

# PENGEMBANGAN MODUL JURNALISTIK POSITIF BERDASARKAN ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN COVID-19 PADA MEDIA ONLINE

Nina<sup>1</sup>, Triyanto<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>STKIP Muhammadiyah Bogor

e-mail: bila83810@gmail.com

**Abstrak:** Pemberitaan Covid-19 menjadi headline seluruh media massa dunia dan masyarakat selalu mengikuti perkembangannya. Perbedaan sudut pandang tiap media membuat masyarakat bingung menyikapinya sehingga menimbulkan kecemasan dan ketakutan yang berlebihan. Kajian analisis *framing* terhadap pemberitaan Covid-19 pada media online menarik untuk diteliti karena peneliti ingin mengetahui kontruksi pemberitaan media online di Indonesia dalam menerapkan jurnalisme positif. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori analisis framing dari Zhongdang Pan dan Gerald Konsicki yang mengoperasionalkan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat framing yaitu sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan (1) struktur teks berita dengan menggunakan teknik analisis *framing* dan mengetahui pengaruh pemberitaan covid-19 pada terhadap psikologis masyarakat, (2) mengembangkan modul jurnalistik positif berdasarkan hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data primer yang berupa teks berita dari empat media *online* terbesar di Indonesia, yang diperoleh dengan teknik simak bebas libat cakap, sedangkan data sekunder hasil observasi, wawancara dan kuesioner. Hasil pembahasan penelitian ini ialah pemberitaan tentang Covid-19 pada media *online* okezone, cnnindonesia.com, liputan6.com, dan kompas.com memiliki dampak yang cukup kuat dalam memengaruhi kondisi psikologis masyarakat. Berdasarkan hasil analisis *framing* terhadap pemberitaan yang termuat pada keempat media, *framing* pemberitaan tersebut masih berada pada batas objektif dengan mengangkat realitas sosial yang ada. Dari segi bahasa dan unsur lainnya tidak menunjukkan adanya indikasi penggiringan opini untuk membentuk rasa takut atau kegelisahan yang lain. Hasil analisis *framing* tersebut masih berada pada alur pemberitaan positif dalam bingkai jurnalisme positif. Pemberitaan di media online sangat berpengaruh terhadap kondisi psikologis masyarakat. Jadi, untuk membentuk dampak psikologis yang positif, pemberitaan tentang Covid-19 harus berlandaskan kepada pedoman tentang jurnalisme positif.

**Kata kunci:** jurnalisme positif; analisis *framing*, media online, pemberitaan Covid-19

## PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat komunikasi antarmanusia. Bahasa sangat penting dalam kehidupan karena dengan bahasa manusia dapat mengungkapkan maksud dan tujuannya kepada orang lain. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi semakin dinamis. Pembaharuan informasi menjadi kebutuhan masyarakat untuk mengetahui perkembangan informasi dalam dan luar negeri. Industri media terus melakukan inovasi mulai dari media cetak, media elektronik, bahkan kini mulai muncul media yang terbaru yaitu *new media* atau media baru. Menurut Vivian (2008: 128), *new media* atau media baru adalah perusahaan dan produk media baru yang muncul dari teknologi baru dan dan mempengaruhi perkembangan jurnalistik publik yang memungkinkan setiap individu dapat leluasa menjadi komunikator informasi. Kini media massa berevolusi menjadi media *online* yang lebih praktis dan memiliki tingkat aktualitas yang tinggi. Hal ini membuat media massa menjadi sumber informasi yang diakses oleh sebagian besar masyarakat.

Persaingan perusahaan media massa tidak dapat dielakkan demi memenuhi selera masyarakat sehingga menuntut media massa memiliki ciri khas sudut pandang saat memberikan berita faktual kepada masyarakat. Perbedaan penyampaian berita di berbagai media massa dipengaruhi oleh latar belakang wartawan tersebut. Sudut pandang masyarakat media massa dibagi dua kelompok, yang pertama masyarakat awam yakni berita yang disampaikan media akan diterima apa adanya, dan yang kedua adalah kelompok masyarakat yang

memiliki kekuatan untuk merespon pesan yang disampaikan oleh media. Kebebasan pers saat ini membuat media massa tidak hanya menyampaikan berita faktual tetapi mampu menggiring opini masyarakat melalui gaya bahasa tertentu.

Saat ini seluruh media massa memberitakan mengenai berita pandemi Covid-19. Akan tetapi, perbedaan sudut pandang beberapa media membuat masyarakat bingung menyikapi isu pandemi ini. Pandemi tidak hanya menimbulkan masalah kesehatan tetapi berdampak terhadap bidang politik, ekonomi, dan sosial. Selama ini media massa telah menyampaikan informasi faktual dengan aktual dan terpercaya kepada masyarakat. Tetapi kenyataannya, masih ada sebagian masyarakat kurang responsif terhadap informasi yang disajikan di berbagai media massa, alasannya adalah masyarakat menganggap pemerintah tidak tegas dan kurang konsolidasi antara pemerintah pusat dan daerah dalam penanganan pandemi covid-19.

Pola *framing* pemberitaan Covid-19 menimbulkan dampak psikologis bagi masyarakat yang menyimaknya, kondisi yang muncul seperti kesadaran, kebingungan, bahkan ketakutan. Dampak psikologis yang ditimbulkan merupakan bagian dari proses berbahasa yang wajar bagi setiap manusia. Sebagaimana kajian dalam psikolinguistik bahwa pikiran dan bahasa memiliki hubungan yang sangat erat, di antaranya adalah bacaan sebagai *input* bahasa memiliki pengaruh yang kuat bagi pikiran. Untuk itu, perbaikan kondisi pikiran masyarakat yang berada dalam situasi pandemi ditentukan oleh salah satu faktor yakni asupan informasi yang positif melalui jurnalisme positif.

Berdasarkan dari penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti *framing* (pembingkai) terhadap pemberitaan-pemberitaan mengenai Covid-19. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui struktur teks berita dengan teknik analisis *framing* Pan dan Kosicki, mengetahui dampak pemberitaan Covid-19 terhadap psikologis masyarakat, serta mengembangkan modul jurnalisme positif berdasarkan hasil penelitian. Media online yang dianalisis yaitu Okezone.com, CNNIndonesia.com, Liputan6.com, dan Kompas.com pada edisi Agustus 2020. Pembatasan media tersebut agar dapat dilakukan fokus kajian sehingga tidak meluas. Selain itu, keempat media *online* tersebut memiliki tingkat peminat yang cukup tinggi. Oleh karena itu peneliti mengangkat judul “Pengembangan Modul Jurnalisme Positif Berdasarkan Analisis *Framing* Pemberitaan Covid-19 pada Media Online”.

## TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi massa merupakan salah satu studi dalam ilmu komunikasi yang berkaitan dengan khalayak ramai. Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang “*Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*” menurut Bittner dalam Woka (2018:132). Komunikasi massa memanfaatkan media baik cetak, elektronik dan online. Saluran tersebut berguna dalam menghubungkan pihak komunikator dengan komunikan secara bersamaan. Berdasarkan medianya, media komunikasi ada tiga jenis yaitu: (1) media cetak, (2) media elektronik dan (3) media online.

Seiring perkembangan zaman, industri media massa pun ikut berkembang. Masyarakat mulai memilih media massa online dibandingkan media cetak. Media online adalah berita yang disajikan dalam portal online, biasanya membutuhkan suatu halaman web atau website agar dapat diterbitkan. Karakteristik media online adalah kecepatan dalam hal menyajikan peristiwa, distribusi informasi dan jangkauannya yang begitu global. Pembaharuan informasi sebuah peristiwa yang bersifat *realtime* karena media menyajikan informasi secara berkesinambungan. Interaktivitas dan personifikasi dalam media online menyediakan informasi yang relevan bagi pembacanya menurut Woka (2018: 133). Menurut Chesney (1998:13) dalam mengkonstruksi sebuah fakta, banyak faktor yang mendukungnya yaitu faktor ekonomi, politik dan ideologi.

Pan dan Kosicki (1993) mengatakan bahwa “*Framing Analysis: An Approach to News Discourse*” mengoperasionalkan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat *framing*: sintaksis, skrip, tematik, dan retorik (Sobur, 2012:175). Analisis *framing* didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan yang lebih menonjol, menempatkan suatu informasi lebih daripada yang lain sehingga masyarakat lebih fokus pada pesan tersebut. Menurut Pan dan Kosocki dalam Eriyanto (2006:291) mengatakan bahwa ada dua konsep *framing* yang saling berkaitan yaitu: (1) *framing* dalam konsep psikologis, dan (2) *framing* dalam konsep sosiologis.

Psikolinguistik memberikan gambaran umum tentang hubungan bahasa dengan pikiran. Secara sederhana, bahasa manusia dipengaruhi oleh pikirannya dan sebaliknya. Kegiatan decode akan dimaknai secara semantis sehingga berdampak terhadap kondisi psikologis seperti timbulnya perasaan tertentu (Chaer, 2015: 45). Pemberitaan pada media massa *online* merupakan salah satu bentuk simbol bahasa yang dimaknai secara semantis, artinya bahwa setiap berita akan berdampak secara psikologis terhadap pembaca. Dalam dunia jurnalisme, ada semboyan bahwa *bad news is a good news*, artinya berita yang buruk bisa menjadi yang berita

yang menarik walaupun memberikan dampak psikologis negatif terhadap pembaca seperti ketakutan, kecemasan, keresahan, tidak lagi menjadi perhatian. Berbeda halnya dengan jurnalisme positif yang mengarahkan pada pemberitaan baik yang membangun optimisme pembaca. Jurnalisme positif lahir sebagai penyeimbang menurut Abdurrahman & Supriadi, 2020.

## METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2016: 130) mengatakan bahwa pendekatan deskriptif akan berupaya untuk melakukan eksplorasi terhadap suatu potret fenomena sosial yang dilakukan secara mendalam dan menyeluruh. Pada penelitian ini peneliti akan melakukan tiga tahapan yakni: (1) Melakukan observasi berita-berita tentang Covid-19 di beberapa media online. Menurut Bugin (2001:142-143) mengatakan bahwa metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. (2) Melakukan pengumpulan data dengan melihat sikap subjek dalam memproduksi berita tentang Covid-19 di media online Okezone.com, CNNIndonesia, Liputan6.com dan Kompas.com edisi Agustus 2020 sampai Maret 2021. Teknik pengambilan data menggunakan metode simak, Metode simak adalah cara memperoleh data dilakukan dengan menyimak penggunaan bahasa. Menurut Mahsun (2007:126) mengatakan bahwa metode simak memiliki teknik dasar yang berwujud teknik sadap. Selanjutnya, peneliti memberikan kuisioner pada masyarakat mengenai dampak pemberitaan covid-19 pada media *online* melalui *google form* dan wawancara mendalam. dan (3) Melakukan analisis menggunakan metode analisis *framing* Pan dan Konsicki pada seluruh data. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif dengan cara melakukan reduksi data terlebih dahulu. Menurut Sugiyono (2016:338) mereduksi data adalah merangkum, memilih dan memfokuskan hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.

## PEMBAHASAN

Tabel 1 Frame Perbandingan Strategi Penulisan Berita

| Elemen           | Kompas.com   | CNNIndonesia.com   | Liputan6.com   | Okezone.com  |
|------------------|--|--|--|--|
| <b>Judul</b>     | <b>UPDATE 22 Agustus: Bertambah 2.090, Kini 151.498 Kasus Covid-19 di Indonesia</b>  | <b>Update Corona 22 Agustus: 151.498 Positif, 105.198 Sembuh</b>   | <b>Jakarta dan 13 Provinsi Lain Laporkan Angka Kesembuhan Lebih Tinggi dari Kasus Baru COVID-19 per 22 Agustus</b>   | <b>Kabar Baik, Pasien Sembuh Covid-19 Lebih Banyak dari Positif</b>  |
| <b>Sintaksis</b> | Sumber informasi dikutip dari laman resmi Satgas Covid-19. Kompas.com dalam penulisan judul hanya memfokuskan angka kenaikan kasus Covid-19, lalu pada isi artikel mendeskripsikan secara lengkap angka kesembuhan, kematian dan suspek. | Sumber informasi dikutip dari laman resmi Satgas Covid-19. CNNIndonesia.com dalam penulisan judul menyebutkan jumlah total kenaikan kasus dan kesembuhan Covid-19. Isi artikel berisi imbauan pemerintah untuk mematuhi protokol kesehatan, bila melanggar akan dikenakan sanksi sesuai Inpres No. 6 tahun 2020. | Liputan6.com mengutip dari laman resmi Kementerian Kesehatan Republik Indonesia yang merilis laporan sebaran COVID-19 per 22 Agustus 2020. Ada 14 provinsi yang melaporkan kasus sembuh lebih tinggi dari kasus baru COVID-19. | Satuan Tugas Penanganan Covid-19 mengumumkan kasus terbaru pasien virus corona per 22 Agustus 2020 sebanyak 2.090 kasus. |
| <b>Skrip</b>     | Penekanannya hanya mengangkat angka-angka kasus saja   | CNNIndonesia.com tidak hanya menonjolkan angka-  | Liputan6.com memfokuskan 14 provinsi yang lebih  | Okezone.com memfokuskan angka  |

|                |   |   |   |  |
|----------------|---|---|---|--|
|                | tanpa mempertimbangkan unsur <i>how</i> (bagaimana) solusi yang harus dilakukan masyarakat agar dapat mencegah kenaikan angka penularan.  | angka kenaikan kasus tetapi lebih fokus menekan penyebaran Covid-19 di tempat umum dengan menerapkan sanksi yang diatur dalam Inpres No.6 tahun 2020 yang melibatkan pihak kepolisian dan TNI   | tinggi angka kesembuhannya dan memenuhi syarat jurnalisme positif. Dalam berita ini tidak memenuhi unsur <i>why</i> dan <i>how</i> .  | kesembuhannya dan memenuhi syarat jurnalisme positif. Dalam berita ini tidak memenuhi unsur <i>why</i> dan <i>how</i> . Menjelaskan peringkat secara global sebagai tolak ukur keberhasilan atau kegagalan dalam menekan angka penyebaran Covid-19   |
| <b>Tematik</b> | Mendeskripsikan angka positif pada tanggal 22/08/2020 sebanyak 2.090 total 151.498, sembuh 2.207, meninggal 97 orang total menjadi 6.594 dan status suspek 75.457. Meskipun angka kesembuhan lebih tinggi daripada kenaikan kasus tapi Kompas.com tidak menonjolkan angka kesembuhan malah menjumlahkan angka kematian dan kasus suspek yang masih tinggi | Mendeskripsikan jumlah positif, sembuh dan meninggal. Pemerintah mewajibkan masyarakat mematuhi protokol kesehatan. Presiden Joko Widodo mengeluarkan inpres untuk memberikan sanksi yang melanggar baik itu perorangan, pelaku usaha, pengelola, penyelenggara atau penanggung jawab tempat atau fasilitas umum. | Kementerian Kesehatan Republik Indonesia merilis laporan sebaran COVID-19 per 22 Agustus 2020. Dalam laporan tersebut ada 14 provinsi yang melaporkan kasus sembuh lebih tinggi dari kasus baru COVID-19. | Angka kasus baru 2.090, angka keseluruhan yang positif 151.498. Angka penambahan pasien yang sembuh 2.207 total 105.198 kasus sembuh. Angka kematian 94 orang, total kematian 6.594 kasus. Provinsi yang masih tinggi yaitu DKI Jakarta, kedua Jawa Timur dan ketiga Jawa Barat. Secara global Indonesia menduduki posisi 23. Amerika masih menjadi negara tertinggi kasus Covid-19. |
| <b>Retoris</b> | Penggunaan kata "UPDATE" untuk menunjukkan bahwa berita ini bersifat faktual dan aktual   | Penggunaan kata "UPDATE" untuk menunjukkan bahwa berita ini bersifat faktual dan aktual   | Pemilihan penggunaan kata "Laporkan Angka Kesembuhan Lebih Tinggi dari Kasus Baru COVID-19"   | Pemilihan kata "Kabar Baik, Pasien Sembuh Covid-19 Lebih Banyak dari Positif"  |

## Pembahasan Kontruksi Realitas Media Online

### Kompas.com

Pada kenyataannya realitas media dapat dibentuk dan dikonstruksi oleh pihak yang berkepentingan. Maka, konstruksi sosial tidak lepas dari kekuasaan politik dan ekonomi yang dimiliki pelaku konstruksi dalam media. Berdasarkan hasil analisis framing terhadap berita informasi terbaru jumlah angka penyebaran Covid-19 edisi tanggal 22 Agustus pada media Kompas.com, dapat disimpulkan bahwa: (1) Kompas.com membuat suatu konstruksi realitas sosial menggunakan pendekatan objektivitas satu sudut pandang sehingga dalam pemilihan judul hanya memfokuskan pada angka kenaikan kasus, hal ini dapat memicu keresahan dan kepanikan di

masyarakat, namun upaya pembingkaiannya itu masih dalam batas kewajaran. (2) Penggunaan bahasa sebagai komponen utama berita, jurnalis membangun realitas yang sesungguhnya, (3) Opini atau sudut pandang hanya dari satu sumber saja yaitu pernyataan pemerintah melalui laman resmi Satgas Covid-19, dan (4) ditinjau dari teori ekonomi politik media Kompas.com menempatkan diri sebagai media yang mempertahankan objektivitasnya dalam penulisan berita. Pendiri media Kompas yaitu Jacob Oetama sebagai wartawan senior menempatkan media sebagai pengawas kinerja pemerintah, memiliki tanggung jawab sosial yang tidak mementingkan ambisi pribadi. Kompas berusaha tetap netral dan tidak memihak afiliasi politik manapun dalam menulis berita.

### **CNNIndonesia.com**

Berdasarkan hasil analisis framing terhadap berita informasi terbaru jumlah angka penyebaran Covid-19 edisi tanggal 22 Agustus pada media CNNIndonesia.com, dapat disimpulkan bahwa: (1) CNNIndonesia.com membuat konstruksi realitas sosial menggunakan pendekatan objektivitas dengan memfokuskan jumlah total kenaikan kasus dan kesembuhan Covid-19, pembingkaiannya berusaha menyeimbangkan antara realitas dengan jurnalisme positif. (2) Penggunaan bahasa sebagai komponen utama berita, jurnalis membangun realitas yang sesungguhnya dengan menekankan imbauan pemerintah untuk mematuhi protokol kesehatan, bila melanggar akan dikenakan sanksi sesuai Inpres No. 6 tahun 2020, (3) Opini atau sudut pandang hanya dari satu sumber saja yaitu pernyataan pemerintah melalui laman resmi Satgas Covid-19, dan (4) ditinjau dari teori ekonomi politik media CNNIndonesia.com menempatkan diri sebagai media yang mempertahankan objektivitasnya dalam penulisan berita. CEO CT Corp Chairul Tanjung pernah menjadi Menteri Koordinator Bidang Perekonomian tapi beliau tidak mengikuti alur politik dan memperkecil pengaruh kepentingan pemilik media dalam menyajikan berita. CNN Indonesia bermitra dengan *Turner Broadcasting System Asia Pasifik* hingga pemberitaannya dibawah pengawasan Turner untuk mempertahankan kualitas dan independensinya.

### **Liputan6.com**

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

### **Okezone.com**

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

mendukung dan memihak kebijakan pemerintah sebagai komitmen Hary Tanoë mendukung Joko Widodo pada Pemilu 2019.

### **Pengaruh Pemberitaan Covid-19 terhadap Psikologis Masyarakat**

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

Berdasarkan hasil kuesioner tersebut, terukur respons masyarakat dengan menggunakan skala Likert 1–4. Pada pengukuran intensitas responden dalam mengakses media online, didapatkan hasil bahwa 16 orang (34%) responden sangat sering mengakses media online, 25 orang (53%) sering, 6 orang (13%) jarang, dan 0 orang (0%) sangat jarang. Berikutnya untuk pengukuran intensitas akses masyarakat terhadap media online okezone.com cnnindonesia.com, liputan6.com, dan kompas.com, 5 orang responden (11%) terukur sangat sering, 18 orang (38%) sering, 21 orang (45%) jarang, dan 3 orang (6%) sangat jarang. Kemudian pada pengukuran intensitas masyarakat dalam membaca berita, 7 orang responden (15%) sangat sering, 24 orang (51%) sering, 15 orang (32%) jarang, dan 1 orang (2%) sangat jarang. Sementara itu untuk intensitas dalam membaca berita tentang Covid-19, 4 orang responden (9%) terukur sangat sering, 21 orang (45%) sering, 22 orang (46%) jarang, dan 0 orang (0%) sangat jarang.

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

Tabel 2 Analisis Pengaruh pemberitaan tentang Covid-19 dalam menjadikan stress

|              | Frekuensi | % Frekuensi |
|--------------|-----------|-------------|
| Sangat besar | 8         | 17%         |
| Besar        | 21        | 45%         |
| Kecil        | 13        | 28%         |
| Sangat kecil | 5         | 10%         |
| Total        | 47        | 100%        |

Tabel 3 Analisis Pengaruh pemberitaan tentang Covid-19 dalam menurunkan tingkat imun/kesehatan

|              | Frekuensi | % Frekuensi |
|--------------|-----------|-------------|
| Sangat besar | 5         | 11%         |
| Besar        | 25        | 53%         |
| Kecil        | 14        | 30%         |
| Sangat kecil | 3         | 6%          |
| Total        | 47        | 100%        |

Tabel 4 Analisis Pengaruh pemberitaan tentang Covid-19 dalam menghalangi aktivitas harian karena rasa takut

|              | Frekuensi | % Frekuensi |
|--------------|-----------|-------------|
| Sangat besar | 10        | 21%         |
| Besar        | 20        | 42%         |
| Kecil        | 13        | 28%         |
| Sangat kecil | 4         | 9%          |
| Total        | 47        | 100%        |

Tabel 5. Analisis Pengaruh pemberitaan tentang Covid-19 dalam meningkatkan tensi di lingkungan keluarga

|              | Frekuensi | % Frekuensi |
|--------------|-----------|-------------|
| Sangat besar | 7         | 15%         |
| Besar        | 21        | 45%         |
| Kecil        | 17        | 36%         |
| Sangat kecil | 2         | 4%          |
| Total        | 47        | 100%        |

Tabel 6. Analisis Pengaruh pemberitaan tentang Covid-19 dalam menghalangi pekerjaan

|              | Frekuensi | % Frekuensi |
|--------------|-----------|-------------|
| Sangat besar | 16        | 34%         |
| Besar        | 14        | 29%         |
| Kecil        | 13        | 28%         |
| Sangat kecil | 4         | 9%          |
| Total        | 47        | 100%        |

Tabel 7. Analisis Pengaruh pemberitaan Covid-19 terhadap harapan masa depan

|                            | Frekuensi | % Frekuensi |
|----------------------------|-----------|-------------|
| Sangat besar               | 1         | 2%          |
| Sangat menimbulkan harapan | 8         | 17%         |
| Menimbulkan harapan        | 30        | 64%         |
| Putus asa                  | 8         | 17%         |
| Total                      | 47        | 100%        |

Dari pengukuran terhadap para responden tentang pemberitaan Covid-19, sebagian besar responden mendapatkan level yang tinggi yakni rata-rata di atas 50% pada setiap poin pengukuran. Hal ini menunjukkan bahwa aksesibilitas responden terhadap keempat media online dan aksesibilitas terhadap pemberitaan tentang Covid-19 terukur tinggi. Tingginya hasil pengukuran pada poin-poin tersebut membuka potensi adanya korelasi yang positif terhadap dampak pemberitaan tentang Covid-19 secara psikologis.

Potensi tersebut terkonfirmasi melalui hasil kuesioner yang terjabar pada Tabel 1 hingga Tabel 6. Pada tabel-tabel tersebut terungkap dampak pemberitaan tentang Covid-19 terhadap stres, menurunkan tingkat kesehatan/imun, menghalangi aktivitas harian karena rasa takut, meningkatkan tensi di lingkungan keluarga, menghalangi pekerjaan, hingga dampak terhadap harapan masa depan. Dominasi jawaban adalah imbas tersebut sangat besar dan sangat besar yang bermakna intensitas tinggi dengan rata-rata hasil 50%.

## SIMPULAN

Dari uraian hasil analisis, pemberitaan tentang Covid-19 pada media *online* okezone., cnnindonesia.com, liputan6.com, dan kompas.com memiliki dampak yang cukup kuat dalam memengaruhi kondisi psikologis masyarakat. Berdasarkan hasil analisis framing terhadap pemberitaan yang termuat pada keempat media, *framing* pemberitaan tersebut masih berada pada batas objektif dengan mengangkat realitas sosial yang ada. Dari segi bahasa dan unsur lainnya tidak menunjukkan adanya indikasi penggiringan opini untuk membentuk rasa takut atau kegelisahan yang lain. Dengan demikian, hasil analisis framing tersebut masih berada pada alur pemberitaan positif dalam bingkai jurnalisme positif. Kuatnya dampak terhadap masyarakat dengan demikian membentuk suatu simpulan bahwa pemberitaan di media online sangat berpengaruh terhadap kondisi psikologis masyarakat. Untuk itu, guna membentuk dampak psikologis yang positif, pemberitaan tentang Covid-19 harus berlandaskan kepada pedoman tentang jurnalisme positif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Vivian, Jhon. 2008. *Teori Komunikasi: Edisi Kedelapan*. Jakarta; Kencana Prenanda Media Group.
- Woka, R. Ronaldo. 2018. *Analisis Framing Pemberitaan Izin Proyek Meikarta pada Media Online CNN Indonesia.com dan Kompas.com Edisi Agustus-September 2017*. *Jurnal Kajian Media* Vol 2 No. 2 hal 131-138. Diakses pada tanggal 03 September 2020. e-ISSN: 2579-9436, URL: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/ilkom/index>
- Chesney, Robert Mc. 1998. *Konglomerasi Media Massa: Ancaman Terhadap Demokrasi*. Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen. Hal 13.
- Sobur, Alex. 2017. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing: Kontruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta. LKiS Yogyakarta.
- Chaer, Abdul. 2015. *Psikolinguistik: Kajian Teoretik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Abdurrahman, L.A. dan Supriadi, Y. 2020. *Penerapan jurnalisme positif dalam pemberitaan pada media Good News From Indonesia*. *Prosiding Jurnalistik*, Vol 6 No1: 59–63. <http://karyailmiah.unisba.ac.id>.
- Sudjana, Nana. 2002. *Dasar-Dasar Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Bugin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Mahsun. 2007. *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode dan Tekniknya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.