Jurnal Educatio
Volume 7, No. 4, 2021, pp. 1750-1758
DOI: 10.31949/educatio.v7i4.1509

P-ISSN 2459-9522
E-ISSN 2548-6756

Analisis Framing Pada Pemberitaan Covid-19 di Media Online Sebagai Bahan Pengembangan Modul Jurnalisme Positif

Nina*, Triyanto
STKIP Muhammadiyah Bogor, Indonesia
*email: bila83810@gmail.com

ABSTRACT

Researchers are interested in the framing analysis of Covid-19 reporting on online media because they want to know how online media reporting in Indonesia is constructed to practice positive journalism. The researcher used Zhongdang Pan and Gerald Konsicki's framing analysis theory in this work. The descriptive qualitative method is used in this study. The primary data comes from news texts gathered through the free-to-talk technique from Indonesia's four largest web media. Secondary data, on the other hand, was collected through observations, interviews, and questionnaires. The findings of this study show that news regarding Covid-19 on internet media such as Okezone, cnnindonesia.com, Liputan6.com, and Kompas.com has a significant impact on the community's psychological status. The framing of the news in the four media is still at the objective limit by raising the existing social reality, according to the framing analysis of the news in the four media. There is little evidence of opinion swaying to form other fears or anxiety based on language or other aspects. The framing analysis' findings are still in the flow of positive news within the framework of positive journalism. The psychological state of the community is highly influenced by news coverage in online media.
***Keywords**: positive journalism; framing analysis, online media, Covid-19 news*

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pemberitaan Covid-19 di media online menggunakan analisis *framing* terhadap serta dampaknya secara psikologis bagi masyarakat sehingga dapat dikembangkan menjadi modul jurnalisme positif. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori analisis framing dari Zhongdang Pan dan Gerald Konsicki. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data primer yang berupa teks berita dari empat media *online* terbesar di Indonesia, yang diperoleh dengan teknik simak bebas libat cakap, data sekunder hasil observasi, wawancara dan kuesioner. Hasil pembahasan penelitian ini ialah pemberitaan tentang Covid-19 pada media *online* Kompas.com, CNNIndonesia, Liputan6.com dan Okezone memiliki dampak yang cukup kuat dalam memengaruhi kondisi psikologis masyarakat. Berdasarkan hasil analisis *framing* terhadap pemberitaan yang termuat pada keempat media, *framing* pemberitaan tersebut masih berada pada batas objektif dengan mengangkat realitas sosial yang ada. Dari segi bahasa dan unsur lainnya tidak menunjukkan adanya indikasi penggiringan opini untuk membentuk rasa takut atau kegelisahan yang lain. Hasil analisis *framing* tersebut masih berada pada alur pemberitaan positif dalam bingkai jurnalisme positif. Pemberitaan di media online sangat berpengaruh terhadap kondisi psikologis masyarakat.
Kata kunci: jurnalisme positif; analisis *framing*, Pan dan Kosicki, media online, pemberitaan Covid-19

Submitted Sep 16, 2021 | Revised Oct 12, 2021 | Accepted Oct 22, 2021

Pendahuluan

Bahasa merupakan alat komunikasi antarmanusia. Bahasa sangat penting dalam kehidupan karena dengan bahasa manusia dapat mengungkapkan maksud dan tujuannya kepada orang lain. Kini manusia tidak hanya berkomunikasi secara skala kecil tetapi membutuhkan komunikasi dalam skala besar, cepat dan dalam jangka waktu bersamaan atau dikenal dengan istilah komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan salah satu studi dalam ilmu komunikasi yang berkaitan dengan khalayak ramai. Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang "*Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*" menurut Bittner dalam Woka (2018).

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi semakin dinamis, sehingga pembaharuan informasi menjadi kebutuhan masyarakat untuk mengetahui perkembangan informasi dalam dan luar negeri. Industri media terus melakukan inovasi mulai dari media cetak, media elektronik, bahkan kini

mulai muncul media yang terbaru yaitu *new* media atau media baru yang dikenal dengan istilah media online. Menurut Vivian (2008), *new media* atau media baru adalah perusahaan dan produk media baru yang muncul dari teknologi baru dan dan mempengaruhi perkembangan jurnalistik publik yang memungkinkan setiap individu dapat leluasa menjadi komunikator informasi. Kini media massa berevolusi menjadi media *online* yang lebih praktis dan memiliki tingkat aktualitas yang tinggi. Hal ini membuat media massa menjadi sumber informasi yang diakses oleh sebagian besar masyarakat.

Persaingan perusahaan media massa tidak dapat dihindari demi memenuhi selera masyarakat sehingga menuntut media massa memiliki ciri khas sudut pandang saat memberikan berita faktual kepada masyarakat. Tetapi saat ini dalam penulisan berita tidak hanya mementingkan pendekatan seleksi tetapi lebih kepada pendekatan pembentukan berita (*creation of news*). Maksudnya adalah wartawan sendiri yang membentuk peristiwa, hal ini sesuai dengan pernyataan Eriyanto (2002) yang mengatakan bahwa peristiwa dan realitas bukanlah diseleksi melainkan dikreasikan oleh wartawan. Media dengan sengaja membentuk kontruksi fakta sesuai dengan keinginan penguasa. Pendapat ini senada dengan pendapat Chesney (1998) yang mengatakan dalam mengkonstruksi sebuah fakta, banyak faktor yang mendukungnya yaitu faktor ekonomi, politik dan idelogi.

Saat ini seluruh media massa memberitakan mengenai berita pandemi Covid-19. Akan tetapi, perbedaan sudut pandang beberapa media membuat masyarakat bingung menyikapi isu pandemi ini. Pandemi tidak hanya menimbulkan masalah kesehatan tetapi berdampak terhadap bidang politik, ekonomi, dan sosial. Selama ini media massa telah menyampaikan informasi faktual dengan aktual dan terpercaya kepada masyarakat. Berdasarkan observasi di lapangan, peneliti mencatat bahwa banyak masyarakat kurang meresponsif terhadap informasi yang disajikan di berbagai media massa, alasannya adalah banyak media yang memberitakan berita covid-19 dengan sudut pandang yang negatif. Masyarakat yang memiliki efikasi diri yang tinggi dan menganggap Covid-19 sebagai ancaman, maka akan memiliki kepercayaan lebih besar pada logika dan realita sehingga dapat memengaruhi tindakan dan pola pikirnya. Pendapat ini senada dengan pendapat Sulastri dan Jufri (2021) mengatakan bahwa individu yang memiliki efikasi diri yang tinggi memiliki karakteristik keyakinan dan kemampuan diri mampu menyelesaikan masalah dan menganggap masalah atau hambatan sebagai tantangan, sementara individu yang memiliki efikasi diri yang rendah memiliki keraguan pada kemampuan dirinya rentan depresi, menghindari situasi sulit.

Psikolinguistik memberikan gambaran umum tentang hubungan bahasa dengan pikiran. Secara sederhana, bahasa manusia dipengaruhi oleh pikirannya dan sebaliknya. Kegiatan dekode akan dimaknai secara semantis sehingga berdampak terhadap kondisi psikologis seperti timbulnya perasaan tertentu (Chaer, 2015). Pemberitaan pada media massa *online* merupakan salah satu bentuk simbol bahasa yang dimaknai secara semantis, artinya bahwa setiap berita akan berdampak secara psikologis terhadap pembaca. Dalam dunia jurnalisme, ada semboyan bahwa *bad news is a good news*, artinya berita yang buruk bisa menjadi yang berita yang menarik walaupun memberikan dampak psikologis negatif terhadap pembaca seperti ketakutan, kecemasan, keresahan, tidak lagi menjadi perhatian. Berbeda halnya dengan jurnalisme positif yang mengarahkan pada pemberitaan baik yang membangun optimisme pembaca. Jurnalisme positif lahir sebagai penyeimbang menurut Abdurrahman & Supriadi (2020).

Kondisi psikologis masyarakat setelah membaca berita Covid-19 akan menimbulkan kondisi yang muncul seperti kesadaran, kebingungan, bahkan ketakutan. Dampak psikologis yang ditimbulkan merupakan bagian dari proses berbahasa yang wajar bagi setiap manusia. Sebagaimana kajian dalam psikolinguistik bahwa pikiran dan bahasa memiliki hubungan yang sangat erat, di antaranya adalah bacaan sebagai *input* bahasa memiliki pengaruh yang kuat bagi pikiran. Untuk itu, perbaikan kondisi pikiran masyarakat yang berada dalam situasi pandemi ditentukan oleh salah satu faktor yakni asupan informasi yang positif melalui jurnalisme positif. menurut Abdurrahman & Supriadi (2020)

Peneliti mengkaji pemberitaan Covid-19 dengan menggunakan analisis *framing* untuk mengetahui sudut pandang setiap media online. Analisis *framing* menurut Pan dan Kosicki lebih populer digunakan dalam menganalisis berita karena lebih jelas dalam mengkontruksi sebuah berita. Pan dan Kosicki dalam Sobur (2012) mengatakan bahwa "*Framing Analysis: An Approach to News Discourse*" mengoperasionalkan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat *framing*: sintaksis, skrip, tematik,dan retoris. Analisis framing didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan yang lebih menonjol, menempatkan suatu informasi lebih daripada yang lain sehingga masyarakat lebih fokus pada pesan tersebut. Menurut Pan dan Kosocki dalam Eriyanto (2002) mengatakan bahwa ada dua konsep framing yang saling berkaitan yaitu: (1) framing dalam konsep psikologis, dan (2) framing dalam konsep sosiologis.

Berdasarkan pemaparan pendahuluan di atas, penulis perlu menganalisis berita-berita di media online untuk mengetahui kontruksi faktual berita Covid-19 untuk meningkatkan efikasi diri positif pada masyarakat. Peneliti akan mengembangkan dan merancang modul jurnalisme positif sebagai bahan acuan bagi mahasiswa atau calon jurnalis agar mampu menulis berita positif yang bermanfaat untuk masyarakat.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2016) mengatakan bahwa pendekatan deskriptif akan berupaya untuk melakukan eksplorasi terhadap suatu potret fenomena sosial yang dilakukan secara mendalam dan menyeluruh. Penelitian dilaksanakan sejak bulan Agustus 2020 sampai Maret 2021. Pada penelitian ini peneliti akan melakukan tiga tahapan yakni: (1) Melakukan obeservasi berita-berita tentang Covid-19 di beberapa media online. Menurut Bugin (2001) mengatakan bahwa metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. (2) Melakukan pengumpulan data dengan melihat sikap subjek dalam memproduksi berita tentang Covid-19 di media online Kompas.com, CNNIndonesia, Liputan6.com dan Okezone.com edisi Agustus 2020 sampai Maret 2021. Teknik pengambilan data menggunakan metode simak, Metode simak adalah cara memperoleh data dilakukan dengan menyimak penggunaan bahasa. Menurut Mahsun (2007) mengatakan bahwa metode simak memiliki teknik dasar yang berwujud teknik sadap. Selanjutnya, peneliti memberikan kuisioner pada masyarakat mengenai dampak pemberitaan covid-19 pada media *online* melalui *google form* dan wawancara mendalam. dan (3) Melakukan analisis menggunakan metode analisis *framing* Pan dan Konsicki pada seluruh data. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif dengan cara melakukan reduksi data terlebih dahulu. Menurut Sugiyono (2016) mereduksi data adalah merangkum, memilih dan memfokuskan hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.

Hasil dan Pembahasan

Untuk mengetahui bagaimana pembingkaian berita Covid-19 di empat media online besar di Indonesia, yakni Kompas.com, CNNIndonesia, Liputan6.com dan Okezone.com edisi Agustus 2020 sampai Maret 2021, berikut judul artikel pemberitaan Covid-19:

Tabel 1. Judul Pemberitaan Covid-19 di Media Sosial

Kompas.com	CNNIndonesia.com	Liputan6.com	Okezone.com
Update 22 Agustus: Bertambah 2.090, Kini Ada 151.498 Kasus Covid-19 di Indonesia. Edisi 22 Agustus 2020	Update Corona 22 Agustus: 151.498 Positif, 105.198 Sembuh. Edisi 22 Agustus 2020	Jakarta dan 13 Provinsi Lain Laporkan Angka Kesembuhan Lebih Tinggi dari Kasus Baru COVID-19 per 22 Agustus. Edisi 22 Agustus 2020	Kabar Baik, Pasien Sembuh Covid-19 Lebih Banyak dari Positif. Edisi 22 Agustus 2020
Lonjakan Kasus Covid-19 di Jakarta dan Darurat Kapasitas RS,	Anies Tarik Rem Darurat Jika Kasus Covid Melonjak di	HEADLINE: Penularan Covid-19 Masih Tinggi di Jakarta, Tarik Rem Darurat Jadi	Kadinkes DKI: Harus Ada Kebijakan Rem Darurat untuk

Haruskah Tarik Rem Darurat?. Edisi 31 Agustus 2020	Jakarta. Edisi 23 November 2020	Solusi? Edisi 29 Desember 2020	Menghentikan Penularan Covid-19. Edisi 9 September 2020
Dianggap Efek Samping Parah, Brasil Tangguhkan Vaksin Covid-19 Sinovac. Edisi 10 November 2020	Kritik Vaksin Covid Sinovac di Tiga Negara. Edisi 18 Desember 2020	Efek Samping 4 Vaksin Covid-19 yang Sudah Dapat EUA di Beberapa Negara. Edisi 12 Januari 2021	Uji Klinis Vaksin Sinovac Hasilkan Bisa Membentuk Antibodi Anak. Edisi 24 Maret 2021

Dari perbandingan judul berita Covid-19 pada keempat media online di atas dapat disimpulkan bahwa media online Okezone.com dan Liputan6.com lebih baik dalam pemilihan diksi untuk memberikan jurnalisme psoitif pada setiap pemberitannya. sedangkan pada media online Kompas.com dan CNNIndonesia berusaha menyampainya informasi secara faktual dan lugas.

Tabel 2. Perbandingan Strategi Penulisan Berita

Elemen	Kompas.com	CNNIndonesia.com	Liputan6.com	Okezone.com
Judul	UPDATE 22 Agustus: Bertambah 2.090, Kini 151.498 Kasus Covid-19 di Indonesia	Update Corona 22 Agustus: 151.498 Positif, 105.198 Sembuh	Jakarta dan 13 Provinsi Lain Laporkan Angka Kesembuhan Lebih Tinggi dari Kasus Baru COVID-19 per 22 Agustus	Kabar Baik, Pasien Sembuh Covid-19 Lebih Banyak dari Positif
Sintaksis	Sumber informasi dikutip dari laman resmi Satgas Covid-19. Kompas.com dalam penulisan judul hanya memfokuskan angka kenaikan kasus Covid-19, lalu pada isi artikel mendeskripsikan secara lengkap angka kesembuhan, kematian dan suspek.	Sumber informasi dikutip dari laman resmi Satgas Covid-19. CNNIndonesia.com dalam penulisan judul menyebutkan jumlah total kenaikan kasus dan kesembuhan Covid-19. Isi artikel berisi imbauan pemerintah untuk mematuhi protokol kesehatan, bila melanggar akan dikenakan sanksi sesuai Inpres No. 6 tahun 2020.	Liputan6.com mengutip dari laman resmi Kementerian Kesehatan Republik Indonesia yang merilis laporan sebaran COVID-19 per 22 Agustus 2020. Ada 14 provinsi yang melaporkan kasus sembuh lebih tinggi dari kasus baru COVID-19.	Satuan Tugas Penanganan Covid-19 mengumumkan kasus terbaru pasien virus corona per 22 Agustus 2020 sebanyak 2.090 kasus.
Skrip	Penekanannya hanya mengangkat angka-angka kasus saja tanpa mempertimbangkan unsur *how* (bagaimana) solusi yang harus dilakukan masyarakat agar dapat mencegah kenaikan angka penularan.	CNNIndonesia.com tidak hanya menonjolkan angka-angka kenaikan kasus tetapi lebih fokus menekan penyebaran Covid-19 di tempat umum dengan menerapkan sanksi yang diatur dalam Inpres No.6 tahun 2020 yang melibatkan pihak kepolisian dan TNI	Liputan6.com memfokuskan 14 provinsi yang lebih tinggi angka kesembuhannya dan memenuhi syarat jurnalisme positif. Dalam berita ini tidak memenuhi unsur *why* dan *how*.	Okezone.com memfokuskan angka kesembuhannya dan memenuhi syarat jurnalisme positif. Dalam berita ini tidak memenuhi unsur *why* dan *how*. Menjelaskan peringkat secara global sebagai tolak ukur keberhasilan atau kegagalan dalam menekan angka penyebaran Covid-19
Tematik	Mendeskripsikan angka positif pada tanggal 22/08/2020	Mendeskripsikan jumlah positif, sembuh dan meninggal. Pemerintah	Kementerian Kesehatan Republik Indonesia merilis laporan sebaran	Angka kasus baru 2.090, angka keseluruhan yang

	sebanyak 2.090 total 151.498, sembuh 2.207, meninggal 97 orang total menjadi 6.594 dan status suspek 75.457. Meskipun angka kesembuhan lebih tinggi daripada kenaikan kasus tapi Kompas.com tidak menonjolkan angka kesembuhan malah menjumlahkan angka kematian dan kasus suspek yang masih tinggi	mewajibkan masyarakat mematuhi protokol kesehatan. Presiden Joko Widodo mengeluarkan inpres untuk memberikan sanksi yang melanggar baik itu perorangan, pelaku usaha, pengelola, penyelenggara atau penanggung jawab tempat atau fasilitas umum.	COVID-19 per 22 Agustus 2020. Dalam laporan tersebut ada 14 provinsi yang melaporkan kasus sembuh lebih tinggi dari kasus baru COVID-19.	positif 151.498. Angka penambahan pasien yang sembuh 2.207 total 105.198 kasus sembuh. Angka kematian 94 orang, total kematian 6.594 kasus. Provinsi yang masih tinggi yaitu DKI Jakarta, kedua Jawa Timur dan ketiga Jawa Barat. Secara global Indonesia menduduki posisi 23. Amerika masih menjadi negara tertinggi kasus Covid-19.
Retoris	Penggunaan kata "UPDATE" untuk menunjukkan bahwa berita ini bersifat faktual dan aktual	Penggunaan kata "UPDATE" untuk menunjukkan bahwa berita ini bersifat faktual dan aktual	Pemilihan penggunaan kata "Laporkan Angka Kesembuhan Lebih Tinggi dari Kasus Baru COVID-19"	Pemilihan kata "Kabar Baik, Pasien Sembuh Covid-19 Lebih Banyak dari Positif"

1. Pembahasan Kontruksi Realitas Media Online

Dalam media kompas.com, pada kenyataannya realitas media dapat dibentuk dan dikontruksi oleh pihak yang berkepentingan. Maka, kontruksi sosial tidak lepas dari kekuasaan politik dan ekonomi yang dimiliki pelaku konstruksi dalam media. Berdasarkan hasil analisis framing terhadap berita informasi terbaru jumlah angka penyebaran Covid-19 edisi tanggal 22 Agustus pada media Kompas.com, dapat disimpulkan bahwa: (1) Kompas.com membuat suatu kontruksi realitas sosial menggunakan pendekatan objektivitas satu sudut pandang sehingga dalam pemilihan judul hanya memfokuskan pada angka kenaikan kasus, hal ini dapat memicu keresahan dan kepanikan di masyarakat, namun upaya pembingkaian itu masih dalam batas kewajaran. (2) Penggunaan bahasa sebagai komponen utama berita, jurnalis membangun realitas yang sesungguhnya, (3) Opini atau sudut pandang hanya dari satu sumber saja yaitu pernyataan pemerintah melalui laman resmi Satgas Covid-19, dan (4) ditinjau dari teori ekonomi politik media Kompas.com menempatkan diri sebagai media yang mempertahankan objektivitasnya dalam penulisan berita. Pendiri media Kompas yaitu Jacob Oetama sebagai wartawan senior menempatkan media sebagai pengawas kinerja pemerintas, memiliki tanggung jawab sosial yang tidak mementingkan ambisi pribadi. Kompas berusaha tetap netral dan tidak memihak afiliansi politik manapun dalam menulis berita.

Pada media CNNIndonesia.com, berdasarkan hasil analisis framing terhadap berita informasi terbaru jumlah angka penyebaran Covid-19 edisi tanggal 22 Agustus dapat disimpulkan bahwa: (1) CNNIndonesia.com membuat kontruksi realitas sosial menggunakan pendekatan objektivitas dengan memfokuskan jumlah total kenaikan kasus dan kesembuhan Covid-19, pembingkaian berita berusaha menyeimbangkan antara realitas dengan jurnalisme positif.. (2) Penggunaan bahasa sebagai komponen utama berita, jurnalis membangun realitas yang sesungguhnya dengan menekannkan imbauan pemerintah untuk mematuhi protokol kesehatan, bila melanggar akan dikenakan sanksi sesuai Inpres No. 6 tahun 2020, (3) Opini atau sudut pandang hanya dari satu sumber saja yaitu pernyataan pemerintah melalui laman resmi Satgas Covid-19, dan (4) ditinjau dari teori ekonomi politik media

CNNIndonesia.com menempatkan diri sebagai media yang mempertahankan objektivitasnya dalam penulisan berita. CEO CT Corp Chairul Tanjung pernah menjadi Menteri Koordinator Bidang Perekonomian tapi beliau tidak mengikuti alur politik dan memperkecil pengaruh kepentingan pemilik media dalam menyajikan berita. CNN Indonesia bermitra dengan *Turner Broadcasting System Asia Pasifik* hingga pemberitaannya dibawah pengawasan Turner untuk mempertahankan kualitas dan indenpensinya.

Pada Liputan6.com, berdasarkan hasil analisis framing terhadap berita informasi terbaru jumlah angka penyebaran Covid-19 edisi tanggal 22 Agustus dapat disimpulkan bahwa: (1) Liputan6.com membuat kontruksi realitas sosial menggunakan pendekatan objektivitas yang lebih positif dengan menonjolkan 14 provinsi yang melaporkan kasus sembuh lebih tinggi dari kasus baru COVID-19. (2) Penggunaan bahasa sebagai komponen utama berita, jurnalis membangun realitas yang sesungguhnya dengan memusatkan angka kesembuhan untuk menjaga psikologis masyarakat, (3) Opini atau sudut pandang hanya dari satu sumber saja yaitu pernyataan pemerintah melalui laman resmi Satgas Covid-19, dan (4) ditinjau dari teori ekonomi politik media Liputan6.com mempertegas bahwa tidak bekerja untuk kepentingan kepentingan politik manapun dan jurnalis Liputan6.com tidak boleh terlibat dalam politik praktis, menjadi pengurus atau tim sukses politik. Liputan6.com juga memiliki kanal cek fakta untuk mengklarifikasi sejumlah klaim yang beredar dan berpartisipasi melawan berita hoaks dan fitnah.

Pada media Okezone.com, berdasarkan hasil analisis framing terhadap berita informasi terbaru jumlah angka penyebaran Covid-19 edisi tanggal 22 Agustus dapat disimpulkan bahwa: (1) Okezone.com membuat suatu kontruksi realitas sosial menggunakan pendekatan objektivitas dengan memfokuskan angka kesembuhannya dan memenuhi syarat jurnalisme positif, (2) Penggunaan bahasa sebagai komponen utama berita, jurnalis membangun realitas yang sesungguhnya dengan menjelaskan peringkat tingkat penyebaran Covid-19 Indonesia secara global untuk dijadikan tolak ukur keberhasilan atau kegagalan dalam menekan angka penyebaran Covid-19 (3) Opini atau sudut pandang hanya dari satu sumber saja yaitu pernyataan pemerintah melalui laman resmi Satgas Covid-19, dan (4) ditinjau dari teori ekonomi politik media Okezone.com menempatkan diri sebagai media yang pro pemerintah. Hary Tanosoedibjo sebagai CEO MNC Group dan HT Investment Development Ltd memiliki rekam jejak di bidang politik. Perjalanan panjang dimulai dengan bergabung di Nasdem, Hanura hingga mendirikan partai politik Perindo yang memberikan dukungan kepada Anies Baswedan dan Sandiaga Uno dalam Pilkada DKI Jakarta. Pada bulan Agustus 2017 Perindo resmi menyatakan dukungannya di Pilpres 2019 padahal sebelumnya Hary Tanoe sempat memberikan dukungan kepada Prabowo Subianto pada Pilpres 2014. Pola pemikiran Hary Tanoe dalam berpolitik lebih menonjolkan pluralisme identitas sebagai retorika politik berdasarkan etnis dan agama. Sehingga Partai Perindo sebagai partai baru mampu menyampaikan aspirasi rakyat pada pemilu. Jadi pemberitaan pada media massa yang dimiliki oleh MNC Group cenderung mendukung dan memihak kebijakan pemerintah sebagai komitmen Hary Tanoe mendukung Joko Widodo pada Pemilu 2019.

2. Pengaruh Pemberitaan Covid-19 terhadap Psikologis Masyarakat

Fungsi jurnalistik adalah memberitakan informasi faktual kepada masyarakat dengan akurat dan aktual, maka dengan adanya informasi yang tepat dan jelas tentang sebuah peristiwa yang tengah dihadapi maka masyarakat tidak akan mengalami kepanikan dan kecemasan yang berlebihan. Tapi nyatanya, masyarakat mengalami kepanikan dan ketakutan pada masa pandemi Covid-19 ini memicu menurunnya kesehatan mental dan pola pikir masyarakat. Penyebabnya adalah minimnya informasi yang komprehensif dari pemerintah dan banyaknya berita palsu beredar luas di media sosial. Oleh karena itu, peneliti membagikan kuesioner dengan responden dari beberapa kota.

Berdasarkan hasil kuesioner tersebut, terukur respons masyarakat dengan menggunakan skala Likert 1–4. Pada pengukuran intensitas responden dalam mengakses media online, didapatkan hasil bahwa 16 orang (34%) responden sangat sering mengakses media online, 25 orang (53%) sering, 6

orang (13%) jarang, dan 0 orang (0%) sangat jarang. Berikutnya untuk pengukuran intensitas akses masyarakat terhadap media online okezone.com cnnindonesia.com, liputan6.com, dan kompas.com, 5 orang responden (11%) terukur sangat sering, 18 orang (38%) sering, 21 orang (45%) jarang, dan 3 orang (6%) sangat jarang. Kemudian pada pengukuran intensitas masyarakat dalam membaca berita, 7 orang responden (15%) sangat sering, 24 orang (51%) sering, 15 orang (32%) jarang, dan 1 orang (2%) sangat jarang. Sementara itu untuk intensitas dalam membaca berita tentang Covid-19, 4 orang responden (9%) terukur sangat sering, 21 orang (45%) sering, 22 orang (46%) jarang, dan 0 orang (0%) sangat jarang.

Berikutnya adalah pengaruh pemberitaan Covid-19 terhadap berbagai kondisi psikologis memiliki berbagai tingkatan. Dalam tabel 3-8 tersaji hasil pengukuran tentang dampak-dampak pemberitaan tentang Covid-19 secara psikologis.

Tabel 3. Pengaruh Pemberitaan Covid-19 Memicu Stress

Pengaruh	Frek	Persentase
Sangat besar	8	17%
Besar	21	45%
Kecil	13	28%
Sangat kecil	5	10%
Total	47	100%

Tabel 4. Pengaruh pemberitaan Covid-19 dalam menurunkan tingkat imun/kesehatan

Pengaruh	Frek	Persentase
Sangat besar	5	11%
Besar	25	53%
Kecil	14	30%
Sangat kecil	3	6%
Total	47	100%

Tabel 5. Pengaruh pemberitaan Covid-19 Menghalangi Aktivitas Harian Karena Rasa Takut

Pengaruh	Frek	Persentase
Sangat besar	10	21%
Besar	20	42%
Kecil	13	28%
Sangat kecil	4	9%
Total	47	100%

Tabel 6. Pengaruh Pemberitaan Covid-19 Meningkatkan Tensi di Lingkungan Keluarga

Pengaruh	Frek	Persentase
Sangat besar	7	15%
Besar	21	45%
Kecil	17	36%
Sangat kecil	2	4%
Total	47	100%

Tabel 7. Pengaruh pemberitaan Covid-19 Menghalangi Pekerjaan

Pengaruh	Frek	Persentase
Sangat besar	16	34%
Besar	14	29%
Kecil	13	28%
Sangat kecil	4	9%
Total	47	100%

Tabel 8. Pengaruh pemberitaan Covid-19 Terhadap Harapan Masa Depan

Pengaruh	Frek	Persentase
Sangat besar	1	2%
Sangat menimbulkan harapan	8	17%

Menimbulkan harapan	30	64%
Putus asa	8	17%
Total	47	100%

Dari pengukuran terhadap para responden tentang pemberitaan Covid-19, sebagian besar responden mendapatkan level yang tinggi yakni rata-rata di atas 50% pada setiap poin pengukuran. Hal ini menunjukkan bahwa aksesibilitas responden terhadap keempat media online dan aksisibilitas terhadap pemberitaan tentang Covid-19 terukur tinggi. Tingginya hasil pengukuran pada poin-poin tersebut membuka potensi adanya korelasi yang positif terhadap dampak pemberitaan tentang Covid-19 secara psikologis. Potensi tersebut terkonfirmasi melalui hasil kuesioner yang terjabar pada Tabel 1 hingga Tabel 6. Pada tabel-tabel tersebut terungkap dampak pemberitaan tentang Covid-19 terhadap stres, menurunkan tingkat kesehatan/imun, menghalangi aktivitas harian karena rasa takut, meningkatkan tensi di lingkungan keluarga, menghalangi pekerjaan, hingga dampak terhadap harapan masa depan. Dominasi jawaban adalah imbas tersebut sangat besar dan sangat besar yang bermakna intensitas tinggi dengan rata-rata hasil 50%.

Setelah melakukan analisis pada data penelitian maka peneliti merumuskan materi pokok modul Jurnalisme Positif sebagai mana disajikan pada tabel 9.

Tabel 9. Materi Pokok Pada Modul Jurnalisme Positif

Materi 1: Kode Etik Jurnalistik	Materi 2: Bahasa jurnalistik	Materi 3: Menggali ide dan menulis berita	Materi 4: Menulis berita	Materi 5: Kontruksi fakta dalam berita
Pengertian kode etik jurnalistik Sejarah kode etik jurnalistik di Indonesia Kode etik jurnalistik Fungsi kode etik jurnalistik Asas kode etik jurnalistik	Pengertian bahasa jurnalistik Ciri-ciri bahasa jurnalistik Jenis Bahasa Indoenesia Ragam jurnalistik emakaian kata, kalimat, dan alinea dalam bahasa jurnalistik	Menggali ide berita Alat ukur kelayakan berita Sudut pandang Membuat outline Melakukan reportase	Pengertian berita Jenis-jenis berita Nilai berita berita Bentuk berita dan artikel 5W+ 1H dalam berita *Press Release*	Fungsi media Ideologi media Pola produksi berita
Materi 6: Analisis framing	Materi 7: Jurnalistik Positif	Materi 8: Penyuntingan naskah berita atau editing	Materi 9: Gambar untuk pembingkaian berita	Materi 10: Jurnalistik online dan media sosial
Pengertian analisis framing Analisis framing dalam jurnalistik Efek analisis framing terhadap psikologis pembaca Studi kasus analisis framing pada media online	Pengaruh media terhadap kehidupan sosial masyarakat Psikolinguistik terhadap psikologis masyarakat	Pengertian penyuntingan Editor Tugas dan tujuan editor Jenis-jenis editing Proses editing	Pengertian gambar Teknik pemilihan gambar	Jurnalistik online Media sosial

Kesimpulan

Dari uraian hasil analisis, pemberitaan tentang Covid-19 pada media *online* okezone., cnnindonesia.com, liputan6.com, dan kompas.com memiliki dampak yang cukup kuat dalam memengaruhi kondisi psikologis masyarakat. Berdasarkan hasil analisis framing terhadap pemberitaan yang termuat pada keempat media, *framing* pemberitaan tersebut masih berada pada batas objektif

dengan mengangkat realitas sosial yang ada. Dari segi bahasa dan unsur lainnya tidak menunjukkan adanya indikasi penggiringan opini untuk membentuk rasa takut atau kegelisahan yang lain. Dengan demikian, hasil analisis framing tersebut masih berada pada alur pemberitaan positif dalam bingkai jurnalisme positif. Kuatnya dampak terhadap masyarakat dengan demikian membentuk suatu simpulan bahwa pemberitaan di media online sangat berpengaruh terhadap kondisi psikologis masyarakat. Untuk itu, guna membentuk dampak psikologis yang positif, pemberitaan tentang Covid-19 harus berlandaskan kepada pedoman tentang jurnalisme positif.

Daftar Pustaka

Abdurrahman, L.A. & Supriadi, Y. (2020). Penerapan jurnalisme positif dalam pemberitaan pada media Good News From Indonesia. *Prosiding Jurnalistik*, 6 (1): 59–63.

Asri, P., & Jemat, A. (2012). Framing Berita Gayus Tambunan di Surat Kabar Media Indonesia dan Republika. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, *9*(1).

Baran, J Stanley & Dennis K. D. (2015). *Teori Dasar Komunikasi Massa: Pergolakan dan Masa Depan Edisi kelima*. Jakarta: Salemba Humanika.

Bugin, Burhan. 2001. *Metodelogi Penelitian Sosial: Format-Format Kuanlitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.

Chaer, A. (2015). *Psikolinguistik: Kajian Teoretik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Chesney, M. R. (1998). *Konglomerasi Media Massa: Ancaman terhadap Demokrasi*. Jakarta: Aliansi Jurnalis Indenpenden.

Daulay, H. (2016). *Jurnalistik dan Kebebasan Pers – Kode Etik*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Darjowidojo, S. (2003). *Psikolinguistik: Pengantar Pemahaman Bahasa Manusia*. Jakarta: Yayasan Obor.

Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Kontruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta. LKiS Yogyakarta.

LittleJohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi: Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.

Mahsun. (2007). *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode dan Tekniknya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sobur, A. (2017). *Analisis Teks Media*: *Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.

Sulastri, T., & Jufri, M. (2021). Resiliensi di Masa Pandemi: Peran Efikasi Diri dan Persepsi Ancaman Covid-19. *Jurnal Penelitian Psikologi*, *12*(1), 25-32.

Sumadiria, H. (2016). *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Romli, A. S. M. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.

Vivian, J. (2008). *Teori Komunikasi: Edisi Kedelapan*. Jakarta: Kencana Prenanda Media Group.

Woka, R. R. (2018). Analisis Framing Pemberitaan Izin Proyek Meikarta pada Media Online CNN Indonesia. com dan Kompas. com Edisi Agustus-September 2017. *Jurnal Kajian Media*, *2*(2).