

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berawal dari berita sayup-sayup di penghujung tahun 2019 bahwa ada virus misterius menyerupai SARS telah muncul di Wuhan, ibu kota Provinsi Hubei, salah satu provinsi di Tiongkok. Perlahan tapi pasti, kabar tersebut menjadi kebenaran setelah Badan Dunia untuk Kesehatan (WHO) menyampaikan pengumumannya bahwa ada varian baru dari virus Corona muncul di Wuhan dan telah menjangkiti banyak orang. Pada tanggal 30 Januari kemudian WHO menyatakan bahwa dunia telah dilanda pandemi virus Corona varian baru yang kemudian diberi nama sebagai Corona Virus Disease 2019 atau COVID-19.

Hanya dalam waktu singkat, Covid-19 kemudian menyebar ke beberapa negara Asia, seperti Korea, Singapura, Jepang, Malaysia, Hongkong, Taiwan, dll. Selain di China, muncul beberapa episentrum baru tempat di mana Covid-19 kemudian menyebar secara cepat, dalam skala yang luas dan menimbulkan banyak korban jiwa. Di Asia, episentrum baru tersebut adalah Iran. Dari Asia, virus ini tidak bisa dibendung juga merambah Benua Australia dan Eropa. Di Eropa, Italia dan Spanyol merupakan episentrum penyebarannya. Berawal dari dua negara tersebut, Covid-19 melanda hampir seluruh negara Eropa. Tidak lama setelah itu wabah ini menyeberang Samudera Atlantik menuju Benua Amerika. Amerika Serikat kemudian menjadi episentrum baru penyebaran dengan jumlah penderita mencapai puluhan ribu dan merenggut ribuan korban jiwa.

Indonesia, yang pada awalnya merasa terbebas dari Covid-19, juga tidak dapat membentengi diri dari serangan virus mematikan ini. Sejak diumumkan adanya kasus positif pertama kali oleh Presiden Jokowi dan Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto pada

tanggal 2 Maret 2020, Covid-19 kemudian terus menyebar ke seluruh penjuru Indonesia dengan Jakarta sebagai episentrumnya. Berawal hanya ada dua kasus positif di Depok, jumlah penderita berlipat ganda menjadi ribuan dan tersebar di 34 provinsi hanya dalam durasi waktu kurang dari satu bulan. Dengan skala bencana yang begitu masif, pada tanggal 13 April Presiden kemudian mengumumkan bahwa Covid-19 telah menjadi bencana nasional melalui Keppres Nomor 12 tahun 2020.

Sebagai sebuah pandemi, banyak hal yang belum dipahami tentang Covid-19 ini. Bukan hanya dari aspek medis seperti: struktur virus, mekanisme penyebarannya, cara pengobatannya, cara mencegah penyebarannya, upaya untuk mengembangkan vaksin guna menangkal virus ini, dan lain-lain, namun ada banyak dimensi nonmedis yang perlu dipelajari salah satunya adalah pola komunikasi yang diberitakan oleh media masa baik online maupun offline.

Media massa saat ini banyak beragam, seorang individu yang modern tentu mengenal media massa internet atau media Online, yang isinya terdapat informasi-informasi yang bentuknya beragam berbentuk tulisan, visual, dan audiovisual. Informasi yang ada di dalam media Online ini bisa mencakup saluran pendidikan, informasi, hiburan dan juga ekonomi. Karena fungsi media Online yang menyampaikan informasi tersebut, dapat saja mempengaruhi khalayak melalui pikirannya. Semua isi pesan yang terdapat dalam media Online tersebut, ketika sampai pada khalayak bisa merubah dan membentuk sifat, pikiran dan perilaku masyarakat terhadap sesuatu. Oleh karena itu, kegiatan yang dilakukan

oleh media Online harus dibuat sedemikian agar fungsi dari media tersebut dapat tersampaikan dengan baik.

Media massa tentu memiliki cara pandang masing-masing dalam mengkonstruksi dan mengungkapkan fakta menjadi sebuah berita. Media massa pun tidak jarang mencerminkan ideologi yang diusung. Bahkan, pada saat tertentu keberpihakan media sangat jelas khususnya terhadap pemilik modal. Sebagai bagian dari media massa, media Online tentunya memiliki kekuatan untuk menentukan isu apa yang dapat dibicarakan oleh khalayak. Media membentuk pola pikir masyarakat sesuai dengan apa yang disajikan oleh media tersebut. Masyarakat bisa memilih berita yang sesuai dengan ketertarikannya, tetapi tetap saja media lah yang mengarahkan opini yang akan dibangun. Sumber berita dipandang bukan sebagai pihak netral yang memberikan informasi apa adanya, melainkan mempunyai kepentingan sendiri. Seperti misalnya untuk memenangkan opini publik, mengikuti alur yang dimau oleh khalayak atau memberi citra tertentu kepada khalayak.

Secara ideal memang seharusnya tidak boleh terjadi ada kepentingan di luar pers. Dalam menganalisa proses media mengkonstruksi realitas maka akan dilakukan analisis framing. Analisis framing adalah analisi yang dipakai untuk melihat bagaimana sebuah media mengkonstruksi realitas. Analisis framing pun digunakan untuk melihat bagaimana suatu peristiwa atau kejadian dipahami dan dibingkai oleh media. Karena banyak media yang meliput suatu peristiwa, maka

peristiwa tersebut dipahami dan dikonstruksi secara berbeda-beda oleh media. Inti dari framing adalah bagaimana suatu peristiwa dimaknai dan bagaimana fakta tersebut ditulis.

Media memainkan peran penting dalam kehidupan publik saat ini. Bahkan secara etimologis kata media memiliki makna *locus publicus* (sebuah ranah publik). Akan tetapi, seperti yang mungkin juga terjadi di negara-negara lain, media di Indonesia tampak semakin digerakan oleh motif keuntungan hal ini didasari oleh konglomerasi media yang terjadi di Indonesia para pemilik media. Kekuatan media yang begitu besar sebagai alat untuk memperoleh kekuasaan mengakibatkan media menjadi sebuah ranah yang diperebutkan berbagai kelompok kepentingan mulai dari politik dan bisnis hingga blok-blok religious-fundamentalis yang bertarung untuk mendapatkan pengaruh, meskipun memang kita bisa melihat dengan jelas satu pihak yang memiliki kekuasaan yang lebih dibandingkan lainnya. Media terlihat dikendalikan akumulasi pemilik modal, sehingga memungkinkan industri untuk mengelak dari peraturan-peraturan yang ada, yang berdampak pada penguatan bisnis media melalui akuisisi kanal maupun perusahaan media lain dengan jumlah yang tak terbatas. Media yang seharusnya memberitakan informasi yang berimbang (*cover bothsides*) namun dalam realitasnya media kerap melakukan pembingkaihan (*framing*) dalam menyajikan berita sehingga terlihat memiliki keberpihakan pada salah satu pihak yang tentu lebih menguntungkan media beserta pelaku media tertentu.

Salah satu isu yang hangat dibicarakan oleh masyarakat dan diberitakan oleh media massa adalah terkait peribadatan bagi masyarakat khususnya bagi umat Islam, karena memang mayoritas penduduk Indonesia adalah beragama Islam sehingga pembahasan terkait

peribadahan di era pandemi Covid -19 ini tidak mungkin bisa terelakan oleh pemerintah Republik Indonesia. Salah satu bentuk upaya pemerintah untuk mencegah penularan Covid-19 adalah dengan memberikan himbauan kepada masyarakat untuk tidak mendekati keramaian, hal ini termasuk juga himbauan untuk melaksanakan ibadah di rumah bagi umat Islam yang ada di Indonesia dengan tujuan untuk menghabat bahkan memutus penyebaran Covid-19. Salah satu isu yang ramai diberitakan adalah terkait himbauan Shalat Jumat di Rumah yang mendapatkan berbagai macam respon dari masyarakat, tidak sedikit dari masyarakat yang mengabaikan himbauan tersebut dan tetap menjalankan Shalat Jumat berjamaah di Masjid namun tidak sedikit juga yang mengindahkan himbauan dari pemerintah untuk melaksanakan Shalat Jumat di Rumah masing-masing.

Salah satu bentuk upaya pemerintah dan Ulama dalam upaya mencegah penyebaran Covid-19 adalah dikeluarkanya Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 31 Tahun 2020 tentang penyelenggaraan Shalat Jumat dan Jamaah untuk mencegah penularan Covid-19.

Hal tersebut adalah yang melatar belakangi peneliti melakukan analisis framing terhadap pemberitaan terkait Shalat Jumat di era Pandemi Covid-19 ini melalui pemberitaan yang diterbitkan di media online yaitu Detik.com dan Kompas.com.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Shalat Jumat pada saat pandemi Covid-19 diframing oleh media online Kompas.com dan Detik.com?
2. Apa persamaan dan perbedaan framing berita media online Kompas.com dan Detik.com terhadap pemberitaan Shalat Jumat pada saat Covid-19 menggunakan analisis model Robert N. Entman?

C. Tujuan Penelitian

1. Menjelaskan perbedaan framing berita media online Kompas.com dan Detik.com terhadap pemberitaan Shalat Jumat pada saat Covid-19 menggunakan analisis model Robert N. Entman.
2. Menjelaskan persamaan framing berita media online Kompas.com dan Detik.com terhadap pemberitaan Shalat Jumat pada saat Covid-19 menggunakan analisis model Robert N. Entman.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Teoritis

Manfaat teoritik penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan terkait dengan pembelajaran analisis framing di era pandemi terhadap suatu media.

2. Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi media khususnya media Online untuk memberitakan suatu berita yang sesuai dengan fakta yang senyatanya. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan pada khalayak penikmat media dalam menjadi masukan pada khalayak penikmat media dalam mencermati fenomena yang terjadi yang dikemas dan diberitakan oleh media, dan agar khalayak ataupun institusi masyarakat dapat menentukan media yang tepat dalam menyalurkan serta menyampaikan aspirasinya.