

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Dalam berkomunikasi, manusia tidak luput dari bahasa yang dapat menyampaikan maksud serta tujuan kepada orang lain. Di masa sekarang, manusia berkomunikasi tidak lagi dalam skala kecil, namun dalam skala besar, cepat, praktis dan *real-time*. Komunikasi ini dikenal dengan komunikasi massa. Komunikasi massa adalah pesan yang disampaikan dari satu orang ke sejumlah besar orang menggunakan media massa. Media komunikasi massa dibagi menjadi dua, yaitu media cetak dan media elektronik, contohnya seperti radio, televisi, surat kabar, majalah serta film. Namun, karena perkembangan teknologi komunikasi dan informasi semakin pesat, maka muncul media komunikasi baru yang sering digunakan oleh banyak orang di masa sekarang yaitu media daring (*media online*). Media daring lebih banyak diminati masyarakat karena sangat praktis, cepat dan *real-time* dalam memberikan suatu informasi kepada khalayak umum.

Sama seperti media lainnya, media daring pun tidak hanya berdiri di dalam satu perusahaan, namun ada banyak perusahaan yang saling berkompetisi dalam mengemas informasi agar lebih menarik untuk dibaca. Demi memenuhi selera pembaca, media daring biasanya memiliki ciri khas dalam membingkai (*framing*) sebuah berita faktual. *Framing* inilah yang terkadang membuat masyarakat bingung dalam menyikapi suatu masalah yang sedang terjadi, salah satunya pembahasan mengenai vaksinasi Covid-19.

Selama pandemi Covid-19 masih berlangsung, pemberitaan tentang vaksin dan vaksinasi tentu bukanlah hal asing yang dapat ditemukan. Vaksin adalah suatu zat biologi yang dimasukkan ke dalam tubuh manusia untuk menstimulasi kekebalan terhadap virus atau penyakit tertentu, contohnya seperti virus Covid-19 ini. Dengan diberikannya vaksin Covid-19, tubuh manusia akan membentuk imunitas secara mandiri sehingga lebih kebal terhadap virus tersebut. Sedangkan, vaksinasi adalah proses kegiatan memasukkan zat biologi ke dalam tubuh manusia untuk menciptakan kekebalan terhadap virus atau penyakit tertentu. Kegiatan vaksinasi tidak hanya dilakukan satu kali, namun dilakukan beberapa kali atau lanjutan, seperti vaksinasi Covid-19 ini. Setelah melakukan vaksinasi pertama dan kedua, kini kembali dianjurkan untuk melakukan vaksinasi ketiga atau yang sering disebut vaksin *booster* Covid-19. Diberi nama vaksin *booster* karena vaksin ini merupakan dosis tambahan untuk memberikan perlindungan ekstra terhadap imunitas tubuh manusia dari virus Covid-19.

Sejak munculnya pandemi Covid-19 di Indonesia pada tahun 2020, banyak media menuliskan berita dengan ciri khasnya masing-masing. Para wartawan bersaing dalam melakukan *framing* informasi berita dengan sudut pandang perusahaan media masing-masing agar memenuhi suatu kepentingan tertentu. Dalam media massa khususnya media daring, penggunaan bahasa seperti pemilihan kata dan cara penyajiannya dapat berdampak terhadap konstruksi realitas serta makna yang dikandung. Pembingkaiian berita di dalam media daring dapat mengubah cara pandang suatu kejadian, salah satunya mengenai vaksinasi *booster* Covid-19.

Untuk melihat framing dalam berita bisa menggunakan pendekatan *framing*. *Framing* adalah pendekatan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh wartawan ketika menyeleksi isu dan menulis berita.¹ Cara pandang ini akan menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan, serta akan dibawa kemana berita tersebut. Analisis *framing* memiliki 4 model diantaranya, Murray Edelman, Robert N. Entman, William A. Gamson dan Andre Modigliani, serta Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki. Dalam penelitian ini, model *framing* yang akan digunakan adalah milik Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki. Analisis *framing* model Pan dan Kosicki adalah salah satu model analisis *framing* yang paling populer dan banyak digunakan. Model *framing* ini akan melihat pembedaan berita mengenai vaksinasi *booster* Covid-19 terhadap dua media daring yaitu, Okezone.com dan Kompas.com.

Media daring Okezone.com dan Kompas.com termasuk dua media massa yang membahas isu mengenai vaksinasi *booster* Covid-19. Dari penelitian singkat, peneliti melihat adanya *framing* antara media Okezone.com dan Kompas.com mengenai berita efek samping vaksin *booster*. Seperti yang diterbitkan Okezone.com dengan judul “Bakal Jadi Vaksin Booster, Ini Efek Samping Pfizer dan Moderna” edisi 7 Januari 2022, di dalam berita ter kutip:

“Menurut pihak Pfizer, seperti dikutip Antara dari Medical Daily, berdasarkan analisis data dari partisipan uji coba, efek samping yang paling umum booster yakni rasa sakit di tempat suntikan yang dialami sekira 83 persen peserta.

¹ Eriyanto, *Analisis Framing ‘Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media’*, (Yogyakarta: LKiS, 2002), hlm. 79.

Efek samping lain yang sangat umum pada penerima booster Pfizer yakni kelelahan yang dilaporkan 63,7 persen peserta, sakit kepala sebesar 48,4 persen peserta.

Efek samping lain yang dilaporkan oleh lebih sedikit peserta yaitu nyeri otot dan kedinginan. Sementara itu, efek samping yang paling jarang dilaporkan dalam uji coba termasuk nyeri sendi, diare, muntah, dan demam.”²

Dari kutipan berita tersebut berbeda dengan apa yang dipaparkan oleh berita Kompas.com mengenai jenis vaksin yang sama. Diterbitkan oleh Kompas.com dengan judul “*Ketahui, Ini Efek Samping Vaksin Covid-19 Booster*” edisi 12 Januari 2022, di dalam berita terutip:

“Efek samping dari penyuntikan vaksin booster ini adalah nyeri pada tempat suntikan, kelelahan, nyeri kepala, sakit otot, nyeri sendi dan demam.”³

Berita yang dikutip dari Kompas.com tidak menjelaskan data secara detail mengenai efek samping dari vaksin jenis Pfizer seperti yang dilakukan oleh Okezone.com.

Dari penelitian singkat ini, peneliti menyadari bahwa media daring Okezone.com menjelaskan informasi mengenai efek samping vaksin booster cenderung lebih detail daripada Kompas.com yang lebih singkat. Tampaknya berita mengenai efek samping vaksin booster Covid-19 menjadi hal yang sensitif bagi sebagian orang karena dapat menimbulkan rasa takut untuk melakukan vaksinasi. Oleh sebab itu, kedua media tentu tidak akan sama dalam menyampaikan informasi yang sensitif karena keduanya memiliki ciri khas masing-masing.

² Tim Okezone.com, “*Bakal Jadi Vaksin Booster, Ini Efek Samping Pfizer dan Moderna*”, <https://lifestyle.okezone.com.com/read/2022/01/07/612/2528807/bakal-jadi-vaksin-booster-ini-efek-samping-pfizer-dan-moderna> akses 18 Juli 2022, pukul 3.15 WIB.

³ Ahmad Naufal Dzulfaroh, “*Ketahui, Ini Efek Samping Vaksin Covid-19 Booster*”, <https://www.kompas.com.com/tren/read/2022/01/15/200500865/ketahui-ini-efek-samping-vaksin-covid-19-booster?page=all> akses 18 Juli 2022, pukul 3.29 WIB.

Sebab ditemukannya perbedaan dari kedua media daring tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian analisis *framing* yang membahas pemberitaan vaksinasi *booster* Covid-19 menggunakan model *framing* Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Dari penelitian ini, diharapkan dapat mengetahui perbedaan media Okezone.com dan Kompas.com dalam melakukan *framing* berita.

1.2. Fokus dan Subfokus

Fokus dan subfokus penelitian diperlukan agar tercapai sesuai tujuan permasalahan. Penelitian ini memfokuskan pada Analisis *Framing* dalam pemberitaan Vaksinasi *Booster* Covid-19 yang ditulis oleh media daring Okezone.com dan Kompas.com dalam periode bulan Januari - Februari 2022.

Selain fokus penelitian, ada pula subfokus yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Sintaksis dalam pemberitaan vaksinasi *booster* Covid-19 pada media daring Okezone.com dan Kompas.com
2. Skrip dalam pemberitaan vaksinasi *booster* Covid-19 pada media daring Okezone.com dan Kompas.com
3. Tematik dalam pemberitaan vaksinasi *booster* Covid-19 pada media daring Okezone.com dan Kompas.com
4. Retoris dalam pemberitaan vaksinasi *booster* Covid-19 pada media daring Okezone.com dan Kompas.com

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang serta fokus dan subfokus yang telah dijelaskan di atas, rumusan masalah dalam penelitian adalah “Bagaimana *framing* berita dari media daring Okezone.com dan Kompas.com mengenai Vaksinasi *Booster* Covid-19?”

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan *framing* berita dari media daring Okezone.com dan Kompas.com mengenai Vaksinasi *Booster* Covid-19 periode bulan Januari - Februari 2022.

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, peneliti berharap dapat menghasilkan dua manfaat, yakni manfaat teoritis dan praktis.

1.5.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat berupa ilmu pengetahuan dalam bidang Analisis *Framing* khususnya model Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki.

1.5.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan atau referensi peneliti lain dalam menganalisis *framing* khususnya Analisis *Framing* model Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki.