

Analisis Framing Pemberitaan Vaksin Covid-19 Oxford-Astrazeneca di Indonesia

Dian Rahmawati Subakti^{*1}, Lukman Saleh Waluyo²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta
e-mail: diansubakti5798@gmail.com*

Article Info

Article history:
Received
January 28th, 2022
Revised
May 29th, 2022
Accepted
June 19th, 2022
Published
December 15th, 2022

Abstract

There are several online news sites in Indonesia, such as Kompas.com and Tempo.com. In reporting on Covid-19, especially information on vaccine developments, both media such as Kompas.com and Tempo.com each frame the information obtained and then publish it to shape the public perception expected from these media, especially in shaping the perception of readers. Against the Covid-19 vaccine. This research method uses a qualitative approach with data collection techniques documented and analyzed using the framing model developed by Pan & Kosicki. The results showed that syntactically the framing of Kompas.com news from headlines, leads, quotes, and closings contained many AstraZeneca vaccine plans and its research updates that contained pros and cons for consumption. Moreover, closing contains much research on the AstraZeneca vaccine, which is suitable for consumption and should be carried out by the community.

Keywords: framing analysis; vaksin covid-19; public perception

Abstrak

Terdapat beberapa situs laman berita daring di Indonesia, sebut saja Kompas.com dan Tempo.co. Pada pemberitaan tentang Covid-19, terutama informasi perkembangan vaksin, kedua media, seperti Kompas.com dan Tempo.co, masing-masing membingkai informasi yang didapat untuk kemudian dipublikasikan agar dapat membentuk persepsi publik yang diharapkan dari media-media tersebut, terutama dalam membentuk persepsi pembaca terhadap vaksin Covid-19. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data secara dokumentasi dan dianalisis menggunakan model framing yang dikembangkan oleh Pan & Kosicki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara sintaksis framing pemberitaan Kompas.co dari headline, lead, kutipan, serta penutup, banyak memuat tentang rencana vaksin AstraZeneca berikut pembaruan penelitiannya yang memuat pro dan kontra untuk di konsumsi, sedangkan pemberitaan Tempo.co dari headline, lead, kutipan, serta penutup, banyak memuat tentang penelitian vaksin AstraZeneca yang sebenarnya layak untuk dikonsumsi dan sebaiknya dilaksanakan oleh masyarakat.

Kata Kunci: analisis framing; vaksin covid-19; persepsi publik

PENDAHULUAN

Di kawasan Jabodetabek dari tanggal 14—30 Juni 2021 merupakan rentang waktu meningkatnya jumlah peserta vaksinasi karena vaksinasi golongan masyarakat umum sudah dapat dilakukan. Terdapat dua jenis vaksin yang digunakan dalam program ini, salah satunya adalah vaksin Oxford-AstraZeneca. Dilansir dari lama berita daring Katadata.co.id tanggal 15 Juni 2021 Pukul 11.27 WIB yang mengatakan bahwa vaksin ini di klaim memiliki tingkat efikasi sebesar 76% dalam sekali suntikan. Efikasi vaksin tersebut dapat bertahan melawan virus Covid-19 selama tiga bulan. Oxford-AstraZeneca menyatakan bahwa pemberian suntikan pertama dan kedua dengan jarak 8—12 minggu merupakan yang terbaik untuk mencapai kemanjuran. Hal ini berdasarkan uji coba pada peserta berusia 18-55 tahun di Inggris, Brasil, dan Afrika Selatan. Setelah melalui uji klinis fase ketiga, vaksin Oxford-AstraZeneca sudah resmi digunakan untuk umum.



Gambar 1. Berita Kompas.Com
Sumber: Kompas.com

Seiring berjalannya waktu vaksinasi, ditemukan beberapa kasus serius pascavaksinasi Oxford-AstraZeneca ini. Dilansir dari laman berita daring Tempo.co pada artikel tanggal 17 Juni 2021 Pukul 20.48 WIB, studi terbaru di Inggris Raya mengungkap kemungkinan vaksin Covid-19 AstraZeneca/Oxford yang sedikit meningkat sama halnya dengan kasus pembekuan dan penggumpalan darah pada penerima vaksin tersebut. Akibat kejadian ini beberapa negara melarang penggunaan vaksin Oxford-AstraZeneca, di antaranya, Irlandia, Norwegia, Denmark, Islandia,

Italia, Latvia, Lituania, Luksemburg, Bulgaria, Siprus, Prancis, Belanda, Spanyol, Swedia, Jerman, Portugal, dan Slovenia, seiring dengan munculnya kasus penyerta yang serupa di berbagai negara yang menggunakan vaksin tersebut (Alamsyah, 2021).

Di Indonesia vaksin Oxford-AstraZeneca penggunaannya sementara diberhentikan untuk pengujian toksisitas dan sterilitas oleh BPOM. Hal ini merupakan upaya tindak lanjut dari pemerintah karena adanya kasus paska vaksinasi yang memakan korban jiwa dengan diagnosis awal karena pembekuan darah. Sebagian besar dosis vaksin ini sudah didistribusikan ke berbagai daerah, salah satunya di DKI Jakarta. Dilihat dari banyaknya kasus yang terjadi diberbagai negara setelah vaksinasi Oxford-AstraZeneca dan beberapa negara menghentikan penggunaan vaksin tersebut untuk vaksinasi sehingga terciptanya faktor keraguan masyarakat Indonesia atas penggunaan vaksin *Oxford-AstraZeneca* (Nani & Sensusiyati, 2021).

Jika hal ini masih terus berlangsung, akan menyebabkan sulitnya dan semakin lama untuk mencapai target vaksinasi nasional. Dilansir dari laman berita daring resmi kepresidenan Republik Indonesia pada tanggal 30 Juni 2021, Presiden Republik Indonesia Ir. Joko Widodo menyatakan bahwa target vaksinasi nasional pada bulan Juli harus mencapai satu juta dosis perhari, dan untuk bulan Agustus sebesar dua juta dosis per hari. Oleh karena itu, dibutuhkan adanya media-media penyalur informasi yang dapat dipercaya masyarakat kebenarannya, informasi yang aktual dan faktual, serta tanpa adanya pemelintaran informasi khalayak mengenai vaksin ini, salah satunya melalui media berita *online* (Tosepu et al., 2020).

Media *online* menjadi objek kajian teori media baru (*new media*), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja, di mana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi *real-time* (Salsabila & Kusumastuti, 2021). Media berita daring (*online*) menjadi salah satu opsi sumber informasi terbaharukan yang aktual dan faktual meskipun tidak semua situs laman berita daring merupakan situs berita resmi dan terpercaya. Terdapat beberapa situs laman berita daring di Indonesia, sebut saja Kompas.com dan Tempo.co (Romli, 2012).

Saat situasi pandemi seperti sekarang, Kompas.com dan Tempo.co menjadi opsi laman berita daring aktual dan terpercaya di Indonesia yang

menyebarkan informasi-informasi berkaitan dengan Covid-19 (Pujarama, 2021). Akan tetapi, fokus kedua media tersebut dalam proses pemberitaan dapat berbeda. Hal ini didasari pada cara kedua media tersebut melakukan *framing* kepada topik utama yang akan diberitakan. *Framing* adalah sebuah bingkai atau potret yang menjadi pembatas informasi yang nantinya akan dipilih dan difokuskan kepada kunci elemen informasi yang terkandung didalamnya dan dapat menarik perhatian massa (Pinontoan & Wahid, 2020).

Menurut Karman (2018), *framing* akan mempengaruhi cara sebuah informasi atau kisah diberitahukan dan hal tersebut akan mempengaruhi cara publik mempersepsikan informasi tersebut berdasarkan pemahaman mereka. Menurut Sendjaja (2017), teori agenda *setting* menekankan pada media massa akan mengangkat sebuah isu, peristiwa, atau fenomena sebagai wacana publik. Publik cenderung lebih mengetahui isu yang diangkat oleh media massa dan lebih memerhatikan apa yang disampaikan oleh media massa, berdasarkan arah yang telah dimaksud atau dikonstruksikan oleh media massa (Riady, 2021). Penggunaan media *online* sebagai media yang dapat memberikan informasi kepada masyarakat luas memang sangat penting di era sekarang (Fong & Ishak, 2014). Hal ini memudahkan pembaca untuk mengetahui perkembangan yang ada, seperti sejak pandemi Covid-19 yang menjadikan semua orang bekerja dari rumah, hanya bisa melihat sekitar atau informasi melalui media *online*.

Media *online* berpengaruh penting seperti penelitian yang relevan, yaitu berjudul *Dekonstruksi Citra Politik Jokowi dalam Media Sosial* diteliti oleh Rasmulyadi & Hanny (2018). Penelitian tersebut menggambarkan ruang media sosial citra politik Jokowi berupaya didekonstruksi dan dicitrakan sebagai sosok yang tidak kompeten sehingga penggunaan media sosial menjadi saluran bagi kontestasi dan perebutan citra politik (Indrananto, 2017). Penelitian sebelumnya yang relevan terkait analisis *framing* model Robert N. Entman untuk mengetahui pembingkai berita pada penelitian yang berjudul *Analisis Framing Pemberitaan Portal Berita Media Online Mediaindonesia.com dan Beritasatu.com dalam Debat Pilpres Putaran Pertama* diteliti oleh (Sapulette et al., 2019) menjelaskan tentang pemberitaan Mediaindonesia.com dan Beritasatu.com. Mediaindonesia.com memberikan kesan positif pada pasangan Jokowi-Amin dan kesan negatif bagi pasangan Prabowo-Sandi, serta Beritasatu.com terlihat lebih netral dibandingkan dengan

Mediaindonesia.com.

Media lainnya yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, yakni *Analisis Framing Pemberitaan Media Online CNN Indonesia.Com Dan Tirto.Id Mengenai Kasus Pandemi Covid-19* diteliti oleh Naqqiyah (2020) yang membahas mengenai kasus pandemi covid-19 di media *online*. Hasilnya media *online* CNN Indonesia.com pada struktur sintaksisnya lebih menekankan opini positif di muka *public*, sedangkan di tirto.id di dalam keseluruhan strukturnya lebih menekankan pada peran tenaga medis sehingga membuka pikiran khalayak untuk tetap tenang dan waspada. Penelitian sebelumnya yang relevan berjudul *Analisis Framing Media Online Tentang Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Covid-19 Pada Media Online Tribun News.com dan Kepri.co.id Edisi Bulan Maret s/d Juni 2020)* oleh Fadli et al., (2021) dengan analisis *framing* dengan metode Zhondang Pan dan Gerald M.Kosicki. Penelitian ini berfokus pada media tribunnews.com dan wartakepri.co.id dalam pembingkai berita covid 19 yang terjadi di bulan maret-juni 2020, akan tetapi setelah diteliti melalui sintaksis, skrip, tematik dan retorik terlihat jika tribunnews.com dan wartakepri.co.id saling memberikan perbedaan mengenai bagai cara mengontruksi atau *frame* berita mengenai Pandemi covid-19. Selain itu, sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu untuk melakukan analisis pembikaian berita online terkait covid-19. Hal ini relevan dengan Penelitian yang berjudul *Objektivitas Berita Pada Media Dalam Jaringan (Analisis Isi Berita Pemilihan Gubernur DKI Jakarta pada Detiknews selama Masa Kampanye Periode I)* diteliti oleh Vience Mutiara Rumata, (2017) karena penelitian ini menggunakan penyajian fakta yang lengkap unsur 5W+1H yang tinggi dalam pemberitaannya.

Berdasarkan referensi-referensi penelitian di atas, peneliti mendapatkan gambaran mengenai berbagai analisis *framing* dari media *online* yang dilakukan pembingkai dengan membandingkan dua media. Berdasarkan penelitian terdahulu, ditemukan adanya persamaan dengan penelitian terdahulu. Persamaan yang ditemukan oleh peneliti adalah topik analisis isi dibahas dan diulas dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan asumsi hasil yang diharapkan bahwa:

1. Analisis isi dilakukan untuk menginterpretasikan isi pesan atau konten pesan
2. Analisis isi menjadi pisau bedah dalam menjawab kecenderungan arah isi pesan yang disampaikan
3. Proses komunikasi yang dilakukan harus dengan mempertimbangkan konten pesan yang disampaikan dan situasi yang memungkinkan

untuk menyampaikan pesan terkait.

Setelah memahami lebih lanjut penelitian terdahulu, analisis *framing* dengan berbagai teori dan model digunakan dalam membingkai pemberitaan dari media *online*. Penelitian yang dilakukan terdapat perbedaan dengan penelitian sebelumnya karena peneliti menggunakan dua media yang berbeda, yaitu media Kompas.com dan Tempo.co mengenai pemberitaan vaksin Covid-19 Oxford-AstraZeneca. Dalam hal ini terdapat tantangan dalam pemberitaan media *online* karena masyarakat dapat dengan mudah mendapat informasi secara cepat sehingga dampaknya masyarakat menjadi khawatir dengan pemberitaan yang ada. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji penelitian yang berjudul “Analisis *Framing* Pemberitaan Vaksin Covid-19 Oxford-Astrazaneca Di Indonesia (Studi Pada Pemberitaan Media Kompas.Com & Tempo.Co Tanggal 14-30 Juni 2021)”. Dengan dilakukannya analisis *framing* tersebut, dapat membingkai informasi terkait suatu fenomena dan pembedaan yang disoroti serta dipublikasikan secara intens agar membentuk persepsi pada para penerima informasi.

METODE

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif agar peneliti memperoleh gambaran terhadap suatu fenomena berdasarkan kaidah keilmuan yang mendukung topik penelitian. Kemudian, jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis isi (*content analysis*) (Sugiyono, 2019). Penelitian menemukan objek penelitian yaitu saluran media baru resmi dari media *online* Kompas.com dan Tempo.co. Media baru resmi tersebut ditentukan dari *platform* portal berita Kompas.com dan Tempo.co yang melakukan unggahan-unggahan yang berkaitan dengan pemberitaan vaksin Covid-19 Oxford-AstraZeneca. Untuk memudahkan proses pengutipan objek penelitian, peneliti membatasi unggahan berita yang hanya di *publish* pada tanggal 14—30 Juni 2021. Adapun klasifikasi dari media *online* portal berita Kompas.com dan Tempo.co dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Klasifikasi media *online* portal berita

Nama Media	Objek Penelitian	Periode Waktu Objek Penelitian	Jumlah Objek Penelitian
Kompas.com	Publikasi Berita beserta Isinya	14-30 Juni 2021	10 Artikel berita
Tempo.co			7 Artikel berita

Pada objek penelitian ini, sampel penelitian yang akan diteliti oleh peneliti adalah *Headline* (judul artikel berita) & *Content* (isi artikel berita). Keduanya kemudian akan dibuatkan sebuah *Summary* (ringkasan dari keseluruhan berita) untuk mengetahui kemana arah pembedaan berita tersebut terhadap fenomena yang diangkat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menganalisis hasil penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan cara mencari, mengetahui, dan memahami bagaimana maksud serta arah pesan yang disampaikan kepada publik berdasarkan bingkai informasi yang dimuat oleh media massa pemberitaan vaksin Covid-19 Oxford-AstraZeneca di Indonesia (Studi Pada Pemberitaan Media Kompas.com & Tempo.co) yang dilakukan dari tanggal 14—30 Juni 2021. Bentuk kerapuhan kedua media *online* tersebut di kemas dalam sebuah konstruksi sosial yang mengharuskan wartawan mengolah fakta dan informasi agar tetap sejalan dengan ideologi yang di pegang oleh masing-masing media mereka.

Media sebagai tempat yang memberikan informasi yang dapat mempengaruhi khalayak berdasarkan isu-isu tertentu. Berita-berita yang dimuat oleh media *online* Kompas.com dan Tempo.co mengenai pemberitaan sekitar vaksinasi Covid-19 yang bertebaran di masyarakat Indonesia, bahkan seluruh dunia. Adapun penyajiannya sesuai dengan berita yang terkait sehingga peneliti berusaha menelaah bagaimana pembedaan berita tersebut, seperti yang akan dibahas mengenai pemberitaan vaksin Covid-19 Oxford-AstraZeneca di Indonesia pada portal berita Kompas.com dan Tempo.co. Hal yang kita ketahui infeksi virus menyebar hampir seluruh dunia dengan cepat termasuk wilayah Indonesia sehingga berkembang vaksin sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut. Kritik media dan publik berfokus pada satu hal, yaitu transaksi informasi menjadi salah satu kunci penting dalam penanganan pandemi yang menyebar cepat, informasi juga dapat menyebar dengan cepat, dan terkadang menyebabkan disinformasi.

Dari sejumlah data yang dianalisis, dapat dijelaskan bahwa sepanjang bulan Juni, media massa mempublikasikan berita tentang vaksinasi masyarakat yang dimulai sejak awal Juni 2021. Munculnya sejumlah fenomena KIPI terhadap vaksinasi Covid-19 membuat media menyoroti jenis-jenis vaksin yang berlaku di masyarakat, salah satunya adalah vaksin Covid-19 Oxford-AstraZeneca asal Inggris.

Penyorotan KIPI vaksin Oxford-AstraZeneca yang dinilai cukup berat dan muncul anggapan di tengah publik bahwa vaksin Oxford-AstraZeneca menjadi salah satu vaksin yang dihindari dan ditakuti oleh masyarakat karena beratnya KIPI yang dapat terjadi.

Fenomena ini menjadi bahan peliputan tersendiri untuk media-media massa di Indonesia, tidak terkecuali dua media massa *online* besar, yaitu Tempo.co dan Kompas.com. Peliputan terkait Tempo.co menggugah tujuh berita yang membahas mengenai vaksin selama Juni 2021, sedangkan Kompas.com menggugah sepuluh berita.

Kedua media menggambarkan secara pengamatan dari keseluruhan permedia didapatkan adanya *frame* yang berbeda dari Kompas.com dan Tempo.co. Kompas cenderung menggambarkan berita terkait efektifnya vaksin Oxford-AstraZeneca, salah satunya mengenai efektivitas vaksin tersebut dalam melawan varian virus Covid-19 yang dibesarkan oleh media dapat menjadi kekuatan media Kompas ini. Untuk melihat bagaimana media Kompas menyoroiti fenomena efektivitas vaksin Oxford-AstraZeneca yang terjadi berdasarkan pemilihan katanya, dapat kita lihat pada penggalan kalimat dalam salah satu artikel Kompas dibawah ini yang masih berkaitan sebagai berikut: "Dalam laporan tersebut dikatakan bahwa dua dosis vaksin AstraZeneca dapat mencegah risiko rawat inap karena varian Delta sampai 92 persen. Selain itu, tidak ada kematian di antara mereka yang divaksinasi" (Berita Kompas 16 Juni 2021, 12:30 WIB). Berita Kompas (19 Juni 2021, 09:31 WIB) yang menyebutkan bahwa "Data terbaru dari Kesehatan Masyarakat England (PHE) menunjukkan vaksin Covid-19 AstraZeneca efektif terhadap varian yang jadi perhatian WHO".

Sama dengan media Kompas, Tempo dalam penulisannya dalam memberitakan berita terkait vaksin Oxford-AstraZeneca yang efektif terhadap virus Covid-19. Berikut pembedaan informasi dari media Tempo yang dapat dilihat dalam teks beritanya pada tanggal 23 Juni 2021 Pukul 14:00 WIB seperti dibawah ini: "Vaksin AstraZeneca efektif terhadap varian Covid-19 Delta dan Kappa, yang pertama kali diidentifikasi di India. Pekan lalu, analisis oleh *Public Health England* (PHE) menunjukkan bahwa vaksin yang dibuat oleh AstraZeneca menawarkan perlindungan tinggi lebih dari 90% terhadap rawat inap dari varian Covid-19 Delta".

Dari kedua media melakukan pembedaan yang sama yaitu mengenai efektivitas vaksin Covid-19 Oxford-AstraZeneca. Peneliti menemukan secara keseluruhan bahwa setelah dibandingkan terhadap

kedua media *online* tersebut, dalam berita yang disajikan oleh Kompas.com memiliki karakter dengan selalu menyajikan kutipan hasil wawancara dengan narasumber serta membingkai berita atau artikel yang ada mengenai beberapa hal yang positif, *fun*, dan membangun persepsi yang baik dari masyarakat.

Selain itu, media Kompas.com memiliki sifat kebahasaan yang cenderung *persuasive*, dan mengajak pembacanya, tersaji dalam *headline* berita tentang Gejala pembekuan darah yang jarang terjadi akibat vaksin AstraZeneca. Dapat dilihat pada kalimat yang disajikan dalam berita tersebut yang menyebutkan mengenai "Berikut adalah beberapa gejala dari adanya pembekuan darah yang patut diwaspadai meliputi sakit kepala yang hebat kadang disertai dengan gangguan penglihatan, mual muntah, gangguan berbicara bisa juga dijumpai nyeri dada, sesak napas, pembengkakan pada kaki, kadang juga nyeri perut. Selain itu, Prof Zullies menghimbau jika terdapat gejala-gejala demikian, segera saja mencari bantuan medis" (Berita Kompas tanggal 23 Juni 2021 Pukul 08:05 WIB).

Dalam menyajikan fakta berita Kompas.com lebih memilih tidak menggunakan foto kronologi kejadian dan menggunakan ilustrasi gambar. Selain itu, berita dari Tempo.co berita yang diinformasikan sangat singkat, tidak menampilkan gambar atau ajakan kepada pembaca dan sukar untuk pembaca memahami inti dari pemberitaan tersebut. Dari kedua media tersebut dapat membentuk persepsi publik dari berita atau informasi yang mereka terima karena informasi tersebar secara tidak terkontrol baik di media *online*. Pemberitaan media menjadi sangat penting dalam menentukan langkah penanganan selanjutnya.

Berita Kompas.com dan Tempo.co mempunyai tujuan untuk memiliki pengaruh terhadap bagaimana isu dalam berita dikemas untuk mudah dipahami oleh khalayak. Secara sintaksis *framing* pemberitaan Kompas.com dilihat dari *headline*, *lead*, kutipan, serta penutup, pembedaan sintaksis dari media Kompas.com memuat tentang efektivitas vaksin Oxford-AstraZeneca, pembaruan penelitiannya yang memuat *pro* dan *kontra* untuk dikonsumsi, serta mengenai informasi yang membangun terkait kewaspadaan yang harus dilakukan masyarakat.

Selain itu, pemberitaan Tempo.co pembedaan sintaksisnya yaitu gejala yang timbul dari pemberian vaksin tersebut sampai dengan memuat tentang penelitian vaksin Oxford-AstraZeneca yang sebenarnya layak untuk dikonsumsi dan sebaiknya dilaksanakan oleh masyarakat. *Framing* pemberitaan Kompas.com terlihat lebih menyarankan agar hati-

hati dalam konsumsi vaksin tersebut.

Secara keseluruhan hasil analisis *framing* dapat dikatakan bahwa media mengarahkan perhatian publik kepada tema tertentu pilihan jurnalis yang mengakibatkan khalayak membuat keputusan apa yang dipikirkan. Adanya proses *framing* tersebut yang pada akhirnya akan membuat bagian informasi tersebut akan lebih mudah dikenal atau melekat pada masyarakat. Aspek-aspek tersebut yang nantinya juga menentukan berhasil atau tidaknya penanaman informasi melalui kontruksi sosial dan terjadilah efek *framing* di masyarakat.

Jika diamati kembali, media berupaya memberikan pemberitaan yang objektif, sehingga kecepatan situs berita *online* dalam memberikan informasi atau persepsi yang cepat kepada masyarakat. Media Kompas.com cenderung memberikan informasi sesuai dengan realitas sebenarnya yang terjadi dibuktikan dengan hasil wawancara dan pernyataan dari berbagai pihak. Upaya ini dapat mengajak pembaca agar bisa melihat realitas sosial dengan realitas media sebagai medium pemberitaan.

Media Tempo.co memberikan informasi yang tidak dibuktikan dengan hasil wawancara, namun menginformasikan terkait gejala vaksin Oxford-AstraZeneca yang sama dengan berita Kompas diatas. Seperti dalam berita mengenai efek samping vaksin AstraZeneca yang perlu diketahui oleh pembaca seperti pada berita tanggal 21 Juni 2021 Pukul 14.06 WIB mengatakan bahwa gejala yang identik dengan pengaruh vaksin AstraZeneca di antaranya sakit kepala yang hebat, kadang disertai dengan gangguan penglihatan, mual, muntah, dan gangguan berbicara. Selain itu, gejala lain yang bisa dijumpai adalah nyeri dada, sesak napas, pembengkakan pada kaki atau nyeri perut. Kadang dijumpai lebam di bawah kulit.

Hal ini memberikan kesan atau temuan *framing* karena memberikan informasi yang saling melengkapi sebagai kekuatan dari kedua media tersebut. Hal itu dimaksudkan mengetahui bagaimana peran media massa *online* yang berdampak terhadap pemahaman khalayak terkait vaksin Oxford-AstraZeneca di Indonesia. Seperti dalam berita mengenai efek samping vaksin AstraZeneca yang perlu diketahui oleh pembaca seperti pada berita tanggal 21 Juni 2021 Pukul 14.06 WIB mengatakan bahwa "Gejala yang identik dengan pengaruh vaksin AstraZeneca di antaranya sakit kepala yang hebat, kadang disertai dengan gangguan penglihatan, mual, muntah, dan gangguan berbicara. Selain itu, gejala lain yang bisa dijumpai adalah nyeri dada, sesak napas, pembengkakan pada kaki atau nyeri perut. Kadang dijumpai lebam di

bawah kulit. Hal ini memberikan kesan atau temuan *framing* karena memberikan informasi yang saling melengkapi sebagai kekuatan dari kedua media tersebut untuk mengetahui bagaimana peran media massa *online* yang berdampak terhadap pemahaman khalayak terkait vaksin Oxford-AstraZeneca di Indonesia.

Dari kedua media berita *online* tersebut mbingkai berita yang terus-menerus menjadi sorotan karena media massa memberikan perhatian pada berita tertentu dan mengabaikan berita yang lainnya untuk memengaruhi pendapat publik. Hal ini sesuai dengan teori yang digunakan yaitu teori agenda *setting* bahwa teori ini menghubungkan kemungkinan terjadinya efek yang dapat mempengaruhi pendapat atau opini publik sehingga tidak hanya memperhatikan terhadap berita yang menjadi prioritas, tetapi juga mempelajari seberapa penting media massa memprioritaskan topik tersebut (Agustina, 2017:227). Hal itu membuat masyarakat belajar mengenai isu apa yang terjadi dan seberapa penting informasi tersebut. Pada hasil wawancara diatas adanya keraguan dalam penggunaan vaksin Oxford-AstraZeneca terkait berita pasien meninggal setelah divaksin yang mengalami pembekuan darah. Adanya pemberitaan yang ada membuat masyarakat untuk menemukan sebuah informasi yang penting untuk dipahami. Oleh karena itu, sesuai dengan hasil wawancara diatas bahwa masyarakat menemukan informasi mengenai efektifitas vaksin Oxford-AstraZeneca, gejala yang terjadi, dan berbagai dampak yang dapat ditimbulkan didapat dengan mudah melalui internet, media massa *online* dan TV.

Pemberitaan melalui media massa *online* ini sangat berpengaruh besar terhadap persepsi masyarakat. Perubahan teknologi, kemajuan ilmu pengetahuan dan informasi, telah menciptakan saling ketergantungan yang luar biasa antara publik dan media. Hal ini berhubungan dengan peran *Public Relations*, menurut Jefkins Frank, (2015), seorang PR berperan untuk mengantisipasi setiap perubahan yang mungkin saja berdampak negatif terhadap lembaga/perusahaan. Dalam hal ini, PR haruslah pandai dalam mengawasi setiap tindakan publik (pemonitoring) dan mengevaluasi (pengevaluasi) semua kegiatan yang berhubungan dengan publik. Pada tahapan evaluasi ini dilakukan perbaikan-perbaikan untuk menciptakan citra yang baik antara publik terhadap lembaga/perusahaan dan dapat memengaruhi perspektif publik serta membentuk opini publik sesuai dengan keinginan lembaga/perusahaan tersebut.

Sehingga perlu diketahui pesan dari informasi

tersebut sesuai dengan tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan memahami bagaimana maksud dan arah pesan yang disampaikan kepada publik, berdasarkan pbingkai informasi yang dilakukan oleh media massa terkait dalam suatu hal, dalam hal ini adalah vaksin Covid-19 Oxford-AstraZeneca di Indonesia melalui dua media massa. Kompas.com dan Tempo.co bahwa media sudah menjadi kewajiban bentuk informasi dalam masyarakat untuk menyebarkan sebuah berita dengan sebenar-benarnya tanpa ada tendensi apapun. Hal tersebut guna berjalannya masyarakat yang sehat dan sebagai bentuk partisipasi media demi kemajuan bangsa. Media massa tersebut melakukan korelasi yang signifikan antara isu yang diangkat oleh media baik media sosial maupun media massa dengan isu yang dianggap penting oleh publik.

Dengan kelebihan media *online* yang sangat efisien dalam segi kecepatan dan kemudahan mengakses sebuah informasi, seperti berita-berita dari Kompas.com dan Tempo.co. Bentuk efisiensi ini dimanfaatkan oleh kedua media massa *online* yang peneliti ambil, sebagai medium untuk menyebarluaskan ideologi media massa dan kepentingan yang lebih spesifik dari mereka, yaitu membangun persepsi tertentu terhadap suatu realitas atau fenomena yang terjadi, dilihat dari bagaimana media terkait membangun struktur informasi tertentu agar dapat membentuk persepsi dan keputusan pembaca ke arah yang diinginkan. Berdasarkan dari latar struktur informasi berita yang ditampilkan oleh berita-berita tentang vaksin Covid-19 Oxford-AstraZeneca di kedua media, berita-berita Kompas.com menunjukkan informasi yang lebih detail dan mengajak pembaca untuk menekankan nilai-nilai kewaspadaan terhadap objek yang dipublikasikan dari laman berita ini. Berbeda dengan Kompas.com, berita-berita Tempo.co menyajikan sedikit informasi yang disampaikan sehingga pembaca kurang dapat memahami informasi yang disampaikan secara keseluruhan.

Seperti yang telah dibahas sebelumnya mengenai pbingkai media Kompas.com dan Tempo.co yang memberikan informasi bahwa kedua media tersebut, terkesan memberikan informasi yang saling melengkapi. Media Kompas.com memberikan kekuatan terhadap berita efektivitas vaksin Oxford-AstraZeneca, sedangkan berita tempo.co memberikan informasi mengenai gejala atau dampak dari penggunaan vaksin Oxford-AstraZeneca. Dengan adanya efek pada media ini, memperlihatkan hubungan kedua media yang saling berkaitan.

Adanya perkembangan informasi yang secara cepat maka untuk menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara media dengan publiknya sesuai dengan fungsi *Public relation (PR)*. Menurut Kriyantono dalam Prasty (2016), fungsi utama PR sebagai upaya untuk menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (*opini publik*) yang menguntungkan lembaga organisasi atau media tersebut. Persepsi dari kedua media yang muncul yaitu terkait komunikasi timbal balik (*two ways traffic communications*) antara media dengan publik yang menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya citra positif. Hal ini sangat erat kaitannya dengan pembentukan opini publik dan perubahan sikap dari masyarakat (Prasty, 2016).

SIMPULAN

Dari perbandingan kedua media setelah melalui analisis framing jelas ditemukan adanya perbedaan dalam penyajian pemberitaannya. Kompas.com membingkai Vaksin Oxford-AstraZeneca dengan menyebutkan mengenai efektivitasnya yang mencapai 92% dalam melawan varian virus delta. Selain itu, Tempo.co menyebutkan mengenai gejala dan bahaya dari penggunaan vaksin Oxford-AstraZeneca serta mengenai bahayanya virus Covid-19 varian delta. Pengemasan berita ini dalam berita yang disajikan oleh Kompas.com memiliki karakter dengan selalu menyajikan kutipan hasil wawancara dengan narasumber serta membingkai berita atau artikel yang ada mengenai beberapa hal yang positif dan membangun persepsi yang baik dari masyarakat.

Pembedahan berita yang dilakukan oleh Kompas.com secara sintaksis *framing* memuat tentang rencana vaksin Oxford-AstraZeneca, pembaruan penelitiannya yang memuat pro dan kontra untuk di konsumsi. Selain itu, pemberitaan tempo.co vaksin Oxford-AstraZeneca yang sebenarnya layak untuk dikonsumsi dan sebaiknya dilaksanakan oleh masyarakat. Adanya pbingkai dari kedua media tersebut dapat membentuk persepsi pembaca mengenai vaksin Oxford-AstraZeneca karena terdapat korelasi yang signifikan antara isu yang diangkat oleh media baik media sosial maupun media massa dengan isu yang dianggap penting oleh publik.

Media Kompas.com dan Tempo.co konsisten mendukung masyarakat untuk melakukan vaksinasi vaksin Covid-19, terutama vaksin yang saat itu dikhawatirkan adalah vaksin Oxford-AstraZeneca. Kedua media memberitakan bahwa vaksin Oxford-Astrazeneca aman untuk digunakan yang dapat dilihat

dari bagaimana kedua media membingkai informasi yang lebih spesifik terkait keunggulan vaksin Oxford-Astrazanece, yaitu tingkat efikasi di atas 90 persen. Hal ini yang kemudian menjadi sorotan agar masyarakat percaya bahwa vaksin Oxford-Astrazanece benar-benar aman untuk digunakan dan unggul dari segi tingkat efikasinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, A. (2021). Resilien Terhadap Pandemi Covid-19: Analisis Terhadap Konten Youtube Tentang Kesehatan, Ekonomi, Dan Sosial. *Ikomik: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 1(2), 85–93.
- Fadli, K., Haryati, Novita, P., & Setiawan. (2021). Nalisis Framing Media Onlinetentang Pandemi Covid-19(Studi Kasus Covid-19 Pada Media Online Tribun News.Com Dan Kepri.Co.Id Edisi Bulan Maret S/D Juni 2020). *Jurnal Purnama Berazam*, 2(2).
- Fong, Y. L., & Ishak, M. S. A. (2014). Framing Interethnic Conflict In Malaysia: A Comparative Analysis Of Newspapers Coverage On The Keris Polemics. *Ethnicities*, 14(2), 252–278. <https://doi.org/10.1177/1468796813482310>
- Indrananto, C. (2017). Dramaturgi Dalam Komunikasi Politik Walikota Solo Joko Widodo. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 1(2). <https://doi.org/10.7454/Jki.V1i2.7817>
- Jefkins Frank. (2015). *Pengantar Public Relations*. Erlangga.
- Karman, K. (2018). Media Massa Dan Konstruksi Realitas (Analisis Framing Terhadap Pemberitaan Skb Menteri Tentang Ahmadiyah Di Indonesia Pada Surat kabar Harian Suara Pembaruan Dan Republika). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 17(2), 173. <https://doi.org/10.31445/Jskm.2013.170205>
- Nani, R. R., & Sensusiyati. (2021). Vaksin Covid 19 Di Indonesia : Analisis Berita Hoax. *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(7).
- Naqqiyah, M. S. (2020). Analisis Framing Pemberitaan Media Online Cnn Indonesia.Com Dan Tirto.Id Mengenai Kasus Pandemi Covid-19. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian Dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 3(01), 18–27. <https://doi.org/10.33367/Kpi.V3i01.1483>
- Narayana Mahendra Prastya. (2016). Analisis Framing Dalam Riset Public Relationsns. *Informasi Kajian Ilmu Komunikasi*, 46(2).
- Pinontoan, N. A., & Wahid, U. (2020). Analisis Framing Pemberitaan Banjir Jakarta Januari 2020 Di Harian Kompas.Com Dan Jawapos.Com. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 12(1), 11–24. <https://doi.org/10.23917/Komuniti.V12i1.992>
- Pujarama, W. (2021). The Urge To Hustle: Narratives Of Mediated Higher Degree Learning Interaction Among University Students During Covid-19 Pandemic. *Ikomik: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.33830/Ikomik.V1i1.1883>
- Rachmat Kriyantono. (2014). *Teori Public Relations Perspektif Barat Dan Lokal Aplikasi Penelitian Dan Praktik*. Kencana.
- Riady, Y. (2021). Perilaku Pencarian Informasi Dan Literasi Kesehatan Digital Mahasiswa Universitas Terbuka Yang Terpapar Covid-19. *Ikomik: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 1(2), 57–78. <https://doi.org/10.33830/Ikomik.V1i2.2046>
- Romli. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Nuansa Cendikia.
- Rusmulyadi, & Hanny, H. (2018). Dekonstruksi Citra Politik Jokowi Dalam Media Sosial. *Profesi Humas*, 3(1).
- Salsabila, S., & Kusumastuti, F. (2021). Framing Media Tentang Influencer Sebagai Jaringan Informasi Pemerintah. *Ikomik: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 1(2), 116–123. <https://doi.org/10.33830/Ikomik.V1i2.2451>
- Sapulette, B. C., Setyanto, Y., & Winduwati, S. (2019). Analisis Framing Pemberitaan Portal Berita Media Online Mediaindonesia.Com Dan Beritasatu.Com Dalam Debat Pilpres Putaran Pertama. *Koneksi*, 3(1), 126. <https://doi.org/10.24912/Kn.V3i1.6155>
- Sasa Djuasa Sendjaja. (2017). *Teori Komunikasi, Universitas Terbuka*. Universitas Terbuka.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Tosepu, R., Gunawan, J., Effendy, D. S., Ahmad, L. O. A. I., Lestari, H., Bahar, H., & Asfian, P. (2020). Correlation Between Weather And Covid-19 Pandemic In Jakarta, Indonesia. *Science Of The Total Environment*, 725, 138436. <https://doi.org/10.1016/J.Scitotenv.2020.138436>
- Vience Mutiara Rumata. (2017). Objektivitas Berita Pada Media Dalam Jaringan (Analisis Isi Berita Pemilihan Gubernur Dki Jakarta Pada Detiknews Selama Masa Kampanye Periode I). *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 3(4).