

## ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN PROGRAM VAKSINASI COVID-19

Habib Muhsin<sup>1)</sup>, Fadjarini Sulistyowati<sup>2)</sup>, Irsasri<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi

Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD”

e-mail: [habibmuhsin17@gmail.com](mailto:habibmuhsin17@gmail.com)

### **Abstract**

*The pandemic has been going on for a year, Indonesia, like other countries, has been constructing some policies in dealing with it. One of the policies is vaccination program, which is a step to create herd immunity. The role of mass media in informing government's program is extremely significant. However, mass media does not work in a vacuum, there is a frame by which they construct some phenomenon into a news. This research is done to understand the media construction made by detik.com and Kompas.com in their vaccination news. Robert N. Entman's framing analysis is being used. Using framing technique, the role of media in constructing certain phenomenon can be found. Vaccination news can be categorized into three: 1) Framing towards news regarding President; 2) Framing towards news regarding people's disbelief in vaccination and 3) Framing towards vaccine management and data. This research shows that detik.com and Kompas.com has biases towards government's policies in vaccination program. Aside from supporting the policies, both medias have some control for those policies. This control can be shown by their introducing the vaccine program to society. The people's disbelief in the vaccines indicates the lack of the government's participation in the vaccine's introduction and exposure. This is also true in regards to vaccine management and data. In conveying information, Kompas.com is more informative and comprehensive.*

*Keywords: Reportage, Framing Analysis, Vaccination Program*

### Abstrak

Pandemi telah berlangsung satu tahun, Indonesia seperti halnya dengan negara-negara lain di dunia telah menangani pandemi Covid-19 dengan berbagai upaya dan kebijakan. Salah satunya dengan program vaksinasi yang merupakan langkah untuk mewujudkan *herd immunity*. Peran media massa dalam menginformasikan program pemerintah sangatlah signifikan. Namun, media massa bukanlah ruang hampa, media memiliki *frame* dalam mengangkat peristiwa menjadi suatu berita. Tujuan penelitian untuk mengetahui *frame* media detik.com dan Kompas.com dalam pemberitaan vaksinasi. Penelitian ini merupakan analisis *framing* dengan analisa dari Robert N. Entman. Hasil penelitian dibagi menjadi 3 pemberitaan: 1) Frame atas pemberitaan Presiden Divaksin; 2) Frame atas pemberitaan ketidakpercayaan masyarakat terhadap vaksin dan 3) Frame atas pengelolaan vaksin dan pendataan. Dari hasil analisis framing menyatakan detik.com dan Kompas.com memiliki keberpihakan terhadap kebijakan pemerintah dalam program vaksinasi. Di samping mendukung kebijakan kedua media juga melakukan kontrol terhadap kebijakan tersebut Kedua media melakukan kontrol dalam hal sosialisasi program vaksin ke masyarakat, ketidakpercayaan masyarakat terhadap vaksin memberikan indikasi kurangnya sosialisasi dari pemerintah. Demikian juga dalam pengelolaan pemberian vaksin dan pendataan vaksin. Dalam penyampaian

isi informasi, Kompas.com memiliki keunggulan dalam penyajian berita lebih informatif dan lengkap.

*Kata kunci: Pemberitaan, Analisis Framing, Program Vaksinasi*

## **Pendahuluan**

Masa pandemi melanda di seluruh dunia sejak Februari 2020 hingga saat ini telah menimbulkan dampak luar biasa tidak hanya dari aspek kesehatan namun juga dampak buruk pada aspek ekonomi, pendidikan, sosial, politik maupun aspek yang lain. Pandemi Covid-19 telah berlangsung lebih dari satu tahun dan jumlah korban meninggal maupun yang terkonfirmasi Covid-19 masih terus bertambah. Pasien terkonfirmasi positif Covid-19 diumumkan pertama kali oleh Presiden RI pada tanggal 2 Maret 2020, (Detik.com, 2020) (Hayati & Yoedtadi, 2020). *World Health Organization* (WHO) telah menetapkan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) sebagai pandemi global pada Rabu, 11 Maret 2020. (Ardi Priyatno Utomo, 2020) (Handriastuti *et al.*, 2020).

Sebagai upaya mengatasi Pandemi Covid-19, Pemerintah telah melakukan berbagai upaya, salah satunya dengan membentuk Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 yang disahkan melalui Keputusan Presiden RI No.7 Tahun 2020. Gugus tugas dibentuk untuk

meningkatkan ketahanan nasional di bidang kesehatan dan meningkatkan sinergi antar kementerian/lembaga dan pemerintah daerah. Peningkatan kesiapan, kemampuan dalam mencegah, mendeteksi dan merespon Covid-19 sertaantisipasi eskalasi penyebaran, (Dimas Jarot Bayu, 2020). Setelah adanya gugus tugas dilanjutkan dengan adanya kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Kebijakan PSBB diambil karena alasan pertimbangan yang rasional atas karakteristik dan kondisi Indonesia sebagai negara kepulauan namun tetap mengutamakan keselamatan warga atas virus Covid-19, (BNPB, 2020). Pada tahun 2021, vaksinasi menjadi strategi utama pemerintah dalam penanganan Pandemi Covid-19. Vaksin merupakan kunci dalam pemulihan ekonomi karena dengan adanya vaksin diharapkan dapat menjadi jalan menuju *herd immunity* dalam memberantas penyebaran Covid-19, (Jose, 2021). Media massa pun ikut mendorong kebijakan ini dengan selalu menyampaikan pemberitaan tentang vaksinasi Covid-19. Walaupun kontroversi tentang vaksin Covid-19 juga

menjadi isu yang diberitakan di media massa.

Media massa memiliki peran untuk menyampaikan informasi ke publik. Demikian pula dengan informasi kebijakan pemerintah dalam penanganan Covid-19. Peran media massa sangat besar dalam menyajikan informasi yang benar dan terpercaya sehingga tidak membingungkan dan menjerumuskan masyarakat dalam arus informasi yang salah, (Gunawan & Umaimah Wahid, 2021). Terbukti, pada awal Pandemi Covid-19, di saat pemerintah belum siap menyiapkan informasi tentang Covid-19 bagi publik maka media massa yang berperan sebagai penyampai informasi untuk menghadapi krisis kesehatan, (Goeritman, 2021).

Saat ini dengan perkembangan teknologi digital, media massa mulai memasuki *platform* media *online*. Media *online* termasuk dalam kategori media baru yang disebut Terry Flew:

*“ New media has commonly been equated with the internet. As the technology which most clearly exemplified the properties of convergence, digital networking, global reach, interactivity and many to many communication, and as a media form which has allowed its users to be the producers as well as consumers of content, it has marked out the*

*differences between the technologies of the print and broadcast era from those of digital era.”, (Flew, 2005).*

Media baru ini diciptakan dengan adanya internet, yang mendorong terwujudnya konvergensi media yakni kombinasi antara dua atau lebih media konvensional menjadi satu proses, (Rieka Mustika, 2017).

Konvergensi media semakin meningkat, hampir semua industri media mengkombinasikan media mereka dengan internet. Tren ini didorong karena peningkatan pengguna internet di Indonesia yang tiap tahun selalu naik. Data tahun 2021, pengguna internet Indonesia berdasarkan laporan terbaru layanan *Manajemen KontenHootsuite* dan agen pemasaran sosial media *We are Social* mencapai 202,6 juta, (Riyanto, 2021). Bila dibandingkan jumlah penduduk Indonesia saat ini yang mencapai 274, 9 juta berarti penetrasi internet Indonesia mencapai 73,7%.

Media online memiliki karakteristik media yang tersaji melalui internet. Kecepatan akses internet dikhawatirkan berdampak dalam penyajian berita *online*, yang melahirkan logika jangka pendek. Jurnalisme dengan logika jangka pendek, mendorong media *online* untuk terobsesi mendapatkan pembaca sebanyak-

banyaknya karena jumlah pembaca menentukan pemasukan iklan, (Ratna Puspita, 2015) (Suciati & Fauziah, 2020). Hal ini mengakibatkan faktor isi berita tidak menjadi prioritas dalam penyajian berita di media.

Media merupakan bagian dari pranata sosial yang ada di masyarakat dan dipengaruhi oleh berbagai kepentingan baik di dalam maupun di luar media, (Dyna S., 2019: 63). Dalam hal ini media bisa dikatakan bukan “ruang hampa” yang menyampaikan pesan tanpa ada kepentingan. Media sangat mungkin untuk memiliki keberpihakan, karena media memiliki kemampuan untuk membingkai suatu peristiwa sehingga peristiwa yang sama dapat dikonstruksi berbeda oleh media, (Fianto & Aminulloh, 2014). Media massa merupakan agen konstruksi dan media bukanlah saluran yang bebas, namun juga subjek yang mengkonstruksikan realitas, lengkap dengan pandangan, bias dan keberpihakannya, (Eriyanto, 2011: 26).

Penelitian framing mencoba mengungkapkan keberpihakan media dalam menyajikan berita. Penelitian ini bertujuan untuk melihat keberpihakan media khususnya pada Kompas.com dan detik.com dalam menyajikan berita-berita vaksinasi Covid-19.

Pandemi Covid-19 memunculkan banyak peristiwa yang menarik untuk diteliti. Demikian juga penelitian terkait pemberitaan Covid-19, sehingga ada beberapa penelitian terdahulu tentang berita Covid-19 yang dilakukan dengan analisis framing. Salah satunya, adalah penelitian analisis *framing* pemberitaan Covid-10 pada harian Kompas edisi Januari 2020, yang menghasilkan temuan bahwa media memiliki peran penting dalam membentuk persepsi publik terhadap risiko kesehatan, (Wibhisono, 2020). Penelitian ini dilakukan pada awal pandemi Covid-19 dan lebih fokus pada komunikasi kesehatan yang dilakukan media massa. Penelitian lain tentang analisis *framing* pada pandemi Covid-19 di Kompas.com dan detik.com pada bulan Maret 2020, penelitian yang memfokuskan pada dua *frame* yakni kesehatan publik dan kebijakan untuk membingkai strategi pemerintah dalam penanganan Covid-19, (Fahrimal et al., 2020). Penelitian ini dilakukan pada pemberitaan media di awal Pandemi Covid-19 dan menggunakan teknik analisis pada *frame* kesehatan publik dan kebijakan pemerintah. Penelitian lain yang menggunakan metode analisis *framing* terkait tentang strategi komunikasi pemerintah dalam

penanganan Covid-19 di Majalah Tempo. Penelitian ini menyatakan Majalah Tempo cukup kritis dalam melihat strategi komunikasi pemerintah di awal hingga masa *new normal*, (Sulistiyowati & Hasanah, 2021).

Bila melihat penelitian terdahulu, maka penelitian ini memiliki perbedaan baik pada pemilihan media dan topik penelitian yang dianalisis. Penelitian ini memilih Kompas.com dan detik.com berdasarkan asumsi bahwa dua media *online* ini merupakan media yang telah dipercaya masyarakat Indonesia untuk memenuhi kebutuhan berita atau informasi bagi masyarakat. Kompas.com merupakan media *online* sudah berdiri sejak 1995. dan beberapa kali telah mendapatkan penghargaan sebagai media terbaik *online*. Sedangkan detik.com merupakan media khusus *online* yang pertama di Indonesia yang berdiri pada tahun 1998, media ini juga beberapa mendapatkan penghargaan top brand dalam kategori media *online*.

Artikel ini mendeskripsikan keberpihakan media dalam pemberitaan vaksin Covid-19 dengan analisis *framing* dari Robert N Entman di Kompas.com dan detik.com. pada edisi bulan Januari-Maret 2021. Pemilihan bulan Januari-

Maret 2021, dengan alasan pada bulan-bulan tersebut mulai awal dilaksanakannya vaksin sebagai solusi atas kebijakan *herd immunity*.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik analisis framing Robert N Entman. Penggunaan analisis *framing* untuk mengetahui bagaimana realitas dikonstruksikan oleh media, (Eriyanto, 2011: 3). Menurut Frank D Durhan, penelitian *framing* membuat dunia lebih diketahui dan lebih dimengerti, (Deddy Mulyana, 2006: 34). Penelitian framing dapat melihat fenomena yang “tersembunyi” yakni tentang orang-orang dan organisasi yang memproduksi isi media, sehingga kajian isi dapat memprediksi dampaknya terhadap khalayak, (Krisdinanto, 2014). Framing adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang itu pada akhirnya menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta hendak dibawa kemana berita tersebut, (Sobur, 2009: 162)

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana keberpihakan Kompas.com dan detik.com terhadap pemberitaan vaksinasi.. Konsep *framing* menurut pandangan Robert N Entman menekankan beberapa langkah untuk menggambarkan peristiwa yang dimaknai oleh wartawan, (Eriyanto, 2011:188). Empat Komponen tersebut diuraikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1

Analisis Framing Menurut Entmann

<i>Define Problems</i>	Mendefinisikan suatu masalah
<i>Diagnose Causes</i>	Memperkirakan masalah dan sumber masalah
<i>Make moral Judgment</i>	Membuat keputusan moral
<i>Treatment Recommendation</i>	Menekankan penyelesaian

sumber: (Eriyanto, 2011: 188-189)

Dari beberapa pemberitaan yang terkait tentang vaksinasi Covid-19 dibagi menjadi tiga: Pertama, pemberitaan presiden divaksin; Kedua, pemberitaan ketidakpercayaan masyarakat atas vaksin

dan ketiga, pengelolaan dan data vaksinasi.

**Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Pemberitaan tentang penanganan Pandemi Covid-19 yang telah berlangsung selama satu tahun cukup banyak mengisi ruang media massa. Pada artikel ini analisis framing lebih fokus pada pemberitaan program vaksinasi.

**Frame atas Pemberitaan Presiden Divaksin**

Dalam program vaksinasi, untuk berita detik.com pada tanggal 13 Januari 2021, mengangkat judul berita: “4 Hal Tentang Jokowi Divaksinasi Corona”. Pemberian vaksin pertama di detikcom dijadikan “*headline*” pada tanggal 13 Januari 2021. Perdebatan tentang keamanan vaksin menjadi salah satu isu yang beredar di masyarakat luas. Vaksin pertama yang diimport Indonesia adalah Sinovac merupakan produk vaksin dari China yang pada saat itu belum mendapat rekomendasi WHO. Namun sudah mendapatkan *emergency use authorization* (EUA) atau persetujuan penggunaan dalam kondisi kedaruratan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) RI. Majelis Ulama Indonesia (MUI) juga telah melabelkan vaksin

Corona Sinovac halal dan suci. Itulah sebabnya latar belakang Presiden disuntik vaksin adalah *background* yang bertuliskan “Aman dan Halal”.

Empat hal dari Presiden divaksin dalam berita ini adalah: 1) Presiden Joko Widodo sebagai orang pertama di Indonesia yang divaksin; 2) Menggunakan vaksin Sinovac; 3) Disiarkan secara *live* dan 4) Presiden sebagai orang pertama yang memastikan keamanan vaksin. Berita ini mengutip pernyataan Presiden untuk menguatkan keamanan vaksin tersebut:

"Suntik vaksin, nanti yang pertama kali disuntik saya, saya ingin menunjukkan bahwa vaksinnya aman karena sudah melalui uji klinis tidak hanya sekali dua kali sudah diuji,"



Hasil analisa Entman dalam berita ini adalah sebagai berikut: *define problems*, pemilihan vaksin pertama diberikan ke Presiden Jokowi sebagai upaya menarik partisipasi masyarakat untuk vaksin

Covid-19. Hal ini sesuai *lead* dari berita ini:

“Proses vaksinasi virus Corona (COVID-19) di Indonesia dimulai hari ini. Vaksinasi Corona akan diberikan pertama kali untuk orang nomor satu di Indonesia. Ya, Presiden Joko Widodo (Jokowi)”.

Sebagai *diagnose causes* berita ini adalah ketidakpercayaan masyarakat terhadap vaksin. Isu yang beredar di masyarakat terhadap keamanan vaksin mendorong presiden untuk menjadikan dirinya sebagai *role model*. *Make moral judgment*-nya, Presiden sebagai pemimpin harus memberikan contoh untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap program vaksinasi. *Treatment recommendation* dari berita ini, sikap presiden layak untuk dicontoh oleh pemimpin di daerah sehingga program vaksinasi massal yang menjadi target pemerintah dapat tercapai.

Hasil *framing* dari berita ini, detik.com lebih menekankan peran Presiden sebagai *role model* atau contoh untuk program vaksinasi. Dari hal tersebut, bisa dikatakan detik.com mengkonstruksikan sikap Presiden sebagai pemimpin yang berupaya mendorong program vaksin. Kesediaan Presiden sebagai orang pertama yang divaksin Sinovac diharapkan menjadi kampanye untuk

mendorong masyarakat tidak takut divaksin. Dalam berita ini detik.com lebih menekankan acara seremonial vaksin pertama yang juga ditayangkan secara langsung melalui *you tube*.

Berita Kompas.com pada tanggal 13 Januari 2021, dengan judul “Jokowi Divaksin, Berikut 5 Fakta Vaksin Covid-19 Sinovac”. Foto yang ditampilkan sama dengan foto di detik.com. yakni saat Presiden Jokowi disuntik vaksin.

Dilihat dari isi beritanya, ada perbedaan dalam memilih *angle* berita. Kompas.com menekankan lima fakta: 1) Efikasi vaksin Sinovac 65,3 % berdasarkan data uji klinik di Bandung. Hal ini menunjukkan vaksin Covid-19 Sinovac memiliki kemampuan pembentukan antibodi dalam tubuh dan ini telah memenuhi standar persyaratan dari WHO; 2) Hasil uji klinis tahap ketiga di Bandung, pada 14 hari setelah penyuntikan, vaksin Sinovac menunjukkan kemampuan membentuk antibodi yang masih cukup tinggi sampai dengan tiga bulan; 3) Hasil dari rekomendasi MUI bahwa Sinovac suci dan halal. 4) Adanya efek samping dari vaksin dan 5) Adanya kelompok yang tidak direkomendasikan untuk divaksin.

Hasil analisis Entman dalam berita ini: *define problems*, adanya lima fakta yang

harus diketahui publik terkait vaksin Sinovac. *Diagnose causes* nya Sinovac merupakan vaksin yang sudah mendapat izin penggunaan darurat atau *emergency use authorization* (EUA) dari BPOM. *Make moral judgement*-nya, program vaksin memang harus disukseskan demi tercapainya *herd immunity*. *Treatment recommendation*, pelaksanaan program vaksinasi massal harus diikuti dengan penyampaian informasi yang lengkap tentang vaksin tersebut

Dari hasil *framing* Kompas.com dalam berita ini, Kompas.com mengkonstruksikan vaksin Sinovac perlu harus diinformasikan ke masyarakat secara detail sehingga masyarakat sadar akan manfaat dan efek vaksin tersebut. Kompas.com mengambil sumber berita dari Kepala BPOM yang memiliki kompetensi menjelaskan vaksin tersebut.

Jadi bila dibandingkan antara berita di media Kompas.com dan detik.com, isu yang diangkat sama yakni Presiden Jokowi sebagai orang pertama divaksin namun isi berita secara keseluruhan berbeda. Detik.com lebih fokus pada *moment* penyelenggaraan vaksin pertama di Istana Negara dan Presiden sebagai orang pertama yang divaksin. Sedangkan Kompas.com lebih fokus pada informasi tentang vaksin Sinovac yang merupakan



vaksin pertama yang sudah mendapat izin dari BPOM dan MUI, namun saat itu belum mendapat persetujuan dari WHO.

**Frame atas pemberitaan ketidakpercayaan masyarakat terhadap vaksin**

Berita kedua tentang ketidakpercayaan masyarakat terhadap vaksin. Berita di detik.com berjudul: “41% Warga dalam Survei Tak Bersedia Divaksinasi, Ini Kata Satgas Covid-19”. Berita ini diunggah pada tanggal 22 Maret 2021. Fokus pemberitaan mengulas tentang hasil survey Indikator Politik Indonesia yang menyampaikan sebanyak 41% warga tidak atau kurang bersedia divaksinasi Covid-19. Sumber berita dari Indikator Politik Indonesia mengatakan responden dalam survey sebanyak 12000 yang dipilih secara acak *by phone*. Dari hasil survey didapatkan alasan responden terbanyak untuk menolak vaksin karena kekhawatiran efek samping vaksin yakni sebanyak 54,2% dan yang mengkhawatirkan ketidakhalalan vaksin sebanyak 10,2%. Sumber berita lain dalam berita ini adalah jubar vaksin Covid-19 yang mengatakan bahwa pemerintah akan memperkuat edukasi ke

masyarakat baik melalui tokoh masyarakat maupun *influencer*.

Hasil analisis Entman berita ini, untuk *define problems*, hasil survey dari Indikator Politik Indonesia menunjukkan ada 41% warga tidak/belum bersedia vaksin. *Diagnose causesnya*, warga belum mendapatkan informasi yang akurat tentang vaksin dan masih muncul kekhawatiran masyarakat untuk divaksin. *Moral judgmentnya*, perlu adanya edukasi dari pemerintah dan *treatment recommendation*, pemerintah harus mengedukasi masyarakat tentang informasi vaksin dengan jelas sehingga dapat dipahami masyarakat.

Berita yang dimuat di Kompas.com berjudul “Survei SMRC: 25 Persen Responden Tak Percaya Keamanan Vaksin Covid-19”, yang diunggah pada tanggal 23 Maret 2021. Berita ini mengambil hasil riset lembaga Saiful Mujani Research and Consulting (SMRC). Ada 25 % warga, yang tidak percaya atau sangat tidak percaya dengan keamanan vaksin. Sedangkan yang menyatakan percaya sebanyak 58 % responden, warga yang sangat percaya sebanyak 6 %.

Ada perbedaan pemilihan lembaga survey yang menjadi sumber berita dan hal ini menunjukkan perbedaan indikator

hasil. Hasil analisa Entman dari berita ini, *define problemsnya*, ketidakpercayaan warga terhadap keamanan vaksin Covid-19. *Diagnose causes* adalah hasil survey dari SMRC. *Moral judgment*-nya pemerintah perlu kampanye dan mendorong warga untuk vaksin. *Treatment recommendation*, hasil survey dapat menjadi evaluasi atas program vaksin yang dilakukan pemerintah.

Dari kedua berita di atas ada, perbedaan sumber berita yang diambil media tersebut. Berita di detik.com mengambil hasil survey Indikator Politik Indonesia. Di pemberitaan ini detik.com mengkonfirmasi hasil survey ke pihak yang bertanggung jawab terhadap program vaksin. Sedangkan Kompas.com mengambil hasil survey SMCR dan dalam berita ini, Kompas.com hanya merilis informasi dari lembaga survey. Sehingga dari kedua berita tersebut, detik.com menyajikan berita lebih berimbang.

Kedua hasil survey menunjukkan indikator yang agak berbeda. Responden dari Indikator Politik Indonesia, menyatakan kekhawatiran atas efek samping vaksin cukup tinggi sedangkan dari responden dari SMCR hanya menyatakan kekhawatiran karena alasan keamanan. Berita di detik.com menyampaikan jumlah responden dan

teknik dalam perolehan datanya sedangkan di Kompas.com tidak ada penjelasan tentang hal ini. Berarti berita di detik.com menjelaskan lebih detail pelaksanaan dan proses survey. Untuk hasilnya, berita di Kompas.com dari hasil survey SMCR, responden yang tidak percaya keamanan vaksin persentasenya lebih kecil. Namun, di akhir berita Kompas.com menekankan bahwa ini hal itu tidak boleh diabaikan karena pemerintah memiliki target untuk vaksinasi massal dalam menanggulangi Covid-19.

### **Frame atas Pengelolaan dan Data Vaksin**

Berita tentang konstruksi atas pengelolaan vaksin, di detik.com berjudul: “Satgas COVID dan Jokowi Beda Data Jumlah Orang Divaksin, Ini Kata Kemenkes”. Berita ini fokus pada perbedaan data atas informasi yang disampaikan oleh Presiden Jokowi dan Satgas Covid ke publik. Permasalahan data menjadi isu yang seringkali diangkat dalam pemberitaan Covid-19 karena data merupakan masalah krusial dalam penanganan Pandemi Covid-19. Di sisi yang lain, sejak awal Pandemi Covid-19,

pemerintah seringkali kesulitan dalam menata dan mengelola data.

Hasil analisa Entman dalam berita tersebut, *define problems*-nya, adanya perbedaan data jumlah individu yang divaksin Covid-19 antara yang disampaikan Presiden Joko Widodo dan Satgas Penanganan Covid-19. Sesuai dengan *lead* berita:

“Terjadi perbedaan data soal jumlah individu yang telah divaksinasi COVID-19 antara Presiden Joko Widodo (Jokowi) dengan Satgas Penanganan COVID-19.”

*Diagnose causal*, Presiden menyampaikan data jumlah yang divaksin tidak berdasar data dari Satgas Penanganan Covid-19. Hal ini dikuatkan dari pernyataan yang disampaikan oleh Kementerian Kesehatan, bahwa terjadinya perbedaan data kemungkinan karena waktu pengambilan data yang berbeda. Hal ini berarti ada perbedaan sumber informasi, Presiden mungkin tidak memperoleh data dari Kementerian Kesehatan atau tidak adanya koordinasi antara keduanya. *Make moral adjugment*, penyampaian data seharusnya menjadi perhatian pemerintah karena kebijakan yang diambil pemerintah harus berdasarkan data. *Treatment recommendation*, adanya kesepakatan

semua pihak untuk menyampaikan data yang akurat ke masyarakat. Perlu adanya kesepakatan semua pihak untuk mengambil data baik jumlah yang terinfeksi Covid-19 maupun jumlah yang sudah divaksin bersumber dari kemkes.go.id.

Dari *frame* detik.com, dinyatakan bahwa pemerintah kurang koordinasi dalam penyampaian informasi ke publik. Pendataan vaksinasi sebetulnya sudah terintegrasi di kemkes.go.id, jadi seharusnya setiap pejabat publik dapat menggunakan data yang valid untuk penyampaian informasi dan komunikasi ke publik.

Untuk berita tentang pengelolaan vaksin dari Kompas.com dengan judul: “Sengkarut tata kelola vaksinansi Covid-19, lansia susah payah dapatkan vaksin”. Dalam berita ini, Kompas.com memfokuskan pada pengelolaan vaksinasi di DKI yang belum baik. *Lead* berita diambil dari pengalaman warga ketika vaksin yang diunggah melalui akun instagram@helenalim988. Dalam video tersebut Helena Lim merekam kegiatan selama mengantre, menunggu giliran disuntik, hingga akhirnya menerima vaksin di saat yang sama adanya warga yang memperoleh keistimewaan untuk

mendapat vaksin yakni keluarga anggota DPRD.

Hasil analisa Entman dalam berita ini, *define problems*, tata kelola vaksinasi Covid-19 di DKI dianggap masih sengkabut atau belum tertata dengan baik, hal ini terbukti dengan adanya beberapa kasus yang terjadi. *Diagnosa Causes*, adanya unggahan selegram Helena Lim tentang proses vaksin bagi lansia *Make Moral judgement*, sebaiknya ada koordinasi antara pemerintah provinsi DKI, DPRD, dan Dinas Kesehatan DKI untuk menyelesaikan sengkabut tata kelola vaksinasi. *Tratement recommendation*, penyelesaian sengkabut tata kelola vaksinasi perlu segera dilakukan agar pengelolaan vaksin di DKI menjadi lebih baik.

Ada perbedaan topik berita di detik.com dan Kompas.com dalam pengelolaan dan data vaksin. Berita detik.com menyampaikan tentang pengelolaan data secara nasional yang terhimpun di kementerian kesehatan. Sedangkan Kompas.com lebih menyoroti tentang pengelolaan vaksin di DKI Jakarta. Kompas.com dalam berita ini mengkonstruksikan bahwa pemerintah DKI masih belum berhasil mengelola pemberian vaksin sesuai skala prioritas

untuk kelompok-kelompok masyarakat tertentu. DKI Jakarta menjadi fokus pemberitaan karena sebagai ibukota negara yang tentunya menjadi contoh pengelolaan vaksin di daerah.

Secara keseluruhan dari tiga isu yang diangkat dalam artikel ini, berdasarkan analisis maka hasil frame atas program vaksinasi di detik.com dan Kompas.com menunjukkan kedua media memiliki keberpihakan pada kebijakan pemerintah tentang vaksin. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu terkait framing Kompas.com dan Tribunnews.com pada edisi 2 Maret 2020, dari penelitian ini dinyatakan berita di Kompas.com pada awal pandemi lebih banyak memberikan himbauan dan edukasi pada masyarakat. berarti dalam hal ini sejak awal Kompas.com memiliki keberpihakan pada kebijakan pemerintah, (Hayati & Yoedtadi, 2020). Dalam pelaksanaan vaksin ini Kompas.com juga menggunakan media sebagai sarana edukasi ke masyarakat dengan menyajikan informasi tentang vaksin lebih detail. Hasil ini sesuai dengan konsep peran media massa cukup penting dalam mengedukasi masyarakat dan membantu pemerintah dalam penanganan Pandemi Covid-19, (Suprihatin, 2020). Kompas.com menyampaikan informasi

lebih lengkap, hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu dalam pemberitaan Habib Rizieq Shihab terkait hasil swab, (Gunawan & Umaimah Wahid, 2021).

Dalam pemberitaannya detik.com memiliki keberpihakan pada pemerintah dalam melaksanakan vaksinasi, baik pada awal maupun dalam pengelolaan vaksin sampai ke masyarakat. Berita yang disampaikan tidak terlalu banyak mengkritik kebijakan pemerintah namun detik.com juga menjalankan peran media sebagai kontrol atas kebijakan pemerintah dengan memberikan kritikan terhadap pendataan vaksin dan adanya hasil survey tentang ketidakpercayaan masyarakat terhadap vaksin. Tetapi bila dibandingkan antara berita di Kompas.com dan detik.com. maka penyajian isi berita Kompas.com lebih lengkap dan detail. Kompas.com sebagai media masa yang sudah berpengalaman tidak hanya mengandalkan kecepatan untuk menyampaikan berita namun isi berita juga masih menjadi bahan pertimbangan.

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dengan analisis *framing* dari Robert N. Entman, didapatkan gaya penyajian dan isi berita yang agak berbeda antara detik.com dan Kompas.com. Kompas.com lebih detail

dan lengkap dalam menyajikan informasi ke publik. Sedangkan detik.com menyajikan berita lebih ringkas dan tidak detail. Penyajian isi berita detik.com tidak terlalu lengkap sehingga faktor kedalaman isi berita tidak menjadi prioritas.

Dari pemberitaan yang disampaikan kedua media *online* ini tetap berupaya menjalankan peran media massa untuk melakukan kontrol terhadap kebijakan pemerintah. Secara keseluruhan konstruksi program vaksinasi di detik.com dan Kompas.com. memiliki konstruksi yang hampir sama yakni adanya keberpihakan pada pemerintah. Berarti media massa memiliki kepedulian untuk mendukung program pemerintah dalam menarik partisipasi masyarakat untuk vaksin Covid-19 yang merupakan salah satu strategi pemerintah dalam mengatasi krisis bencana akibat Pandemi Covid-19.

### **Daftar Pustaka**

- Ardi Priyatno Utomo. (2020). WHO Umumkan Virus Corona sebagai Pandemi Global. *Kompas.Com*. <https://www.kompas.com/global/read/2020/03/12/001124570/who-umumkan-virus-corona-sebagai-pandemi-global>
- BNPB. (2020). *Kebijakan PSBB Pilihan Paling Rasional di Tengah Covid-19*. <https://bnpb.go.id/berita/kebijakan-psbb-pilihan-paling-rasional-di-tengah-covid19>

- Deddy Mulyana. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rosda Karya.
- Detik.com. (2020, April). Kapan Sebenarnya Corona Masuk RI? *Detik.Com*.
- Dimas Jarot Bayu. (2020). Jokowi Bentuk Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19. *KataData.Co.Id*.  
<https://katadata.co.id/agustiyanti/berita/5e9a4214bc69e/jokowi-bentuk-gugus-tugas-percepatan-penanganan-covid-19>
- Dyna S., H. (2019). *Literasi Media Teori dan Fasilitasi*. Rosdakarya.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. LKis.
- Fahrimal, Y., Husna, A., Islami, F., & Johan. (2020). Media dan Pandemi: Frame Tentang Pandemi Covid-19 dalam Media Online di Indonesia (Studi Pada Portal Berita Kompas.com dan Detik.com). *Studi Komunikasi Dan Media*, 24 (2), 169–186.
- Fianto, L., & Aminulloh, A. (2014). Analisis Framing Berita Kasus Korupsi Ketua Mahkamah Konstitusi Akil Mochtar di Vivanews.com dan Detik.com. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 2 (1), 1–8.
- Flew, T. (2005). *New Media, an Introduction, 2nd edition*. Oxford University.
- Goeritman, H. I. N. (2021). Komunikasi Krisis Pemerintah Indonesia di Masa Pandemi Covid-19 melalui Media Sosial. *IPTEK-KOM*, 23 (1), 1–19.
- Gunawan, R., & Umaimah Wahid. (2021). Analisis Framing Pemberitaan Habib Rizieq Shihab selama di RS Bogor Terkait Hasil Swab Tes. *Jurnal Komunikasi*, 15 (1), 71–82.  
<https://journal.trunojoyo.ac.id/komunikasi>
- Handriastuti, R., Achmad, Z. A., & Bramayudha, A. (2020). Analisis Framing Berita Pemberitaan PSBB Surabaya Raya di Media Online Kompas.Com dan SuaraSurabaya.Net. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10 (2), 156–176.
- Hayati, H. N., & Yoedjadi, M. G. (2020). Konstruksi Berita Covid-19 di Kompas.com dan Tribunnews.com. *Koneksi*, 4 ( 2 ), 243–250.
- Jose, H. S. (2021). Diplomasi Vaksin Multilateral Indonesia sebagai Langkah Pemulihan Covid-19 Nasional melalui Kerangka Covac. In I. N. Afni (Ed.), *Prosiding Slamet Riyadi Conference on Public Administration (SRIPA) 2021* (pp. 51–63). Prodi Ilmu Administrasi Negara Universitas Slamet Riyadi.
- Krisdinanto, N. (2014). Anomali dan Teori Hirarki Pengaruh terhadap Isi Media. *Komunikatif Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 3 (1), 1–18.
- Ratna Puspita. (2015). *Logika Jangka Pendek Jurnalisme Online*. Universitas Indonesia.
- Rieka Mustika. (2017). Analisis Framing Pemberitaan Media Online Mengenai Kasus Pedofilia di Akun Facebook. *Penelitian Komunikasi*, 20 (2), 135–148.
- Riyanto, G. P. (2021). Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta. *Kompas.Com*.  
<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>
- Sobur, A. (2009). *Analisis Teks Media*. Remaja Rosdakarya.
- Suciati, T. N., & Fauziah, N. (2020). Layak Berita ke Layak Jual: Nilai Berita Jurnalisme Online Indonesia di era Attention Economy. *JURKOM Jurnal Riset Komunikasi*, 3 (1), 51–69.
- Sulistyowati, F., & Hasanah, N. U.

- (2021). Strategi Komunikasi Pemerintah Indonesia dalam Penanganan COVID-19 pada Majalah TEMPO Edisi Maret-Juli 2020. *JURKOM Jurnal Riset Komunikasi*, 4 (2), 198–214.
- Suprihatin. (2020). Media Menyikapi Pandemi. In Nurudin, Suprihatin, A. Darmawan, M. M. Wdiantari, & F. W. Roosinda (Eds.), *Komunikasi Empati dalam Pandemi Covid-19* (pp. 151–156). ASPIKOM korwil Jawa Timurdan Buku Lentera.
- Wibhisono, I. G. L. A. K. (2020). Framing Analysis of the Kompas' COVID-19 Coverage: January 2020 Edition. *Jurnal ASPIKOM*, 5(2), 219. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v5i2.717>