

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Informasi saat ini tidak lagi menjadi kebutuhan sekunder bagi setiap golongan masyarakat, informasi telah menduduki sebagai komoditas primer. Tidak heran jika teknologi baru yang canggih terus bermunculan untuk kepentingan pengaksesan dan memproduksi informasi tersebut. Sejumlah perubahan yang ada disuatu Negara sebgaaian besar terjadi karena adanya pengaruh dari sebuah informasi yang diproduksi, yang kemudian dikonsumsi oleh publik, baik itu informasi yang berdampak buruk maupun baik.

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan kepada orang lain. Kata kunci dalam komunikasi adalah pesan itu sendiri. Dari pesan itulah sebuah proses komunikasi dimulai. Komunikasi terjadi karena ada pesan yang ingin atau harus disampaikan kepada pihak lain. Pesan di sini tidak sebatas informasi, melainkan juga simbol atau lambang. Lambang atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang-orang. Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku non verbal, dan objek yang maknanya disepakati bersama. Kemampuan manusia menggunakan lambang atau simbol memungkinkan perkembangan bahasa dan menangani hubungan antara manusia dan objek (baik nyata maupun abstrak) tanpa kehadiran manusia dan objek tersebut.

Salah satu unsur dari komunikasi ialah komunikasi massa. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Komunikasi massa merupakan media yang disampaikan kepada khalayak banyak (publik) komunikasi massa atau masyarakat yang secara sederhana dapat diberi pengertian sebagai alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan secara serentak kepada masyarakat yang berbeda-beda dan tersebar diberbagai tempat. Perkembangan teknologi dan informasi saat ini memberikan pengaruh yang sangat besar dalam perkembangan dan kemajuan komunikasi massa, sehingga banyak bermunculan media-media baik lokal maupun nasional di suatu daerah. Sebagai “alat penyampai pesan” dalam proses komunikasi massa juga disebut saluran pesan atau penyalur pesan (*channel*).

Media massa memiliki fenomena tersendiri dalam proses komunikasi saat ini. Media massa merupakan media komunikasi yang melakukan penyebaran informasi secara massa dan dapat diakses masyarakat secara massal. Media memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari adanya kebutuhan akan informasi atau berita yang memiliki keterkaitan dengan sesuatu yang ingin diperoleh dalam hidupnya. Selain itu, media memiliki kekuatan utama dalam membentuk sesuatu yang diketahui tentang dunia dan dapat menjadi sumber utama berbagai ide dan opini serta mempengaruhi cara berfikir dan bertindak seseorang.

Awal penyebaran informasi dilakukan secara lisan melalui satu orang ke orang lainnya. Namun semakin berkembangnya zaman dan teknologi, membuat penyebaran informasi lebih cepat dan mudah. Seiring dengan perkembangan zaman, muncullah media baru yang diyakini dapat memberikan informasi yang lebih cepat untuk dijangkau masyarakat yaitu media *online*. Media *Online* sebagai suatu media massa yang mempunyai peran penting dalam memudahkan untuk masyarakat mendapatkan informasi yang diinginkan.

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 (Rosady, 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 pengeksplorasian setiap karakter yang dimiliki internet yang kemudian diadopsi oleh media *online*.

Kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan oleh media online memudahkan penggunaannya untuk mencari dan mendapatkan segala informasi. Media online merupakan salah satu jenis media massa yang populer dan bersifat khas.

Kekhasan media *online* terletak pada keharusan memiliki jaringan teknologi informasi dan menggunakan perangkat komputer, di samping pengetahuan tentang program komputer untuk mengakses informasi/berita. Keunggulan media *online* adalah informasi/berita bersifat *up to date*, *real time*, dan praktis. Media massa mempengaruhi apa yang dipercaya sebagian besar orang sebagai sebuah realitas di mana dalam setiap penyusunan dan penerbitannya, berita disesuaikan dengan sudut pandang dan kepentingan media tersebut.

Berita adalah informasi baru mengenai sesuatu yang sedang terjadi, disajikan lewat bentuk cetak, siaran, internet, atau dari mulut ke mulut kepada orang ketiga atau orang banyak. Laporan berita merupakan tugas profesi wartawan, saat berita dilaporkan oleh wartawan laporan tersebut menjadi fakta/ide terkini yang dipilih secara sengaja oleh redaksi pemberitaan/media untuk disiarkan dengan anggapan bahwa berita yang terpilih dapat menarik khalayak banyak karena mengandung unsur-unsur berita.

Media memilih cara bagaimana peristiwa disajikan. Penyajian tersebut dilakukan dengan menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu, dan membesarkan cara bercerita tertentu dari suatu realitas/peristiwa yang disebut dengan *Framing*. Di sini media menyeleksi, menghubungkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari peristiwa lebih mudah menyentuh dan diingat oleh khalayak (Anggoro, 2014). *Framing* dilakukan media karena proses *framing* pada akhirnya akan membawa efek. Karena sebuah realitas bisa jadi dibingkai dan dimaknai berbeda oleh media, bahkan pemaknaan itu bisa jadi akan sangat berbeda. Proses *framing* menjadikan media massa sebagai arena di mana

informasi tentang masalah tertentu diperebutkan dalam suatu perang simbolik antara berbagai pihak yang sama-sama menginginkan pandangannya didukung pembaca.

Media memahami dan memaknai realitas, dan dengan cara apa realitas itu ditandakan, hal inilah yang menjadi pusat perhatian dari analisis *framing*. Praktisnya, digunakan untuk melihat bagaimana aspek tertentu ditonjolkan atau ditekankan oleh media. Penonjolan atau penekanan aspek tertentu dari realitas tersebut haruslah dicermati lebih jauh. Karena penonjolan atau penekanan aspek tertentu dari realitas tersebut akan membuat (hanya) bagian tertentu saja yang lebih bermakna, lebih mudah diingat, dan lebih mengena dalam pikiran khalayak. Ia juga diikuti oleh akibat yang lain, kita kemudian jadi melupakan aspek lain yang bisa jadi jauh lebih berarti dan berguna dalam menggambarkan realitas (Eriyanto, 2018).

Suatu realitas tidak dibentuk secara ilmiah tetapi realitas itu dibentuk dan dikonstruksikan. Menurut Berger dan Thomas (dalam Eriyanto, 2018:18) realitas tidak dibentuk secara ilmiah tidak juga sesuatu oleh Tuhan tetapi dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman ini realitas berwajah ganda/plural. Setiap orang mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas. Setiap orang yang mempunyai pengalaman, preferensi, pendidikan dan lingkungan sosial atau menafsirkan realitas sosial itu dengan kondisinya masing-masing. Lebih lanjut gagasan Berger mengenai konteks berita harus di pandang sebagai konstruksi realitas. Karenanya sangat potensial terjadi peristiwa yang sama dikonstruksi secara berbeda.

Berita yang tak habis-habis diberitakan disetiap media mengenai kasus terinfeksi Covid-19 yang muncul pada bulan November di wuhan hingga saat ini masih saja terdengar. Di Indonesia virus Covid-19 membuat semua kalangan terguncang akan kedatangannya, berbagai sektor seperti sektor ekonomi, pertanian, sosial, pendidikan hingga pariwisata menjadi sulit. Untuk menangani virus tersebut ilmuan di dunia melakukan penelitian untuk menemukan serta mengembangkan obat/ atau vaksin. Vaksin merupakan antigen (mikroorganisma) yang diinaktivasi atau dilemahkan yang bila diberikan kepada orang yang sehat untuk menimbulkan antibodi spesifik terhadap mikroorganisma tersebut, sehingga bila kemudian terpapar, akan kebal dan tidak terserang penyakit. Dikutip dari <https://www.biofarma.co.id>. Pemberian vaksin bertujuan penanganan infeksi virus Covid-19.

Pengembangan vaksin dilakukan dengan rentang panjang proses pengujian mulai dari uji keamanan dan dosis vaksin, uji kemanjuran, uji penggunaan awal atau terbatas, serta vaksin disetujui untuk penggunaan penuh. Indonesia turut berpartisipasi dalam mendukung pengembangan vaksin, terlihat dari impor vaksin Covid-19 seperti Sinovac, AstraZeneca, dan Sinopharm (Umasugi, 2021). Yang telah selesai uji tahap 3 di lakukan indonesia dengan upaya agar wabah virus Covid-19 dapat terkendali.

Awal Kemunculan vaksin Covid-19 terjadi pro-kontra serta adanya penolakan dari beberapa kalangan masyarakat. Survei Indikator Politik awal tahun 2021 menunjukkan 41% masyarakat menolak untuk divaksinasi (Anakoda et al., 2021). Masyarakat ragu terhadap [keamanan vaksin](#), alasan lain nya yang mendukung

terjadinya penolakan dikenakan biaya dalam melakukan vaksin, status halal dan haram, serta ada juga yang merasa yakin tidak membutuhkan vaksin.

Kondisi pun berbalik sejak bulan juli 2021 masyarakat gencar mencari keberadaan vaksin, Antusiasme masyarakat meningkat sebanyak 54,3 persen responden bersedia untuk divaksin. Survei yang dilakukan Media Survei Nasional (Median) bersama Party Watch Institute menunjukkan, sebagian besar masyarakat yang bersedia divaksinasi Covid-19 lantaran ingin bisa kembali beraktivitas. Dikutip dari <https://Kompas.com> - 09/09/2021, Pukul 20:25 WIB.

Pemerintah mengeluarkan peraturan syarat untuk beraktivitas diluar ruangan dengan menerapkan kebiasaan hidup baru dengan 5 M (Memakai masker, Mencuci tangan, Menjaga jarak, Membatasi mobilitas, dan Menjauhi kerumunan) dan jika ingin menggunakan akses pelayanan publik masyarakat harus melakukan vaksin minimal dosis 1.

Fenomena Antusiasme Masyarakat Melakukan Vaksinasi Covid-19 tersebut menjadi salah satu pemberitaan yang menarik untuk diteliti. Dalam hal ini peneliti mencoba menggali konstruksi realitas pada pemberitaan Antusiasme Masyarakat Melakukan Vaksinasi Covid-19 dengan konsep *framing* dengan menggunakan *Analisis Framing Robert N. Entman*. Peneliti tertarik menggunakan model *framing* Robert N. Entman dikarenakan jenis framing tersebut dalam proses melakukan seleksi dan menyoroti beberapa aspek dari sebuah situasi untuk mempromosikan sebuah penafsiran tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk melihat dan membandingkan berita melalui *frame* yang dipakai oleh masing-masing media, yaitu Kompas.com, serta Republika.co.id.

Media Kompas, memiliki Motto "*Amanat Hati Nurani Rakyat*". Prinsip yang selalu dipegang oleh Kompas adalah dengan independensinya sebagai media. Namun pada kenyataannya Kompas tidak lepas dari stigma bahwa koran ini identik dengan katholik terlebih bagi sebagian masyarakat Indonesia, khususnya di kalangan Islam garis keras. Stigma yang melekat pada Kompas tersebut seakan mendorong koran ini untuk terus menjaga prinsip-prinsipnya itu. Sebagai koran yang mengedepankan keterbukaan, meninggalkan pengotakan latar belakang suku, ras, dan golongan, Kompas mengarahkan kebijakan redaksional *penulisan berita pada upaya penciptaan sikap terbuka, toleran, dan kritis bagi para pembaca. Oleh karena itu, penulisan penulisan pada surat kabar ini senantiasa peka akan nasib manusia yang sekaligus jadi pegangan klasik jurnalistik.*

Media Republika, identik dengan ICMI karena memang didirikan oleh Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia, dikalangan masyarakat Republika dikenal sebagai Koran nasional yang mengakomodasi kepentingan Islam. Sebagian besar pemberitaannya masih mengakomodasi kepentingan Islam. Republika menampilkan Islam dari sisi yang lebih Humanis, kosmopolis dan inklusif, sehingga mampu berdialog dengan berbagai pihak. Materi yang ditampilkan terkesan damai dan menggunakan pendekatan yang lebih rasional. Dari karakter jurnalis Republika tersebut memang cenderung homogen dan didominasi oleh orang muslim. Oleh karena itu maklum jika nantinya Republika akan bereaksi sebagai kesadaran solidaritas Islam.

Pemilihan media *online* Kompas.com, serta Republika.co.id. media dengan sejarah panjang, berawal dari surat kabar harian, bertransformasi menjadi media

digital. Saat ini, menjadi salah satu media paling kredibel dan dipercaya untuk mendapatkan informasi.

Alasan peneliti memilih media Kompas.com dan Republika.co.id karena kedua media ini memiliki strategi media dalam menyikapi dan memaknai sebuah peristiwa sehingga dalam menyikapi sebuah peristiwa media akan memandangnya secara berbeda begitu pula dengan pengemasan beritanya.

Hal ini membuat peneliti memilih media Kompas.com dan Republika.co.id sebagai bahan dalam penelitian ini. Kedua media *online* ini merupakan media independen dan menyajikan berita aktual dan berimbang. Hal tersebut sudah tentu mempengaruhi objektivitas dari berita atau informasi yang disajikan. Selain itu pada kedua media tersebut banyak menyajikan pilihan berita mulai dari berita kriminal, olahraga, hiburan, kesehatan, ekonomi, dan lain-lain. Keberagaman pemberitaan itu membuat para pembaca tertarik untuk terus mengupdate informasi melalui kedua media tersebut. Penggunaan media tersebut merupakan objek yang dijadikan peneliti sebagai perbandingan dalam mengkonstruksi kedua media tersebut.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “ANALISIS *FRAMING* PEMBERITAAN MEDIA ONLINE KOMPAS.COM DAN REPUBLIKA.CO.ID TENTANG ANTUSIAME MASYARAKAT MELAKUKAN VAKSINASI COVID-19”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana *Framing* Pemberitaan Antusiasme Masyarakat Melakukan Vaksinasi Covid-19 di Media *Online*?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui *Framing* Pemberitaan Antusiasme Masyarakat Melakukan Vaksinasi Covid-19 di Media *Online* Kompas.com dan Republika.co.id.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka dirumuskan manfaat penelitian sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan atau penambahan kajian dalam ilmu komunikasi khususnya kajian tentang media ditujukan untuk penelitian-penelitian tentang framing media dan diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan dan dapat dijadikan landasan oleh para praktisi jurnalistik, khususnya di redaksi Kompas.com dan Republika.co.id untuk dapat mengidentifikasi bingkai berita di setiap pemberitaan media online.