

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Detik.com merupakan media online pertama dan terbesar di Indonesia, yang dimana Detik.com pertama kali dicetuskan oleh Budiono Darsono bersama tiga rekannya yaitu Yayan Sopyan, Abdul Rahman dan Didi Nugrahadi pada bulan Juli tahun 1998 saat itu Indonesia dalam situasi krisis politik. Nama Detik.com sendiri diambil dari pemikiran Budiono Darsono yang memiliki keinginan memberikan informasi terkini pada masyarakat seperti slogannya yaitu “Kenapa tunggu besok, kalau detik ini juga anda sudah tahu informasi?”. Dalam proses merintisnya Detik.com mengalami berbagai kendala dalam mempublikasikan berita, bahkan Budiono Darsono pernah mencari berita peristiwa tragedi 1998 hanya bermodalkan sebuah Handy Talkie (Ht), tape recorder. Detik.com juga pernah mendapat kecaman karena berita yang dipublikasikan tidak akurat, dan homepage Detik.com mendapat kritikan dari penggunanya karena terlalu banyak menampilkan iklan. Seiring berjalannya waktu, Detik.com banyak melakukan perbaikan sehingga menjadi portal berita media online dengan jumlah pengunjung terbanyak dan masih populer hingga saat ini.

Pada awal tahun 2020 hampir diseluruh dunia termasuk Indonesia diramaikan dengan berita bahwa munculnya (COVID-19) di kota Wuhan China, dalam berbagai media disebutkan bahwa virus ini menyebabkan infeksi

pernapasan serta dapat menular dengan cepat dan banyak memakan korban jiwa, sehingga hal ini disebut sebagai pandemi. Namun ternyata pada awal bulan Maret 2020 COVID-19 ini masuk dan menyebar ke Indonesia dari salah satu warga yang sudah bertemu dengan WNA, sehingga sejak saat itu seluruh media baik konvensional maupun non konvensional membanjiri informasi mengenai virus corona COVID-19.

Pada rentang waktu sekitar bulan Maret sampai bulan Mei 2020 media dibanjiri dengan pemberitaan kurva bertambahnya jumlah positif COVID-19 karena penyebaran yang begitu masif dan belum ditemukannya vaksin yang dapat mengobati, maka sementara hal yang dapat dilakukan untuk mencegah penularannya yaitu dengan seringnya mencuci tangan dengan sabun di air yang mengalir, menggunakan masker, dan menjaga jarak, meski begitu hal ini tetap memengaruhi psikologis setiap orang, karena tidak sedikit orang yang merasa sangat ketakutan akan tertular.

Sudah berjalan delapan bulan dari Maret – Oktober 2020, virus corona (COVID-19) belum juga terkendali bahkan belum teratasi dengan baik, selama rentang waktu tersebut pemerintah banyak mengeluarkan berbagai kebijakan dalam upaya penanganan COVID-19 yang menjadi sorotan ialah kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dimana hanya beberapa sektor ekonomi yang tetap beroperasi diantaranya adalah bidang energi, bahan pangan (makanan dan minuman), bidang kesehatan, bidang komunikasi dan teknologi informasi, bidang perhotelan, bidang konstruksi, industri strategis, pelayanan dasar/objek vital dan bidang usaha yang menangani kebutuhan sehari-hari, selain dari 11

sektor tersebut tidak diperbolehkan beroperasi, masyarakat yang tidak memiliki kepentingan dengan beberapa sektor tersebut dianjurkan untuk tidak keluar rumah.

Dampak dari kebijakan ini sangat terasa oleh seluruh masyarakat termasuk pelaku usaha, karena mall, pasar, café ikut di tutup termasuk sektor pendidikan atau sekolah sehingga para pedagang kecil tidak bisa berjualan di tempat seperti biasanya. Tidak hanya ekonomi berskala mikro yang terdampak tetapi juga ekonomi makro, Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN) juga sangat terdampak karena anggaran harus dialokasikan untuk memenuhi berbagai kebutuhan pada masa pandemi ini, seperti biaya untuk kesehatan, bansos, UMKM, intensif usaha dan lain-lain. Sri Mulyani memperkirakan pertumbuhan ekonomi Indonesia dalam perkiraan terburuk bisa mencapai minus 0,4 persen, Hal itu dapat terjadi karena perpaduan masalah pada aspek kesehatan yang merembet ke sektor ekonomi serta sebagian besar aktivitas ekonomi terhenti demi mencegah penyebaran COVID-19.

Ekonomi menjadi salah satu ancaman terbesar selain kesehatan bagi warga negara Indonesia. Sejak masuknya COVID-19 banyak pelaku usaha yang mengalami kerugian dengan jumlah yang besar, terjadinya pemutusan hubungan kerja (PHK) di berbagai perusahaan, harga bahan pokok tidak stabil. Hal ini tentu saja membuat bertambahnya jumlah pengangguran, dan warga kesulitan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sehingga tak sedikit warga Indonesia merasa lelah dengan situasi ini dan pemerintah mendapat banyak kecaman dari masyarakat.

Media online tidak hanya diramaikan dengan berita mengenai kurva bertambah atau tingginya kasus positif, tetapi virus corona COVID-19 ini berdampak pada berbagai aspek seperti keamanan, politik, sosial dan yang paling krusial selain aspek kesehatan ialah aspek ekonomi. Dalam bidang ekonomi media kerap dihiasi dengan berita mengenai sulitnya pemerintah menangani ekonomi atau mengelola Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) agar tetap stabil pada masa pandemi. Pasalnya pandemi COVID-19 ini menimbulkan efek domino yang dimensinya lebih luas dan kompleks dari perkiraan awal. Hal inilah yang membuat pemerintah dilematis dalam menangani ekonomi sektor mana yang perlu diprioritaskan untuk diberikan bantuan. Pemerintah Indonesia memang tidak memberlakukan *lockdown*, salah satu alasannya khawatir ekonomi Indonesia masuk dalam jurang resesi. Karena apabila pemerintah melakukan kebijakan tersebut maka akan lebih banyak sektor ekonomi yang tutup sedangkan pemerintah harus menanggung semua biaya hidup warga negaranya selama *lockdown*, maka yang dilakukan pemerintah Indonesia dalam upaya penanganan COVID-19 ini dengan melakukan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dengan skema yang dibuat sedemikian rupa.

Dalam pandangan konstruksionis berita itu bersifat subjektif, karena berita yang dipublikasikan merupakan hasil konstruksi jurnalistik yang mana melibatkan pandangan, ideologi, nilai-nilai dari wartawan atau media. Berita yang berkembang mengenai dilematisnya pemerintah dalam menangani ekonomi pada masa COVID-19 ini menjadi perhatian khusus tak terkecuali pada media online. Setiap berita yang dipublikasikan dan menjadi konsumsi khalayak, dapat

memengaruhi relitas sosial melalui bahasa yang digunakan dalam pemberitaan, karena suatu realitas ini tidak terjadi secara ilmiah melainkan dikonstruksi. Media mampu membingkai suatu peristiwa yang pada akhirnya menentukan khalayak memandang suatu peristiwa dari kacamata tertentu.

Analisis framing menjadi metode untuk melihat bagaimana relitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Analisis framing merupakan pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif wartawan memahami suatu peristiwa juga menseleksi isu dan menulis berita, seperti bagaimana suatu isu menjadi menarik untuk diangkat, apa masalah dari suatu pemberitaan, cara pandang tersebut akan memengaruhi fakta apa saja yang akan ditonjolkan. Berita yang disajikan untuk khalayak sudah melalui proses penyeleksian atau framing yakni menekankan aspek tertentu, bahkan bisa jadi menghilangkan fakta yang ada, hal ini dapat membentuk makna tertentu dari peristiwa.

Setiap perusahaan media memiliki visi misi masing-masing. Begitu juga dengan Detik.com media online yang menjadi salah satu media yang paling banyak diakses oleh para pembaca yang ada di Indonesia, memiliki pandangan sendiri terhadap suatu peristiwa sesuai dengan visi misi mereka. Maka berita yang dihasilkan nanti akan terlihat bagaimana kualitasnya.

Media digital mampu menggeser posisi media cetak. Untuk mempertahankan eksistensinya, berbagai media konvensional melebarkan sayap di berbagai platform media digital agar dapat menjangkau pembaca media online, hal ini dianggap sangat berpengaruh pada kehidupan masyarakat. Keunggulan yang disajikan seperti cepatnya arus informasi dan visual yang beragam menjadi

sarana yang mudah untuk mengangkat suatu isu tertentu, karena penyebaran suatu informasi dapat dilakukan oleh setiap pengguna media online diberbagai platform seperti Instagram, WhatsApp, Twitter, Line, Facebook, TikTok dan lain-lain. Sehingga apabila suatu isu atau informasi penyebarannya dilakukan secara masif akan menjadi perhatian publik, yang mana biasa dikenal dengan sebutan viral atau trending topik.

Berbeda dengan media massa televisi, radio, film, dan surat kabar yang memerlukan waktu untuk menyiarkan berita melalui suatu program. Sedangkan pada media online tidak membutuhkan waktu lama untuk memberikan informasi, ketika sudah mendapat seluruh unsur berita yaitu 5W+1H maka pada saat itu juga sudah bisa diunggah di media online baik itu pada Website, Instagram atau berbagai platform media lainnya.

Media massa merupakan alat untuk berkomunikasi secara terbuka, terorganisir yang ditujukan kepada khalayak dalam jarak yang jauh dan waktu yang singkat. Komunikasi media massa bersifat satu arah, namun kemampuan media massa mampu menjangkau khalayak untuk memberikan informasi yang bersifat umum, memberikan hiburan dan edukasi.

Teknologi informasi berkembang pesat, media massa yang mencakup radio, televisi, majalah, film, dan surat kabar saat ini tidak menjadi satu-satunya alat komunikasi masyarakat. Tetapi juga adanya media baru yaitu sebutan untuk kemunculan digital atau jaringan internet yang mana lebih kita kenal dengan media online, mencakup website, blog dan beberapa jenis platform lainnya. Hal ini

memberikan pengalaman berbeda bagi masyarakat karena karakter dari media digital ini selain jangkauannya lebih luas tapi sering kali bersifat interaktif.

Interaksi dalam bentuk komunikasi dapat dilakukan secara langsung, atau tidak langsung seperti menggunakan media atau perangkat tertentu guna memecahkan masalah seperti adanya batasan jarak, ruang dan waktu agar komunikasi dapat dikatakan efektif. Ketika peradaban manusia dimulai maka sejak saat itu manusia berupaya menemukan alat yang dapat menunjang komunikasi.

Pada dasarnya manusia sudah mampu berkomunikasi sejak dalam rahim ibu, bayi dalam kandungan sudah mampu merespon berbagai hal seperti dari suara kedua orang tuanya, bahkan bayi mampu meresponnya seperti dengan menendang. Secara umum manusia memerlukan komunikasi dan interaksi dengan orang lain, baik secara individu, kelompok bahkan khalayak ramai. Seiring berjalannya waktu manusia mengalami proses pertumbuhan dan kebutuhan akan komunikasi pun bertambah yaitu salah satunya ingin mendapatkannya suatu informasi.

Berdasarkan paparan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana media online Detik.com dalam membingkai berita mengenai peristiwa sulitnya pemerintah dalam mengelola ekonomi pada masa pandemi virus corona (Covid-19). Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian dengan judul ***“Analisis Framing Robert N. Entmant Terhadap Pemberitaan Ekonomi Masa Covid-19 di Detik.com”***

1.2 Fokus Penelitian/Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas, fokus penelitian ini adalah pembedakan berita yang dilakukan oleh media online Detik.com pada pemberitaan ekonomi masa covid-19, yaitu **“Analisis Framing Robert . Entman Terhadap Pemberitaan Ekonomi Masa Covid-19 di Detik.com”**

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Untuk meneliti bagaimana pembedakan Detik.com mengenai pemberitaan ekonomi di masa covid-19 dirumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pendefinisian masalah pada berita ekonomi masa Covid-19 di Detik.com
2. Bagaimana pendefinisian sumber masalah pada berita ekonomi masa covid-19 di Detik.com
3. Bagaimana pendefinisian keputusan moral pada berita ekonomi masa covid-19 di Detik.com
4. Bagaimana penekanan penyelesaian pada berita ekonomi masa covid-19 di Detik.com

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pendefinisian masalah pada berita ekonomi masa covid-19 di Detik.com
2. Untuk mengetahui pendefinisian sumber masalah pada berita ekonomi masa covid-19 di Detik.com
3. Untuk mengetahui pendefinisian keputusan moral pada berita ekonomi masa covid-10 di Detik.com
4. Untuk mengetahui penekanan penyelesaian pada berita ekonomi masa covid-10 di Detik.com

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi dalam literatur penelitian kualitatif pada bidang komunikasi jurnalistik khususnya mengenai analisis framing pada suatu berita di surat kabar online. Penelitian ini juga berguna bagi peneliti dalam melakukan penerapan ilmu jurnalistik, bagaimana suatu informasi yang diolah oleh surat kabar online menjadi suatu berita, mengangkat suatu isu yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat. Hasil penelitian ini memberi kesadaran kepada pembaca untuk lebih kritis dalam memahami suatu berita.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan baik bagi peneliti atau pembaca mengenai media melakukan framing pada berita serta mampu membuka kesadaran khalayak pembaca untuk lebih selektif dalam memahami suatu berita yang sudah melalui proses framing.

