

ANALISIS FRAMING HARIAN RADAR BANDUNG DALAM PENYAJIAN BERITA VIRUS CORONA

Cevi Mochamad Taufik
cevimtaufik@gmail.com
Universitas Kebangsaan

ABSTRAK

Pandemi virus corona menjelma menjadi agenda utama informasi media. Seluruh ruang yang tersedia baik dalam saluran media konvensional maupun media baru penuh berita mengenai virus mematikan yang ditengarai berasal dari negeri Tiongkok. Pengarusutamaan berita ini berakibat penangguhan isu-isu lain yang sebenarnya menjadi agenda rutin yang dijadwalkan media massa, Akan tetapi karena sebagai peristiwa paling aktual, seluruh media massa menempatkannya sebagai informasi utama. Berdasarkan perspektif jurnalistik, cara media mengutamakan berita tersebut adalah strategi redaksi, namun yang menjadi masalah adalah mengenai dampak yang akan ditimbulkannya. Oleh karena itu, penelitian ini ditujukan untuk menganalisis bagaimana Harian Radar Bandung membingkai berita pandemi virus corona sebagai menu informasi harian bagi khalayaknya. Menggunakan metode analisis framing model Entman, penelitian ini menekankan pada aspek selektivitas berita dan penonbjolan berita yang dikonstruksi dari peristiwa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radar Bandung melakukan seleksi ketat terhadap berbagai informasi mengenai virus corona dengan melakukan penonjolan terhadap aspek yang membangun harapan kepada khalayak media.

Kata kunci: *berita, virus corona, framing.*

ABSTRACT

The corona virus pandemic has become the main agenda for media information. All available space in both conventional and new media channels is full of news about the deadly virus suspected of originating in China. Mainstreaming this news resulted in the postponement of other issues which were actually scheduled by the mass media, but because as the most actual events, all mass media put it as the main information. Based on a journalistic perspective, the way the media prioritizes the news is an editorial strategy, but the problem is about the impact it will have. Therefore, this study is aimed at analyzing how the Daily Radar Bandung frames the news of the corona virus pandemic as a daily menu of information for its audience. Using the Entman model framing analysis method, this study emphasizes the selectivity aspects of news and news bullying constructed from events. The results showed that Radar Bandung carried out a strict selection of various information about the corona virus by highlighting aspects that built hope for the media audience.

Keywords: *framing, news, corona viruses,*

PENDAHULUAN

Seluruh aktivitas dan agenda publik kini dikait-kaitkan dengan pandemi virus corona (Covid-19). Penyebarannya yang cepat dan penularannya yang terbilang kilat berlangsung secara beriringan dengan semburan masif pemberitaan di berbagai saluran media. Meski pada awal kemunculannya menyebabkan silang pendapat, namun pada akhirnya publik bersepakat bahwa virus yang diduga tersebar akibat kebocoran laboratorium canggih di Wuhan, China ini sangat buas dan mematikan.

Kejadian luar biasa ini bagi media merupakan kasus sangat penting. Media berlomba-lomba menampilkan informasi secara aktual, cepat, dan bahkan beberapa di antaranya ada yang melaporkan langsung di lokasi kejadian. Media mengurai semua segi berkenaan dengan pandemi melalui pemingkakan (framing) sesuai dengan kebijakan redaksi. Beritanya diurai secara mendalam untuk memberikan efek-efek tertentu kepada khalayak. Secara keseluruhan dampak yang ditimbulkan dengan mencerna informasi tersebut menyebabkan situasi dan kondisi menjadi mencekam.

Pada tataran sosiologis, virus yang memicu bencana dunia ini menyebabkan pola hidup harus diatur ulang dan ketertiban harus ditegakkan serta ketaatan harus menjadi bagian sikap masyarakat. Untuk mencegah proses penularan lebih luas, berlaku kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dengan memberlakukan bekerja di rumah atau *work from home* (WFH). Sementara untuk mengetahui kondisi sebenarnya tentang virus tersebut, masyarakat gencar mencari informasi dan laporan pelengkap lain yang bermanfaat. Pencarian informasi ini dilakukan karena nilai informasi sangat membantu menghadapi situasi. Menurut Schramm dalam Rakhmat (2018), informasi sebagai sesuatu yang mengurangi ketidakpastian atau mengurangi jumlah kemungkinan alternatif dalam situasi.

Rujukan informasi publik adalah media. Di dalamnya tersaji segala sesuatu secara lengkap. Karena itu media sangat penting dan berperan sangat menentukan. Menurut Gerbner dalam Littlejohn dan Foss (2009), pentingnya media massa karena memiliki kemampuan untuk menciptakan masyarakat, menjelaskan masalah, memberikan referensi umum, dan memindahkan perhatian dan kekuasaan. Keleluasan publik pada pencarian informasi tersalurkan dengan munculnya media baru.

Berbeda dengan media konvensional, media baru yang termasuk di dalamnya media sosial, mengonstruksi peristiwa pandemi dengan cara yang hampir tidak berkhaidah. Menurut Kovach dkk (2001), ada sembilan elemen yang menjadi landasan pelaksanaan media massa

dalam berinteraksi dengan khalayaknya. Apabila media tidak mendasarkan pada khaidah, akhirnya menyumbang pada kekacauan jagat informasi. Tejadi percampuran antara berita-berita yang bernilai dan tak bernilai. Berita-berita hasil kerja profesional dan amatir luber memadati seluruh jaringan media, ditambah berita yang benar dan hoax. Menurut Friedlander dkk dalam Kusumaningrat (2014), berita adalah apa yang harus Anda ketahui yang tidak Anda ketahui. Berita adalah apa yang terjadi belakangan ini yang penting bagi Anda dalam kehidupan Anda sehari-hari. Berita adalah apa yang menarik bagi Anda, apa yang cukup menggairahkan Anda untuk mengatakan kepada teman “Hey apakah kamu sudah mendengar...?” Berita adalah apa yang dilakukan oleh pengguncang dan penggerak tingkat lokal, nasional, dan internasional untuk memengaruhi kehidupan Anda. Berita adalah kejadian yang tidak disangka-sangka yang untungnya atau sayangnya telah terjadi.

Merujuk pada pengertian tersebut, berita memang sangat penting. Berita bukan realitas sesungguhnya, namun disusun atas dasar konstruksi jurnalis terhadap peristiwa. Realitas yang ditampilkannya sangat mempesona dan berdampak besar pada semua aspek manusia. Menurut Muhtadi (2016), realitas media adalah realitas bentukan. Realitas yang dihadirkan berdasarkan sudut pandang dan ideologi para pengelolanya. Penghadiran realitas inilah yang menciptakan pengaruh kepada khalayak.

Pengaruh-pengaruh yang dimunculkan media dapat diurai melalui platformnya. Media yang terbagi dalam platform cetak dan elektronik memberi pengaruh berlainan. Menurut Watson dalam Muhtadi (2016), media cetak yang berisi tentang huruf dan tulisan merupakan media yang paling efektif. Pesan komunikasi tertulis pada umumnya memberikan kesempatan yang lebih leluasa kepada komunikan untuk melakukan penelaahan serta penerimaan, baik kognitif, afektif, maupun psikomotorik.

Pada akhirnya, seiring perkembangan dunia digital, keunggulan media cetak mendapat tantangan. Media cetak mulai terdisrupsi internet. Beberapa di antaranya bahkan sudah mengibarkan bendera putih tanda kematian atau berakhirnya layanan operasionalisasi media cetak di kancah dunia persuratkabaran. Vonis ‘mati’ memang belum ditentukan ke meja redaksi. Karena beberapa *brand* yang bersindikasi ke dalam *holding company*, seperti Kelompok Kompas Gramedia (KKG) dan Jawa Pos Grup masih tetap eksis mempertahankan layanan informasi. Namun tak dapat dikecualikan, beberapa anak perusahaannya juga mulai henti operasi.

Dari sejumlah media yang masih tetap menyapa publik setiap hari adalah Harian Radar Bandung. Anak perusahaan Grup Jawa Pos yang didirikan tahun 2006 silam ini, masih setia melayani informasi publik. Meskipun berat, Radar Bandung tetap berusaha mengimbangi

gerak dinamik media baru yang memberikan layanan informasi dengan sangat cepat. Salah satu strateginya mengonvergensikannya ke format online dengan nama yang sama: radarbandung.id. Menurut Pemimpin Redaksi Radar Bandung, Azam Munawar, Radar Bandung akan selalu hadir sejauh masih diterima masyarakat.

Media dengan pengalaman cukup panjang ini, menyajikan berita-berita aktual dengan porsi liputan luas dan mendalam terhadap berbagai peristiwa aktual. Termasuk di dalamnya mengenai peristiwa pandemi Covid-19. Sebagai media, pola pemberitaannya tidak terlepas dari *framing* terhadap peristiwa tersebut. Hanya saja, sajiannya dilakukan dengan sangat selektif dengan penekanan pada aspek tertentu untuk menonjolkan unsur-unsur yang akan menjadi perhatian. Strategi ini dilakukan juga dengan mempertimbangkan nilai kelayakan agar berita yang disajikan tetap bernilai jual. Karena Harian Radar Bandung memiliki lini usaha yang harus tetap profit dalam setiap edisi yang diedarkannya.

KERANGKA TEORI

Media hadir ke tengah masyarakat melalui pesan-pesan personal dan organisasional yang menegaskan ciri dan karakter pengelolanya. Pesan dikemas dengan versi yang seimbang sesuai konsep medianya. Media yang memposisikan dirinya pada segmentasi khusus akan lebih mengutamakan kepentingan pada pemenuhan layanan terhadap segmen yang ditujunya. Sementara media yang mengonspetualisasikan dirinya pada bentuk umum cenderung mewadahi seluruh aspek yang diwadahnya. Bentuk media umum yang non-segmentasi ini lebih mengutamakan pemberitannya pada peristiwa paling aktual.

Ketika kasus pandemic Covid-19 menjadi peristiwa paling mutakhir, maka akan mendapatkan ruang besar untuk tampil memenuhi separuh dari halaman yang tercetak. Ini karena, menurut Littlejohn (2009), media bekerja dalam berbagai cara untuk segmen-segmen masyarakat yang berbeda, audiens tidak semuanya terpengaruh, tetapi berinteraksi dalam cara yang khusus dengan media.

Pada bentuk pemilihan isu yang paling aktual, sebenarnya media sedang melakukan *framing* atau pemingkakan terhadap sebuah peristiwa. Pemilihan isu ini merupakan seleksi atas peristiwa dengan menonjolkan serpihan adegan dari peristiwa yang terjadi. Menurut Entman dalam Sobur (2015), framing menekankan pada dua dimensi besar yaitu seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek realitas. Keduanya dapat mempertajam berita melalui proses seleksi isu dan penekanan isi berita. Proses pemingkakan sangat tergantung pada perspektif jurnalis ketika menentukan fakta, penonjolan, atau membuang serpihan dari

fakta-fakta lainnya. Selanjutnya dalam memutuskan aspek yang akan ditonjolkannya, tak terelakan terlibatnya nilai dan ideologi jurnalis

Menurut McQuail (2011), framing adalah cara untuk memberikan penafsiran keseluruhan untuk mengisolasi fakta-fakta. Hampir tidak dapat dihindari oleh para jurnalis untuk melakukan ini dan dengan demikian memisahkannya dari objektivitas yang murni dan memperkenalkan beberapa bias (yang tidak disengaja). Mengutip Entman McQuail menambahkan, Entman membedakan antara falsifikasi atau pemisahan yang disengaja. Bias konten, di mana realitas berita sepertinya mendukung satu sisi, alih-alih yang lain dalam situasi konflik dan bias pembuatan keputusan di mana motivasi dan pola pikir jurnalis tidak sengaja memiliki pengaruh.

Menurut Sobur (2015), gagasan mengenai framing, pertama kali dikemukakan Beterson tahun 1955. Awalnya, frame dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana, serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Pada tataran berikutnya, pengertian *framing* berkembang dan diterjemahkan untuk menggambarkan proses penyeleksian terhadap aspek-aspek khusus tentang sebuah realita. Konsep ini berkembang bersamaan dengan pandangan kaum konstruksionisme. Paradigma ini mempunyai posisi dan pandangan tersendiri terhadap media.

Konsep konstruksionisme diperkenalkan sosiolog interpretatif, Peter L. Berger dan Thomas Luckman (Bungin 2008). Para penganut aliran konstruktivis memandang berita bukan peristiwa atau fakta dalam arti yang sebenarnya, realitas bukan hanya dioper begitu saja sebagai berita. Akan tetapi merupakan produk interaksi antara wartawan dengan fakta. Dalam melihat realitas, jurnalis melakukan proses internalisasi. Realitas diamati dan diserap dalam relung kesadarannya. Sedangkan pada proses eksternalisasi, jurnalis meleburkan diri untuk memaknai realitas. Konsepsi tentang fakta diekspresikan untuk melihat realitas. Hasil dari berita adalah produk dari proses interaksi dan dialektika.

Produk konstruksi realitas memandang dengan cara berlainan. Dengan kata lain, sebuah peristiwa yang sama namun dikonstruksi secara berbeda sesuai sudut pandang para jurnalis. Namun sudut pandang jurnalis ini kemudian diubah mengikuti perpektif para editornya hingga sesuai dengan kebijakan redaksi. Pada proses akhir, akan mengarahkan khalayak untuk memahami pesan yang ingin disampaikan melalui teks yang disebar.

Konstruksi sosial media massa menjadi landasar teori untuk memahami suatu peristiwa yang dikonstruksi ulang pekerja media dan disampaikan kepada pembaca. Pada bentuk teks yang tersaji merupakan momen aktual yang dikonstruksi atas realitas kekinian. Karena pada

hakikatnya bahwa media merupakan respon atas perkembangan yang terjadi. Ini sebagaimana dikatakan Littlejohn (2009) bahwa produksi media merespons terhadap perkembangan sosial dan budaya dan selanjutnya memengaruhi perkembangan tersebut.

Framing dapat mengarahkan opini masyarakat (opini publik), bahkan dapat berupa pengenaan nilai-nilai atas fakta. Bentuk bingkai yang tersaji dalam media berupa berita. Karena berita merupakan bingkai yang memberikan batasan pemahaman kepada pembaca. Melalui serangkaian paragraf di setiap berita, media menyampaikan pesan kepada publik. Langkah ini disertai dengan penentuan topik yang akan dihadirkan dihadapan pembaca.. Menurut Nimmo seraya mengutip mantan editor The New York Times, menegaskan, pentingnya topikal, karena berita adalah apapun yang Anda temukan hari ini, yang tidak Anda temukan sebelumnya. Singkatnya, berita adalah baru.

Pada akhirnya, *framing* menentukan bagaimana realitas itu hadir di hadapan pembaca. Sebuah peristiwa yang mendapatkan frame maka di situlah perspektif yang digunakan untuk menampilkan realitas. Akan tetapi, setiap media memiliki *frame* berbeda-beda karena perspektif yang melatarinya pun sangat berbeda,, sehingga pada akhirnya akan menghasilkan *frame* yang berbeda pula. Media, karenanya harus dilihat sebagai tempat di mana setiap kelompok yang berkepentingan terhadap suatu isu menampilkan bingkainya masing-masing.

METODE

Untuk menjelaskan mengenai pembingkaihan terhadap peristiwa pandemi Covid 19 yang dilakukan Harian Radar Bandung, penelitian diarahkan dengan cara memasuki objek dengan menggunakan metode analisis framing/ Analisis ini digunakan untuk mengungkap makna teks yang disebarkan media. Menurut Eriyanto (2009), framing digunakan untuk mengetahui media dalam pembingkaihan suatu peristiwa baik melalui berita, opini, maupun wawancara Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk mendapatkan informasi aktual secara terperinci agar dapat melukiskan gejala dan memudahkan pengidentifikasian masalah.

Analisis data dilakukan dengan cara mengkaji berita-berita yang ditampilkan Radar Bandung selama masa puncak pandemi atau dilakukan selama bulan Maret 2020 dan April 2020. Data diolah dengan mengkaji berita virus corona yang tampil di halaman pertama, berkenaan dengan kasus dan kejadian di Kota Bandung dan sekitarnya. Penentuan Kota Bandung ini sesuai dengan *positioning* Radar Bandung yang memiliki area persebaran Kota Bandung dan sekitarnya. Untuk memperkuat data hasil pengamatan melalui edisi terbitan Radar Bandung, penelitian ini meminta penjelasan dari subjek penelitian dalam hal ini

Pemimpin Redaksi Radar Bandung, untuk menjelaskan secara lebih rinci mengenai penyajian berita tentang virus corona ini.

HASIL DAN DISKUSI

Media memproduksi berita. Sementara berita diperoleh berdasarkan peliputan atas berbagai peristiwa yang terjadi. Meski bukan realitas secara utuh, namun penggambaran dari peristiwa yang ditampilkan berdasarkan hasil pengamatan para jurnalis. Peristiwa yang disajikan media tidak secara lengkap menggambarkan kompleksitas realitas. Hanya berupa serpihan-serpihan yang menurut insting jurnalis mengandung dua sisi, yakni: penting dan menarik. Ketertarikan yang diwujudkan dalam bentuk berita, merupakan hasil interaksi yang terjadi antara jurnalis dengan realitas.

Berkaitan dengan kasus pandemi global, media memiliki strategi tersendiri dalam menyajikan berita berkenaan dengan realitas. Prinsip yang dianut media ketika menelaah sebuah peristiwa salah satunya dari sisi nilai berita. Di antara sejumlah nilai yang menjadi standar dalam menetapkan sajian menu berita untuk edisi selanjutnya adalah kebaruan atau sesuatu hal baru. Pandemi yang meyebar ke seluruh negara di dunia ini dimaknai sebagai sesuatu hal yang baru, sehingga memiliki nilai tertinggi untuk menjadi agenda publik yang disampaikan media massa.

Nilai lain yang distandardisasi melalui pengamatan jurnalis berkaitan dengan tragedi virus corona ini adalah *impact* atau dampak. Media mengonfirmasi bahwa dampak yang ditimbulkan dari pandemi ini sangat luas dan berpotensi menghancurkan seluruh aspek kehidupan. Media mengonfirmasi, kinerja ekonomi mulai jatuh pada kondisi resesi. Bersamaan dengan itu, kondisi sosial terancam, hal yang sama terjadi pada situasi politik semakin tak menentu. Tak terkecuali sektor keamanan yang kian mengkhawatikan, serta sektor-sektor lainnya yang terdisrupsi virus mematikan ini. Di antara sejumlah aspek yang terdampak, sektor kesehatan yang paling terancam hingga telempar pada kondisi di bawah derajat kenormalan.

Di samping dua nilai yang dikenakan jurnalis dalam mengamati peristiwa pandemi tersebut, nilai paling utama adalah aktualitas. Tentu saja, pandemi virus corona merupakan peristiwa aktual yang terjadi pada waktu ini juga. Pengutamaan nilai aktualitas ini seringkali dijadikan media sebagai landasan untuk bersaing dengan media lainnya. Bahkan kepentingan lainnya adalah untuk memenuhi selera publik.

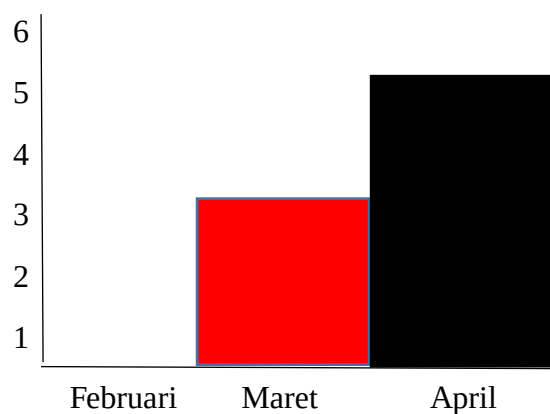
Landasan nilai-nilai tersebut seringkali dijadikan media sebagai teknik melakukan framing. Begitu juga halnya yang dilakukan Harian Radar Bandung dalam membingkai

peristiwa pandemi virus corona. Melalui mekanisme internal penilaian terhadap peristiwa ditentukan hingga mengarah pada aspek selektivitas dan penonjolan yang menjadi tampilan Radar Bandung untuk edisi hari esok.

KEMUNCULAN BERITA CORONA

Penelitian yang dilakukan pada bulan Maret 2020 sampai April 2020 ini mengamati berita yang terkait dengan pandemi virus corona yang dimuat di halaman utama Radar Bandung. Pengamatan juga dilakukan pada bulan sebelumnya atau bulan Februari 2020, namun karena di bulan ini masih belum menjangkit di Indonesia, maka tidak menjadi objek dalam penelitian. Meskipun muncul berita ini, namun tidak semasif pemberitaan ketika kasusnya terjadi di dalam negeri.

Pernyataan resmi tentang temuan virus corona terjadi di dalam negeri pada awal bulan Maret (Diumumkan Awal Maret, Ahli: Virus Corona Masuk Indonesia dari Januari, kompas.com, diunduh 4 Juli 2020, pukul 21.35). Sehingga pengamatan terhadap pemberitaan Radar Bandung dimulai sejak Maret sampai April. Berdasarkan kemunculannya, berita virus corona mengikuti kasus kejadiannya. Dengan kata lain dapat dirata-ratakan bahwa pada bulan Maret Radar Bandung menyampaikan sebanyak 3 berita virus corona setiap harinya, sedangkan pada April jumlahnya meningkatnya dan dapat dirata-ratakan sampai 5 item berita tentang virus corona. Berikut ini grafik kemunculan berita corona di Radar Bandung:



Grafik 1

Kemunculan berita corona di Radar Bandung

Selektivitas Berita

Pada Maret 2020 media secara gencar menyampaikan *warning*, Secara serentak mengingatkan khalayak pada persoalan tentang virus ganas yang berdampak kematian. Berbagai informasi berkenaan dengan kemunculan, persebaran, sampai menyebabkan jatuhnya korban jiwa diulas secara kontinyu pada setiap edisi penerbitannya. Bahkan tidak lupa menyampaikan *update* data atas korban baru, meninggal, dan sembuh. Selama pandemi mengawali ancaman, selama itu media mewarnai dunia dengan kisah tragedi horor yang menhancurkan harapan. Hari-hari ini tidak ada kejadian lain selain corona. Peristiwa-peristiwa lain tenggelam dihanyutkan banjir berita corona.

Di belahan dunia lain, media menyampaikan laporan aktual berkenaan dengan kejadian-kejadian baru. Dengan skala peliputan yang mengglobal, media berjaringan dunia dapat memberikan laporan mengenai jumlah kesakitan dan kesembuhan yang terjadi di berbagai negara. Sementara media lokal menyampaikan berita kejadian corona dalam skala yang lebih dekat dan nyata. Media lokal berjaringan nasional Radar Bandung, lebih mengedepankan kasus dan tragedi corona yang terjadi di wilayah liputan Bandung Raya yang mencakup Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Kota Cimahi, dan Kabupaten Bandung Barat (KBB). Berbagai kasus yang terjadi di empat daerah ini berpotensi menjadi berita utama (headline) di halaman pertama. Dengan mengedepankan nilai-nilai objektivitas, peristiwa corona dikonstruksi berdasarkan desain kebijakan yang khas milik Radar.

Harian Radar Bandung yang memiliki segmen masyarakat secara umum memberikan ruang besar untuk peristiwa non-corona yang terjadi di berbagai daerah yang menjadi area liputannya. Ruang-ruang liputan yang dikategorisasikan melalui desk atau rubrikasi mewadahi peristiwa-peristiwa yang terjadi sesuai dengan kategorisasi tersebut. Namun karena semua terimbas corona, maka setiap peristiwa akhirnya terkait dengan pandemi. Hal ini memudahkan redaksi Radar Bandung dalam melakukan seleksi berita.

Bila sebelum corona penyeleksian terhadap berita dilakukan secara prosedural, maka bersamaan dengan corona ini penyeleksian ditetapkan berdasarkan nilai utama yang dianggap dapat memenuhi kepentingan publik. Saat peristiwa Maret 2020 - Mei 2020 yang ditetapkan sebagai puncak pandemi, semua sektor terhenti. Pemerintahan di daerah-daerah area liputan Radar Bandung memberlakukan aturan *work form home* (WFH), sehingga aktivitas yang dilaksanakannya dikurangi. Pada aspek lain juga sama. Institusi-institusi lain yang digolongkan sebagai sumber berita mengurangi kegiatannya, bilapun berkegiatan difokuskan dalam rangka melakukan pencegahan penularan virus corona.,

Atas berbagai peristiwa ini, penyeleksian berita lebih menekankan pada nilai-nilai yang dapat diserap khalayak. Nilai tersebut juga dapat berupa informasi yang penting dan harus

diketahui khalayak. Ini sebagaimana Radar Bandung edisi 5 Maret 2020 yang menampilkan headline dengan judul Ujungberung Geger Hoax Corona. Berita ini menunjukkan tentang kasus yang terjadi di Ujungberung Kota Bandung yang menyebabkan kegegeran karena disertai beredarnya berita hoax tentang corona.



Gambar 2

Berita Radar Bandung

Radar Bandung edisi 3 Maret 2020 ini menekankan berita virus corona atas hasil seleksi dari berbagai isu yang muncul. Untuk mawadahi kepentingan mengingatkan publik mengenai bahayanya virus ini, berita headline disusun dalam struktur teratas dalam variasi warna hitam dan merah. Warna ini mengonstruksikan realitas yang terjadi. Berita dalam headline tidak hanya tentang kegegeran, naun juga dilengkapi dengan menampilkan *subheadline* dalam satu ruang atas halaman koran, dengan judul “Jaga Imunitas Tubuh.. Sebagai pembanding disajikan data dan fakta mengenai jumlah total paparan virus corona yang terjadi di seluruh Indonesia.

Secara umum, gambaran halaman utama Radar Bandung menjelaskan mengenai peristiwa yang juga terjadi pada hari di mana pengumpulan berita untuk terbitan berikut disatukan dalam menu berita. Hal itu ditunjukan dari persitiwa lain seperti pengadilan terhadap terduga korupsi Sekda Jawa Barat. Selanjutnya, menampilkan berita corona dalam

desain human interest yang ditempatkan pada bagian paling bawah. Sementara kolom DIS di sebelah ,kiri menunjukan identitas mantan direktur utama Jawa Pos, Dahlan Iskan..

Kontruksi realitas yang dihadirkan Radar Bandung merupakan sumber pengetahuan, panduan perilaku, sekaligus ideologi yang ditampilkan. Sebagian besar informasi bersumber dari publikasi dan sangat sedikit yang bersumber dari pengalaman dan perbincangan. Sejarah mencatat dan menunjukkan perkembangan informasi media massa yang sedemikian cepat telah mempengaruhi kehidupan manusia secara signifikan. Media massa juga bisa membantu manusia merumuskan peran mereka dalam kehidupan bermasyarakat. Media massa bahkan mampu mengubah konsep manusia tentang kesenangan dan kehidupan. Begitu banyak dan cepatnya informasi yang diantarkan media massa kepada manusia, sehingga manusia merasa harus mendefinisikan kepentingan politik, ekonomi, sosial dan budaya mereka dalam waktu singkat.

Menurut Pemimpin Redaksi Radar Bandung Azam Munawar, seleksi atas berita tentang virus corona dilakukan secara ketat dengan memperhitungkan berbagai hal berkenaan dengan sisi kelayakan dan nilai berita. Selain itu juga mempertimbangkan tentang efek atau dampak yang akan ditimbulkannya, karena Radar Bandung lebih menekankan pada sisi konstruktif untuk mengimngatkan publik mengenai kejadian yang sangat mengerikan ini.

PENONJOLAN BERITA

Radar Bandung adalah media massa yang memiliki peran untuk melakukan penonjolan terhadap berita yang yang hendak ditampilkan. Sebagai media tentunya tidak akan terlepas dari rencana yang hendak dibangun, mengingat pada kondisi aktual ini publik dihadapkan pada sebuah kondisi yang dianggap baru sebagaimana dihantarkan virus corona. Penonjolan berita yang dilakukan Radar Bandung berkenaan dengan peristiwa pandemi ini dapat dilihat dari desain halaman yang sepenuhnya mengcover berita tentang corona.

Pengutamaan gambar yang dikonstruksikan melalui karikatur menekankan pada makna-makna yang ingin dikomunikasikan kepada khalayak. Penggunaan karikatur ini juga menunjukkan bahwa Radar Bandung menghindarkan diri dari gambar sesungguhnya yang jika ditampilkan akan memberikan pemahaman lain seperti sarkasme dan vulgar. Penampilan peti jenazah berisikan mayat di dalamnya akan memberikan dampak lain bagi khalayak dan bagi Radar Bandung sendiri. Namun melalui karikatur tersebut memberikan makna yang dalam bahwa Radar Bandung ingin mengingatkan publik akan bahaya ketika lalai menjaga kesehatan. Padanan teks yang bermakna “Jangan Tolak Jenazah Corona” bukan sikap bijak.

Penonjolan terhadap sikap penolakan masyarakat tersebut ini menyimpan bahaya. Karenanya, menyertakan liputan mengenai tata cara pemulasaran jenazah terduga corona, sehingga ketika dimakamkan tidak akan memberikan efek membahayakan bagi masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar lokasi pemakaman, serta tidak akan menyebabkan terjadinya pandemi baru. Penghadiran berita ini merupakan konstruksi atas semakin mewabahnya virus corona di bulan April 2020 ini. Di masa ini, kematian mulai menunjukkan peningkatan, sementara informasi yang dimiliki masyarakat masih belum lengkap. Bahkan memori publik mengonstruksi hanya tentang bahayanya saja setiap kali bersinggungan dengan kata corona. Sebagai pelayan informasi publik, Radar Bandung ingin memberikan pemahaman yang lengkap agar pada setiap kasus corona tidak menimbulkan kondisi-kondisi baru yang menyebabkan perhatian pada penanganan corona menjadi terhambat.



Gambar 2

Desain Halaman Utama Radar Bandung

Skema halaman edisi 4 April 2020 yang memuat 7 tem berita di halaman utama, semuanya berkisar mengenai virus corona. Guna menunjukkan aktualitas dan urgensi berita yang dikonstruksikannya, *lay out* halaman dikemas sedemikian rupa untuk menunjukkan keberpihakan redaksi pada upaya-upaya untuk menangani pandemi virus corona. Desain *lay out* sedniri menunjukkan dinamika komunikasi visual yang mengikuti arus perkembangan

mutakhir. Tentu saja dengan makna-makna nonverbal sebagai tekanan pada teks yang ingin disampaikan kepada khalayak.

Berdasarkan pada nilai-nilai yang disampaikan tersebut maka jelas bahwa framing yang digunakan Radar Bandung menunjukkan cara-cara atau ideologi yang mendasarinya ketika konstruksi atas fakta dilakukan. Dengan analisi framing dapat diketahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan media ketika menyeleksi isu dan menyusun teks hingga menjadi berita. Pada wujudnya, berita cenderung manipulatif dan bertujuan mendominasi keberadaan subjek sebagai sesuatu yang legitimate, objektif, alamiah, dan, wajar.

KESIMPULAN

Harian Radar Bandung menggunakan framing dalam mengonstruksi peristiwa pandemi virus corona. Sudut yang ditampilkannya berdasarkan atas pengamatan jurnalis di lapangan yang kemudian dioperkan kembali kepada editor untuk mendapat persetujuan pemuatannya. Proses ini ditempuh sebagai upaya untuk menyeimbangkan antara kepentingan redaksi dengan pemenuhan selera khalayak sebagai tujuan akhir penyebaran berita. Tampilan berita yang disajikan dalam setiap edisinya merupakan proses yang dilalui dengan perantaraan paradigma konstruktivis dengan tujuan untuk membangun harapan publik di tengah ancaman nyata virus mematikan ini.

Menggunakan analisis framing model Enmant, konstruksi yang digunakan berdasarkan pada aspek seleksi berita dan penonjolan bagian tertentu dari peristiwa untuk mendapatkan perhatian dari khalayak. Proses seleksi terhadap berita dilakukan sangat ketat melalui perdebatan secara internal dalam rapat redaksi untuk menentukan topik paling aktual dan menentukan urutan paling tinggi dari sejumlah berita yang diperoleh jurnalis pada hari di mana waktu untuk penerbitan. Pembahasan juga mengenai frame yang akan dikenakan pada kasus corona melalui narasi untuk menciptakan ketertarikan dan kebersaingan agar Radar Bandung kompetitif di pasar media. Berbagai kejadian kemudian dinilai berdasarkan pada kategori-kategori tertentu, dan kemudian merencanakan pembentukan opini masyarakat pada kasus yang tengah terjadi.

Pada kasus penonjolan berita corona, Radar Bandung menetapkan melalui desain dan *lay out* halaman yang dikemas sedemikian rupa dengan memberikan tekanan pada aksent-aksen bahasa yang digunakan dengan pewarnaan yang mencolok untuk menegaskan pesan yang dikomunikasikan kepada khalayak. Langkah lain juga dilakukan dengan menampilkan judul yang dibuat secara besar-besaran dan dengan memberikan warna untuk menegaskan makna yang terkandung di dalamnya. Gambaran secara umum menunjukkan bahwa

penonjolan ini merupakan bukti pentingnya memahami informasi yang disajikan dalam setiap edisi yang berkenaan dengan kejadian pandemi virus corona.

REFERENSI

Bill Kovach & Tom Rosenstiel, (2001). *The Elements of Journalism*. Crown Publishers, New York.

Bungin, Burhan (2008), *Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.

Eriyanto (2002), *Analisis Framing, Konstruksi, Idiologi, dan Politik Media*, LKIS, Yogyakarta

Hikmat dan Purnama Kusumaningrat (2104), *Jurnalistik, Teori dan Praktik*, Remaja Rosda Karya, Bandung,

Jalaludin Rakhmat (2018), *Pengantar Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung

Littlejhon, Stephen W, dan Foss A Karen, (2009), *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication*, Salemba Humanika, Jakarta.

McQuail, Denis (2011), *Teori Komunikasi Massa*, Edisi 6, Salemba Humanika, Jakarta

Muhtadi, Asep Saeful, (2016), *Pengantar Ilmu Jurnalistik*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung

Nimmo, Dan, (2011), *Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, dan Media*, PT Remaja Rosda Karya, Bandung

Sobur, Alex (2015) *Analisis Teks Media, Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, Remaja Rosda Karya. Bandung

SUMBER LAIN:

Kompas.com