

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada akhir tahun 2019, dunia dihebohkan dengan keberadaan suatu virus yang diduga berasal dari kelelawar dan menyebar ke manusia melalui media yang tidak diketahui di Wuhan, China. Virus ini menyebar melalui penghirupan atau interaksi erat dengan tetesan yang terinfeksi dengan masa inkubasi antara dua dan empat belas hari. Gejalanya antara lain demam, batuk, bersin, sakit tenggorokan, sesak napas, dan kelelahan. Selain itu, diagnosis penyakit dimulai dengan mengumpulkan sampel saluran pernapasan atas dan bawah dari orang yang terinfeksi. Selain itu, rontgen dada dan *CT scan* digunakan dalam tahap diagnosis. Pada dasarnya belum ada pengobatan yang tepat untuk penyakitnya, dan hal ini menuntut perlunya mencegah penyebaran penyakit tersebut. Strategi pencegahan penting adalah isolasi orang yang terinfeksi, ventilasi yang baik, kebersihan tangan dan penggunaan alat pelindung diri (Milibari, 2020).

Pada kelanjutannya di awal tahun 2020, Virus tersebut ternyata menyebar ke berbagai wilayah di China dan menyebar dengan cepat ke negara lainnya. WHO (World Health Organization) kemudian menyebut virus tersebut sebagai COVID-19 (*Coronavirus Disease-19*) yang masuk ke dalam jenis penyakit virus corona pada kelompok *Coronaviridae*. Penyebarannya yang pesat ke berbagai penjuru dunia dan juga dampaknya yang begitu besar pada kesehatan masyarakat global, WHO kemudian menyatakan COVID-19 sebagai darurat kesehatan masyarakat

yang menjadi perhatian dunia pada 30 Januari 2020 dan menaikkan statusnya menjadi pandemi pada 11 Maret 2020 (Balkhair, 2020).

Berdasarkan rekomendasi WHO, pencegahan sejauh ini merupakan praktik terbaik untuk mengurangi dampak COVID-19 mengingat kurangnya pengobatan yang diklaim paling efektif dalam mengatasi COVID-19, setidaknya hingga menuju akhir tahun 2020 ini. Untuk mencapai tujuan ini, WHO kemudian merekomendasikan langkah-langkah utama pencegahannya yang kemudian diadopsi sebagai bentuk adaptasi *new normal* (Di Gennaro et al., 2020).

Pandemi COVID-19 menjadi isu utama yang menjadi pembahasan semua orang, di televisi, media cetak, media sosial dan lini media *online* lainnya. COVID-19 memberikan bentuk kengeriannya sendiri bagi setiap orang, di mana menggunakan masker dan hand sanitizer saat ini menjadi sebuah kebiasaan baru. Setiap orang sibuk mencuci tangan, menerapkan *social distancing* (menjaga jarak sosial) atau *physical distancing* (menjaga jarak fisik antar orang), *work from home* (bekerja dari rumah), *study from home* (belajar di rumah) menjadi frasa populer saat ini di seluruh dunia, termasuk di Indonesia.

Penerapan jarak sosial yang diterapkan di berbagai negara serta kebijakan *lockdown* ataupun Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) seperti yang dilakukan di Indonesia menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari selama COVID-19. Di mana kebijakan dasar dari pembatasan sosial kemudian menimbulkan konsekuensi besar-besaran untuk banyak kegiatan yang mengakibatkan gangguan tingkat tinggi yang menghancurkan perekonomian, ketenagakerjaan, mata pencaharian, seperti yang dinyatakan oleh Organisasi Buruh Internasional, hingga

masalah sosial (Bin-Nashwan et al., 2020). Besarnya perhatian masyarakat akan COVID-19 karena masyarakat disajikan banyaknya informasi mengenai dampak COVID-19 yang bukan hanya terkait masalah kesehatan tetapi juga berdampak pada kehidupan masyarakat dari segi ekonomi dan sosial yang tidak menentu.

Begitu banyak ketidakpastian dan kekhawatiran seputar COVID-19, kegiatan amal, bantuan, dan solidaritas yang dipicu oleh krisis bersama ini dapat memainkan peran yang menarik dalam memerangi pandemi. Menyatukan pemerintah, badan amal, relawan, dan donor untuk berkoordinasi dan berkontribusi penanggulangan dampak COVID-19 merupakan bentuk dukungan sosial yang dapat menguatkan sesama di masa-masa sulit seperti ini (Bin-Nashwan et al., 2020). Hal ini juga yang kemudian mendorong Rachel Vennya, *influencer* yang pada awalnya dikenal masyarakat Indonesia pada platform media sosial Instagram (selebgram) yang melakukan pengumpulan dana terkait dengan pengadaan alat perlindungan diri (APD) bagi tenaga medis pada Maret 2020.

Rachel Vennya yang dikenal sebagai selebgram melakukan penggalangan dana untuk membantu rumah sakit yang kekurangan APD untuk para petugas medisnya. Pada saat itu (Maret 2020), perhatian masyarakat pada kengerian COVID-19 begitu besar, sehingga berbagai alat kesehatan yang diperlukan untuk pencegahan COVID-19 seperti hand sanitizer dan masker medis menjadi langka di pasaran. Pasokan APD yang sulit bagi para tenaga medis kemudian menggerakkan Rachel Vennya untuk membuka penggalangan dana sejak pertengahan Maret 2020 melalui situs [Kitabisa.com/bersamacegahcovid19](https://www.kitabisa.com/bersamacegahcovid19). Pengumpulan dana tersebut menghasilkan Rp8,7 miliar, dan dua pekan setelahnya Rachel pun menyalurkan

dana pada berbagai rumah sakit dan organisasi kesehatan seperti penyaluran 2 miliar rupiah kepada Palang Merah Indonesia (Tionardus & Kistyarini, 2020).

Penggalangan dana yang dilakukan Rachel Vennya pada saat itu kemudian menarik perhatian pihak media, di mana penggalangan dana tersebut juga viral di media sosial Twitter dan Instagram. Viralnya penggalangan dana yang dilakukan Rachel Vennya kemudian menarik perhatian media untuk turut memberitakan, seperti dilakukan media *online* Kompas.com dan Detik.com.

Pemberitaan penggalangan dana yang dilakukan Rachel Vennya oleh pihak media bukan semata karena keterkenalan Rachel Vennya saja sebagai *influencer* sekaligus selebgram dengan 5 Juta *followers* di Instagram sehingga dengan mudah menembus nilai penggalangan dana lebih dari 8 miliar rupiah dalam waktu singkat. Namun, pertimbangan yang paling penting diangkatnya berita penggalangan dana Rachel Vennya ini karena isu ini terkait kesehatan masyarakat di tengah pandemi, dianggap merupakan bagian dari *news value* yang penting bagi media, di mana kepentingan publik, media, dan negara (termasuk kebijakan pemerintah) juga ada di dalamnya. Sehingga menunjukkan adanya sisi kemenarikan dari besarnya nilai berita yang dapat disampaikan dari penggalangan dana yang dilakukan Rachel Vennya untuk diberitakan oleh media *online* Kompas.com dan Detik.com. Pentingnya berita kesehatan dari peliputan berita, dan media berita pun menurut Chang karena menjadi sumber informasi bagi publik di mana kebijakan pemerintah pun ada di dalamnya dan media merasa perlu untuk mengangkat hal tersebut (Basnyat & Lee, 2014).

Masalah kesehatan masyarakat seperti halnya COVID-19 yang menarik perhatian Rachel Vennya untuk melakukan penggalangan dana merupakan bagian dari perspektif berita yang paling menarik bagi pihak media. Kemenaarikan dari penggalangan dana yang diberitakan media pun dapat menunjukkan tanggung jawab sosial media terhadap penanggulangan wabah dan juga keterlibatan media dalam kesehatan masyarakat, di samping juga meningkatkan penjualan melalui pemberitaan peristiwa yang menarik (Adekunle & Adnan, 2016).

Adapun batasan dalam penelitian ini hanya pada dua media *online* yaitu Kompas.com dan Detik.com. yang memberitakan penggalangan dana melawan COVID-19 oleh Rachel Vennya. Penggalangan dana dengan tujuan pengadaan APD bagi tenaga medis di Indonesia berkaitan erat dengan upaya penanganan COVID-19 yang dilakukan pemerintah. Kepentingan publik yang dikaitkan dengan kebijakan pemerintah dianggap sebagai isu yang memiliki nilai berita (*news value*) tinggi bagi kedua media *online* tersebut. Baik Kompas.com maupun Detik.com memiliki kepentingannya masing-masing yang seringkali bermuatan politik sebagaimana pandangan (de Vreese, 2007) bahwa interaksi antara politik, media dan warga negara seringkali tidak harmonis seperti yang nampak di permukaan.

Cara paling mudah untuk memuaskan khalayak adalah dengan mengandalkan elite politik sebagai sumber informasi yang kemudian menjadikan pendekatan politik juga masuk dalam kepentingan media (Entman, 1993). Latar belakang politik tidak dapat dipisahkan dari Kompas.com dan Detik.com, di mana Kompas.com merupakan salah satu pionir media *online* yang perusahaan seluruhnya dimiliki oleh grup Kompas Gramedia yang didirikan oleh Jakob Oetama

dan PK Ojong, termasuk tokoh besar yang sejak awal mendirikannya sudah terbiasa bekerja sama dengan orang-orang pemerintahan. Kompas.com di berbagai beritanya selalu menunjukkan arah dukungannya terhadap kebijakan-kebijakan pemerintah, juga cenderung bermain aman terhadap kepentingan masyarakat yang bersinggungan langsung dengan pemerintah dan cara Kompas.com memandang peristiwa dianggap sangat tidak kritis, sebagaimana salah satu yang telah dipaparkan (Sapahuma, 2015) dalam penelitiannya. Hal ini juga dibenarkan oleh Jakob Oetama selaku pemilik Kompas yang mengungkapkan ketidakpeduliannya dengan ejekan “Jurnalisme Kepiting” yang ditujukan kepada Kompas karena sikap maju mundurnya dalam menulis berita, berani maju dalam menulis berita namun mundur ketika mendapat sinyal bahaya (kritikan) dari pemerintah. Oleh sebab itu, Kompas.com menjadi media yang mempunyai kekuatan dan kekuasaan besar untuk membantu meningkatkan dukungan dan mengajak khalayak untuk selalu berpihak pada setiap langkah kebijakan pemerintah (Keller, 2009).

Sama halnya dengan Kompas.com, Detik.com juga seringkali diindikasikan sebagai media yang cenderung berpihak pada pemerintah (Usman et al., 1998). Seperti yang diketahui media ini merupakan anak perusahaan CT Corp yang dimiliki oleh Chairul Tanjung seorang penguasa sekaligus politisi. Namun, tak jarang Detik.com mampu mengimbangi pemberitaannya dan berpihak pada kepentingan rakyat. Seperti pernyataan Wakil Pimpinan Redaksi Detik.com yang menegaskan sifat kritis dan loyalitas tinggi Detik.com terhadap kepentingan rakyat serta kejujurannya dalam menyajikan informasi sebagai kewajiban dari media ini. Berkaitan dengan keberpihakan pemilik media dengan kecenderungan

pemberitaan yang telah peneliti jabarkan, menjadi alasan peneliti dalam memilih Kompas.com dan Detik.com sebagai subjek dalam penelitian ini.

Peneliti kemudian menilai ada maksud dari aksi penggalangan dana Rachel Vennya melawan Covid-19 yang diberitakan Kompas.com dan Detik.com secara persisten lebih banyak dibandingkan pemberitaan media lain, bertepatan di saat maraknya pemberitaan mengerikan seputar COVID-19 utamanya isu kelangkaan APD bagi para tenaga medis di Indonesia yang sangat meresahkan masyarakat hingga menyoroti tanggungjawab dan sikap pemerintah yang dianggap tidak tanggap dalam penanggulangan pandemi ini. Upaya Kompas.com dalam memberitakan penggalangan dana Rachel Vennya dengan sesering dan semenarik mungkin tampaknya memiliki tujuan pengalihan isu publik saat itu terkait kelangkaan APD yang menyoroti tanggung jawab pemerintah diubah menjadi isu positif yaitu penggalangan dana untuk pengadaan APD yang mencapai nilai miliaran rupiah dalam waktu singkat bak angin segar yang menjawab keresahan masyarakat dengan tujuan terselubung yaitu mengaburkan peran/ tanggung jawab sekaligus citra negatif pemerintah. Terlihat jelas upaya Kompas.com menutupi kekurangan pemerintah. Oleh karena itu, hal inilah yang menarik peneliti untuk melihat lebih dalam bagaimana pemberitaan penggalangan dana Rachel Vennya melawan COVID-19 ini dibingkai oleh Kompas.com dan Detik.com.

Pemberitaan akan kesehatan masyarakat yang dilakukan media tersebut kemudian bukan hanya disampaikan tetapi juga dibingkai, di mana media memegang kekuatan untuk mempengaruhi struktur sosial, serta mengintervensi konflik dan membingkai peristiwa tersebut melalui pemberitaannya (Pahdepie,

2014). Pembingkaiian yang dilakukan media tetap menyampaikan fakta berita sebagai bagian dari tanggung jawab sosialnya, hanya saja pembingkaiian menjadikan fakta yang disampaikan telah melalui penyeleksian pada isu-isu yang dianggap memberikan keuntungan bagi pihak media atau pihak lainnya. Media bukan hanya menyampaikan fakta tetapi juga mengonstruksikan fakta melalui caranya memilih isu. Untuk itu media dalam pembingkaiian beritanya dapat menjadikan salah satu bagian isu menjadi lebih penting dibandingkan isu lainnya yang didasari atas kepentingan.

Berita mengenai penggalangan dana oleh Rachel Vennya pun tidak luput dari pembingkaiian, mengingat pembingkaiian media juga akan terkait dengan dukungan, pemahaman, dan cara jurnalis dalam menampilkan fakta dari sudut pandang tertentu, serta juga adanya keterkaitan dengan kebijakan redaksional mengenai sudut berita mana yang dianggap sesuai dengan kebijakan perusahaan dan penting untuk disajikan bagi pembaca. Ada banyak isu-isu liar terkait kelangkaan APD bagi pihak medis pada saat Maret 2020 lalu yang kemudian mendorong Rachel Vennya melakukan penggalangan dana. Salah satunya terkait dengan isu penimbunan alat-alat kesehatan oleh pihak-pihak tertentu untuk kepentingan bisnis, bahan-bahan atau material utama APD dari dalam negeri yang justru diekspor ke negara lain, ketidaksiapan pemerintah dalam menghadapi COVID-19, hingga kepentingan-kepentingan politis dari beberapa pihak yang menjadikan isu kelangkaan APD pada Maret 2020 lalu menjadi isu seksi.

Langkah Rachel vennya dalam melakukan penggalangan dana pada Maret 2020 lalu pun merupakan bagian dari tanggapan akan berbagai isu publik yang

mengiringi kelangkaan APD untuk tenaga medis dalam menghadapi COVID-19 pada saat itu. Isu-isu publik tersebut menurut Pan & Kosicki bukan hanya sekedar proses yang harmonis tetapi kontes ideologis dan perjuangan politik. Aktor di arena publik memperjuangkan hak untuk mendefinisikan dan membentuk masalah, serta wacana seputar masalah tersebut. Terkadang, para aktor berjuang keras untuk menjauhkan isu-isu penting dari agenda publik, di mana *framing* menjadi alat media untuk lebih memahami kepentingan tersebut (Pan & Kosicki, 2001)

Pembingkaiian berita kemudian menjadi cara bagi jurnalis atau pihak media untuk menyusupkan ideologi-ideologi tertentu dengan melakukan seleksi dan penonjolan pada salah satu bagian dari isu tertentu seperti bagian penting. Seperti halnya konsep *framing* Entman yang pada dasarnya melibatkan seleksi dan penonjolan. Membingkai berarti memilih beberapa aspek realitas yang diputuskan dan membuatnya lebih menonjol dalam teks. Biasanya *frame* mendiagnosis, mengevaluasi, dan meresepkan sebuah poin yang dieksplorasi secara menyeluruh (Entman, 1993). Tidak semua aspek isu ditampilkan, mengingat media memiliki cara untuk mengedepankan aspek yang dinilai penting dari isu. Penonjolan aspek pada pemberitaan berhubungan dengan penulisan fakta melalui produksi kalimat frasa, grafik dan tampilan atas pelengkap berita (Eriyanto, 2007). Untuk itu analisis *framing* dapat memberikan pemahaman bagi pembaca bahwa peristiwa yang sama dapat dibingkai secara berbeda oleh media.

Seleksi dan penonjolan aspek dari suatu isu yang diberitakan akan membuat berita yang disampaikan lebih bermakna, menarik, lebih diingat, dan tentunya bermuatan kepentingan (Eriyanto, 2007). Upaya untuk melakukan penyeleksian

dan penonjolan tersebut kemudian dapat diinterpretasikan melalui perangkat analisis *framing* Entman antara lain: *define problems/ problem identification* (pendefinisian masalah), *diagnose causes/ causal interpretation* (memperkirakan penyebab/sumber masalah), *make moral judgement/ moral evaluation* (membuat keputusan moral/penilaian atas penyebab masalah), dan *treatment recommendation* (menekankan penyelesaian) (Entman, 1993)

Keempat elemen *framing* Entman sebagaimana disebutkan di atas kemudian menjadi sarana praktis bagi peneliti untuk memaknai pembingkai berita penggalangan dana melawan COVID-19 yang dilakukan *influencer* Rachel Venny yang diberitakan di Kompas.com dan Detik.com.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka fokus pada penelitian ini yakni, “Bagaimana media *online* Kompas.com dan Detik.com membingkai berita penggalangan dana melawan COVID-19 yang dilakukan *Influencer* Rachel Venny?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah sebagaimana disebutkan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara media *online* Kompas.com dan Detik.com membingkai berita penggalangan dana melawan COVID-19 yang dilakukan *influencer* Rachel Venny.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pengembangan ilmiah bagi Ilmu Komunikasi dalam memahami adanya peran media dalam membongkai isu-isu sosial. Penelitian ini pun diharapkan dapat memperkaya literatur dan dapat dijadikan sebagai sumber referensi bagi penelitian sejenis lainnya dalam memahami cara media membongkai dan menyajikan berita pada pembaca.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi media *online* Kompas.com dan Detik.com untuk turut menjadi agen sosial dalam memberitakan peristiwa seperti halnya kasus COVID-19 dan penanganannya dengan lebih proporsional. Penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memaknai pesan-pesan laten di balik isi berita media massa agar lebih kritis dan cerdas dalam memahami berita sebagai sekumpulan kepentingan yang dapat dipilah. Selain itu penelitian ini pun diharapkan dapat menjadi informasi bagi masyarakat yang akan datang mengenai adanya pandemi COVID-19 yang menggejala secara global, di mana Indonesia juga menjadi bagian dari negara yang terdampak secara ekonomi, sosial dan politik atas pandemi tersebut.