa program ROSI dengan judul "Kejar Target Vaksin Korona" lebih</p>	<p>Penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu penelitian terdahulu menggunakan metode analisis <i>framing</i> model Zhongdang PanKosocki, sedangkan penelitian ini menggunakan metode analisis <i>framing</i> model Robert N. Entman, selain itu media yang di analisis juga berbeda.</p>

			menjelaskan kepada bagaimana peran dari BPOM terkait dengan rencana pelaksanaan vaksin menunjukkan lebih ke penjelasan peran BPOM terkait dengan rencana pelaksanaan vaksin.	
--	--	--	--	--

2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat diartikan sebagai proses komunikasi melalui media massa. Faktor media massa sangat dominan dalam studi komunikasi massa. Pengkajian komunikasi massa banyak dipengaruhi oleh dinamika media massa dan penggunaannya oleh khalayak.

Menurut Nurudin Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab pada awal perkembangannya komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Media disini adalah media yang dihasilkan oleh teknologi modern.

Definisi lain dari komunikasi massa juga dikemukakan oleh Josep A. Devito komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya (televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku, dan pita).

Sehubungan dengan bahasan ini, Nurudin mengemukakan ciri - ciri dari komunikasi massa yakni: Pertama, komunikator dalam komunikasi massa

melembaga. Kedua, komunikasi dalam komunikasi massa bersifat heterogen. Ketiga, pesannya bersifat umum. Keempat, komunikasinya berlangsung satu arah. Kelima, komunikasi massa menimbulkan keserempakan. Keenam, komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis. Ketujuh, komunikasi massa dikontrol oleh gatekeeper.

Komunikasi media massa adalah "sarana untuk menyampaikan pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas misalnya radio, televisi, dan surat kabar". Menurut Canggara, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi (Alfarizi, 2021).

Demikian media massa adalah suatu alat untuk melakukan atau menyebarkan informasi kepada komunikan yang luas, berjumlah banyak dan bersifat heterogen. Media massa adalah alat yang sangat efektif dalam melakukan komunikasi massa karena dapat mengubah sikap, pendapat dan perilaku komunikannya. Keuntungan komunikasi dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan yaitu suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang berjumlah relatif banyak.

2.3 Media *Online*

Semakin berkembangnya teknologi saat ini telah melahirkan berbagai produk online, seperti televisi, koran dan radio *online*. Dengan teknologi internet yang semakin maju sehingga mempermudah akses ke berbagai situs yang tersedia. Media *online* adalah tatanan baru yang terus mengalami perkembangan. Dijaman sekarang ini semua orang dimana saja dapat dengan mudah melihat televisi, membaca koran, dan mendengar radio secara *online*. Syarat untuk mempermudah itu juga memerlukan sebuah jaringan koneksi internet.

Media *online* adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis pada telekomunikasi dan multimedia dengan memiliki informasi yang bersifat update (terbaru), aktual dan menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet. Media *online* merupakan media yang berbasiskan teknologi komunikasi interaktif dalam hal ini jaringan komputer, dan oleh karenanya ia memiliki ciri khas yang tidak dimiliki media konvensional lainnya, salah satunya adalah pemanfaatan Internet sebagai wahana di mana media tersebut ditampilkan, sekaligus sarana produksi dan penyebaran informasinya (Ridwan, Sari Ristianti & Nurliah, 2020). Oleh karena itu, peranan teknologi komunikasi dalam hal ini internet, sangatlah besar dalam mendukung setiap proses penyelenggaraan media *online*. Besarnya pengaruh teknologi internet dalam penyelenggaraan media *online* ditunjukkan lewat pengeksploasian setiap karakter yang dimiliki internet yang kemudian diadopsi oleh media *online*.

2.4 Berita

Berita berasal dari Bahasa Sangsekerta, yakni *Vrit* dalam bahasa Inggris disebut *write*, arti sebenarnya ialah ada atau terjadi. Sebagian ada yang menyebut dengan *vritta*, artinya “kejadian” atau “yang telah terjadi”. *Vritta* dalam bahasa Indonesia kemudian menjadi berita atau warta.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, berita merupakan cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat; kabar; laporan; pemberitahuan; dan pengumuman. Berita merupakan informasi yang layak disajikan kepada publik, seperti informasi yang bersifat faktual, aktual, objektif, penting dan menarik perhatian publik. Sebuah berita yang disajikan kepada publik harus memiliki nilai berita yaitu acuan yang digunakan jurnalis yakni reporter dan editor untuk memutuskan fakta yang pantas dijadikan berita dan memilih mana yang lebih baik. Media massa merupakan agen sosialisasi sekunder yang dampak penyebarannya paling luas dibanding agen sosialisasi lain. Meskipun dampak yang diberikan media massa tidak secara langsung terjadi, namun cukup signifikan dalam memengaruhi seseorang, baik dari segi kognisi, afeksi, maupun konatifnya.

Berita adalah fakta, opini, pesan, informasi yang mengandung nilai-nilai yang diumumkan, di informasikan yang menarik perhatian sejumlah orang yang memiliki pertimbangan, diantaranya:

- a. Akurat, singkat, padat dan sesuai kenyataan.
- b. Tepat waktu dan aktual.
- c. Obyektif, sama dengan fakta yang sebenarnya, tanpa opini dari penulis.

- d. Menarik, disajikan dengan kata-kata dan kalimat yang khas, segar dan enak dibaca.
- e. Baru.

Berita juga harus lengkap, adil dan berimbang tidak boleh mencampurkan fakta dan opini sendiri dengan kata lain berita harus obyektif dan tentu saja harus ringkas, jelas dan hangat sebagai syarat praktis penulisan berita.

Menurut Djafar berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang termasa (baru) yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan yang dapat menarik perhatian pembaca entah karena luar biasa atau karena penting, atau karena akibatnya atau karena human interest seperti humor, emosi dan ketegangan.

Menurut Mitchel U. Charrley dan James M. Neal berita atau news adalah laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus secepatnya disampaikan. Kata news itu sendiri menunjukkan adanya unsur waktu, apa yang *new*, apa yang baru, yaitu lawan dari lama. Berita memang selalu baru, selalu hangat (Mustika, 2017).

Menurut Jani Yosef berita adalah laporan terkini tentang fakta atau pendapat yang penting atau menarik bagi khalayak dan disebarluaskan melalui media massa. Berita merupakan laporan mengenai peristiwa atau kejadian yang penting dan menarik bagi khalayak dan disebarluaskan melalui media massa.

Menulis berita, seorang wartawan mengacu pada unsur-unsur berita sebagai rumus umum dalam penulisan berita agar tercipta sebuah berita yang lengkap.

Ada beberapa definisi tentang berita dari pakar komunikasi, ilmuwan dan penulis diantaranya:

- a. Dean M. Spencer mendefinisikan berita sebagai suatu kenyataan atau ide yang benar dan dapat menarik perhatian sebagian pembaca.
- b. Dr. Wiliar C. Balayer, berita adalah sesuatu yang termasuk (baru) yang dipilih wartawan untuk dimuat dalam media cetak oleh karena itu, ia dapat menarik atau mempunyai makna dan dapat menarik minat bagi pembaca surat kabar tersebut.
- c. William S. Maaulsby menyebutkan berita sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi.
- d. Eric C. Hesfwood, berita adalah laporan pertama dari kejadian yang penting dan menarik perhatian pembaca.
- e. Djafar H. Assegaf mengartikan berita sebagai laporan tentang fakta atau ide yang termasa dan dipilih oleh staf redaksi suatu media massa untuk disiarkan dengan harapan dapat menarik perhatian khalayak (Syauqi, 2011).

Sementara J.B Wahyudi mengartikan berita sebagai laporan tentang peristiwa atau pendapat yang memiliki nilai penting dan menarik bagi sebagian khalayak, masih baru dan dipublikasikan secara luas melalui media massa. Peristiwa atau pendapat tidak akan menjadi berita bila tidak dipublikasikan secara periodik.

2.5 Antusiasme Masyarakat

Menurut Webster Dictionar, salah satu arti dari kata antusiasme adalah perasaan senang luar biasa untuk menggapai sesuatu. Artinya, ketika kita memiliki antusiasme atau semangat dalam diri sendiri, maka kita akan dibuat senang luar biasa dalam mencapai sesuatu. Sehingga untuk mendapatkan sesuatu yang ingin dicapai dan diikuti dengan hati yang senang maka akan terdorong semangat atau gairah untuk mendapatkan apa yang ingin dicapai.

Menurut Abraham Maslow, antusiasme adalah rasa semangat yang kuat terhadap salah satu sebab atau subyek, semangat atau minat yang berapi-api, dan perasaan senang luar biasa untuk menggapai sesuatu. Ketika seseorang memiliki sikap antusias atau semangat dalam diri sendiri, maka orang tersebut akan dibuat senang luar biasa untuk mencapai keinginannya.

Menurut Crang dalam jurnal Area mendefinisikan antusiasme sebagai berikut; *“Enthusiasm has long been associated with notions of impassioned mood, intensity of feeling and passionate dedication”*, Maksud dari pengertian tersebut adalah antusiasme telah lama dikaitkan dengan gagasan tentang suasana hati, intensitas perasaan dan gairah dedikasi. Sehingga untuk meningkatkan rasa antusiasme tersebut kita harus memiliki suasana hati yang mendukung, dan memiliki rasa keinginan yang tinggi terhadap sesuatu hal yang ingin kita gapai dengan semangat yang gigih (Purwangingtyas, 2018).

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa antusiasme adalah keinginan atau minat yang besar terhadap sesuatu hal yang

ingin seseorang capai dengan perasaan hati yang senang, agar terdorong rasa semangat atau gairah yang besar terhadap sesuatu hal yang sangat ingin dicapai.

2.6 Vaksinasi Covid-19

Vaksin adalah produk biologis yang bersifat *antigen* berupa *mikroorganisme* yang sudah mati atau yang masih hidup yang dilemahkan, masih utuh atau bagiannya, atau berupa *toksin mikroorganisme* yang telah diolah menjadi *toksoid* atau *protein rekombinan*, yang ditambahkan dengan zat lainnya, yang bila diberikan kepada seseorang akan menimbulkan kekebalan spesifik secara aktif terhadap penyakit tertentu.

Vaksin Covid-19 adalah vaksin yang diberikan untuk menanggulangi Covid-19. Vaksin Covid-19 merupakan satu diantara langkah pemerintah dalam memberikan kebijakan untuk mengatasi penyebaran Covid-19. Vaksinasi adalah pemberian vaksin yang khusus diberikan dalam rangka meningkatkan kekebalan secara aktif terhadap suatu penyakit, sehingga apabila suatu saat terpapar dengan penyakit tersebut tidak akan sakit atau hanya mengalami sakit ringan dan tidak menjadi sumber penularan.

Penetapan vaksin Covid-19 pada pelaksanaan vaksinasi Covid-19 di Indonesia telah ditetapkan oleh pemerintah secara resmi pada keputusan menteri kesehatan tentang penetapan jenis vaksin. Dalam keputusan tersebut ditetapkan jenis vaksin *Corona Virus Disease (Covid-19)* adalah yang diproduksi oleh Pt. Bio Farma (persero), *Astrazeneca*, *China National Pharmaceutical Group Corporation (Sinopharm)*, *Moderna*, *Pfizer Inc. And BioNTech*, dan *Sinovac Biotech Ltd.*,

sebagai jenis vaksin *Covid-19* yang dapat digunakan untuk pelaksanaan vaksinasi di Indonesia.

Vaksinasi Covid-19 merupakan pemberian vaksin Covid-19 yang khusus diberikan untuk memberikan kekebalan secara aktif terhadap Covid-19. Program vaksinasi Covid-19 adalah pelaksanaan vaksinasi Covid-19 kepada masyarakat yang dibebankan pada pemerintah. Pelaksanaan vaksinasi Covid-19 dilakukan oleh pemerintah pusat yang melibatkan pemerintah daerah provinsi dan kabupaten/kota serta badan hukum maupun badan usaha. Petunjuk teknis (juknis) pelaksanaan vaksinasi Covid-19 terlampirkan dalam Keputusan Direktur Jendral Pencegahan Dan Pengendalian Penyakit (Wulandari, 2021).

2.7 Konstruksi Realitas

Konsep konstruksi sosial atas realitas diperkenalkan oleh seorang sosiolog interpretatif, Peter L. Berger bersama Thomas Luckman. Dalam bukunya yang berjudul "*The Sosial Construction of Reality, A Treatise in the Sociological of Knowledge*". Realitas sosial dibentuk dalam 3 tahap yaitu eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Dalam konteks berita gagasan Berger diterapkan dengan memandang berita sebagai konstruksi atas realitas. Sehingga mungkin terjadi sebuah peristiwa dikonstruksi berbeda oleh wartawan dalam bentuk teks berita (Suprobo et al., 2016).

Pendekatan konstruksionis mempunyai penilaian sendiri bagaimana media, wartawan, dan berita dilihat. Konstruksionis realitas bersifat subjektif. Realitas dihadirkan oleh konsep subjektif wartawan, jadi realitas tercipta lewat konstruksi, sudut pandang tertentu dari wartawan.

Menurut Carey realitas bukanlah sesuatu yang terberi, seakan-akan ada, realitas sebaliknya diproduksi. Pandangan konstruktivis adalah fakta berupa kenyataan itu sendiri bukan sesuatu yang diberi, melainkan ada dalam benak kita, yang melihat fakta tersebut.

Pandangan konstruksionis, media bukanlah sekedar saluran yang bebas, tetapi subjek yang mengkonstruksi realitas lengkap dengan pandangan bias dan pemihakannya. Berita adalah hasil dari konstruksi kerja jurnalistik, semua proses konstruksi dimulai dari memilih fakta, sumber, pemaikaian kata, gambar sampai penyuntingan memberi andil bagaimana realitas tersebut hadir di hadapan khalayak (Sobur, 2018).

2.8 Model *Framing* Robert N. Entman

Menurut Eriyanto, *Framing* didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol dan melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis *Framing* juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media.

Perspektif komunikasi, analisis *framing* dapat dipakai untuk membedah cara-cara atau ideologi mencermati strategi seleksi, penonjolan dan pertautan fakta dalam berita agar lebih bermakna, lebih menarik, lebih berarti atau lebih diingat, untuk menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya.

Analisis *framing* secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. Pembingkaiian tersebut melalui proses konstruksi. Di dalam analisis *framing*, realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu.

Peristiwa dipahami dengan bentukan tertentu. Semua elemen tersebut tidak hanya bagian dari teknik jurnalistik, tetapi menandakan bagaimana peristiwa dimaknai dan ditampilkan (Leliana et al., 2021).

Framing adalah salah satu cara bagaimana peristiwa disajikan media dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu, dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas atau peristiwa sehingga mudah diingat oleh khalayak (Mustika, 2017). Media menghubungkan dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa tersebut lebih mudah diingat oleh khalayak. Karenanya, seperti yang dikatakan Frank D. Durham, *framing* membuat dunia lebih diketahui dan lebih dimengerti. Realitas yang kompleks dipahami dan disederhanakan dalam kategori tertentu. Menurut pandangan subjektif, realitas sosial adalah suatu kondisi yang cair dan mudah berubah melalui interaksi manusia dalam kehidupan sehari-hari (Anggoro, 2014).

Model pendekatan analisis *framing* digunakan untuk menganalisis teks media, salah satunya menggunakan model Robert N. Entman. Model ini digunakan untuk mengetahui tentang suatu realitas yang terjadi di lapangan dan bagaimana kita menafsirkan realitas tersebut ke dalam konten. Entman melihat *framing* ini dalam dua dimensi besar yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu. *Framing* merupakan pendekatan untuk mengetahui bagaimana cara pandang yang digunakan wartawan ketika menyeleksi atau menulis berita (Pratiwi, 2018).

Tabel 2.2
Perangkat Framing

<i>Seleksi isu</i>	Aspek ini berhubungan dengan pemilihan fakta. Dari realitas yang kompleks dan beragam itu, aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan? Dari proses ini selalu terkandung di dalamnya ada bagian berita yang dimasukkan (<i>included</i>), tetapi ada juga beritayang dikeluarkan (<i>excluded</i>). Tidak semua aspek atau bagian dari isu ditampilkan, wartawan memilih aspek tertentu dari suatu isu.
<i>Penonjolan aspek</i>	Aspek ini berhubungan dengan penulisan fakta. Ketika aspek tertentu dari suatu peristiwa/isu tersebut telah dipilih, bagaimana aspek tersebut ditulis? Hal ini sangat berkaitan dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan citra tertentu untuk ditampilkan kepada khalayak.

Sumber: Dalam Eriyanto (2018: 222)

Konsepsi Entman, *framing* pada dasarnya merujuk pada pemberian definisi, penjelasan, evaluasi, dan rekomendasi dalam suatu wacana untuk menekankan kerangka berpikir tertentu terhadap peristiwa yang diwancanakan.

Tabel 2.3
Elemen analisis *framing* model Entman

<i>Define problems</i>	Pendefinisian masalah. Bagaimana suatu peristiwa/
------------------------	---

	isu dilihat? Sebagai apa? Atau sebagai masalah apa?
<i>Diagnose Causes</i>	Memperkirakan masalah atau sumber masalah. Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap sebagai penyebab dari suatu masalah? Siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah?
<i>Make Moral Judgement</i>	Membuat keputusan moral. Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan?
<i>Treatment Recommendation</i>	Menekankan penyelesaian masalah. Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/ isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

Sumber: Dalam Eriyanto (2018: 223)

Konsepsi mengenai *framing* dari Entman tersebut menggambarkan secara luas bagaimana peristiwa dimaknai dan ditandakan oleh wartawan.

Define Problems (pendefinisian masalah) adalah elemen yang pertama kali dapat kita lihat mengenai framing. Elemen ini merupakan *master frame*/bingkai yang paling utama. Menekankan bagaimana peristiwa dipahami oleh wartawan. Ketika ada masalah atau peristiwa, bagaimana peristiwa atau isu tersebut dipahami. Peristiwa yang sama dapat dipahami secara berbeda.

Diagnose causes (memperkirakan penyebab masalah), merupakan elemen framing untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor dari peristiwa. Penyebab di sini bias berarti apa (*what*), tetapi bisa juga berarti siapa (*who*). Bagaimana peristiwa dipahami, tentu saja menentukan apa dan siapa yang dianggap sebagai sumber masalah. Karena itu, masalah yang dipahami secara berbeda, penyebab masalah tidak langsung juga akan dipahami secara berbeda pula.

Make moral judgement (membuat pilihan moral), adalah elemen *framing* yang dipakai untuk membenarkan/member argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Ketika masalah sudah didefinisikan, penyebab masalah sudah ditentukan dibutuhkan sebuah argumentasi yang kuat untuk mendukung gagasan tersebut. Gagasan yang dikutip berhubungan dengan sesuatu yang familiar dan dikenal oleh khalayak.

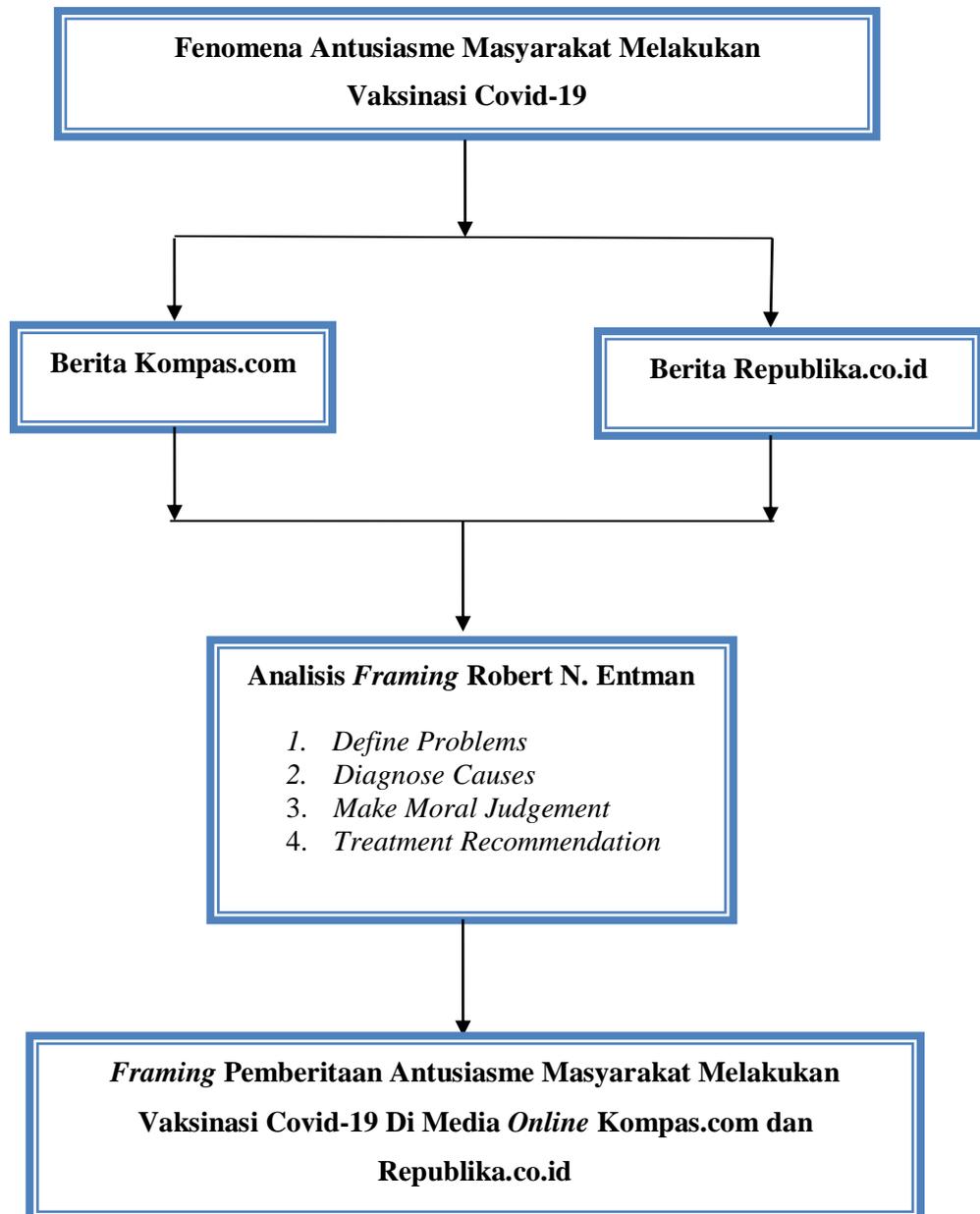
Treatment recommendation (menekankan penyelesaian). Elemen ini dipakai untuk menilai apa yang dikehendaki oleh wartawan. Jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian itu tetap tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah.

2.9 Kerangka Pemikiran

Perkembangan media massa membuat orang bisa menikmati berita dari mana saja termasuk dengan adanya media *online*. Dengan banyaknya media *online* yang muncul, banyak juga informasi yang disajikan dengan gaya khasnya masing-masing. Diantaranya media *online* Kompas.com dan Republika.co.id, di mana masing-masing media *online* tersebut menyajikan berita dengan cara yang

berbeda, seperti halnya dalam berita Antusiasme Masyarakat Melakukan Vaksinasi Covid-19.

Berita Antusiasme Masyarakat Melakukan Vaksinasi Covid-19 ini peneliti tertarik untuk menganalisis konstruksi pemberitaan Antusiasme Masyarakat Melakukan Vaksinasi Covid-19 dari kedua media *online* dengan cara memakai analisis *framing* Robert N. Entman. Dalam konsepnya pemberitaan ini dianalisis dari segi pendefinisian masalah (*define problems*), memperkirakan penyebab masalah (*diagnoses causes*), penilaian moral (*make moral judgement*) dan penekanan penyelesaian masalah (*treatment recommendation*). Sehingga akan terlihat bagaimana konstruksi realitas/*framing* yang dilakukan oleh media *online* Kompas.com dan Republika.co.id tentang berita Antusiasme Masyarakat Melakukan Vaksinasi Covid-19.



Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran