

Bingkai Pemberitaan Himbauan Pemerintah Indonesia Terkait Covid-19 di Situs Berita *Online*

Sri Wijayanti¹, Isti Purwi Tyas Utami²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya¹

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya²

sri.wijayanti@upj.ac.id, isti.purwityas@upj.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pembingkai pemberitaan himbauan pemerintah terkait Covid-19 oleh situs berita *online*. Penting dan menarik diteliti karena idealnya situs berita *online* berperan besar dalam mensosialisasikan kebijakan pemerintah dalam konteks komunikasi kesehatan terhadap masyarakat melalui pemberitaannya. Namun pada kenyataannya di awal pandemi, pemberitaan situs berita *online* justru menimbulkan infodemi. Untuk itu, penelitian ini mengambil periode Maret hingga Juli 2020 yang merupakan fase awal masa pandemi di Indonesia sekaligus masa awal dikeluarkannya himbauan pemerintah terkait Covid-19. Penelitian ini memilih Kompas.com dan Tempo.co sebagai subyek penelitian dengan pertimbangan kredibilitas keduanya sebagai situs berita terpercaya selama ini di Indonesia. Metode yang digunakan analisis *framing* dengan perangkat Pan dan Kosicki agar diperoleh analisis komprehensif terkait struktur pemberitaan. Temuan penelitian menghasilkan perbedaan dalam pembingkai himbauan pemerintah antara kedua situs berita tersebut. Kompas.com berfokus pada pemberitaan dengan mengedepankan fungsi edukasi guna mendukung kinerja pemerintah. Sehingga memilih mengeksplorasi unsur *how* dalam pengemasan beritanya. Sebaliknya Tempo.co berfokus pada pemberitaan yang mengusung fungsi informatif guna menjalankan peran sebagai kontrol sosial terhadap kinerja pemerintah. Untuk itu, Tempo.co lebih mengemas unsur *why* dalam pemberitaannya. Namun demikian temuan penelitian menunjukkan bahwa pembingkai pemberitaan himbauan pemerintah tentang Covid-19 berguna membangun informasi kesehatan dan risiko yang penting dijadikan sumber informasi dan mitigasi risiko.

Kata-kata Kunci: Himbauan Pemerintah, Covid-19, *Framing*, *Online*

Indonesian Government's Instructions Framework related to Covid-19 on Online News Sites

ABSTRACT

This study aims to determine the framing of the government's appeal related to Covid-19 by online news sites. It is important and interesting to study because ideally online news sites play a major role in disseminating government policies in the context of health communication to the public through their news. But in reality, at the beginning of the pandemic, reporting on online news sites actually caused an infodemic. For this reason, this research takes the period from March to July 2020 which is the initial phase of the pandemic period in Indonesia as well as the initial period of issuing government appeals related to Covid-19. This study chose Kompas.com and Tempo.co as research subjects with consideration of their credibility as trusted news sites so far in Indonesia. The method used is framing analysis with Pan and Kosicki devices in order to obtain a comprehensive analysis related to the structure of the news. The research findings result in differences in the framing of government appeals between the two news sites. Kompas.com focuses on reporting by prioritizing the educational function to support government performance. So they chose to explore the how element in the news packaging. On the other hand, Tempo.co focuses on news that carries an informative function to carry out its role as social control over government performance. For this reason, Tempo.co packs more of a why element in its reporting. However, the research findings show that framing the government's appeal about COVID-19 is useful in building health and risk information that is important as a source of information and risk mitigation.

Keywords: government instruction, Covid-19, framing, online

Published: September 2022

ISSN: 2622-5476 (cetak), ISSN: 2655-6405 (online) Website: <https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/pikma>

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 merupakan salah satu contoh bencana non alam bersifat global yang terjadi di abad modern ini. Covid-19 sebagai isu kesehatan memiliki nilai berita yang tinggi karena memiliki *magnitude* dan *impact* besar bagi publik. Media massa sebagai institusi publik, memiliki peran penting dalam situasi bencana (Sellnow & Seeger, 2013). Media menjadi sumber dan saluran informasi serta pengontrol kebijakan penanggulangan bencana. Mengingat pentingnya peran media massa tersebut, Pemerintah Indonesia menaruh perhatian besar terhadap kontribusi media massa dalam membantu penanggulangan Covid-19 (covid19.go.id, 2020). Oleh karena kekuatan informasi dari media, melalui berita yang ditulis para jurnalis dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap resiko yang mengancam mereka dan tindakan apa yang harus mereka lakukan (Thompson, 2014).

Namun sangat disayangkan, sejak awal terkonfirmasi kasus positif Covid-19 di Indonesia pada awal Maret 2020, informasi tersebar tidak terkontrol di berbagai lini media. Kondisi ini diistilahkan dengan banjir informasi Covid-19, dimana jumlah hoaks yang masif menjadikan situasi banjir informasi (*information overload*) yang berpotensi menciptakan kebingungan dan kepanikan masyarakat (Winarno, 2020). Melimpahnya informasi Covid-19 berbagai situs berita *online* justru menimbulkan infodemi. Secara sederhana, infodemi diartikan sebagai melimpahnya informasi yang salah serta sulit ditangani karena terlanjur menyebar ke publik (Priowidodo, 2020). Akibatnya, masyarakat sulit

mendapatkan informasi yang akurat terkait Covid-19. Informasinya terkadang sulit dibedakan antara yang benar dan yang salah. Fenomena infodemi memang menjadi sebuah tantangan baru dalam penanganan Covid-19 karena hak publik untuk mendapatkan informasi yang akurat akan sulit dipenuhi sebagaimana yang dinyatakan oleh Direktur Jenderal WHO, Tedros Adhanom Ghebreyesus (Tangcharoensathien et al., 2020).

Pemberitaan Covid-19 oleh media massa di Indonesia, justru dituding hanya menciptakan kepanikan bagi masyarakat. Media massa dianggap menyebarkan informasi yang simpang siur, miskin data, bahkan berfokus hanya mencari sensasi agar dapat menarik banyak pembaca. Hal ini tampak dari tingginya jumlah hoaks terkait Covid-19 sebagaimana yang dilansir oleh Kominfo RI yang menyatakan bahwa dalam rentang waktu 23 Januari hingga 24 April 2020 terdapat 568 kabar bohong tentang Covid-19. Bahkan hoaks tersebar di berbagai platform media. Total mencapai 1260 kasus, dimana sebanyak 908 kasus telah dihapus, sementara sisanya 352 kasus lainnya masih dalam proses penghapusan. Para jurnalis dianggap tidak disiplin dalam memverifikasi data serta konfirmasi narasumber terlebih dahulu, semata mata hanya karena mengejar kecepatan dalam publikasi berita. (Redaksi Kompas, 2020).

Padahal pemberitaan dan sudut pandang yang digunakan media dapat mempengaruhi interpretasi publik, karena media merupakan aktor sentral dalam pembentukan opini publik dan mengarahkan kesadaran publik. Oleh karena media memiliki sumber daya, baik manusia, teknologi dan modal untuk mengendalikan pikiran publik (Mc Quail,

2011). Media mengkonstruksi sebuah realitas melalui nilai-nilai yang dikandung dalam berita (Weldon, 2009; Harcup & O'Neill, 2017).

Sehingga penting dilakukan penelitian terkait bagaimana media massa, dalam hal ini situs berita *online* di Indonesia membingkai pemberitaan Covid-19 melalui analisis *framing*. Penelitian ini hendak mengkaji pembingkai pemberitaan Covid-19 pada dua situs berita *online* nasional, yaitu Kompas.com dan Tempo.co. Meski hanya meneliti analisis *framing* pada dua situs berita *online* saja, namun hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya studi Covid-19 dari perspektif ilmu komunikasi. Temuan penelitian bermanfaat bagi pengembangan kajian pandemi Covid-19 bagi wartawan, masyarakat dan pemerintah dalam menangani pandemi.

Untuk itu, penelitian ini merujuk pada sejumlah penelitian terdahulu terkait dengan *framing* media, isu kesehatan, pandemi dan bencana. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Chang (2012) menemukan corak pembingkai berita kesehatan oleh media massa berdampak pada meningkatnya perilaku protektif publik terhadap penularan virus H1N1. Kedua, riset oleh Lee dan Basnyat (2013) mengasilkan temuan selama pandemi H1N1, surat kabar di Singapura membingkai dan memediasi aliran informasi yang memperkuat dukungan positif bagi kebijakan pemerintah, menekankan tanggung jawab individu dan menggunakan kerangka pesan yang bersifat lokal untuk menegaskan bahwa Singapura dapat mengatasi pandemi H1N1. Ketiga, kajian yang dilakukan oleh Ophir dan Jamieson (2020) membuktikan bahwa pemberitaan media dapat berdampak besar

terhadap pemahaman publik terhadap resiko dan krisis kesehatan. Apabila media melakukan kesalahan atau pengelabuhan terhadap informasi krisis kesehatan, berakibat pada rendahnya kesiapan masyarakat dalam menghadapi kondisi krisis kesehatan.

Keempat, temuan penelitian dari Romano et al (2020) menjelaskan pentingnya keseragaman dalam pembingkai berita Covid-19. Oleh karena perbedaan kecil dalam pembingkai berita Covid-19 berdampak signifikan bagi publik. Sehingga penting bagi media mengurangi kesalahan dalam penyampaian informasi Covid-19 untuk menghindari kesalahan tanggapan publik. Kerjasama antara media dan pemerintah diperlukan agar tidak hanya fokus pada apa yang diinformasikan, tapi penting juga dipahami bagaimana informasi dikomunikasikan kepada publik. Temuan tersebut sejalan dengan hasil penelitian oleh Bursztyn et al (2020) yang menyatakan bahwa kesalahan pemberitaan Covid-19 oleh media dapat beresiko bagi masyarakat. Penelitian Bursztyn et al dilakukan terhadap dua program televisi Fox News yaitu talkshow Carlson dan Hannity. Hasilnya, penonton talkshow Carlson lebih siap menghadapi Covid-19 dibanding penonton talkshow Hannity. Oleh karena Carlson lebih dulu memperingatkan publik terkait resiko Covid-19 dan upaya preventif yang dapat dilakukan. Sebaliknya, talkshow Hannity justru menolak berbagai spekulasi dan indikasi penyebaran Covid-19.

Kelima, penelitian terkait pembingkai pemberitaan PPKM di media *online* Tempo.co dan Kompas.com periode Agustus 2021 oleh Sidabutar

(2022). Temuan penelitian tersebut menjelaskan bahwa terdapat kesamaan pembingkaiian pemberitaan PPKM antara Tempo.co dan Kompas.com. Kedua media *online* tersebut membuat berita dari sudut pandang yang sama, yakni sama-sama lebih menonjolkan pemerintah. Sedangkan perbedaannya terletak pada pemberitaan di Kompas.com didukung oleh pemilihan judul yang lebih fokus dan terbuka disertai dukungan gambar. Meski demikian, pemberitaan Tempo.co lebih cepat dirilis.

Selanjutnya, untuk mengkaji permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini, terdapat sejumlah konsep yang akan dijadikan sebagai rujukan. Konsep utama yang digunakan penelitian ini terkait dengan komunikasi kesehatan. Fenomena pandemi Covid-19 merupakan bagian dari komunikasi Kesehatan. Peran komunikasi kesehatan penting, karena komunikasi kesehatan merupakan elemen penting dalam proses pengobatan dan pencegahan melalui pertukaran simbolik yang terkait dengan kesehatan seseorang, organisasi, dan publik. Lebih lanjut, Littlejohn & Foss membagi komunikasi kesehatan menjadi empat bagian terkait, yaitu penyampaian perawatan kesehatan, promosi kesehatan, komunikasi kesehatan dan risiko serta e-health. Komunikasi kesehatan dan risiko mempertimbangkan tuntutan komunikasi dalam mengidentifikasi potensi epidemi, mempersiapkan masyarakat untuk menghadapi risiko kesehatan dan memandu tanggapan selama krisis (Littlejohn et al., 2017).

Sejumlah konsep lainnya yang mendukung kajian ini, antara lain konstruksi realitas media yang digunakan untuk melihat bagaimana situs

berita *online* melakukan konstruksi realitas dalam menyajikan berita mengenai himbauan pemerintah Indonesia terkait Covid-19 agar para pembaca memiliki pemahaman yang sama sesuai dengan konstruksi realitas media. Konstruksi realitas media akan dipengaruhi oleh kebijakan redaksional yang ditentukan oleh ideologi dibelakang pemilik institusi media. Didukung dengan konsep *framing* sebagai standar mengkaji pembingkaiian berita, yang dalam konteks penelitian ini akan memilih menggunakan perangkat Pan dan Kosicki agar diperoleh analisis yang komprehensif.

Penelitian ini memilih Kompas.com dan Tempo.co sebagai subyek penelitian dengan sejumlah pertimbangan. Diantaranya posisi media nasional, kepemilikan media, kebijakan redaksional, jejaring perusahaan media dan peringkat media. Sementara data berita yang dianalisis adalah berita yang ditayangkan pada Maret hingga Juli 2020 dengan pertimbangan rentang waktu inilah yang menjadi fase awal pandemi Covid-19 di Indonesia sekaligus dikeluarkannya himbauan pemerintah Indonesia terkait penanganan Covid-19. Data berita yang dikumpulkan adalah berita yang telah memenuhi pembatasan unit observasi yang ditentukan dalam penelitian ini. Pembatasan tersebut, antara lain terkait dengan pengertian pemberitaan, himbauan Covid-19 dan narasumber pemerintah. Pemberitaan dimaksudkan sebagai gaya penulisan berita yang memiliki struktur pemberitaan 5W 1H. Sedangkan himbauan Covid-19 diartikan sebagai berita yang berfokus pada kebijakan yang diambil pemerintah pusat dan daerah untuk menangani wabah Covid-19 di Indonesia yang berbentuk

anjuran dan atau instruksi. Sementara yang dimaksud dengan pemerintah adalah narasumber berita yang dibagi menjadi pemerintah pusat, meliputi semua perangkat eksekutif yang ada baik Presiden, Wakil Presiden, Menteri, Badan/lembaga, Jubir Presiden hingga staf ahli presiden. Sedangkan pemerintah daerah meliputi semua perangkat eksekutif di daerah. Sehingga rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana pembingkaihan pemberitaan himbauan pemerintah terkait Covid-19 di situs berita Kompas.com dan Tempo.co selama periode Maret-Juli 2020 dengan menggunakan model *framing* Pan dan Kosicki?” Agar tujuan penelitian untuk mengetahui pola pembingkaihan pemberitaan isu kesehatan khususnya dalam pemilihan diksi dan penggunaan metafora dapat tercapai.

METODOLOGI

Penelitian ini memilih menggunakan paradigma konstruktivis, karena paradigma ini memandang bahwa realitas sosial merupakan hasil konstruksi dan tidak terbentuk secara alami. Dalam konteks penelitian ini, realitas yang ada terkait himbauan pemerintah tentang Covid-19 adalah hasil bentukan media, salah satunya adalah media *online*.

Obyek penelitian ini adalah frame struktur pemberitaan meliputi sintaksis, skrip, tematik dan retorik sebagai komponen pembingkaihan realitas. Sementara subjek penelitian ini adalah situs berita Kompas.com dan Tempo.co. Selanjutnya pada tabel 1 berikut ini akan ditampilkan artikel-artikel berita yang berisi himbauan pemerintah Indonesia terkait Covid-19 di situs berita Kompas.com dan

Tempo.co periode Maret-Juli 2020 yang menjadi unit observasi dalam penelitian ini.

Tabel 1
Unit Observasi Penelitian

	Kompas.com	Tempo.co
1.	7 arahan terbaru Jokowi untuk penanganan Covid-19. Periode 19 Maret 2020	1. Ini isi kepres Gugus Tugas Penanganan Corona yang diteken Jokowi. Periode 13 Maret 2020.
2.	Imbauan pemerintah atasi Covid-19 : physical distancing hingga tak mudik. Periode 27 Maret 2020.	2. Peraturan Pemerintah Soal Imbuan Tak Mudik Segera Selesai. Periode 1 April 2020.
3.	5 hal sederhana yang dapat dilakukan untuk cegah penyebaran virus corona. Periode 3 April 2020.	3. Jokowi : Covid-19 lebih lemah di iklim tropis, tapi tetap waspada. Periode 24 April 2020.
4.	Apa itu PSBB hingga jadi upaya pencegahan Covid-19 ? Periode 13 April 2020	4. Istana jelaskan 3 pertimbangan Jokowi terapkan PSBB. Periode 1 April 2020.
5.	Mendagri minta pemda siapkan jaringan pengamanan sosial hadapi Covid-19. Periode 9 April 2020.	5. Jokowi minta jaringan pengamanan sosial Covid-19 disebut pekan ini. Periode 13 April 2020.
6.	Machfud MD tanggap wacana penolakan Perpu No.1/2020 oleh DPR dan gugatan MK. Periode 22 April 2020.	6. Istana jelaskan Perpu Covid-19 bukan untuk melindungi pejabat. Periode 20 April 2020.
7.	Covid-19, ini sederet perubahan kebijakan pendidikan di Indonesia. Periode 15 Mei 2020.	7. Mendikbud terbitkan surat edaran pelaksanaan pendidikan dalam masa darurat Covid-19. Periode 27 Maret 2020.
8.	Indonesia menuju new normal corona, ini protokol kesehatan Covid-19 yang harus dilakukan. Periode 27 Mei 2020.	8. Pernyataan lengkap Jokowi soal new normal damai dengan Covid-19. Periode 16 Mei 2020.
9.	Berikut panduan lengkap kegiatan keagamaan di tempat ibadah selama pandemi corona. Periode 30 Mei 2020.	9. Rumah ibadah dibuka lagi, waktu ibadah harus dipersingkat. Periode 30 Mei 2020.
10.	Catat, protokol kesehatan pelaksanaan kurban	10. 3 imbauan Kemenkes soal pemotongan hewan kurban Idul

Idul Adha dari Kementan. Periode 27 Juli 2020.	Adha. Periode 28 Juli 2020.
--	--------------------------------

Sumber : artikel berita di Kompas.com dan Tempo.co

Adapun desain penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, pengamatan fenomena pandemi Covid-19 di Indonesia sebagai isu kesehatan yang penting dan memiliki pengaruh signifikan bagi masyarakat. Kedua, melihat adanya masalah yang penting untuk diteliti terkait dengan penyebaran sosialisasi himbauan pemerintah terkait Covid-19 dan peran media *online* melalui pembingkaihan pemberitaan. Ketiga, penentuan penggunaan metode analisis *framing* model Pan dan Kosicki untuk melihat pembingkaihan berita yang dilakukan wartawan situs berita *online*. Keempat, penentuan populasi dan sampel penelitian serta periode pengumpulan data. Kelima, pengumpulan data sesuai dengan batasan penentuan populasi dan sampel. Keenam, analisis data sesuai dengan analisis *framing* model Pan dan Kosicki.

Sementara, teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan, Pertama, pengumpulan pemberitaan terkait himbauan pemerintah terkait Covid-19 di situs berita *online* Kompas.com dan Tempo.co selama bulan Maret sampai dengan Juli 2020. Kedua, menyeleksi pemberitaan yang mengandung keseluruhan elemen struktur berita. Ketiga, mengunduh hasil seleksi artikel berita himbauan pemerintah terkait Covid-19 di situs berita *online* Kompas.com dan Tempo.co selama bulan Maret sampai dengan Juli 2020. Keempat, menyusun kronologis urutan waktu artikel berita yang akan dianalisis. Kelima, menggolongkan

artikel berita himbauan pemerintah kedalam tipologi kategori berita yang ditentukan.

Jenis data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang digunakan di dalam penelitian ini adalah artikel berita terkait pemberitaan himbauan pemerintah Indonesia terkait Covid-19 di situs berita Kompas.com dan Tempo.co periode Maret-Juli 2020. Berita dianalisa dengan analisis *framing* model *framing* Pan dan Kosicki menjadi data dalam bentuk narasi. Selanjutnya, narasi yang dipilih untuk pembingkaihan pemberitaan akan disajikan melalui frame struktur pemberitaan meliputi sintaksis, skrip, tematik dan retorik.

Sementara, data sekunder merupakan data yang tidak memberikan informasi langsung kepada pengumpul data. Data sekunder dapat berupa hasil olahan lanjut yang berasal dari data primer yang disajikan dalam bentuk lain. Di dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan di eksplorasi dari berbagai macam referensi, digunakan untuk mengeksplorasi dan interpretasi pembingkaihan pemberitaan himbauan pemerintah Indonesia terkait Covid-19 di situs berita *online*.

Berikutnya, terkait dengan metode analisis data, penelitian ini membaginya kedalam dua tahap. Pertama, proses pemeriksaan data dengan cara membaca kembali pemberitaan yang dikeluarkan oleh media *online* Kompas.com dan Tempo.co terkait himbauan pemerintah Indonesia tentang Covid-19. Setelahnya peneliti akan mengklasifikasikan pemberitaan sesuai dengan kategori yang telah ditetapkan. Kedua, proses

menganalisis data yang telah didapat dengan cara menggunakan model analisis *framing* menurut Pan dan Kosicki. Dimana peneliti akan mengukur empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat *framing*, yaitu: sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Keempat dimensi struktural tersebut membentuk sebuah kesatuan yang bisa mengukur arah *framing* dari sebuah berita.

Adapun cara peneliti dalam menganalisis data berupa teks berita adalah sebagai berikut. Pertama, peneliti akan membaca berulang kali berita – berita yang dijadikan bahan analisis dan mengkategorikannya berdasarkan tanggal rilis dari berita tersebut. Kedua, peneliti akan melihat berita yang disajikan dengan berusaha melihat bagaimana wartawan dalam menyusun fakta (sintaksis). Caranya dengan melihat pemilihan kata pada *lead*, *headline*, kutipan dan narasumber yang dipilih hingga pernyataan dari narasumber yang disajikan, serta kalimat penutup dari berita yang disajikan. Ketiga, peneliti melihat bagaimana cara dari wartawan dalam menceritakan sebuah peristiwa atau fenomena di dalam beritanya. Peneliti akan melihat unsur 5W + 1H dari berita yang disajikannya. Keempat, peneliti akan melihat bagaimana sudut pandang wartawan dalam mengungkap suatu fenomena atau peristiwa di dalam berita yang dibuatnya. Peneliti akan menganalisis hubungan antar kalimat dan paragraf yang menggunakan proposisi tertentu didalam berita yang disajikan sehingga dapat terlihat tema dan isu apa yang ditekankan dalam sebuah berita. Kelima, peneliti akan melihat pemilihan kata, idiom, grafis, dan gambar pada sebuah beritanya sehingga dapat terlihat hal apa

yang coba ditekankan oleh wartawan. Pada bagian ini peneliti akan berfokus untuk mendeskripsikan metafora yang digunakan dalam setiap beritanya. Keenam, peneliti akan membandingkan *framing* antara Kompas.com dengan Tempo.co.

Terakhir, terkait dengan keabsahan data penelitian, penelitian ini menggunakan dua kriteria. Kriteria pertama, ketergantungan (*dependability*). Artinya, peneliti lain akan mendapatkan hasil yang sama ketika mereka melakukan penelitian yang sama dengan mengulangi proses didalam penelitian ini. Untuk memenuhi kriteria ini peneliti harus menggambarkan dengan jelas proses didalam pemilihan objek dan unit analisis di dalam penelitian ini agar apabila peneliti selanjutnya mengulangi penelitian ini akan mendapatkan hasil yang sama. Dalam penelitian ini pemilihan objek dan unit analisis adalah sebuah berita yang membahas tentang himbauan pemerintah Indonesia terkait Covid-19. Periode pemberitaan yang dipilih dalam penelitian ini adalah Maret-Juli 2020. Pemilihan periode tersebut terhitung sejak awal terkonfirmasi kasus positif Covid-19 di Indonesia hingga periode awal persebaran pandemi tersebut di masyarakat.

Kriteria kedua, yakni keteralihan (*transferability*). Artinya, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh orang lain dengan situasi yang berbeda. Agar orang lain dapat menerapkan hasil penelitian ini pada situasi yang berbeda, peneliti didalam penelitian ini harus rinci, jelas, dan sistematis dalam pembuatan laporannya. Dalam penelitian lain yang membahas tentang himbauan pemerintah Indonesia terkait Covid-19

juga dapat memanfaatkan data yang diperoleh dalam penelitian ini, dikarenakan adanya kesamaan dalam konteks pembahasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di Indonesia, Kompas.com dan Tempo.co yang menjadi subyek penelitian ini termasuk pionir media *online* di Indonesia sejak tahun 1995. Kedua situs berita *online* tersebut dikenal memiliki kredibilitas terpercaya terkait standar tinggi jurnalisme pemberitaan yang mereka rilis selama ini. Hal ini tampak dari *tagline* keduanya. Kompas.com memiliki *tagline* jernih melihat dunia, artinya Kompas.com mengajak pembaca melalui karya-karya jurnalistiknya (berita) untuk melihat harapan, menghargai perbedaan dan menjernihkan pandangan. Sementara prinsip Tempo.co dalam menyajikan berita yaitu enak dibaca dan perlu. Sehingga dengan mengetahui latar belakang gambaran umum subyek penelitian, dapat menjelaskan latar belakang pembingkai yang dilakukan redaksi masing-masing situs berita *online* melalui kebijakan pemberitaannya. Terlebih peran kedua situs berita *online* ini sangat besar jika dikaitkan dengan fungsi informasi dan edukasi terhadap masyarakat maupun kontrol sosial terhadap kebijakan pemerintah.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa pemberitaan himbauan pemerintah terkait Covid-19 yang diamati pada kedua situs berita *online*, Kompas.com dan Tempo.co berjumlah cukup banyak. Masifnya pemberitaan ini mengindikasikan perhatian besar dari media terhadap penanganan pemerintah melalui kebijakan yang diambil terkait pandemi Covid-19.

Disamping itu, banyaknya jumlah pemberitaan dapat terjadi karena karakteristik media *online* yang mementingkan kecepatan meski harus menampilkan data yang kurang. Terlebih, untuk mendapatkan jumlah klik yang banyak dari para pembaca, jurnalis umumnya menerapkan trik *clickbait*, yaitu gaya penulisan *headline* berita untuk menarik perhatian pembaca guna meraup keuntungan pendapatan bagi media, yang dihitung dari jumlah klik.

Temuan dalam penelitian ini mengkonfirmasi hal tersebut. Pada beberapa berita ditemukan adanya informasi berulang dengan sedikit tambahan informasi baru. Untuk itu dalam penelitian ini, analisis dilakukan terhadap pemberitaan yang memiliki kesamaan tema, periode bulan Maret hingga Juli 2020. Adapun tema pemberitaan yang dianalisis meliputi himbauan pemerintah terkait tim gugus tugas, larangan mudik, 5M, PSBB, jaring pengaman sosial Covid-19, Perpu 1/2020 tentang kebijakan keuangan saat pandemi, kebijakan pendidikan masa pandemi, new normal, kebijakan beribadat saat pandemi dan protokol kesehatan pemotongan hewan kurban. Pertimbangan pemilihan 10 tema kebijakan tersebut dilatarbelakangi karena tema tersebut merupakan tema-tema kebijakan yang dikeluarkan pemerintah pada fase awal (*initial event*) Covid-19 di Indonesia antara bulan Maret-Juli 2020.

Selanjutnya, penelitian ini sejak awal ditujukan untuk menganalisis bingkai yang digunakan situs berita *online* dalam pemberitaan himbauan pemerintah terkait Covid-19 di Indonesia. Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan

bahwa dalam pemberitaan himbauan pemerintah terkait Covid-19, antara Kompas.com dan Tempo.co, menggunakan cara yang berbeda dalam membingkai peristiwa yang sama pada struktur sintaksis, skrip dan retorik. Sementara pada struktur tematik, kedua situs berita *online* tersebut memiliki kesamaan pembedaan. Perbandingan pembedaan kedua situs berita *online* tersebut disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 2
Perbandingan Pembedaan Pemberitaan
Himbauan Pemerintah terkait Covid -19
antara Kompas.com dan Tempo.co, Maret-Juli 2020

Perangkat Framing	Kompas.com	Tempo.co
Sintaksis	<ul style="list-style-type: none"> Pilihan kata untuk judul berita cenderung mengandung eufisme dan bernada persuasif. Penulisan lead berita menyajikan hal utama yang dibahas dalam berita Kutipan sumber banyak menggunakan bentuk kutipan langsung. Narasumber yang digunakan lebih dari satu. Penutup disajikan dalam bentuk penegasan dari uraian yang telah dijelaskan. 	<ul style="list-style-type: none"> Pilihan kata untuk judul berita cenderung memilih kata yang berbentuk lugas dan bernada informatif. Judul berita cenderung menyebut nama Jokowi dan mengambil dari kutipan narasumber. Lead menyajikan informasi secara lengkap terkait isi berita Kutipan sumber lebih banyak menggunakan bentuk kutipan tidak langsung. Menggunakan satu narasumber. Penutup merupakan kelanjutan dari uraian berita.
Skrip	<ul style="list-style-type: none"> Berita memuat 5W+1H, meski yang lebih banyak ditonjolkan unsur <i>how</i> (bagaimana). 	<ul style="list-style-type: none"> Berita mengandung 5W+1H, namun lebih menonjolkan penjelasan unsur <i>why</i> (mengapa).

Tematik	<ul style="list-style-type: none"> Berita disusun dengan episode <i>framing</i> Tidak memasukkan opini jurnalis dalam berita. 	<ul style="list-style-type: none"> Berita disusun dengan episode <i>framing</i> Tidak memasukkan opini jurnalis dalam berita.
Retoris	<ul style="list-style-type: none"> Foto dan ilustrasi yang digunakan memperjelas isi berita yang disampaikan. <p>Terbiasa menggunakan istilah terkait isu kesehatan terkait pandemi Covid-19 dalam pemberitaan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Penggunaan foto yang tidak sinkron dengan isi berita yang ditampilkan.

Sumber data : olahan hasil penelitian

Pada struktur sintaksis, tampak perbedaan pembedaan antara Kompas.com dan Tempo.co. Dalam struktur sintaksis, terdapat elemen judul, lead berita, narasumber, kutipan, dan penutup. Dimulai dari pemilihan judul berita, Kompas cenderung memilih kata yang mengandung eufisme dan bernada persuasif. Berbeda halnya dengan Tempo.co yang memilih menggunakan kata dalam bentuk lugas dan bernada informatif untuk judul berita. Disamping itu, Tempo.co juga cenderung menyebut nama Jokowi dan mengambil dari kutipan narasumber untuk judul berita.

Pada bagian lead berita yang bertujuan untuk memberikan gambaran isi berita, Kompas.com memilih menyajikan *lead* dengan hanya menguraikan hal utama yang dibahas dalam berita. Gaya penulisan *lead* yang dilakukan media Kompas.com ini ditengarai terkait dengan sifat media *online* yang membutuhkan kecepatan dalam pemberitaan suatu peristiwa. Disamping itu, hal ini merupakan strategi agar pembaca berupaya membaca berita secara keseluruhan tidak hanya berhenti di bagian *lead* berita. Sebaliknya, Tempo

justru menyajikan *lead* berita dengan memberikan informasi secara lengkap terkait isi berita. Berkebalikan dengan media Kompas.com, gaya penulisan *lead* lengkap yang dipilih media Tempo.co bermaksud untuk membantu menghemat waktu pembaca untuk mengambil intisari dari berita yang mereka baca. Sehingga bila pembaca merasa memiliki kebutuhan lebih lanjut untuk mengetahui isi lengkapnya, akan melanjutkan membaca pemberitaan secara lengkap.

Berikutnya terkait dengan narasumber yang digunakan dalam pemberitaan. Kedua situs berita *online* sangat memperhatikan dalam menentukan siapa narasumber yang dipilih untuk memperkuat informasi yang disampaikan. Narasumber yang dipilih berasal dari kalangan pemerintah dan hal ini tidaklah mengherankan karena informasi yang disampaikan merupakan himbauan pemerintah terkait Covid-19. Dalam sebuah berita, Kompas.com cenderung menggunakan lebih dari satu narasumber sebagai sumber informasi. Hal ini berbeda dengan Tempo.co yang memilih untuk mengambil satu orang narasumber dalam pemberitaannya.

Sedang terkait dengan narasumber yang dipilih, ditemukan juga bahwa berita yang disajikan Kompas.com cenderung menggunakan kutipan langsung dari narasumber. Penggunaan kutipan langsung dilakukan ditengarai untuk menunjukkan bahwa himbauan ini bersifat penting dan dikeluarkan secara resmi oleh pemerintah. Sementara di Tempo.co, informasi yang diperoleh dari narasumber cenderung disajikan dalam bentuk kutipan tidak langsung. Hal ini terkait dengan gaya pembedaan media Tempo.co yang ditemukan

dalam penelitian ini, lebih menonjolkan unsur *why*. Akibatnya, pernyataan dari narasumber disajikan dalam bentuk kutipan tidak langsung.

Elemen terakhir dari sintaksis adalah penutup, yang merupakan bagian akhir suatu berita. Kompas.com cenderung menyajikan penutup dalam bentuk penegasan dari uraian berita yang telah dijelaskan sebelumnya. Hal ini mengkonfirmasi temuan lainnya dalam penelitian ini yang menunjukkan bahwa media Kompas.com lebih menonjolkan unsur *how* dalam menjelaskan topik himbauan pemerintah terkait Covid-19. Sehingga diperlukan penegasan terkait informasi yang sudah disampaikan pada bagian *lead* dan isi berita pada bagian penutup berita. Berbeda halnya dengan Tempo.co yang justru menyajikan penutup sebagai kelanjutan dari uraian berita yang disajikan. Gaya penulisan ini sesuai dengan temuan lainnya dalam penelitian ini yang menemukan bahwa Tempo.co menonjolkan unsur *why*. Sehingga uraian pemberitaan yang dilakukan lebih banyak mengkritisi himbauan pemerintah dilihat dari satu sudut pandang tertentu. Temuan pada elemen sintaksis penutup menunjukkan perbedaan dalam gaya penulisan penutup sebuah pemberitaan. Meski kedua media memiliki kesamaan dalam struktur tematik, sama-sama menggunakan *episode framing*.

Pada struktur skrip, pemberitaan himbauan pemerintah dari Kompas.com memuat kelengkapan struktur suatu berita yang terdiri dari 5W+1H dengan lebih menonjolkan unsur bagaimana (*how*). Sedikit berbeda dengan yang dilakukan Tempo.co yang meski sama memuat kelengkapan struktur berita 5W+1H, namun lebih

menonjolkan unsur mengapa (why). Temuan ini mengkonfirmasi bahwa kebijakan pemberitaan suatu media *online* tergantung kepemilikan media. Dalam hal ini media Kompas.com lebih menonjolkan unsur how karena dalam periode pemerintahan kali ini mereka mengambil posisi mendukung pemerintah. Sebaliknya, media Tempo.co seperti halnya selama ini senantiasa mengambil posisi sebagai oposisi, mengkritisi setiap kebijakan yang diambil pemerintah.

Selanjutnya, pada struktur tematik, kedua situs berita *online* dalam penelitian ini sama sama menyusun pemberitaan himbauan pemerintah dengan bentuk *episode framing*. Adapun yang dimaksud dengan *episode framing* adalah cara yang dilakukan media dengan memfokuskan pada kejadian ketika melakukan pemberitaan. Sehingga berita yang disajikan tidak memiliki konteks politik, sejarah atau budaya dari pemberitaan tersebut. Penggunaan *episode framing* pada struktur tematik pemberitaan himbauan pemerintah dalam penelitian ini dapat dimaklumi, mengingat umumnya *episode framing* dilakukan pada pemberitaan yang tidak mendalam. Hal ini sekaligus mengkonfirmasi temuan penelitian yang menunjukkan bahwa dalam pemberitaan himbauan pemerintah terkait Covid-19, jurnalis kedua situs berita *online* dalam penelitian ini tidak memasukkan pernyataan/ opini mereka kedalam isi berita. Oleh karena pemberitaan sebagai unit observasi dalam penelitian ini mengambil jenis berita *straight news*. Artinya, berita yang memuat informasi terkini tentang peristiwa yang sedang hangat, aktual dan penting.

Struktur terakhir yang dilihat dalam penelitian ini adalah retorik, terkait dengan cara jurnalis menekankan arti tertentu di dalam berita yang dibuatnya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Kompas.com menggunakan foto dan ilustrasi untuk menjelaskan isi berita yang disampaikan. Disamping itu, pemberitaan Kompas.com terbiasa menggunakan istilah isu kesehatan yang terkait pandemi Covid-19. Hal ini menunjukkan fungsi edukasi Kompas.com sebagai media dalam konteks jurnalistik bencana. Sebaliknya, situs berita *online* Tempo.co, meski menampilkan foto dalam setiap pemberitaannya, tetapi foto yang disajikan seringkali tidak sinkron dengan konteks berita. Temuan penelitian menunjukkan bahwa foto di Tempo.co selalu disertai keterangan singkat terkait isi foto. Oleh karena Tempo.co menganggap foto juga sebagai media penyampai informasi melalui visual. Hal ini tidak ditemui pada Kompas.com. Bila dikaitkan dengan fungsi media dalam konteks jurnalistik bencana, Tempo.co cenderung menjalankan fungsi kontrol sosial. Melalui berita beritanya, Tempo.co memberikan informasi terkait perkembangan pandemi, salah satunya berupa himbauan/kebijakan pemerintah.

Situs berita *online* Indonesia membingkai kasus kesehatan dalam konteks informasi yang dinamis. Pembingkaiian pemberitaan yang dilakukan dapat membangun informasi kesehatan dan resiko yang penting dijadikan sebagai sumber informasi dan mitigasi resiko. Sehingga berguna untuk mempersiapkan publik dalam menghadapi resiko dan memandu tanggapan selama krisis.

Hasil penelitian menunjukan Kompas.com berusaha membingkai pemberitaan himbauan

pemerintah terkait Covid-19 secara obyektif. Hal ini ditunjukkan dengan kelengkapan informasi yang disampaikan sebagai upaya memperlihatkan dan menonjolkan cara kerja pemerintah agar diterima baik oleh masyarakat. Sedangkan Tempo.co membingkai pemberitaan himbuan pemerintah secara netral. Ditunjukkan melalui upaya pemberitaan secara natural, menyajikan informasi dan isu-isu dengan tidak memihak pada siapapun, sesuai dengan informasi yang disampaikan oleh pemerintah.

Pembingkaiian pemberitaan himbuan pemerintah terkait Covid-19 antara Kompas.com dan Tempo.co memiliki perbedaan bila dikaitkan dengan konsep jurnalisme bencana dan fungsi utama media massa. Pemberitaan Kompas.com terlihat selalu mengedepankan berita edukasi dan mengutamakan kepentingan masyarakat. Bila dikaitkan dengan fungsi utama media, Kompas.com selalu mendukung kebijakan pemerintah, melalui berita beritanya yang mengedukasi untuk tetap menjaga kesehatan, mengikuti protokol kesehatan, mengingatkan ketenangan dan kewaspadaan. Sedangkan pemberitaan Tempo.co terlihat selalu mengedepankan berita informatif. Dalam kaitan dengan fungsi utama media, Tempo.co menjalankan fungsi kontrol sosial, melalui berita beritanya yang memberikan informasi terkait perkembangan pandemi, salah satunya berupa himbuan/kebijakan pemerintah.

Pola pembingkaiian yang digunakan Kompas.com berbeda dengan Tempo.co. Dalam memberitakan himbuan pemerintah terkait Covid-19, pembingkaiian Kompas.com memiliki

karakteristik : penggunaan judul dengan pilihan kata bentuk eufisme dan bernada persuasif, menonjolkan unsur bagaimana dalam penyajian isi berita, penggunaan foto dan ilustrasi memperjelas isi berita serta seringkali menggunakan istilah terkait isu kesehatan dan pandemi Covid-19. Sementara pola pembingkaiian yang digunakan Tempo.co memiliki karakteristik : judul berita menggunakan kata dengan bentuk lugas, bernada informatif, bahkan seringkali memilih kata yang diambil dari kutipan narasumber, menonjolkan unsur mengapa dalam penyajian isi berita, penulisan informasi dalam bentuk kutipan tidak langsung dari narasumber tanpa memasukkan opini jurnalis didalamnya.

Beberapa kebaruan yang ditawarkan penelitian ini antara lain : pertama, pembingkaiian berita untuk topik himbuan terkait kesehatan, wajib memperhatikan konteks komunikasi risiko. Temuan penelitian ini menggambarkan bahwa kedua situs berita *online* tersebut memperhatikan identifikasi potensi epidemi, mempersiapkan masyarakat untuk menghadapi risiko kesehatan dan memandu tanggapan selama krisis.

Kedua, posisi media, kepemilikan media, kebijakan redaksional, jejaring perusahaan media dan peringkat media pada kedua situs berita *online* tersebut tidak mempengaruhi obyektifitas pemberitaan mereka. Hal ini tampak dari kelengkapan unsur pembentuk berita, meski selama ini situs berita *online* dikenal mengejar aktualitas dalam pemberitaan.

Ketiga, perbedaan prioritas fungsi yang dijalankan kedua situs berita *online* tersebut dalam menyikapi pandemi Covid-19 sebagai isu

kesehatan, ditengarai dipengaruhi bagaimana masing-masing media mengaitkan dampak pemberitaan terhadap pemahaman publik terkait risiko dan krisis kesehatan.

Sejumlah temuan yang diperoleh dalam penelitian ini membuka peluang penelitian yang dapat dilakukan di masa mendatang. Baik terkait dengan penggunaan metode berbeda dalam konteks pemberitaan pandemi secara lebih umum, atau terkait dengan produksi pesan yang melatarbelakangi tampilan pembingkaiian di media *online*.

KESIMPULAN

Secara akademis, hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian yang berupaya mengintegrasikan analisis media melalui Analisa *framing* pemberitaan di satu sisi dengan kajian komunikasi persuasi dan komunikasi kesehatan yang dilakukan wartawan melalui pengemasan berita di sisi yang lain. Selanjutnya temuan hasil penelitian tentang bingkai pemberitaan himbauan pemerintah Indonesia terkait Covid-19 di situs berita *online* mencakup empat hal penting. Pertama, pembingkaiian pemberitaan oleh Tempo.co dan Kompas.com berguna membangun informasi kesehatan dan risiko yang penting dijadikan sebagai sumber informasi dan mitigasi resiko. Agar dapat mempersiapkan publik dalam menghadapi resiko dan memandu tanggapan selama krisis. Kedua, adanya perbedaan dalam gaya pembingkaiian yang dilakukan situs berita *online* terkait himbauan pemerintah tentang Covid-19. Ketiga, isu pemberitaan akan mempengaruhi gaya pembingkaiian yang

dipengaruhi oleh prioritas fungsi yang dilakukan masing-masing situs berita *online*. Keempat, pola pembingkaiian yang digunakan mempengaruhi pengemasan isu dalam penyusunan berita.

Adapun sejumlah saran yang dapat diberikan terkait penelitian ini antara lain, pertama, hasil penelitian berupa pembingkaiian pemberitaan himbauan Pemerintah Indonesia terkait Covid-19 di Kompas.com dan Tempo.co menunjukkan bahwa media memiliki *framingnya* masing-masing. Sehingga diharapkan masyarakat dapat lebih kritis dalam mengkonsumsi berita yang disajikan media (*online*).

Kedua, untuk pengembangan penelitian selanjutnya, peneliti melihat potensi untuk mengkaji lebih dalam terkait bagaimana suatu teks diproduksi. Metode yang tepat digunakan untuk mengeksplorasi produksi suatu teks menggunakan *Critical Discourse Analysis*.

Ketiga, penelitian berikutnya, dapat memperluas periode waktu pemberitaan yang dijadikan sebagai unit analisis penelitian, berhubung konteks pandemi berlangsung selama kurun waktu yang panjang.

Keempat, melakukan replikasi penelitian dengan mengambil media lokal, agar dapat diketahui bagaimana pembingkaiian himbauan pemerintah terkait pandemi dilakukan.

Terakhir, kelima, para peneliti berikutnya dapat melakukan penelitian terkait pemberitaan komunikasi risiko dilakukan media nasional *online* dengan analisis isi kualitatif.

PENGAKUAN

Penelitian ini dibiayai oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP2M) Universitas Pembangunan Jaya sesuai dengan Kontrak Penelitian No. 005/PER-P2M/UPJ/11.20. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada LP2M UPJ atas hibah penelitian yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dan, V., & Raupp, J. (2018). *A systematic review of frames in news reporting of health risks: Characteristics, construct consistency vs. name diversity, and the relationship of frames to framing functions*. *Health, Risk and Society*, 20(5–6), 203–226. <https://doi.org/10.1080/13698575.2018.1522422>
- Gadekar, R., Krishnatray, P., & Ang, P. H. (2014). *Framing of the H1N1 Flu in an Indian Newspaper*. *Journal of Creative Communications*, 9(1), 49–66. <https://doi.org/10.1177/0973258613517438>
- Han Woo Park, Sejung Park, Miyoung Chong (2020), *Conversations and Medical News Frames on Twitter : Infodemiological Study on Covid-19 in South Korea*
- Kompas, Redaksi (2020, April 23). Tajuk Rencana : Memutus Rantai Hoaks Covid. Diakses dari <http://www.kompas.co.id>
- Matteo Cinelli, Walter Q., Alesandro (2020), *The Covid-19 Social Media Infodemic*, *Sci Rep* 10, 16598. <https://doi.org/10.1038/s41598-020-73510-5>
- Pan, P. L., & Meng, J. (2016). Media Frames across Stages of Health Crisis: A Crisis Management Approach to News Coverage of Flu Pandemic. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 24(2), 95–106. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12105>
- Pieri, E. (2019). *Media Framing and the Threat of Global Pandemics: The Ebola Crisis in UK Media and Policy Response*. *Sociological Research Online*, 24(1), 73–92. <https://doi.org/10.1177/1360780418811966>
- Priyowidodo, Gatut (2020), *Infodemic versus Pandemi Covid-19 dalam Komunikasi Empati dalam Pandemi Covid-19*. Aspikom Korwil Jatim, Buku Litera
- Sandell, T., Sebar, B., & Harris, N. (2013). *Framing risk: Communication messages in the Australian and Swedish print media surrounding the 2009 H1N1 pandemic*. *Scandinavian Journal of Public Health*, 41(8), 860–865. <https://doi.org/10.1177/1403494813498158>
- Scheufele, D. A., & Iyengar, S. (2017). The State of *Framing* Research: A Call for New Directions. In K. Kenski & K. H. Jamieson (Eds.), *The Oxford Handbook of Political Communication* (1st ed., pp. 1–26). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199793471.013.47>
- Sellnow, T. L., & Seeger, M. W. (2013). *Theorizing Crisis Communication*. John Wiley & Sons.
- Sidabutar, Zuita (2022), *Analisis Model Framing Pan dan Kosicki pada Pemberitaan PPKM Edisi 1-4 Agustus 2021 di Media Online Tempo.co dan Kompas.com*, <https://repository.unja.ac.id>
- Stryker, J. E. (2010). *Health Communication and Journalism*. In W. Donsbach (Eds.). *The international encyclopedia of communication theories* (pp. 2096–2100). Blackwell Publishing.
- T. Makana Chock, Se Jung Kim (2020), *US Audiences' Perceptions of Covid-19 and Conservative News Frames*, S.I Newhouse School of Public Communications
- Tangcharoensathien, V., Calleja, N., Nguyen, T., Purnat, T., D'Agostino, M., Garcia-Saiso, S., Landry, M., Rashidian, A., Hamilton, C., AbdAllah, A., Ghiga, I., Hill, A., Hougendobler, D., van Andel, J., Nunn, M., Brooks, I., Sacco, P. L., de Domenico, M., Mai, P., ... Briand, S. (2020). *Framework for managing the COVID-19 infodemic: Methods and results of an online, crowdsourced who technical consultation*. *Journal of Medical Internet Research*, 22(6), e19659. <https://doi.org/10.2196/19659>
- Thompson, T. L. (2014). *Encyclopedia of Health Communication* (T. L. Thompson (ed.); 1st ed.). Sage Publications

Valentini, C., & Romenti, S. (2011). The press and Alitalia's 2008 crisis: Issues, tones, and frames. *Public Relations Review*, 37(4), 360–365. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.07.002>

Wallington, S. F., Blake, K., Taylor-Clark, K., & Viswanath, K. (2010). Antecedents to agenda setting and *framing* in health news: An examination of priority, angle, source, and resource usage from a national survey of U.S. health reporters and editors. *Journal of Health Communication*, 15(1), 76–94. <https://doi.org/10.1080/1081073090346059>

Wibhisono I Gusti Lanang Agung Kharisma (2020), *Framing Analysis of The Kompas' Covid-19 Coverage : January 2020 Edition*, <http://jurnalaspikom.org> vol 5 No. 2

Winarno, Sugeng (2020), Banjir Informasi Covid 19 dalam Fajar Junaedi, *Krisis Komunikasi dalam Pandemi Covid-19*. Yogyakarta, Buku Litera

William Poirier, Chaterine O, Marc-Antonie Rancourt (2020), *(Un) Covering The Covid-19 Pandemic : Framing Analysis of The Crisis in Canada*