

SKRIPSI

**KONSTRUKSI KORAN KOMPAS DAN JAWA POS
DALAM MEMBERITAKAN PROGRAM VAKSINASI COVID-19**



Disusun oleh:

**FALENTINA BENGAN OLA
17530004**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA “APMD”
YOGYAKARTA**

2022

SKRIPSI

**KONSTRUKSI KORAN KOMPAS DAN JAWA POS
DALAM MEMBERITAKAN PROGRAM VAKSINASI COVID-19**

Diajukan sebagai syarat memperoleh Gelar Sarjana pada

Program Studi Ilmu Komunikasi

Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa "APMD"



Disusun Oleh

FALENTINA BENGAN OLA

17530004



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA "APMD"

YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Falentina Bengan Ola

NIM : 17530004

Judul Skripsi : **Konstruksi Koran Kompas dan Jawa Pos Dalam
Memberitakan Program Vaksinasi Covid-19**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis sendiri dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Saya menyatakan bahwa bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Yogyakarta, 12 Januari 2022


17530004

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim penguji untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi pada Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “STPMD APMD” Yogyakarta pada :



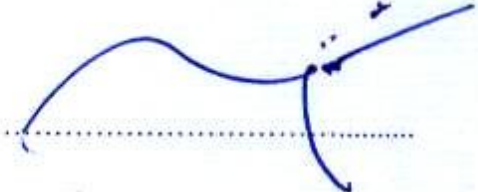
Pada hari : Jumat

Tanggal : 24 September 2021

Pukul : 09.00 WIB

Tempat : Ruang Ujian Skripsi STPMD “APMD” Yogyakarta

TIM PENGUJI

Nama	Tanda tangan
1. <u>Habib Muhsin, S.Sos., M.Si.</u> Ketua Tim Penguji/Pembimbing	
2. Dr. Irsasri, M.Pd Penguji Samping I	
3. Tri Agus Susanto, S.Pd., M.Si. Penguji Samping II	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Habib Muhsin, S.Sos., M.Si.
NIDN 170 230 189

MOTTO

*Proses sama pentingnya dibandingkan hasil
Hasilnya nihil tak apa.
Yang penting sebuah proses telah dilaksanakan dan dicanangkan.*

(SUJIWO TEJO)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam, dengan telah diselesaikannya Skripsi ini Penulis mempersembahkannya kepada :

1. **Tuhan Yesus dan Bunda Maria**, Terima kasih untuk penyertaanMu di dalam setiap kehidupanku.
2. **Kedua Orang Tuaku**, Mama Anastasia Tuto Buka dan Bapak Karolus Ike Sili, sebagai tanda bakti, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga.
3. **Dosen Pembimbingku, Bapak Habib Muhsin S.Sos,Msi**, terima kasih atas segala bimbingan yang telah diberikan selama ini.
4. **Keluarga besarku**, Opu Stefanus Rape Tupen, Kakak Fani, Kakak No, Mama Kaka, Bapa Ola, dan Adik Anto terima kasih sudah menjadi penyemangatku yang senantiasa memberikan dukungan dari awal kuliah hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. **Saudara dan teman-teman** di Yogyakarta, Kaka Gep, Om Path, Mbak Devina, Bang Ipang, Bang Andi, Arni, Bedi, Kaka Sigit, Om Her, Bang Fata, Bang Paul, Om Meka, terima kasih banyak sudah jadi saudara sekaligus teman yang mendukung. Dan untuk Sandi Olenng yang selalu mau direpotkan, dalam segala hal, terima kasih banyak.
6. **Almamaterku**, Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang bermanfaat dalam proses pembelajaran

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan puji kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, yang telah melimpahkan rahmat, dan penyertaannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Konstruksi Koran Kompas Dan Jawa Pos Dalam Memberitakan Program Vaksinasi Covid-19”**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (SI) Program Studi Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat, arahan, serta dari berbagai selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Habib Muhsin, S.Sos., M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi STPMD “APMD” Yogyakarta sekaligus Dosen Pembimbing atas segala bimbingan, arahan, serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Ibu Yuli Setyowati, selaku dosen wali yang telah membantu penulis dalam mengikuti dan menyelesaikan studi di Program Studi Ilmu Komunikasi STPMD “APMD” Yogyakarta
3. Seluruh staf pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi STPMD “APMD” Yogyakarta
4. Kedua orang tua penulis, Karolus Ike Sili, dan Anastasia Tuto yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, dan kesabarannya.

ABSTRAK

Konstruksi Koran Kompas dan Jawa Pos Dalam Memberitakan Program Vaksinasi Covid-19. Dalam memproduksi berita, media massa mempunyai kode etik dan prinsip jurnalistik, akan tetapi media juga mempunyai strategi yang digunakan yaitu melalui teknik pembingkai atau framing untuk menggiring opini pembaca, pendengar, atau pemirsa. Dalam melakukan pemberitaan terkait vaksinasi, media cetak Jawa Pos dan Kompas memiliki konstruksi yang berbeda. Banyak pendapat yang berbeda dari kalangan masyarakat Indonesia. Berita ini menarik untuk dianalisis framing karena peristiwa dan isu yang diangkat media sangat bervariasi mengacu pada semboyan dan visi-misi yang dipakai oleh masing-masing media. Penulis memilih analisis framing karena tertarik untuk mengetahui sejauh mana peran media dalam mengkonstruksi realitas sehingga menghasilkan suatu berita yang dapat diuraikan jika memakai studi kualitatif. Terkait pemberitaan mengenai vaksinasi, penulis melihat hal-hal yang ada di balik teks berita yakni menganalisis bagaimana suatu media membingkai opini masyarakat menjadi suatu berita. Selain itu penulis juga mencoba melihat bagaimana suatu menampilkan seorang narasumber yang juga merupakan bagian dari pembingkai media. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan kedua media cetak yaitu koran Kompas dan Jawa Pos yang terdiri dari masing-masing 10 berita, kedua media cetak tersebut memiliki pandangan yang berbeda terkait pemberitaan vaksinasi. Secara umum Jawa Pos mengambil sikap Pro terhadap vaksinasi, sedangkan Kompas mengambil sikap objektif dalam melakukan pemberitaan.

Kata Kunci: *Analisis Framing, Media Massa Cetak, Vaksinasi Covid-19*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di penghujung tahun 2019, dunia dikejutkan dengan kemunculan virus baru yang kemudian dikenal dengan Covid-19. China tercatat sebagai negara yang pertama kali melaporkan kasus Covid-19 di dunia. Untuk pertama kalinya, China melaporkan adanya penyakit baru ini pada 31 Desember 2019. Pada penghujung tahun 2019 tersebut, kantor Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) di China mendapatkan pemberitahuan tentang adanya sejenis pneumonia yang penyebabnya tidak diketahui. Virus tersebut merupakan virus yang menyerang pernapasan akut. Adapun gejala yang dapat terdeteksi secara fisik diantaranya suhu tubuh meningkat, flu, radang tenggorokan, sesak nafas, dan sakit kepala. Gejala-gejala ini dirasakan selama 2 sampai 14 hari sejak penderita terinfeksi virus tersebut. Virus ini menyebar dengan cepat melalui percikan dahak (*droplet*) dan menyerang semua orang khususnya lansia dan anak-anak. (<https://bebas.kompas.id/baca/riset/2020/04/18/rangkaian-peristiwa-pertama-covid-19/> diakses tanggal 26 Januari 2020, pukul 16.39 WIB).

Seperti yang dilansir dari Alodokter.com, bahwa infeksi virus Corona atau Covid-19 disebabkan oleh *Coronavirus*, yaitu sekelompok virus yang menginfeksi sistem pernapasan. Pada sebagian besar kasus, *Coronavirus* hanya menyebabkan infeksi pernapasan ringan sampai sedang, seperti flu. Akan tetapi virus ini juga bisa menyebabkan infeksi pernapasan berat, seperti

pneumonia, *Middle-East Respiratory Syndrome* (SARS).

<https://www.alodokter.com/virus-corona> diakses tanggal 7 Februari 2021, pukul 02. 04 WIB).

Hal ini dapat dijelaskan bahwa Covid-19 bukan satu-satunya jenis virus baru yang pernah muncul. Misalnya di tahun 2005 sudah ada SARS yang juga menyerang pernapasan, akan tetapi virus tersebut kurang terkenal di kalangan masyarakat karena perkembangan teknologi informasi yang kurang merata di era itu. Berbeda dengan saat sekarang, perkembangan teknologi informasi yang semakin maju, membuat informasi tentang kemunculan virus baru sangat cepat menyebar secara global.

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menyebutkan, virus Corona telah menyebar ke 18 negara. Menurut WHO jumlah penyebaran ini telah meningkat per tanggal 30 Januari 2020, yang sebelumnya hanya 15 negara bertambah tiga negara yang melaporkan kasus virus ini yaitu Finlandia, India dan Filipina. Negara lainnya yang menyusul memberi konfirmasi adalah Jepang (11), Singapura (10), Malaysia (7), Prancis (5), Korea Selatan (4), Vietnam (2), Kamboja (1), Thailand (14), Nepal (1), Sri Lanka (1), Amerika Serikat (5), Kanada (3), Jerman (4), dan Uni Emirat Arab (4). (<https://bappeda.ntbprov.go.id/asal-mula-dan-penyebaran-virus-corona-dari-wuhan-ke-seluruh-dunia/> diakses pada tanggal 8 Maret 2021, pukul 22.01 WIB).

Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa virus ini menyebar secara signifikan dengan sangat cepat ke berbagai belahan dunia, sehingga WHO menetapkan status pandemi. Pandemi merupakan suatu istilah yang digunakan untuk mengukur penyebaran suatu wabah yang berjangkit secara serempak meliputi daerah geografi yang luas. Oleh karena itu negara-negara yang

terdampak harus menerapkan protokol kesehatan yang dianjurkan oleh WHO seperti Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

Khusus di Negara Indonesia, dilansir dari detik.com bahwa, Indonesia pertama kali mengkonfirmasi kasus COVID-19 pada Senin, 2 Maret 2020. Saat itu, Presiden Joko Widodo (Jokowi) mengumumkan ada dua orang Indonesia positif terjangkit virus Corona yakni perempuan berusia 31 tahun dan ibu berusia 64 tahun. Kasus pertama tersebut diduga berawal dari pertemuan perempuan 31 tahun itu dengan WN Jepang yang masuk ke wilayah Indonesia. Pertemuan terjadi di sebuah klub dansa di Jakarta pada 14 Februari. (<https://news.detik.com/berita/d-4991485/kapan-sebenarnya-corona-pertama-kali-masuk-ri> diakses pada tanggal 8 Maret 2021, pukul 22.21 WIB)

Covid-19 membawa dampak yang besar bagi kehidupan masyarakat. Tidak hanya berdampak di bidang kesehatan, Covid-19 juga berdampak pada aspek kehidupan lainnya seperti ekonomi, politik dan pendidikan. Di bidang kesehatan dengan terus bertambahnya angka positif Covid-19, membuat kebutuhan medis semakin bertambah, berkurangnya alat kesehatan, hingga bertambahnya angka kematian akibat Covid-19. Salah satu contoh kasus akibat Covid-19 di bidang kesehatan dalam kehidupan sehari-hari adalah gangguan pelayanan kesehatan masyarakat seperti hambatan dalam program imunisasi.

Di bidang ekonomi, penutupan sejumlah tempat usaha sebagai langkah pencegahan Covid-19 berdampak pada pemutusan hubungan kerja sejumlah pekerja. Pekerja yang kehilangan pekerjaannya menambah angka

pengangguran di Indonesia. Dilansir dari [cnnindonesia.com](https://www.cnnindonesia.com/), Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah pengangguran di Indonesia tembus 6,88 juta orang pada Februari 2020. Jumlah itu bertambah 60 ribu orang dibanding periode yang satu tahun sebelumnya. (<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200505143440-532-500275/sebelum-corona-bps-catat-pengangguran-688-juta-per-februari> diakses pada 4 April 2021, pukul 18.00 WIB).

Di bidang politik, Covid-19 menyebabkan penundaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serentak dari 23 September ke 9 Desember 2020. Penambahan anggaran juga dibutuhkan untuk penyediaan sarana kesehatan selama pemilihan berlangsung. Di bidang pendidikan, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rizqon Halal Syah Aji (2020) yang berjudul Dampak Covid-19 Pada Pendidikan di Indonesia: Sekolah Keterampilan dan Proses Pembelajaran di Bidang Pendidikan, dengan hasil data yakni: penutupan sementara lembaga pendidikan sebagai upaya menahan penyebaran pandemi Covid-19 di seluruh dunia berdampak pada jutaan pelajar. Gangguan dalam proses belajar langsung antara siswa dan guru dan pembatalan penilaian belajar berdampak pada psikologis anak didik seperti menurunnya gairah belajar dan menurunnya kualitas keterampilan murid.

Dalam upaya pencegahan penyebaran Covid-19, pemerintah menerapkan protokol kesehatan yang menjadi aturan dan ketentuan yang perlu diikuti oleh segala pihak agar dapat beraktivitas secara aman pada saat pandemik Covid-19. Hal tersebut dikenal dengan istilah PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Adanya PSBB tersebut dengan sendirinya melahirkan gaya hidup baru (*new normal*) yaitu pedoman kesehatan seperti memakai

masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak. Selain itu, sebagai langkah strategis, pemerintah juga membentuk tim satuan tugas penanggulangan Covid-19 yang bertugas melaksanakan dan mengendalikan implementasi kebijakan strategis yang berkaitan dengan penanganan Covid-19, serta melahirkan program baru yaitu Program Vaksinasi sebagai standar penanggulangan Covid-19 oleh WHO.

Vaksinasi merupakan suatu prosedur pemberian antigen penyakit berupa virus atau bakteri yang dilemahkan atau sudah mati dengan tujuan menambah sistem kekebalan tubuh dan mampu melawan penyakit tertentu. *Equitable access to safe and effective vaccines is critical to ending the COVID-19 pandemic, so it is hugely encouraging to see so many vaccines proving and going into development. WHO is working tirelessly with partners to develop, manufacture and deploy safe and effective vaccines* (Akses yang adil ke vaksin yang aman dan efektif sangat penting untuk mengakhiri pandemi COVID-19, jadi sangat menggembirakan melihat begitu banyak vaksin terbukti dan dikembangkan. WHO bekerja tanpa lelah dengan mitra untuk mengembangkan, memproduksi, dan menyebarkan vaksin yang aman dan efektif).(<https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/covid-19-vaccines>, diakses 7 Juni 2021, pukul 23.06 WIB).

Namun tidak dapat dipungkiri, dengan adanya program tersebut, muncul berbagai gejolak di seluruh lapisan masyarakat terkait program vaksinasi. Dalam hal ini terjadi pro dan kontra. Masyarakat yang setuju dengan adanya vaksinasi mendukung program pemerintah tersebut karena

meyakini bahwa vaksin dapat mengatasi permasalahan terkait Covid-19, karena dapat mencegah penularan Covid-19. Sebaliknya pihak yang melakukan penolakan dengan berbagai alasan diantaranya mengenai aspek efektivitas, keamanan, dan kehalalan karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, meskipun pihak Majelis Ulama Indonesia (MUI) sudah mengeluarkan fatwa tentang kehalalan vaksin. Ada juga pihak yang ragu-ragu karena pemberitaan tentang vaksin yang dianggap masih simpang siur dalam hal ini hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa pihak yang menyebutkan bahwa ada potensi berbahaya dalam penggunaan vaksin dikarenakan virus yang terus bermutasi.

Salah satu contoh kasusnya adalah penolakan terhadap vaksin Covid-19 yang dilakukan oleh seorang anggota DPR, Ribka Tjiptaning dalam Rapat Kerja Komisi IX DPR pada Selasa, (12/1/2021) karena meragukan efektivitas dan efek samping vaksin Covid-19. Selain itu Ribka Tjiptaning juga menekankan agar pandemi ini tidak dimanfaatkan untuk dijadikan sebagai peluang bisnis. Di sisi lain, Gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil, menghimbau kepada masyarakat agar tidak ragu untuk di vaksin karena vaksin Covid-19 tidak memiliki efek samping yang berbahaya.(Youtube <https://youtu.be/x7iFX6fy9kY> diakses 16 April 2021, Pukul 13.32 WIB).

Pelaksanaan vaksinasi mulai dilaksanakan tanggal 13 Januari 2021, setelah memperoleh izin penggunaan darurat atau Emergency Use Authorization oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Adapun beberapa kelompok yang memperoleh kesempatan pertama untuk divaksin

antara lain kelompok pejabat publik (Presiden Jokowi, Menkes, Menteri BUMN, Menlu, Mendiknas, Panglima TNI, Kapolri, Ketua Satgas Covid-19, Kepala BPOM). Kelompok Pengurus asosiasi profesi dan *key opinion leader* di bidang kesehatan (Ketua IDI Daeng M Faqih, Ketua PPNI Harif Fatilah, Ketua PP IBI Emi Nurjasmu, ahli vaksin Milenial Dirgayuza Rambe, Ketua Muhammadiyah Covid-19 Command Center Agus Syamsudin, Ketua Satgas NU Peduli Covid-19. Makky Zamzam, Najwa Shihab, Dokter Tirta, Bunga Citra Lestari, Raffi Ahmad) dan kelompok tokoh agama (Ketua PNBU Marsyudi Syuhud, perwakilan Muhammadiyah, Sekjen MUI Amirsyah Tambunan, Ustad Das'ad Latif, perwakilan organisasi Kristen, Katolik, Hindu, Buddha), (<https://www.kompas.com/tren/read/2021/01/07/074238165/perkembangan-vaksinasi-covid-19-di-indonesia-dari-pendistribusian-vaksin?page=all>, diakses pada 27 Januari 2020, pukul 14.16 WIB).

Dalam penyebarluasan informasi mengenai program pemerintah, media saat ini sangat berperan penting. Artinya bahwa dengan hadirnya media dapat membantu mengkampanyekan program pemerintah khususnya dalam hal penanganan Covid-19 (Vaksinasi). “Setiap masyarakat membutuhkan berita”, kata penulis Inggris Dame Rebecca West. “Seperti orang membutuhkan mata ia ingin tahu apa segala sesuatu yang terjadi.” Tapi, berita tidak selamanya berarti seperti itu. William Randolph Hearst, salah satu tokoh penerbitan koran di Amerika mempunyai pandangan bahwa berita merupakan seseorang yang ingin menyetop sesuatu yang hendak dicetak. (Santana, 2005; 86).

Media saat ini ikut berperan dalam penanganan Covid-19. Terutama dalam proses vaksinasi untuk masyarakat. Masyarakat mempunyai rasa keingintahuan yang tinggi sehingga menempatkan media sebagai alat pemenuh kebutuhan akan informasinya. Dalam memproduksi sebuah berita, media massa mempunyai kode etik dan prinsip jurnalistik yang mengaturnya. Akan tetapi media juga memiliki strategi sendiri untuk menggiring opini pembaca, pendengar, ataupun pemirsa dengan Teknik Pembingkaiian atau *framing*.

Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita, cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan dan hendak dibawa kemana berita tersebut. (Eriyanto, 2015; 79).

Oleh karena itu *framing* atau pembingkaiian berita oleh media dapat diartikan sebagai suatu pendekatan untuk melihat sejauh mana media menyusun sebuah realitas atau peristiwa dengan menonjolkan aspek tertentu, menekankan aspek tertentu, sehingga aspek yang lainnya diabaikan oleh publik. Melalui *framing* media menyeleksi, menghubungkan, dan mengemas suatu peristiwa dengan sudut pandang tertentu untuk menarik perhatian khalayak. Oleh karena itu *framing* berperan penting dalam menggiring opini masyarakat terhadap suatu peristiwa. Dalam penelitian ini, penulis memilih dua media nasional yang ikut berperan penting dalam penyebaran informasi terkait Covid-19 yaitu Media Cetak Kompas dan Jawa Pos.

Secara umum koran Kompas, dan koran Jawa Pos mempunyai konstruksi yang berbeda terkait pemberitaan Vaksinasi. Berita tentang vaksinasi menarik untuk dianalisis *framing* karena peristiwa dan isu yang diangkat media sangat bervariasi mengacu pada semboyan dipakai masing-masing media. Koran Kompas mempunyai semboyan “Amanat Hati Nurani Rakyat”. Kompas dikenal sebagai sumber informasi terpercaya, akurat, dan mendalam. Kemudian Jawa Pos mempunyai slogan “selalu ada yang baru”, yang mana Jawa Pos adalah surat kabar yang didorong oleh ide-ide yang baru.

Penulis memilih koran Kompas dan Jawa Pos karena berdasarkan pada daya tarik masyarakat yang lebih memilih surat kabar Kompas dan Jawa Pos sebagai media dalam mengakses informasi. Kedua media tersebut merupakan media layanan informasi dari banyaknya media-media nasional yang ada di Indonesia. Penulis merasa tertarik dan ingin mencari tahu bagaimana cara membingkai berita dari kedua media tersebut terkait program vaksinasi yang dicanangkan oleh Pemerintah Republik Indonesia.

Penulis memilih metode analisis *framing* karena ingin mengetahui bagaimana media membingkai sebuah peristiwa dan cara pandang yang digunakan suatu media massa dalam menyeleksi isu dan menulis berita. Penulis melihat hal-hal yang ada dibalik teks berita berkaitan dengan kasus vaksinasi Covid-19, yakni menganalisis bagaimana suatu media membingkai opini pembaca menjadi suatu berita. Media melakukan pemingkai terhadap suatu kasus melalui wacana yang dilontarkan narasumber, latar belakang pemilihan seorang narasumber, dan bagaimana media menampilkan seorang narasumber untuk menggiring opini publik.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Helen Nur Hayati, M Gafar Yoedtadi yang membahas tentang analisis *framing* berita Covid-19 pada edisi 2 Maret 2020 dengan judul “Konstruksi Berita Covid-19 Di Kompas.com dan Tribunnews.com”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berita Tribunnews.com tidak berempati terhadap pasien covid-19 dan fakta yang diungkapkan kerap kali tidak akurat. Sementara berita Kompas.com melihat persoalan Covid-19 dari sudut pandang pemerintah yang selalu memberikan himbauan kepada masyarakat. Berita Kompas.com juga melakukan edukasi bagi pembacanya. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa meskipun Kompas.com dan Tribun.com adalah media di bawah satu grup usaha yakni Kompas Gramedia, namun keduanya memiliki perbedaan dalam cara memberitakan kasus pertama Covid-19 di Indonesia. Dengan demikian, penulis ingin melakukan penelitian *framing* isi pemberitaan terkait kasus Vaksinasi Covid-19 pada koran Kompas dan koran Jawa Pos. (<https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/8114/5835>, diakses pada tanggal 23 Maret 2021, pukul 19.20 WIB).

B. Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah: “*Bagaimana Konstruksi Koran Kompas dan Jawa Pos dalam memberitakan program Vaksinasi Covid-19?*”

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian adalah: “*Untuk mengetahui konstruksi Media koran Kompas dan Jawa Pos dalam memberitakan Vaksinasi Covid-19*”.

D. Manfaat Penelitian

6. Manfaat bagi Akademik

Hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan bagi peneliti berikutnya yang tertarik dengan studi analisis *framing*.

7. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran khalayak terhadap pemberitaan pada suatu media yang seolah – olah netral, namun sebenarnya memiliki kepentingan yang akan disampaikan melalui berita – beritanya sesuai dengan isu / peristiwa yang sedang berkembang dan terjadi menganut pada visi misi media tersebut.

8. Manfaat bagi Penulis

Melatih kemampuan berpikir dalam menganalisis pemberitaan pada koran dan melatih kemampuan menganalisis pesan yang disampaikan dalam pemberitaan tersebut.

E. Kajian Teori

1. Pengertian Ilmu Komunikasi

Dalam Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama” *communico*,

communicatio, atau *communicare* yang berarti membuat “sama”. Komunikasi menyoroti suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Akan tetapi definisi-definisi kontemporer menyoroti bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagi hal-hal tersebut seperti dalam kalimat “kita berbagi pikiran”, “kita mendiskusikan makna”, dan kita “mengirimkan pesan”. Secara sempit komunikasi dimaknai sebagai “penyampaian pesan melalui media elektronik” atau “komunikasi adalah interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih”. Sedangkan secara luas komunikasi didefinisikan sebagai “berbagi pengalaman”, sampai batas tertentu, setiap makhluk dapat dikatakan melakukan komunikasi dalam pengertian berbagi pengalaman. (Mulyana, 2017: 46). Sebagaimana dikemukakan oleh John R. Wenburg dan William W. Wilmot, juga Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, ada tiga kerangka pemahaman mengenai komunikasi, yakni:

a. Komunikasi Sebagai Tindakan Satu-Arah

Suatu pemahaman mengenai komunikasi manusia adalah komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang (atau suatu lembaga) kepada seseorang, sekelompok orang, baik secara langsung (tatap muka) maupun melalui media, seperti surat, selebaran, surat kabar, majalah, radio, atau televisi. Konseptualisasi komunikasi sebagai tindakan satu-arah menyoroti penyampaian pesan yang efektif dan mengisyaratkan bahwa semua kegiatan komunikasi bersifat instrumental dan persuasif. Dikutip dari

(Mulyana, 2017 : 46) Salah satu definisi yang sesuai dengan konsep ini adalah dari Harold Lasswell “cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan *Who Says What In Which Channel To Whom With what Effect* atau siapa mengatakan apa dengan saluran apa, kepada siapa, dengan pengaruh bagaimana.

b. Komunikasi Sebagai Interaksi

Dalam arti sempit interaksi berarti saling mempengaruhi. Pandangan komunikasi sebagai interaksi menyetarakan komunikasi dengan proses sebab-akibat atau reaksi yang arahnya bergantian. Seseorang menyampaikan pesan, baik verbal atau nonverbal, seorang penerima bereaksi dengan membuat jawaban verbal, atau menganggukan kepala, kemudian orang pertama bereaksi lagi setelah menerima respons atau umpan balik, dari orang kedua, dan begitu seterusnya. Komunikasi sebagai interaksi dipandang sedikit lebih dinamis dari komunikasi sebagai tindakan satu-arah. Namun pandangan kedua ini masih membedakan para peserta sebagai pengirim dan penerima pesan, karena itu masih tetap berorientasi sumber, meskipun kedua peran tersebut dianggap bergantian.

c. Komunikasi Sebagai Transaksi

Dalam konteks ini komunikasi adalah proses personal karena makna dan pemahaman yang kita dapat pada dasarnya bersifat pribadi. Kelebihan dari konsep ini adalah bahwa komunikasi tersebut tidak

membatasi kita pada komunikasi yang disengaja atau respons yang dapat diamati. Artinya komunikasi terjadi apakah para pelakunya menyengajanya atau tidak, dan bahkan menghasilkan respon yang tidak dapat diamati. Komunikasi dianggap telah berlangsung bila seseorang telah menafsirkan perilaku orang lain, baik perilaku verbal, atau perilaku non verbalnya. Pengamatan atas aspek tertentu saja, misalnya pesan verbal saja atau pesan non verbal saja tidak menunjukkan gambaran komunikasi yang utuh. Istilah transaksi mengisyaratkan bahwa pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam keadaan interdependensi atau timbal balik: eksistensi pihak tertentu ditentukan oleh pihak lainnya. (Mulyana, 2017: 46-76).

2. Komunikasi Massa

Studi tentang komunikasi massa termasuk dalam bidang ilmu pengetahuan yang lebih luas yang berkenaan dengan komunikasi manusia. Bidang ilmu pengetahuan tersebut “ilmu pengetahuan komunikasi” setiap peringkat komunikasi mencakup sejumlah masalah dan prioritas tertentu, serta memiliki serangkaian kenyataan dan teori tersendiri. Pada peringkat antarpribadi titik perhatian lebih banyak ditujukan pada proses (memahami, mengingat, dan menginterpretasikan) informasi misalnya berita media, dan pada hubungan “timbal-balik” dengan lingkungan. Pada organisasi formal titik perhatian lebih banyak ditujukan pada upaya mengendalikan dan melakukan efisiensi transmisi. Pada kelompok dan asosiasi masalah keterlibatan sukarela, interaksi, kerja sama, dan

pembentukan norma-norma serta standar yang lebih diutamakan. Terlepas dari semua itu, ilmu pengetahuan secara keseluruhan cenderung mengidentifikasi serangkaian masalah yang terdapat pada semua peringkat. Teori dan penelitian berupaya menyodorkan penjelasan terhadap rangkaian masalah tersebut. Rangkaian masalah tersebut meliputi:

- a. Siapakah yang melakukan komunikasi dan kepada siapa komunikasi itu ditujukan (sumber dan penerima)
- b. Mengapa orang berkomunikasi (fungsi dan tujuan)
- c. Bagaimana cara terjadinya komunikasi (saluran, bahasa, kode)
- d. Komunikasi itu menyangkut hal apa (isi, objek acuan, tipe informasi)
- e. Apakah konsekuensi komunikasi (disengaja atau tidak disengaja)

Komunikasi massa hanya merupakan salah satu proses komunikasi yang berlangsung pada peringkat masyarakat luas yang identifikasinya ditentukan institusionalnya (gabungan antara tujuan, organisasi, dan kegiatan yang sebenarnya). Karena permasalahan komunikasi massa bersifat komprehensif, maka komunikasi massa pun melibatkan gagasan yang berkenan dengan setiap proses. Para individu menerima dan menangani banyak informasi secara langsung dari media massa. Komunikasi massa mengandung aspek-aspek unik yang menuntut adanya cabang teori komunikasi tersendiri. Cabang teori komunikasi tersebut lebih cenderung bersifat sosiologis daripada psikologis, dan lebih normatif daripada teori yang berkenan dengan mikro proses komunikasi

misalnya pemahaman, persepsi, penulisan teks, pola-pola interaksi dan respon. Cabang teori komunikasi tersebut cenderung lebih bersifat tegas, universal, dan daya ramalnya lebih dapat dipercaya. Karena komunikasi tidak dapat melepaskan diri dari kehidupan masyarakat, secara keseluruhan, maka komunikasi massa pun amat dipengaruhi oleh kebudayaan dan peristiwa sejarah. Mempelajari komunikasi massa secara menyeluruh sama dengan mempelajari masyarakat secara keseluruhan. (McQuail, 7 ; 1987).

3. Perkembangan Media Cetak

Munculnya surat kabar merupakan pengembangan suatu kegiatan yang sudah lama berlangsung dalam dunia diplomasi dan di lingkungan dunia usaha. Surat kabar pada masa awal ditandai oleh wujud yang tetap (bersifat komersial atau dijual secara bebas, bertujuan banyak yakni memberi informasi, mencatat, menyajikan, hiburan, dan desas-desus), bersifat dan umum terbuka.

Surat kabar komersial abad ketujuh belas tidak lahir dari satu sumber, tetapi dari gabungan kerja sama antara pihak percetakan dengan pihak penerbit. Ragam surat kabar resmi (seperti yang diterbitkan Raja atau Pemerintah) memiliki ciri khas yang sama dengan surat kabar komersial, tetapi juga berfungsi sebagai terompet penguasa atau alat pemerintah.

Kekhususan surat kabar jika dibandingkan dengan sarana komunikasi lainnya, terletak pada individualisme, orientasi pada

kenyataan, kegunaan, sekularitas, dan kecocokannya dengan tuntutan kebutuhan kelas sosial baru, yakni kebutuhan para usahawan kota dan orang profesional. Berikut unsur-unsur penting dalam sejarah pers yang mempengaruhi batasan surat kabar modern.

a. Pers Sebagai Lawan.

Sejak awal perkembangannya surat kabar sudah menjadi lawan atau musuh penguasa mapan. Citra pers yang dominan dalam sejarah selalu dikaitkan dengan pemberian hukuman bagi para pengusaha percetakan, penyunting, dan wartawan dalam perjuangan mereka untuk memperoleh kebebasan penerbitan.

b. Munculnya Publik Pembaca Surat Kabar

Melebarnya jangkauan surat kabar dari lingkungan masyarakat elit terdidik dan usahawan ke masyarakat luas merupakan ciri umum sejarah perkembangan pers di banyak negara. Beberapa negara mengakui besarnya penetrasi surat kabar sampai pada masa usainya perang dunia ke I. Jumlah pembaca surat kabar pada beberapa negara sangat bervariasi. Hal tersebut ada hubungannya dengan munculnya stasiun siaran yang tampaknya mengganggu perkembangan surat kabar. Keterlibatan surat kabar dalam gerakan politik atau pada masa terjadinya krisis nasional merefleksikan aspek peran dan fungsi yang berbeda, serta merupakan rangsangan yang menunjang perkembangan yang berdinamika dan berkurun sejarah yang berbeda pula.

c. Perkembangan Pers Politik

Pada perkembangannya surat kabar surat kabar didirikan oleh

partai politik dan kemudian dimanfaatkan demi kepentingan partai politik itu sendiri. Fenomena seperti itu banyak terjadi di benua Eropa terutama di Skandinavia atau di negara yang partai politiknya dibiayai oleh negara.

b. Surat Kabar Borjuis Abad Kesembilan Belas: Awal Mula Pers Modern

Fase sejarah surat kabar “borjuis atas” yang bermula dari tahun 1950 sampai dengan abad ke-19, merupakan produk beberapa peristiwa dan suasana kemenangan liberalisme dan akhir dari sensor langsung atau beban fiskal, lahirnya kelas sosial kapitalis yang secara relatif bersikap progresif dan beberapa profesi lainnya, sehingga mendorong lahirnya badan usaha profesional, banyak perubahan sosial dan teknologi yang menghendaki adanya sistem kerja pers regional dan nasional yang menyuguhkan informasi yang berkualitas tinggi.

c. Komersialisasi Surat Kabar

Munculnya surat kabar massa atau surat kabar “komersial” karena dua alasan yakni yang pertama sistem kerjanya sebagai badan usaha pencari keuntungan diwarnai oleh sikap monopolistis dan ketergantungannya yang sangat besar pada pemasukan yang bersumber dari advertensi. Yang kedua harapan terbentuknya masyarakat pembaca yang begitu luas. (McQuail, 1987; 9-12).

4. Elemen Jurnalisme

Dikutip dari (Santana, 2005 :4-5) *Good journalism*, menurut Leonard Downie JR. dan Robert G. Kaiser adalah kegiatan dan produk jurnalistik yang dapat mengajak kebersamaan masyarakat di saat krisis.

Sedangkan *bad journalism* ialah media yang kurang cakap melaporkan pemberitaan yang penting diketahui oleh masyarakat. Bill Kovach dan Tom Rosenstiel, dalam *The Elements of Journalism :What Newspeople Should Know and The Public Should Expect* (2011) merumuskan Sembilan elemen jurnalisme. Berbagai elemen ini merupakan dasar jurnalisme agar dapat dipercaya masyarakat.

a. Menyampaikan Kebenaran

Jurnalisme melaporkan materi “kebenaran” apa yang dapat dipercaya dan dimanfaatkan masyarakat pada saat ini. Berbekal kebenaran tersebut, masyarakat belajar dan berpikir mengenai segala sesuatu yang terjadi di sekitarnya. Dengan demikian, jurnalisme menyampaikan kebenaran tentang fakta-fakta yang ditemukannya saat itu. Fakta-fakta yang dilaporkan secara akurat dan jujur. Kebenaran jurnalisme adalah upaya menyampaikan fakta-fakta dari kekeliruan informasi, entah disengaja atau tidak oleh pihak-pihak tertentu, atau dari kekosongan informasi, serta menyingkirkan fakta yang bersifat desas-desus, tidak penting atau dimanipulasi.

b. Memiliki Loyalitas kepada Masyarakat

Kemandirian jurnalisme dalam mengulas liputan secara jujur, tidak dipengaruhi oleh para pemasang iklan, atau membuat liputan yang tidak didasari kepentingan pribadi atau kepentingan relasi tertentu. Selain itu pemberitaan juga tidak dibayang-bayangi kepentingan bisnis dari pemilik media. Para jurnalis tidak bekerja atas

kepentingan pelanggan tetapi bekerja atas komitmen, keberanian, nilai yang diyakini, sikap, kewenangan, dan profesionalisme yang telah diakui publik

c. Memiliki Disiplin untuk Melakukan Verifikasi

Ini berarti kegiatan menelusuri sekian saksi untuk sebuah peristiwa, mencari sekian banyak narasumber, dan mengungkap sekian banyak komentar. Verifikasi juga berarti memilah jurnalisme dari hiburan, propaganda, fiksi dan seni. Hiburan tertuju pada hal-hal yang menyenangkan, propaganda merangkai fakta (persuasi dan manipulasi demi kepentingan tertentu. Kovach dan Rosenstiel menawarkan lima konsep dalam verifikasi: Jangan menambah atau mengarang apa pun, jangan menipu, atau menyesatkan pembaca, pemirsa atau pendengar, bersikap transparan dan sejujur mungkin tentang metode dan motivasi dalam melakukan reportase, bersandar pada reportase sendiri, dan bersikap rendah hati.

d. Memiliki Kemandirian Terhadap Apa yang Diliputnya

Jurnalis tidak menjadi konsultan “diam-diam”, penulis pidato, atau mendapat uang dari pihak-pihak yang diliput. Jurnalis menunjukkan kredibilitas kepada berbagai pihak, melalui dedikasi terhadap akurasi, verifikasi, dan kepentingan publik. Kemandirian dalam melakukan kegiatan jurnalisme dengan ketaatan dan penghormatan yang tinggi pada prinsip kejujuran, kesetiaan pada rakyat, serta kewajiban memberi informasi dan bukan manipulasi.

Dalam contoh tertentu kemandirian bisa diartikan dengan sungguh-sungguh mengenali khalayak berita, dan memberi perhatian tanpa membedakan agama, ras, golongan, maupun ideologi.

e. Memiliki Kemandirian untuk Memantau Kekuasaan

Elemen ini terkait dengan kegiatan investigasi pers. Kegiatan media melaporkan berbagai pelanggaran, kasus, atau kejahatan yang dilakukan oleh pihak-pihak tertentu, baik pihak pemerintah maupun Lembaga-lembaga yang kuat di masyarakat. Dengan demikian laporan pers mencegah para pemimpin pemerintahan, politik, organisasi publik, dan lainnya agar tidak melakukan sesuatu yang tidak seharusnya dikerjakan.

f. Menjadi Forum Bagi Kritik dan Kesepakatan Publik

Elemen ini merupakan upaya media menyediakan ruang kritik dan kompromi kepada publik. Ketika sebuah berita dilaporkan media mengingatkan kepada masyarakat akan terjadinya sesuatu. Selain berita, media juga menyediakan ruang analisis untuk membahas peristiwa tersebut melalui konteks, perbandingan atau perspektif tertentu. Ditambah pula ruang opini, dan editorial untuk mengevaluasi segala hal yang berkaitan dengan peristiwa tersebut baik yang disampaikan oleh redaksi maupun artikel yang berisikan opini pribadi, dari masyarakat sendiri, atau berupa telepon dari pemirsa, *talk show*, atau acara bincang-bincang di televisi.

g. Menyampaikan Sesuatu Secara Menarik dan Relevan Kepada Publik

Elemen ini mewajibkan media menyampaikan berita dengan cara yang menyenangkan, mengasyikan, dan menyentuh sensasi masyarakat. Ditambah pula yang dilaporkan itu, mesti merupakan sesuatu yang paling penting yang bermanfaat bagi masyarakat. Dengan kata lain media harus mampu menggabungkan kemampuan mendongeng dengan memberi informasi kepada masyarakat. Karena itulah Tanggung jawab media bukan hanya memasok informasi kepada masyarakat, akan tetapi menyampaikannya dengan cara yang menarik

h. Membuat Berita Secara Komprehensif dan Proporsional

Mutu jurnalisme sangat tergantung pada kelengkapan dan proporsionalitas pemberitaan yang dikerjakan media. Elemen ini mengingatkan media tidak meliput sensasi acara pengadilan, atau skandal selebritas secara berlebihan, hanya untuk tujuan menaikkan rating, oplah, atau iklan. Apalagi melaporkan dengan tidak melakukan verifikasi, pengecekan silang, atau wawancara ke berbagai pihak terkait. Disisi lain komprehensif dan proporsional juga berarti penyajian berita yang hanya berisi kelucuan yang menarik juga harus dilengkapi dengan materi yang penting dan berguna, sebaliknya berita yang serius dan teramat penting isinya hendaknya disertai hal-hal yang ringan. Media harus menghindari khalayaknya menjadi miskin informasi disebabkan isi pemberitaan yang tidak lengkap materinya dan menonjolkan sesuatu yang tidak proporsional.

i. Memberi Keleluasaan Wartawan Untuk mengikuti Nurani Mereka.

Ini terkait dengan sistem dan *management* media yang memiliki keterbukaan. Keterbukaan ini berguna untuk mengatasi kesulitan dan tekanan wartawan dalam membuat berita secara akurat, adil, imbang, *independent*, berani, dan bertanggung jawab kepada masyarakat. Media harus memberi ruang bagi wartawan untuk merasa bebas berpikir dan berpendapat. Organisasi berita yang baik memberikan peluang bagi wartawan untuk menyatakan perbedaan sikap dan pendapat, melakukan penolakan sikap terhadap redaktur, pemilik media, pemasang iklan, bahkan kekuatan tertentu di masyarakat selama hal itu berkaitan dengan prinsip kejujuran dan akurasi yang dipegang oleh wartawan.(Santana, 2005: 6-10).

2. Perkembangan Jurnalisme

Melalui perkembangan teknologi digital di era sekarang ini, masyarakat secara kelompok maupun individu dengan mudah dapat menghimpun informasi dan memprosesnya dengan cepat. Terlepas dari profesional atau tidak, masyarakat memiliki akses untuk menjadi seorang penyampai informasi. Hanya melalui perangkat digital seperti *handphone*, masyarakat sudah mampu mengemas sebuah berita dan menyebarkannya dengan cepat melalui internet secara *online*. Dengan demikian keadaan ini mampu memudahkan kebutuhan jurnalis dalam menghimpun berita yang diperoleh dari masyarakat.

Dalam (Santana Septiawan, 2005; 4-5) *Good journalism*, menurut Leonard Downie JR dan Robert G. Kaiser ialah kegiatan dan produk jurnalistik yang dapat mengajak kebersamaan masyarakat di saat krisis. Berbagai informasi dan gambaran krisis yang terjadi dan disampaikan mesti menjadi pengalaman bersama. Ketika sebuah kejadian yang merugikan masyarakat terjadi, sebuah media memberikan sesuatu yang dipegang masyarakat. Sesuatu itu adalah fakta-fakta, penjelasan, ruang diskusi yang menolong banyak orang. Sedangkan *bad journalism* adalah media yang kurang cakap melaporkan pemberitaan yang penting diketahui masyarakat. Media yang memberitakan suatu peristiwa secara dangkal, sembrono, dan tidak lengkap, sering disebut tidak akurat.

Namun media dianggap sering menyingkirkan publik. Publik hanya menjadi perpanjangan omong status kewartawanan yang mencari *market* atau *advocacy*. Red Batario membuat ilustrasi, ketika sebuah kelurahan kekurangan air, berita bukan Cuma memaparkan soal kelangkaan penyediaan air. Perlu pula dicari berita di kelurahan lain, yang mempunyai soal yang sama tapi setelah berhasil menyelesaikan masalah kekurangan air. Kedua publik di kelurahan yang berbeda itu dihadirkan. Keduanya sama-sama memaparkan persoalan. Keduanya diletakkan sebagai narasumber. Publik yang lain, di wilayah yang lain, mendapat keutuhan kisah yang langsung dari publiknya. Juga, solusi langsung dari wacana publik itu sendiri. (Santana, 2005: 27)

3. Konsep Framing

Dalam Eriyanto, (2015: 76- 79), *Framing* adalah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Proses pembentukan konstruksi realitas itu hasilnya adalah adanya bagian tertentu dari realitas yang lebih menonjol dan lebih mudah dikenal. Akibatnya khalayak lebih mudah mengingat aspek-aspek tertentu, yang disajikan secara menonjol oleh media. Aspek-aspek yang tidak disajikan secara menonjol, bahkan tidak diberitakan menjadi terlupakan dan sama sekali tidak diperhatikan oleh khalayak. *Framing* adalah sebuah cara bagaimana sebuah peristiwa disajikan oleh media. Beberapa konsep *framing* menurut pendapat para ahli :

a. Robert N. Entman

Proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol ketimbang aspek lain. Ia juga menyertakan penempatan informasi-informasi dalam konteks yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar daripada sisi yang lain.

b. William A. Gamson

Cara bercerita atau gugusan ide-ide yang terorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana. Acara bercerita itu terbentuk dalam sebuah kemasan (*package*). Kemasan itu semacam skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk

mengkonstruksi makna pesan-pesan yang disampaikan, serta untuk menafsirkan makna pesan-pesan yang disampaikan.

c. Todd Gitlin

Strategi bagaimana realitas atau dunia dibentuk dan disederhanakan sedemikian rupa untuk ditampilkan kepada khalayak pembaca. Peristiwa-peristiwa ditampilkan dalam pemberitaan agar tampak menonjol dan menarik perhatian khalayak pembaca. Itu dilakukan dengan seleksi, pengulangan, penekanan, dan presentasi aspek tertentu dari realitas.

d. David E. Snow dan Robert Sanford

Pemberian makna untuk menafsirkan peristiwa dan kondisi yang relevan. *Frame* mengorganisasikan sistem kepercayaan dan diwujudkan dalam kata kunci tertentu, anak kalimat, citra tertentu, sumber informasi, dan kalimat tertentu.

e. Amy Binder

Skema interpretasi yang digunakan oleh individu yang menempatkan, menafsirkan, mengidentifikasi, dan melabeli peristiwa secara langsung atau tidak langsung *frame mengorganisir* peristiwa yang kompleks ke dalam bentuk dan pola yang mudah dipahami dan membantu individu untuk mengerti makna peristiwa.

f. Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Strategi konstruksi dan memproses berita. Perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa,

dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita. (Eriyanto, 2015 76).

Melalui *framing* wartawan menghasilkan sebuah berita sebagai hasil dari konstruksi sosial yang melibatkan pandangan, ideologi, dan nilai-nilai dari wartawan dan media. Oleh karena itu sebuah realitas yang sama bisa menghasilkan berita yang berbeda tergantung sudut pandang melihat realitas tersebut.

Ada dua aspek dalam *framing*. *Pertama*, memilih fakta atau realitas. Proses memilih fakta ini didasarkan pada asumsi dan perspektif. Dalam memilih fakta terkandung dua kemungkinan: apa yang dipilih (*included*), dan apa yang dibuang (*excluded*) bagian mana yang ditekankan, bagian mana yang tidak diberitakan, bagian mana yang dibuang. Akibatnya pemahaman dan konstruksi atas suatu peristiwa bisa berbeda antara satu media dan media lainnya. *Kedua*, menulis fakta. Proses ini berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih itu disajikan kepada khalayak.

Gagasan itu diungkapkan dengan kata, kalimat, atau proposisi apa, dengan bantuan aksentuasi foto dan gambar apa. Bagaimana fakta yang sudah dipilih tersebut ditekankan dengan pemakaian perangkat tertentu : penempatan yang mencolok (menempatkan di *headline* depan atau bagian belakang), pengulangan, pemakaian grafis untuk mendukung dan memperkuat, penonjolan, pemakaian label tertentu ketika menggambarkan orang atau peristiwa yang diberitakan, asosiasi terhadap

simbol budaya, generalisasi, simplifikasi, dan pemakaian kata yang mencolok, dan pemakaian gambar.

Elemen menulis fakta ini berhubungan dengan penonjolan realitas. Akibatnya, aspek tertentu yang ditonjolkan menjadi menonjol, lebih mendapatkan alokasi dan perhatian yang besar dibandingkan aspek lain. Semua aspek itu dipakai untuk membuat dimensi tertentu dari konstruksi berita menjadi bermakna dan diingat oleh khalayak dalam memahami suatu realitas (Eriyanto, 2015 :81).

5. Framing Dalam Pandangan Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

Dalam (Eriyanto, 2015: 289, 291) model *framing* yang diperkenalkan oleh Pan dan Kosicki ini adalah salah satu model yang paling populer dan banyak dipakai. Model itu sendiri diperkenalkan lewat suatu tulisan di *Jurnal Political Communication*. Bagi Pan dan Kosicki, analisis *framing* dapat menjadi salah satu alternatif dalam menganalisis teks media. Analisis *framing* dilihat sebagaimana wacana publik tentang suatu isu atau kebijakan dikonstruksikan dan dinegosiasikan. *Framing* didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut.

Menurut Pan dan Kosicki ada dua konsep *framing* yang saling berkaitan. *Pertama*, dalam konsepsi psikologi. *Framing* dalam konsepsi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya. *Framing* berkaitan dengan struktur dan proses kognitif,

bagaimana seseorang mengelola sejumlah informasi dan ditunjukkan dalam skema tertentu. Elemen-elemen yang diseleksi dari suatu isu atau peristiwa menjadi lebih penting dalam mempengaruhi pertimbangan dalam membuat keputusan tentang realitas.

Kedua, konsepsi sosiologis. Pandangan sosiologis lebih melihat pada bagaimana konstruksi sosial atas realitas. *Frame* dipahami sebagai proses bagaimana seseorang mengklasifikasikan, mengorganisasikan, menafsirkan pengalaman sosial untuk mengerti dirinya dan realitas di luar dirinya. Bagi Pan dan Kosicki framing pada dasarnya melibatkan kedua konsep tersebut. Dalam media, *framing* dipahami sebagai perangkat kognisi yang digunakan dalam informasi untuk membuat kode, menafsirkan dan menyimpannya untuk dikomunikasikan dengan khalayak yang semuanya dihubungkan dengan konvensi, rutinitas, dan praktek kerja profesional wartawan.

Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide. *Frame* ini adalah suatu ide yang hubungkan dengan elemen yang berbeda dalam teks berita (seperti kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata, atau kalimat tertentu) ke dalam teks secara keseluruhan. *Frame* berhubungan dengan makna. Bagaimana seseorang memaknai suatu peristiwa dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks. Dalam pendekatan ini perangkat *framing* dapat dibagi ke dalam empat struktur besar, yakni:

a. Struktur Sintaksis

Sintaksis berhubungan dengan bagaimana wartawan menyusun peristiwa ke pernyataan opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa ke dalam bentuk susunan umum berita. Struktur ini dapat diamati dari bagan berita (*lead*, *latar*, *headline*, kutipan yang diambil, dan sebagainya)

b. Struktur Skrip

Skrip berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk cerita. Struktur ini melihat bagaimana cara bercerita atau bertutur yang dipakai oleh wartawan dalam mengemas peristiwa ke dalam bentuk berita. Bentuk umum dari struktur skrip ini adalah pola 5W + 1H (*who*, *what*, *When*, *where*, *why*, dan *who*).

c. Struktur Tematik

Tematik berhubungan dengan bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat, atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan.

d. Struktur Retoris

Retoris berhubungan dengan bagaimana wartawan menekankan arti tertentu ke dalam berita. Bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik, dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung

tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca.

Kesimpulan menurut konsep ini adalah *Framing* dimaknai sebagai suatu strategi atau cara wartawan dalam mengkonstruksi dan memproses peristiwa untuk disajikan kepada khalayak. Wartawan memakai strategis kata, kalimat, *lead*, hubungan antarkalimat, foto, grafik, dan perangkat lain untuk membantu dirinya mengungkapkan pemaknaan mereka sehingga dapat dipahami oleh pembaca. Perangkat wacana itu dapat juga menjadi alat bagi peneliti untuk memahami bagaimana media mengemas peristiwa.

6. Teori Konstruksi Realitas Sosial

Dalam (Eriyanto, 2015: 15), Analisis *framing* termasuk ke dalam paradigma konstruksionis. Paradigma ini mempunyai posisi dan pandangan tersendiri terhadap media dan teks berita yang dihasilkannya. Konsep mengenai konstruksionisme diperkenalkan oleh sosiolog interpretatif, Peter L. Berger bersama Thomas Luckman. Teori konstruksi sosial bisa disebut berada di antara teori fakta sosial dan definisi sosial. Dalam teori fakta sosial, standar yang eksis-lah yang penting. Manusia adalah produk dalam masyarakat. Tindakan dan persepsi manusia ditentukan oleh struktur yang ada dalam masyarakat. Institusionalisasi, norma, struktur, dan lembaga sosial menentukan individu masyarakat. Sebaliknya adalah teori definisi sosial. Manusia yang membentuk masyarakat. Manusia digambarkan sebagai entitas yang otonom, melakukan pemaknaan dan membentuk masyarakat. Manusia yang membentuk realitas, menyusun institusi dan norma yang ada.

Teori konstruksi sosial berada diantaranya. Seperti yang dikatakan Margaret M. Poloma: “Pemikiran Berger melihat realitas kehidupan sehari-hari memiliki dimensi-dimensi sosial yang subjektif dan objektif. Manusia merupakan instrumen dalam menciptakan realitas sosial yang objektif melalui proses eksternalisasi, sebagaimana ia mempengaruhinya melalui proses internalisasi.

Menurut Berger, seseorang baru menjadi pribadi yang beridentitas sejauh ia tetap tinggal di masyarakatnya dan melewati tiga tahapan yakni, *Pertama*, eksternalisasi, yaitu usaha pencurahan atau ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Dengan kata lain manusia menemukan dirinya sendiri dalam suatu dunia. *Kedua*, objektivasi, yaitu hasil yang telah dicapai, baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia tersebut. *Ketiga*, internalisasi, proses internalisasi merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial.

Bagi Berger realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, tidak juga sesuatu yang diturunkan Tuhan. Tetapi sebaliknya ia dibentuk dan dikonstruksi. Dengan pemahaman seperti ini realitas berwajah ganda atau plural. Setiap orang bisa mempunyai konstruksi yang berbeda-beda atas suatu realitas. Setiap orang yang mempunyai pengalaman, pendidikan tertentu, pendidikan tertentu, dan lingkungan pergaulan, atau sosial tertentu akan menafsirkan realitas sosial itu, dengan konstruksinya masing-masing.

Pada penelitian ini, teori yang dipakai sebagai dasar adalah konstruksi realitas oleh media massa dalam menghasilkan suatu berita. Dalam pandangan

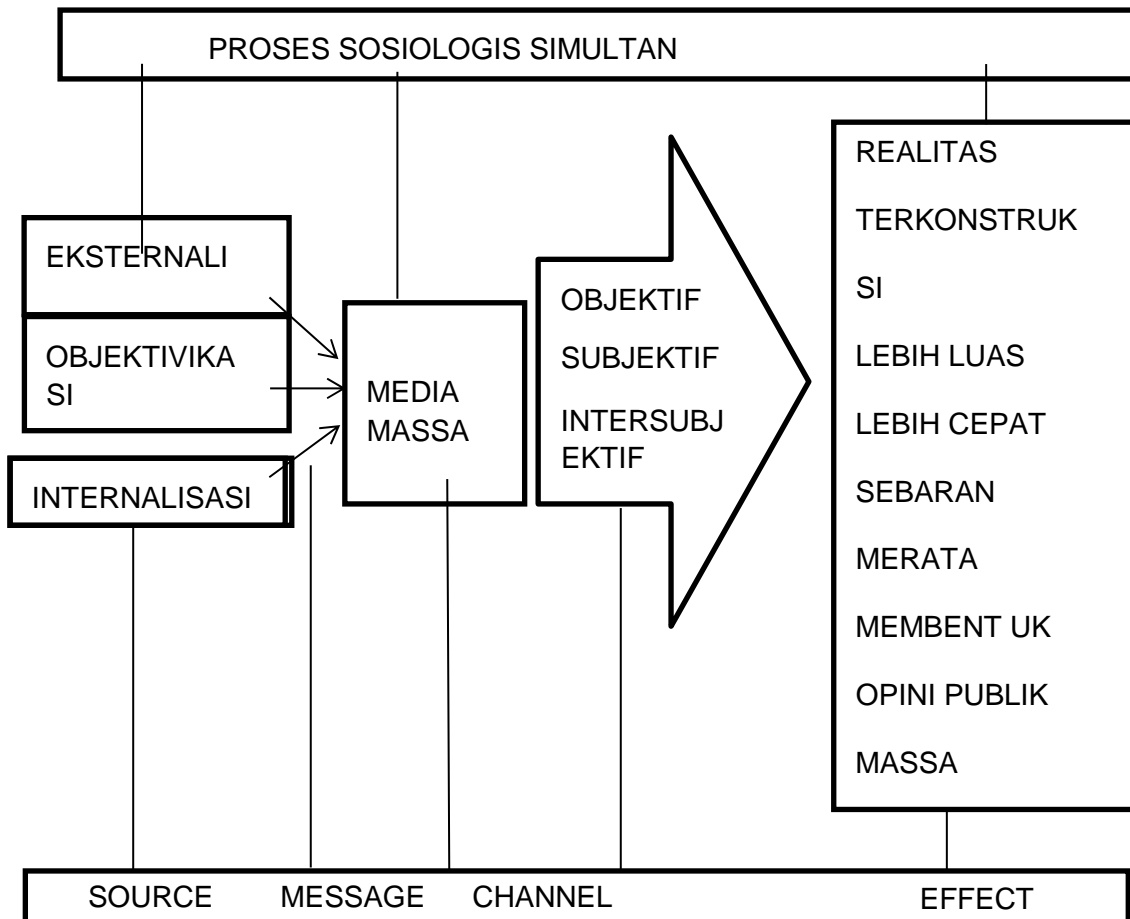
konstruksionis, media bukanlah sekedar saluran yang bebas, ia juga subjek yang mengkonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya. Di sini media dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. Pandangan ini menolak argumen yang menyatakan media sebagai tempat saluran bebas. Berita yang kita baca bukan hanya menggambarkan realitas, bukan hanya menunjukkan pendapat sumber berita, melainkan juga konstruksi dari media itu sendiri. Lewat berbagai instrumen yang dimilikinya, media ikut membentuk realitas yang tersaji dalam pemberitaan (Eriyanto, 2015: 26).

Cara media dalam mengkonstruksi realitas adalah medialah yang memilih sumber berita, media yang menentukan siapa yang berhak dan dalam kapasitas apa seseorang berperan sebagai sumber berita. Media kemudian membingkai sebuah peristiwa dalam bingkai tertentu. Peristiwa-peristiwa yang kompleks disederhanakan sehingga membentuk pengertian dan gagasan-gagasan tertentu, agar peristiwa-peristiwa tersebut dipahami dan disetujui sebagai berita oleh khalayak.

Dalam proses konstruksi realitas tersebut, terbentuk pula proses pemingkai (*framing*) opini atau pernyataan narasumber yang menjadi fokus pada penelitian. Oleh karena itu, proses framing juga menjadi bagian dari teori konstruksi realitas atau strategi pengemasan berita. Dapat dikatakan melalui dua teori (konstruksi realitas dan framing sebagai strategi pengemasan berita) penulis dapat menjawab masalah penelitian, yakni mengenai pemberitaan tentang vaksin Covid-19. Teori konstruksi realitas dan framing

sebagai strategi pengemasan berita berguna untuk mengarahkan penelitian pada proses bagaimana suatu opini narasumber dikemas oleh suatu media.

Bagan 1.1 proses sosiologis simultan Komunikasi melalui Media Massa:



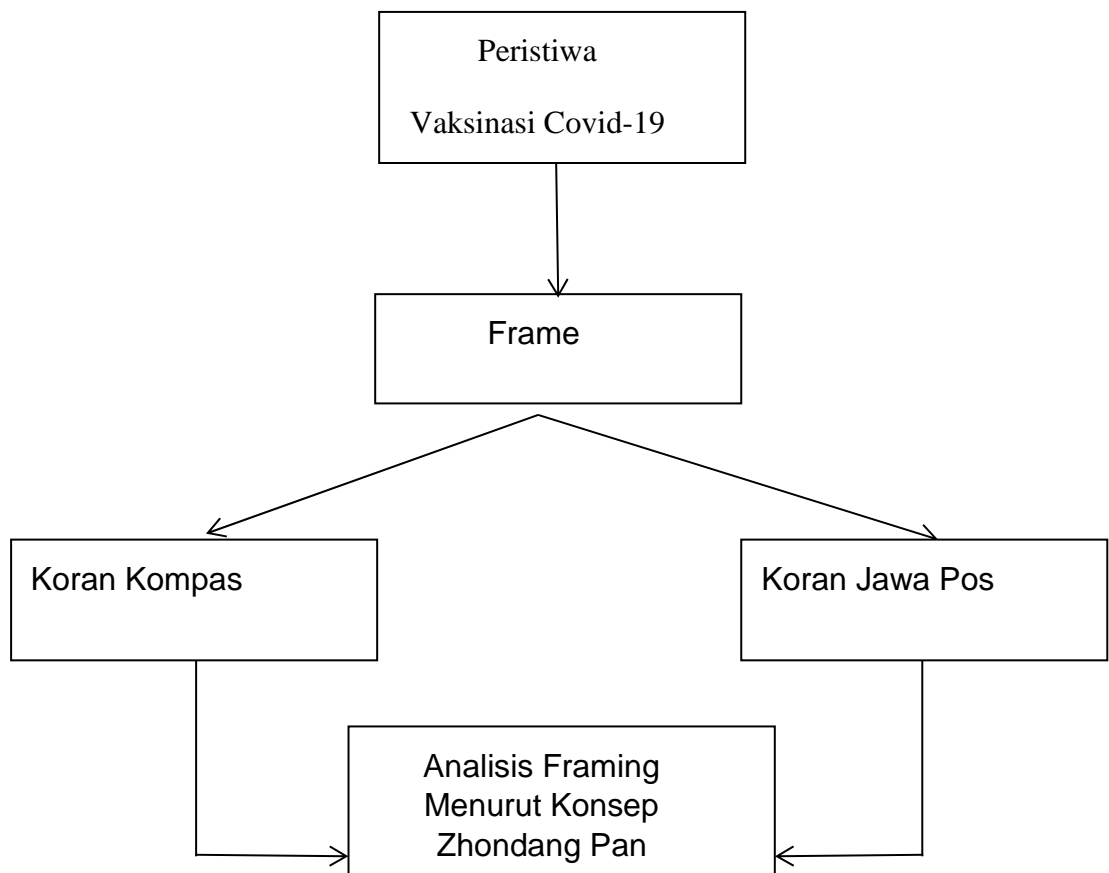
(Sumber bagan: (<https://media.neliti.com/media/publications/184689-ID-analisis-framing-pemberitaan-ganjar-pran.pdf> diakses pada 15 April 2021, pukul 22.53 WIB).

F. Kerangka Berpikir

Kasus pandemi Covid-19 tidak kunjung usai sejak akhir tahun 2019 hingga saat ini. Berbagai kebijakan dan upaya telah dilakukan dalam hal ini penerapan protokol kesehatan (*new normal*), namun hasilnya terkesan tidak menemui jalan keluar. Di tengah kondisi yang rumit ini, pihak terkait dalam

hal ini WHO sebagai otoritas tertinggi dunia kesehatan mengeluarkan aturan tentang vaksin sebagai solusi terakhir dalam penanganan Covid-19 di dunia. Namun berbicara tentang solusi terakhir berbagai keraguan muncul di masyarakat apakah vaksin benar-benar sebagai langkah medis yang dapat menyelamatkan atau justru sebaliknya malah memperburuk keadaan.

Bagan 1.2 Kerangka Berpikir:



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian analisis isi deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis *framing*. *Framing* adalah pendekatan untuk

mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita, cara pandang atau perspektif itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan dan hendak dibawa kemana berita tersebut. (Eriyanto, 2015; 79).

2. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah teks berita di koran tentang vaksinasi dari tanggal 15 Januari 2021 sampai dengan tanggal 15 Maret 2021. Sesuai dengan periode awal vaksinasi Covid-19 pertama dilakukan di Indonesia.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengumpulkan koran-koran dari beberapa media cetak yang berbeda dengan memuat pemberitaan tentang program vaksinasi. Koran-koran yang dikumpulkan kemudian dibaca, dipelajari, dan dicermati dengan saksama. Observasi bertujuan untuk menentukan media cetak yang akan digunakan dalam analisis *framing*.

b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari dokumen-dokumen yang ada. Sehingga dapat dipergunakan dalam penelitian tersebut serta untuk memperoleh dan melengkapi data yang diperlukan. Selain itu, peneliti juga

menggunakan teknik Observasi (Pengamatan) artinya setelah data terkumpul maka peneliti melakukan pengamatan (Sugiyono, 2010:65)

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Karena penelitian ini menggunakan *framing* sebagai metode penelitiannya, maka bentuk pengamatan dokumen yang dipelajari adalah teks-teks berita mengenai pemberitaan bertema Vaksinasi Covid-19 yang dipublikasikan oleh media Kompas dan Jawa Pos pada edisi 15 Januari-15 Maret 2021.

4. Sumber Data

a. Data Primer

Merupakan Sumber data yang diperoleh secara langsung dari media yang dikaji. Yaitu mengumpulkan data (dokumentasi) pemberitaan tentang vaksinasi pada koran Kompas dan Jawa Pos edisi 13 Januari hingga 30 2021.

b. Data Sekunder

Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui buku-buku, artikel, dan data-data dari internet yang relevan dengan masalah yang diteliti.

H. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis *framing* dengan pendekatan Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Dalam pandangan Pan

dan Kosicki, *framing* didefinisikan sebagai suatu proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih daripada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut. Terdapat dua konsepsi *framing* yang saling berkaitan yakni konsepsi psikologi dan konsepsi sosiologis. *Framing* dalam konsepsi *psikologi* menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya. *Framing* dilihat sebagai penempatan informasi dalam suatu konteks yang unik atau khusus untuk menempatkan elemen tertentu dari suatu isu dengan penempatan lebih menonjol dalam kognisi seseorang.

Dalam konsepsi sosiologis *frame* dipahami sebagai proses bagaimana mengklasifikasikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas di luar dirinya. *Frame* berfungsi membuat suatu realitas menjadi teridentifikasi, dipahami, dan dapat dimengerti karena sudah dilabeli dengan label tertentu. Ada empat elemen dasar yang terdapat dalam pendekatan ini yakni, sintaksis (merupakan cara wartawan menyusun fakta), skrip (cara wartawan mengisahkan fakta), tematik (cara wartawan menulis fakta), retorik (cara wartawan menekankan kata). (Dalam Eriyanto, 2015).

Tabel 1.1 Kerangka Framing Pan dan Kosicki

STRUKTUR	PERANGKAT FRAMING	UNIT YANG DIAMATI
SINTAKSIS Cara wartawan Menyusun fakta	Skema	Headline, lead, latar informasi, sumber, pernyataan, penutup
SKRIP Cara wartawan mengisahkan cerita	Kelengkapan berita	5W+1H
TEMATIK Cara Wartawan Menulis Fakta	Detail Maksud kalimat Hubungan antar kalimat Nominalisasi Koherensi Bentuk kalimat Kata ganti	Paragraf, Proporsi, kalimat, hubungan antarkalimat
RETORIS Cara wartawan menekankan fakta	Leksikon Gambar Metaphor Pengandaian	Kata, Idiom, Gambar / foto, grafis

(Eriyanto, 2015:295).

BAB II

DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Profile Koran Kompas

1. Sejarah Perusahaan

Dilansir dari <https://korporasi.kompas.id/profil/>, diakses pada 14 September 2021 pukul 17.54, ide awal penerbitan koran Kompas datang dari Menteri/Panglima TNI AD Letjen Ahmad Yani untuk menhadang dominasi pemberitaan Pers Komunis. Gagasan yang diutarakan kepada menteri perkebunan saat itu, Drs.Frans Seda yang kemudian menggandeng Drs. Jakob Oetama dan Petrus Kanisius Ojong untuk mewujudkan gagasan tersebut, dibentuklah yayasan Bentara Rakyat pada 16 Januari 1965. Nama semula diusulkan yaitu Bentara Rakyat, namun atas usulan Presiden Soekarno nama diubah menjadi Kompas, yang berarti pemberi arah dan jalan dalam menaungi lautan dan rimba. Kompas terbit pertama kali pada 28 Juni 1965. Pada edisi perdana, Kompas terbit empat halaman dengan sebelas berita pada halaman pertama. Saat itu oleh kalangan komunis, Kompas diplesetkan menjadi komando pastor sebab tokoh-tokoh pendiri dan perintisnya banyak berasal dari kelompok atau partai Katolik. Pada tahun 1982, penerbit Kompas bukan lagi yayasan Bentara Rakyat. Sesuai UU Pokok Pers tahun 1982 dan ketentuan Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) yang mewajibkan penerbitan pers harus berbadan hukum. Pada masa awal berdirinya, Kompas terbit sebagai surat kabar mingguan dengan delapan halaman, lalu terbit empat kali seminggu dan dalam waktu dua tahun berkembang menjadi surat kabar nasional.

Selama perjalanan penerbitan Kompas pernah mengalami hambatan, Kompas sempat dua kali dilarang terbit. Pertama, pada 2 Oktober 1965 ketika penguasa pelaksana perang daerah Jakarta Raya mengeluarkan larangan terbit untuk semua koran, termasuk Kompas sebagai upaya agar pemberitaan tidak menambah rasa bingung masyarakat terkait peristiwa gerakan 30 September yang tengah berkecamuk. Kompas terbit kembali pada 6 Oktober 1965. Pada 21 Januari, Kompas untuk kali kedua dilarang terbit bersama enam koran lainnya. Pelarangan terkait pemberitaan seputar aksi mahasiswa yang menantang kepemimpinan Presiden Soeharto menjelang pelaksanaan sidang umum MPR pada tahun 1978. Larangan bersifat sementara, karena pada 5 Februari Kompas terbit kembali.

Motto “**Amanat Hati Nurani Rakyat**” yang diletakkan di bawah logo Kompas menggambarkan visi dan misi Kompas dalam menyuarakan hati nurani rakyat. Adapun tujuan Kompas yaitu pertama, ingin berkembang sebagai institusi pers yang mengedepankan keterbukaan, meninggalkan latar belakang Suku, Agama, Ras dan Antar golongan (SARA). Kedua, ingin berkembang sebagai “Indonesia mini” karena Kompas sendiri adalah lembaga yang terbuka, kolektif, dan ingin ikut serta dalam upaya mencerdaskan bangsa. Dan yang ketiga, ingin menempatkan kemanusiaan sebagai nilai tertinggi, mengarahkan fokus perhatian dan tujuan pada nilai-nilai yang mengatasi kepentingan kelompok. Ideologi Kompas selalu digunakan dalam produk jurnalistik Kompas. Petrus Kanisius Ojong dan Jacob Oetama selalu mengajarkan jurnalisme yang santun kepada karyawan Kompas dengan mengedepankan cara yang santun dan elegan dalam memberikan kritik terhadap suatu keadaan. Koran Kompas tidak pernah berhenti berkarya dan terus mengembangkan diri melalui berbagai inovasi. Hal ini dilakukan tak semata-mata untuk menggenapi kebutuhan para pembaca, tetapi juga telah menjadi peran yang diemban untuk berkontribusi bagi dunia pers

Indonesia. Koran Kompas menjadi satu-satunya koran yang mampu menjangkau 33 Provinsi di penjuru Nusantara. Kompas tidak akan pernah berhenti mendedikasikan reportase demi aspek kehidupan berbangsa yang lebih baik. Koran Kompas juga berani menjawab tantangan untuk tetap cerdas menghadirkan informasi yang benar di era simpang siur informasi seperti saat ini. Sebagai koran nusantara, Kompas menjangkau seluruh Indonesia. Saat ini, situs cetak jarak jauh Kompas bisa melayani pembaca di Jawa, Bali, Sulawesi, Kalimantan, dan Sumatera.

2. Visi dan Misi Kompas

a. Visi

Visi Kompas adalah “Menjadi institusi yang memberikan pencerahan bagi perkembangan masyarakat Indonesia yang demokratis dan bermartabat, serta menjunjung tinggi asas dan nilai kemanusiaan”. Dalam kiprahnya pada industri pers “Visi Kompas” berpartisipasi membangun masyarakat Indonesia berdasarkan Pancasila melalui prinsip *humanis transcendental* (persatuan dalam perbedaan) dengan menghormati individu dan masyarakat adalah kemakmuran.

b. Misi

Misi Kompas adalah “Mengantisipasi dan merespon dinamika masyarakat secara profesional, sekaligus memberi arah dengan menyediakan dan menyebarluaskan informasi terpercaya”. Kompas berperan mencerdaskan bangsa menjadi nomor satu dalam semua usaha di antara usaha lain yang sejenis dalam kelas yang sama. Hal tersebut dicapai melalui etika usaha bersih dengan melakukan kerjasama dengan perusahaan-perusahaan lain. Hal ini dapat dijabarkan dalam lima sasaran operasional Kompas memberikan

informasi yang berkualitas dengan ciri: cepat, cermat, utuh dan selalu mengandung makna.

Kompas memiliki bobot jurnalistik yang tinggi dan terus dikembangkan untuk mewujudkan aspirasi dan selera terhormat yang dicerminkan dalam gaya Kompas, komunikatif, dan kaya nuansa kehidupan dan kemanusiaan.

Kualitas informasi dan bobot jurnalistik dicapai melalui upaya intelektual yang penuh empati dengan pendekatan rasional, memahami jalan pikiran dan argumentasi pihak lain, selalu berusaha menundukkan persoalan dengan penuh pertimbangan tetapi tetap kritis dan teguh pada prinsip.

Berusaha menyebarkan informasi seluas-luasnya dengan meningkatkan oplah. Untuk dapat merealisasikan visi dan misi, Kompas harus memperoleh keuntungan dari usaha. Namun keuntungan yang dicari bukan sekedar demi keuntungan itu sendiri, tetapi menjunjung kehidupan layak bagi karyawan dan pengembangan usaha, sehingga mampu melaksanakan tanggung jawab sosialnya sebagai perusahaan.

3. Struktur Organisasi Kompas

Tabel 2.1 Struktur Organisasi Kompas

No	JABATAN	NAMA
1	Pemimpin Umum	LILIK OETAMA
2	Wakil Pemimpin Umum	BUDIMAN TANUREDJO
3	Pemimpin Redaksi / Penanggung Jawab	SUTTA DHARMASAPUTRA
4	Wakil Pemimpin Redaksi	P TRI AGUNG KRISTANTO
5	Redaktur Senior	NINOK LEKSONO RIKARD BAGUN NINUK MARDIANA PAMBUDY
6	Redaktur Pelaksana	ADI PRINANTYO
7	Wakil Redaktur Pelaksana	MARCELLUS HERNOWO ANTONIUS TOMY TRINUGROHO HARYO DAMARDONO
8	Sekretaris Redaksi	SUBUR TJAHOJONO ILHAM KHOIRI
9	General Manager Litbang	F HARIANTO SANTOSO
10	General Manager SDM-Umum	BUDIMAN TANUREDJO

4. Model Pemberitaan

Visi dan misi Surat Kabar Harian Kompas yang ada kemudian diimplementasikan ke dalam model pemberitaan. Pada awal hadirnya Kompas, artikel dibuat berkaitan dengan filsafat, tujuan dari media cetak ini serta permasalahan yang diangkat dalam pemberitaannya berhubungan dengan masalah kemasyarakatan ditinjau dari segi politik, ekonomi dan kebudayaan. Kompas di bawah kepemimpinan Jakob membuat gaya penyajian yang substansial dengan kritik yang secara tidak langsung dan terkesan implisit, yang dianggap tipikal dari kritik gaya Jawa. Penyajian tersebut didasarkan pada *proximity* dimana lingkungan tempat Kompas berada tidak dapat lepas dengan nilai budaya Jawa. Beberapa orang pada awal tahun 1980-an menyatakan bahwa gaya bahasa yang dipakai oleh Kompas membuat khalayak seperti diajak untuk ikut berbicara. Namun di pihak lain, ada yang mengatakan bahwa tajuk rencana Kompas tidak pernah tegas. Kritiknya tidak pernah *straight to the point*, tetapi selalu melingkar dan membuat orang-orang harus berpikir terlebih dahulu sebelum tahu pesan yang ingin disampaikan. Penggunaan metode tersebut, yang dikatakan atau yang diberikan tidak pernah *straight to the point* dikarenakan konsepsi nilai-nilai yang ingin dibagikan oleh Kompas ditujukan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan menyebarkan informasi yang mencerdaskan, bukan dalam bentuk kritik yang konstruktif. Sedangkan yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang

berkembang dalam masyarakat. Kompas menggunakan 3 strategi dalam melakukan pembahasan, yaitu:

- a. **Model Jalan Tengah (MJT):** Model ini berkaitan dengan menggugat secara tidak langsung, mengkritik tetapi disampaikan dengan santun, berkelit-kelit dan mengaburkan pesan yang ingin disampaikan.
- b. **Model Angin Surga (MAS):** Dalam suatu masalah, Kompas menggunakan himbauan serta harapan, bukan dengan mengkritik atau menggugat masalah tersebut.
- c. **Model Anjing Penjaga (MAP):** Kompas menggunakan Bahasa yang lebih berani dan bersifat terbuka, tajam namun tidak berlebihan.

Kompas memahami bahwa pada masa politik Orde baru, partai politik masing-masing akan berafiliasi dengan aliran agama Kristen, Islam, Nasionalis, dan sekuler. Pada perkembangannya, Kompas memberikan pemberitaan yang senantiasa berusaha tidak memihak. Karena massa politik berbeda dengan massa surat kabar. Misalnya Surat Kabar Harian Kompas memberitakan sesuatu namun lebih menitik beratkan kepada salah satu pihak atau kelompok, belum menjadi jaminan bahwa massa dari pihak atau kelompok tersebut akan membeli Surat Kabar Harian Kompas.

5. Logo Koran Kompas



KOMPAS
AMANAT HATI NURANI RAKYAT

The logo of Kompas newspaper features the word "KOMPAS" in a large, bold, blue serif font. Below it, the tagline "AMANAT HATI NURANI RAKYAT" is written in a smaller, blue, all-caps sans-serif font.

B. Profil Jawa Pos

1. Sejarah Jawa Pos

Jawa Pos adalah Koran yang diterbitkan oleh sebuah perseroan dengan nama N.V. Perusahaan Penerbitan Java Post, didirikan pada 1 Juli 1949 oleh The Chung Sen (Suseno Tedjo). Pada kenyataannya ternyata bisnis The Chung Shen di bidang surat kabar tidak selamanya mulus. Pada akhir tahun 1970-an, omzet Jawa Pos mengalami kemerosotan yang tajam hingga pada tahun 1982 tirasnya tinggal 6.800 eksemplar/hari. Pada tahun ini pula masuk manajemen baru dari kelompok TEMPO di bawah kepemimpinan Dahlan Iskan. Pada Tahun 1985, tiras Jawa Pos sudah mencapai 150.000 eksemplar/hari, hal ini karena suksesnya meliput kejatuhan presiden Marcos di Filipina. Jawa Pos kemudian berkembang cepat 43 kali tirasnya hingga sekarang mencapai 350.000 eksemplar/hari dengan anak perusahaan sebanyak 90 koran lebih di daerah daerah seluruh provinsi di Indonesia. Jawa Pos sekarang sudah menjadi salah satu kelompok industri media terbesar di Indonesia, dengan sumber daya karyawan sekitar 400 orang lebih dari berbagai disiplin ilmu serta mendirikan pabrik kertas koran dan percetakan- percetakan di daerah-daerah dengan dukungan teknologi komputer dan komunikasi, maka Jawa Pos adalah perusahaan yang sangat efisien dan aset Indonesia yang patut diperhitungkan.

Tahun 1982, oplahnya hanya tinggal 6.800 eksemplar saja. Koran-korannya yang lain sudah lebih dulu pensiun. Ketika usianya menginjak

80 tahun, The Chung Shen akhirnya memutuskan untuk menjual Jawa Pos. Dia merasa tidak mampu lagi mengurus perusahaannya, sementara tiga orang anaknya lebih memilih tinggal di London, Inggris Pada tahun 1982, Eric FH Samola, waktu itu adalah Direktur Utama PT Grafiti Pers (penerbit majalah Tempo) mengambil alih Jawa Pos. Dengan manajemen baru, Eric mengangkat Dahlan Iskan, yang sebelumnya adalah Kepala Biro Tempo di Surabaya untuk memimpin Jawa Pos. Eric Samola kemudian meninggal dunia pada tahun 2000. Dahlan Iskan adalah sosok yang menjadikan PT. Jawa Pos yang waktu itu hampir mati dengan oplah 6.000 eksemplar, dalam waktu 5 tahun menjadi surat kabar dengan oplah 300.000 eksemplar.

2. Visi dan Misi Jawa Pos

PT. Jawa Pos mempunyai reputasi sebagai newspaper of the year. Sebagai usaha untuk mendukung pondasi bagi industri media cetak, PT. Jawa Pos bekerja keras untuk menyampaikan pengetahuan, berita aktual dan teknologi untuk masyarakat luas dari berbagai kalangan. Usaha ini telah menjadi relevan sebagai pemegang kunci untuk meningkatkan industri media cetak nasional. Pengenalan lebih luas di pasar global telah menjadi inspirasi PT. Jawa Pos untuk memelihara berita-berita yang berkualitas dan informasi yang aktual dan terpercaya.

a. Visi

"Menjadikan perusahaan media yang berkembang kokoh dan membawa manfaat agar Indonesia tidak hanya maju di Ibukotanya,

dengan menyelenggarakan pers yang bebas dan bertanggung jawab di seluruh Indonesia".

b. Misi

- 1) Meningkatkan kesejahteraan bangsa melalui kemuasan pelanggan dan mencerdaskan bangsa dengan adanya informasi yang aktual.
- 2) Menjadi bagian penting dalam mendukung perkembangan nasional melalui media.

3. Tujuan Pokok Jawa Pos

Jawa Pos Tujuan pokok yang hendak dicapai oleh PT. Jawa Pos adalah sebagai berikut :

- a. Menginformasikan suatu berita dan kejadian yang aktual berdasarkan narasumber dan tempat kejadian.
- b. Memproduksi surat kabar
- c. Memberikan space iklan untuk perusahaan – perusahaan diluar jawa pos

4. Redaksi Koran Jawa Pos

Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab :

Ibnu Yuniarto

Wakil Pemimpin Redaksi :

Suprianto, Tatang Mahardika

Senior Editor:

Rohman Budijanto

Kepala Kompartemen:

Agung Kurniawan, Anggit Satriyo Nugroho, Baskoro Yudho, Fathoni P.

Nanda

Koordinator Redaksi Jakarta:

Tri Mujoko Bayuaji

Redaktur:

Ali Mahrus, Andrianto Wahyudiono, Andri Teguh Pryantoro, Anton Hadiyanto, Any Rufaidah, Ariyanti Kurnia Rakhmana, Dani Nur Subagiyo, Dwi Shintia Irianti, Eko Priyono, Firzan Syahroni, M. Sholahuddin, Naufal W. Asmoro, Nora Adriani Sampurna Putri, Nur Aini Roosilawati, Sidiq Prasetyo. (<https://m.merdeka.com/jawa-pos/profil/>, diakses pada 14 September 2021 pukul 18.17).

5. Logo Koran Jawa Pos

Jawa Pos
Selalu Ada yang Baru!

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Rizqon, Halal, (2020). *Jurnal Sosial dan Budaya Syar'i*: Dampak Covid-19 Pada Pendidikan di Indonesia E-ISSN: 2654-9050 Vol.07,No.5
- Eriyanto, (2015). *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS
- Hayati, Helen Nur, Yoedtadi, Gafar M, (2020). *Jurnal Koneksi Universitas Tarumanagara*: Konstruksi Berita Covid-19 Di Kompas.com dan Tribunnews.com:Vol.04, No.2
- Mcquail, Denis, (1987). *Teori Komunikasi Massa edisi kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Mulyana, Deddy, (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: ROSDA.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Cetakan ke 18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.
- Rakashiwi, B. Devina, (2017). Analisis Framing Keberpihakan Media Terhadap Kasus Basuki Tjahaja Purnama. *Skripsi*. Jurusan Ilmu Komunikasi STPMD Yogyakarta
- Santana, K. Septiawan, (2005). *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Buku Obor.

Referensi Internet :

- [https://bebas.kompas.id/baca/riset/2020/04/18/rangkaian-peristiwa-pertama-covid-19/diakses tanggal 26 Januari 2020, pukul 16.39 WIB](https://bebas.kompas.id/baca/riset/2020/04/18/rangkaian-peristiwa-pertama-covid-19/diakses%20tanggal%2026%20Januari%202020,%20pukul%2016.39%20WIB)
- <https://bappeda.ntbprov.go.id/asal-mula-dan-penyebaran-virus-corona-dari-wuhan-ke-seluruh-dunia/> diakses pada tanggal 8 Maret 2021, pukul 22.01 WIB
- <https://news.detik.com/berita/d-4991485/kapan-sebenarnya-corona-pertama-kali-masuk-ri> diakses pada tanggal 8 Maret 2021, pukul 22.21 WIB
- <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200505143440-532-500275/sebelum-corona-bps-catat-pengangguran-688-juta-per-februari>, diakses pada 4 April 2021, pukul 18.00 WIB.
- <https://youtu.be/x7iFX6fy9kY>, diakses 16 April 2021, Pukul 13.32 WIB

<https://www.kompas.com/tren/read/2021/01/07/074238165/perkembangan-vaksinasicovid-19-di-indonesia-dari-pendistribusian-vaksin?page=all>
diakses pada 27 januari 2020, pukul 14.16 WIB

<https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/covid-19-vaccines>, diakses 7 Juni 2021, pukul 23.06 WIB

<https://korporasi.kompas.id/profil/>, diakses pada 14 September 2021 pukul 17.54

<https://m.merdeka.com/jawa-pos/profil/>, diakses pada 14 September 2021 pukul 18.17).