

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

2.1 Figur Publik sebagai Korban Pandemi Covid-19

Pandemi Covid-19 telah ditetapkan sebagai salah satu bencana kesehatan. Kharisma (2020:1) menyatakan bahwa penetapan ini terlihat tatkala pemerintah menerbitkan regulasi yang mengatur tentang penanganan Covid-19. Beberapa regulasi ini di antaranya tertuang dalam Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 1 Tahun 2020 tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan untuk Penanganan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) dan/atau Dalam Rangka Menghadapi Ancaman yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau Stabilitas Sistem Keuangan dan Keputusan Presiden No. 12 Tahun 2020 tentang Penetapan Bencana Non-alam Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) Sebagai Bencana Nasional. Sebagai bencana non-alam, total jumlah korban Covid-19 dilansir dari situs resmi covid19.go.id, hingga tanggal 15 November 2021 telah mencapai angka positif sejumlah 4.251.076 orang, dengan jumlah yang berhasil sembuh sejumlah 4.098.884 dan korban meninggal sebanyak 143.670 jiwa. Hingga 15 November 2021, grafik jumlah kasus baru mengalami penurunan dengan rata-rata tujuh hari sejumlah 381 kasus positif. Hal ini merupakan penurunan kasus baru yang signifikan dibanding dengan kasus pada bulan Mei hingga Agustus yaitu 48.821 kasus rata-rata per 7 hari (Github.com, 2021).

Pemberitaan mengenai perkembangan situasi pandemi Covid-19 merupakan hal yang krusial bagi masyarakat. Mengacu pada jurnalisme bencana, produk pers harus menjadi pihak yang sigap untuk mendistribusikan informasi kredibel dengan tujuan membantu masyarakat untuk bersikap dalam situasi bencana. Berdasarkan hal tersebut, pers harus sadar untuk memerhatikan unsur apa, siapa, kapan, di mana, mengapa, dan bagaimana dalam pembentukan sebuah berita termasuk *framing* dalam berita. Hal ini berpengaruh terhadap persepsi masyarakat atas konstruksi realitas yang dibentuk.

Figur publik sebagai subyek pemberitaan memiliki kekuatan sensasional untuk menarik pembaca. Citra (2021:2) menyebutkan bahwa publik memiliki ketertarikan lebih untuk mengetahui lebih dalam mengenai kehidupan pribadi figur publik terutama selebriti, seperti hobi, kisah cinta, kesuksesan, bahkan dalam hal buruk yang sedang menyimpannya. Sejalan dengan analisis citra, kasus positif COVID-19 terhadap seorang figur publik dipastikan akan mengundang atensi masyarakat. Hal ini pun dapat memengaruhi citra seorang figur publik atas framing yang dibentuk oleh pemberitaan terhadapnya. Sedangkan

terhadap pembaca, kejadian yang menimpa seorang figur publik akan berpengaruh terhadap persepsi dan reaksi masyarakat terhadap citra diri figur publik, khususnya selebriti yang bekerja pada bidang hiburan.

Salah satu pemberitaan mengenai figur publik ini dilakukan oleh Kompas.com yang mencatat sebelas nama selebritis dengan kasus positif Covid-19 sepanjang Juni 2021, antara lain Roger Danuarta, Jane Shalimar, Pasangan Crazy Rich Malang, Pandji Pragiwaksono, Tasya Farasya, Febbry Rastanty, Iga Massardi, Indro Warkop, Bintang Emon, Hanung Bramantyo, dan Bunga Citra Lestari (BCL). Kesebelas nama merupakan jajaran selebriti Indonesia yang otomatis mendapat label sebagai seorang figur publik terutama kepada para penggemarnya atau *fans*. Dalam bahasa Inggris, *fans* berarti penggemar, sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) penggemar diartikan dengan istilah 'orang yang menggemari'.

Masyarakat akan mengaitkan masifnya mobilitas mereka berpengaruh terhadap besarnya potensi untuk terpapar Covid-19. Masyarakat akan bertanya mengenai kepatuhan para figur publik terhadap protokol kesehatan termasuk mengenai pengawasan pemerintah terhadap mobilitas figur publik selama masa pandemi. Hal ini berpotensi menimbulkan sikap skeptis dari masyarakat yang mengakibatkan turunnya kepercayaan dan kredibilitas figur publik sebagai panutan publik. Sebagai dampaknya yang lebih panjang, skeptisitas ini pun berpotensi menambah ketidakpedulian masyarakat terhadap protokol kesehatan. Rachmawan dalam Sari (2021:88) menyatakan bahwa ketidakpedulian dan dan acuh tak acuh masyarakat terhadap protokol kesehatan merupakan permasalahan yang krusial di Indonesia.

Pentingnya peran figur publik sebagai tauladan atau contoh bagi masyarakat luas dalam menaati protokol kesehatan juga disampaikan oleh Sari (2021:93), yaitu pemerintah telah berupaya menghadirkan figur publik dalam pemberian informasi melalui media massa. Penghadiran figur publik dalam media massa ini dilakukan melalui siaran khusus, iklan layanan masyarakat maupun musik dan lagu-lagu merupakan upaya positif yang diharapkan mampu menggugah kesadaran masyarakat untuk mematuhi protokol kesehatan 3M (Petunjuk bertindak / *cues to action*). Oleh karenanya, berita negatif mengenai figur publik akan menjadi katalisator ketidakpedulian masyarakat terhadap protokol kesehatan.

2.2 Portal Media Daring Indonesia

Penetrasi internet di Indonesia terutama dalam mengakses berita secara daring mengalami lonjakan. Kompas.id mencatat bahwa peningkatan ini terjadi pada kuartal keempat tahun 2020 yang mencapai 12,9 juta. Angka ini meningkat daripada kuartal keempat 2019 dengan jumlah pembaca berita, baik media cetak maupun media daring, mencapai 6,9 juta orang. Eksistensi portal media daring di Indonesia merupakan salah satu pengejawantahan adaptasi teknologi dalam persebaran informasi. Media baru dibentuk sebagai bukti digitalisasi dan komputerisasi penyebaran media dengan teknologi.

Pada dasarnya, baik berita daring maupun luring (*daring* dan *offline*) memiliki dasar dan fungsi yang sama dalam penyajian berita. McQuail dalam bukunya yang berjudul *Mass Communication Theories* dalam Nurkinan dan Novermber (2017:32-33) menyebutkan enam peran media dalam masyarakat modern (era globalisasi). Pertama adalah media massa sebagai *window on event and experience*. Media memiliki peran sebagai jendela yang memungkinkan orang untuk melihat keadaan di luar. Kedua, media kerap dianggap sebagai *a mirror of event in society and the world, implying a faithful reflection*. Artinya adalah media menjadi cermin dari berbagai peristiwa dengan refleksi yang apa adanya. Ketiga, media merupakan filter atau *gatekeeper* yang bertugas untuk memilah berbagai peristiwa yang layak untuk menjadi atensi masyarakat. Keempat, media merupakan *guide* atau penunjuk jalan yang memandu khalayak atas berbagai ketidakpastian atau simpang siurnya isu yang ada. Kelima, media sebagai *interlocutor*, yang menekankan pada aspek interaksi antara penyelenggara media dengan khalayak. Artinya, media tidak hanya menjadi saluran lalu lalang informasi, namun di dalamnya juga terjadi komunikasi.

Paul Bradshaw dalam Romli (2018:17) menyebutkan ada lima prinsip dasar jurnalistik daring yang disingkat dengan B-A-S-I-C, yaitu *Brevity, Adaptability, Scannability, Interactivity, Community, and Conversation*. Unsur *brevity* menekankan pada keringkasannya isi berita daring. Pembaca hanya memiliki waktu yang singkat karena tingginya kesibukannya. *Adaptability* adalah kemampuan untuk dapat beradaptasi dan menyesuaikan dengan preferensi publik. Salah satu bentuk *adaptability* oleh media daring adalah dengan modifikasi format suara, video, ataupun gambar dalam penyajian informasi. *Scannability* adalah kemampuan media daring untuk dapat dipindai supaya pembaca tidak merasa terpaksa pada saat membaca berita. *Interactivity* adalah unsur selanjutnya yang mementingkan unsur interaksi antara media dengan khalayak. Interaksi ini diwujudkan dengan pemberian ruang bagi publik untuk memberikan timbal balik sehingga publik akan

merasa dilibatkan. *Community and coversation* menekankan pada peran media sebagai jembatan untuk berkomunikasi dengan publik. Oleh karena itu, jurnalis daring harus memberi balasan atas reaksi publik yang telah diberikan.

Salah satu rintangan yang dihadapi oleh media daring pada era konvergensi media adalah kredibilitas. Media daring memang menawarkan keringkasan serta informasi *up to date* yang tidak disajikan oleh media konvensional. Namun, antara kualitas dan kredibilitas masih sulit untuk dijalankan linier bersamaan dengan kecepatan. Kekhawatiran mengenai kecepatan dan kredibilitas berita disampaikan oleh Poynter dalam Judhita (2013:147) yang menyatakan bahwa jurnalis *daring* dituntut untuk lebih memperhatikan kecenderungan aktual termasuk kredibilitas dan akurasi, transparansi dan multimedia massa, juga harus meningkatkan kewaspadaan terhadap kecepatan penyampaian berita.

Tantangan mengenai kredibilitas berita dalam media baru dijawab oleh Dewan Pers dengan melakukan filter terhadap keberadaan media daring yang ada di Indonesia. Diakses dari laman resmi Dewan Pers, hingga 2021 tercatat 1,684 media baik cetak, radio, televisi, dan siber yang diakui oleh Dewan Pers sebagai media yang terverifikasi.

Dewan Pers merupakan lembaga independen yang memiliki fungsi sebagai pelindung kemerdekaan pers. Dewan Pers pertama kali dibentuk tahun 1968. Dewan Pers dibentuk pertama kali berdasar Undang-Undang No. 11 tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers yang ditandatangani Presiden Soekarno, 12 Desember 1966. Pada masa itu, sejalan dengan Pasal 6 ayat (1) UU No.11/1966, berfungsi mendampingi pemerintah, bersama-sama membina pertumbuhan dan perkembangan pers nasional.

Perkawinan silang antara perkembangan teknologi dan persebaran informasi membuat suburnya media daring di internet. Hal ini menyebabkan adanya perlombaan antar media untuk mendapat atensi masyarakat. Cara penyampaian berita meliputi unsur 5W + 1H dengan balutan framing media menjadi bahan komodifikasi untuk menarik atensi pembaca tanpa menanggalkan akurasi berita menjadi tantangan yang harus dijawab oleh jurnalis daring.

2.3 Detik.com, Media Berita Daring sebagai Objek Penelitian

Detik.com merupakan salah satu portal media daring yang ada di Indonesia. Detik.com menjadi pelopor terbentuknya media daring di Indonesia. Detik.com diperhitungkan sebagai media berita yang berani melawan arus dengan membentuk berita lewat portal daring (Maulina, 2018). Hal ini sejalan dengan keterangan Guritno (2011:42) yang

menjelaskan sejarah media detik.com sebagai media daring pertama di Indonesia yang dirilis tanggal 9 Juli 1998.

Dalam sejarahnya, detik.com lahir dari pemikiran Abdul Rahman (mantan wartawan Tempo sekaligus pemilik situs desain yang bernama Agranet Multicitra Siberkom atau disingkat Agrakom. Agrakom didirikan oleh Abdul Rahman pada September 1995 bersama dua orang kawannya yaitu Budiono Darsono (eks wartawan Detik) dan Didi Nugrahadhi. Namun Gunawan (2017:27) menyebut satu nama lain yaitu Yayan Sopyan (juga eks wartawan Detik) sebagai salah satu pelopor pendiri detik.com. Detik.com muncul pada saat situasi politik Soeharto sedang memanas. Pada awalnya, informasi yang disediakan detik.com berfokus pada berita politik, ekonomi, dan teknologi informasi. Namun, setelah panasnya situasi politik mulai mereda, detik.com mulai meluaskan bidangnya pada ranah hiburan dan olahraga.

Pada tahun 1997, bisnis Agrakom terdampak krisis moneter yang melanda banyak negara Asia termasuk Indonesia. Sepi orderan dan banyaknya perusahaan yang bertumbangan membuat Abdul Rahman mencari inisiatif lain seperti membuat situs sendiri meniru Yahoo.com sebagai mesin pencarian global. Namun, Budiono mengusulkan untuk membuat situs berita dengan konsep *breaking news*. Pada akhirnya, detik.com diluncurkan dengan tiga orang reporter. Adapun pembagian kerja pada saat itu adalah Budiono sebagai *gatekeeper* yang menerima berita dari reporter.

Sejak 3 Agustus 2011, detik.com menginduk pada perusahaan PT Corporation, salah satu anak perusahaan CT Corp. Sebagai media daring berbasis berita, detik.com menyediakan berbagai informasi yang diklasifikasikan menjadi beberapa kategori. Kategori informasi yang disediakan oleh portal detik.com yaitu *news*, edukasi, *finance*, teknologi, *entertainment*, *sport*, sepakbola, otomotif, *travel*, *food*, *health*, wolipop, DetikX, 20Detik dan Foto. Detik.com tergabung dengan beberapa portal media daring lain dalam detikNetwork sebagai jaringan digital media besar di Indonesia. Adapun portal berita yang tergabung dengan detikNetwork antara lain CNN Indonesia, Hai Bunda, Beautynesia, CNBC Indonesia, InsertLive, dan Female Daily. Selain itu detik.com juga memiliki beberapa layanan seperti Pasang Mata, Forum, detikPoint, Trans Studio Cibubur, berbuatbaik.id, Ads Smart, detikEvent, Trans Snow World, dan Trans Studio Bali.

Sebagai salah satu portal penyedia layanan berita, detik.com turut memberitakan warta mengenai peristiwa Covid-19, termasuk mengangkat pemberitaan mengenai artis atau *figur publik* yang terpapar Covid-19. Berita yang diangkat dalam penelitian ini sebagai subjek penelitian disebutkan dalam tabel berikut.

No	Judul Berita	Waktu Terbit
1	BCL Positif Corona, Jadinya Sudah Vaksin Belum Sih?	Selasa, 15 Juni 2021
2	Positif Corona, Bintang Emon: Gue Diendorse COVID-19	Senin, 21 Juni 2021
3	Hanung Bramantyo Positif COVID-19, Isoman Bareng 2 Anak	Jumat, 18 Juni 2021
4	Kini Giliran Jeje Govinda, Suami Syahnaz Positif COVID-19	Jumat, 18 Juni 2021
5	Haykal Kamil Positif COVID-19, Keluhkan Gejala Parah karena Riwayat Asma	Selasa, 15 Juni 2021
6	Awal Mula Sarah Keihl Mengira Tifus Ternyata COVID-19	Rabu, 23 Juni 2021
7	6 Artis yang Positif Corona Baru-baru Ini, BCL hingga Bintang Emon	Rabu, 23 Juni 2021
8	Rossa Keluar Uang Sampai Rp 1 Miliar saat Positif COVID-19	Rabu, 23 Juni 2021
9	Ricky Siahaan Positif COVID-19, Seringai Ingatkan Protokol Kesehatan	Selasa, 22 Juni 2021
10	Keluarga Crazy Rich Malang Positif COVID-19	Jumat, 25 Juni 2022
11	Febby Rastanty Positif COVID-19, Tak Sengaja Tahu Sebelum Syuting	Kamis, 24 Juni 2021
12	Kiki eks CJR Murka, Tantang Orang yang Menyebutnya Diendorse COVID-19	Rabu, 23 Juni 2021
13	Jane Shalimar Kritis karena COVID-19, Datangi 7 Rumah Sakit Penuh Semua	Selasa, 29 Juni 2021
14	Kronologi Edy Oglek Meninggal Dunia Setelah Positif COVID-19	Senin, 28 Juni 2021
15	Natasha Wilona Positif COVID-19 22 Juni	Selasa, 06 Juli 2021
16	Tya Ariestya dan Anak Positif COVID-19	Selasa, 06 Juli 2021
No	Judul Berita	Waktu Terbit
17	Tips Isoman dan Cepat Pulih COVID-19 dari Artis Penyintas	Sabtu, 10 Juli 2021
18	Sherina Munaf Positif COVID-19!	Kamis, 08 Juli 2021
19	Alasan Raffi Ahmad Pilih Rahasiakan Pernah Terpapar COVID-19	Rabu, 28 Juli 2021

Berita yang dimuat dalam portal berita detik.com dalam rentang bulan Juni hingga Juli 2021 ini seluruhnya memuat mengenai pemberitaan figur publik yang sempat positif Covid-19. Dalam menghadirkan setiap pemberitaan, framing selalu digunakan oleh media untuk melihat kecenderungan dan keberpihakan media terhadap peristiwa yang terjadi. Framing akan menggiring opini masyarakat terhadap apa yang diberitakan. Terkhusus mengenai figur publik, maka berita ini juga akan berdampak terhadap persepsi masyarakat terhadap citra pribadi figur publik itu sendiri.

Penelitian ini pada akhirnya akan bertujuan untuk mengetahui *framing* berita oleh media detik.com terhadap pemberitaannya terhadap figur publik khususnya selebritis. Analisis yang digunakan akan menggabungkan analisis framing dengan jurnalisme kebencanaan. Analisis mengenai jurnalisme kebencanaan sebagai salah satu indikator untuk mengetahui peran detik.com sebagai salah satu media jurnalisme daring yang tetap menganut prinsip dasar jurnalistik guna kepentingan khalayak umum.

Alasan pemilihan detik.com sebagai objek penelitian lantaran keunikan detik sebagai pelopor media penyampai berita yang tidak lagi mengadopsi karakteristik media cetak. Namun detik.com memutuskan untuk menggunakan ciri khas *breaking news* yang mengutamakan aktualitas berita selayaknya karakteristik media baru. Pada akhirnya, detik.com melesat menjadi situs penyedia berita yang paling populer pada masa itu hingga sekarang. Diakses pada bulan Desember 2021, detik.com menempati posisi ke-7 di bawah kompas.com sebagai media daring yang paling sering diakses oleh masyarakat Indonesia.