

# Realitas Pembelajaran Tatap Muka 100% Dalam Konstruksi Berita Media

*by Christopher Chandra*

---

**Submission date:** 13-Oct-2023 06:01AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2193989625

**File name:** Realitas\_pembelajaran\_tatap\_muka\_Christopher-FIKOM.pdf (31.21M)

**Word count:** 5922

**Character count:** 37432

## **Realitas Pembelajaran Tatap Muka 100% Dalam Konstruksi Berita Media**

Christopher Chandra<sup>1</sup>, Putra Aditya Lapalelo<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

<sup>1,2</sup>Kalisari Selatan Nomor 1 Kalisari, Pakuwon City, Mulyorejo, Surabaya, Jawa Timur 60112, Indonesia

<sup>1</sup>christopher@ukwms.ac.id <sup>2</sup>Putra.aditya@ukwms.ac.id

### Abstrak

Pemerintah mengeluarkan regulasi Pembelajaran Tatap Muka 100% (PTM 100%) ditengah kemunculan kasus varian baru Covid 19, kontroversi ini membuat masyarakat dan media berdialektika. Penelitian ini berfokus pada bagaimana media menggunakan perangkat media sosial untuk membangun bingkai tentang dialektika regulasi PTM 100%. Disisi lain menjawab pertanyaan bagaimana proses bingkai dilakukan dalam media Instagram. Dengan keunggulan dan keterbatasan media sosial, ada dugaan bahwa jurnalistik profesional media konvensional harus membangun tata kelola pembingkai dan seleksi isu yang mungkin berbeda dengan cara kerja media konvensional, ketika menerbitkan konten berita di instagram. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan model framing Gamson dan Modigliani (1989), penelitian ini melihat 5 akun berita yang dikelola oleh korporasi media, yakni Detik, Merdekadotcom, JPNN, Kompas, dan Tempo. Hasilnya ditemukan bahwa beberapa media punya kecenderungan tidak memihak dalam kasus PTM 100%, beberapa media mencoba menjadi "suara rakyat" dan "mengkritisi" pemerintah dalam kasus PTM 100%. Media mencoba menjaga perannya sebagai agen kontrol sosial di kasus PTM 100%, disisi lain memastikan bahwa identitas dan bisnis media tetap berjalan dengan memanfaatkan Instagram untuk membangun relasi dengan generasi baru pembaca berita. Penelitian ini membantu menjelaskan bagaimana teori klasik pembingkai berita, dimanfaatkan dalam konten berita yang lebih modern, dan bagaimana proses pembingkai berubah dari yang sangat tekstual, menjadi sangat visual.

**Kata-kata Kunci:** *PTM 100%; Bingkai Berita; Berita Sosial Media; Instagram*

Diterima: 07-07-2022

Disetujui: 24-12-2022

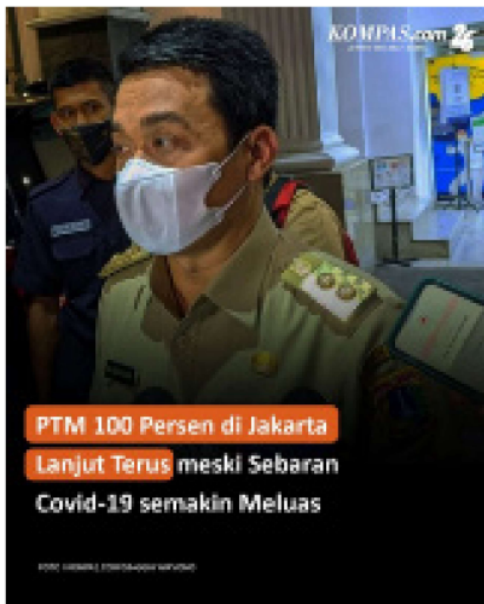
Dipublikasikan: 31-12-2022

## **The Reality of 100% Onsite Learning Constructed in News Media**

### Abstract

*The government issued a 100% face-to-face learning regulation (100% Onsite Learning) in the midst of the emergence of new variant cases of Covid 19. This controversy made the public and the media have a dialectic. This study focuses on how the media use social media tools to build a frame about the dialectic of 100% Onsite Learning regulation. On the other hand, it answers the question of how the frame process is carried in Instagram media. With the advantages and limitations of social media, there is an assumption that conventional media professional journalism must develop governance of framing and selection of issues that may be different from the way conventional media works, when publishing news content on Instagram. Using a qualitative descriptive method, with Gamson and Modigliani's (1989) framing model, this study looked*

**Gambar 1** Berita sosial media (social media news) di Instagram tentang PTM saat Omnicron melanda Indonesia



Sumber : Instagram Resmi Media Kompas.com dan Detik.

Saat ini, salah satu media yang populer digunakan adalah Instagram. Di Indonesia misalnya, catatan napoleon

cat menunjukkan bahwa terdapat 91 juta pengguna aktif Instagram pada tahun 2021. Bila dicermati Instagram dimanfaatkan dalam banyak cara sebagai media untuk menampilkan gambar pribadi, media periklanan, hingga yang populer akhir-akhir ini adalah sebagai media berita (Larsson, 2017) Dilihat dari perspektif medianya, Berita di Instagram berbeda dengan berita di media konvensional atau bahkan berita di media online. Berita media konvensional mengacu pada teks atau tayangan berita yang ditampilkan di media konvensional seperti media cetak (koran, majalah, tabloid), dan elektronik (Radio dan Televisi).

Sedangkan media online mengacu pada berita yang ditampilkan di situs world wide web (www) milik media (bahkan terkadang situs berita milik media konvensional). Sedangkan berita di Instagram mengacu pada karya jurnalistik yang ditulis oleh wartawan, namun ditampilkan di sosial media, milik sebuah korporasi media (Adornato, 2017; Carlson, 2018; Larsson, 2017) Mudahnya kita bisa melihat bahwa Kompas memiliki siaran TV dan Koran Kompas, memiliki portal berita Kompas.com, dan punya sosial media Instagram Kompascom.

Meskipun ketiganya tentu berjalan dalam standar koorprasi media dan standar jurnalistik berita (Adornato, 2017; Carpenter, 2010; Vos, Eichholz, & Karaliova, 2019), cara penyajian tentu berbeda. cara penyajian biasanya disesuaikan dengan kebutuhan segmentasi jenis medianya, di Instagram konten berita dibuat lebih menarik, mengutamakan desain bergambar, dan caption yang ringkas namun informatif (Larsson, 2017). Tentunya akan sangat

Gamson, 1989; Gamson & Modigliani, 1989; Hallin, 2005; Nossek & Berkowitz, 2006; Pan & Kosicki, 1993; Shoemaker & Reese, 2013). Hal-hal seperti ini - dan masih banyak lagi - yang membuat berita tidak lagi gambaran utuh realitas, berita adalah pecahan-pecahan informasi, sebuah sudut pandang terhadap realitas, Berita adalah Bingkai dari realitas.

Analisa terhadap bingkai berita, telah menjadi fokus banyak ahli media sejak dahulu, mereka berargumentasi bahwa pembingkai adalah cara wartawan bahkan media meletakkan perspektif nilai dan idealisme mereka terhadap peristiwa yang berlangsung (Gamson, 1989; Hallin, 1986, 2005; Shoemaker & Reese, 2013). Berita yang ditampilkan oleh media pada hakikatnya memuat kepentingan media terhadap peristiwa yang diberitakan (Aristi, Janitra, & Prihandini, 2021; Eriyanto, 2002; Gamson, 1989; Gamson & Modigliani, 1989; Lecheler et al., 2015; Pan & Kosicki, 1993; Shoemaker & Reese, 2013). Kepentingan media oleh para ahli ada banyak macam, namun secara umum ada 3 poin penting yang menjadi perhatian, kepentingan tersebut adalah kepentingan sosial, kepentingan ekonomi, dan kepentingan politik (Eriyanto, 2002; Hallin, 2005; Jerónimo, Correia, & Gradim, 2022; Lecheler et al., 2015; Shoemaker & Reese, 2013; Vos et al., 2019).

Gamson & Modigliani (1989) mengemukakan bahwa media tidak bisa lepas dari nilai-nilai dan ideologinya dalam penulisan berita. Berita yang dituliskan media adalah bingkai terhadap realitas, Berita adalah "*central organizing idea or story line that provides meaning,*" berita adalah

kemasan (package) yang membungkus nilai idealisme media, disajikan seolah realitas objektif, namun faktanya memuat kepentingan media itu sendiri (Gamson, 1989; Gamson & Modigliani, 1989). Merefrensikan diri dari Gamson, Pan & Kosicki (1993) juga melihat bahwa framing adalah sebuah proses diskursus yang melibatkan organisasi media dan audiens pembaca/penonton berita. Karena adalah proses diskursus berita yang dihasilkan tidak lagi menggambarkan realitas, tetapi merupakan hasil diskursus media terhadap realitas. Singkat kata, framing melihat bahwa berita adalah proses konstruksi wartawan terhadap peristiwa, berita adalah diskursus, sebuah sandingan nilai kerja wartawan, nilai organisasi media dengan fakta objektif peristiwa.

Model analisis framing Gamson dan Modigliani berfokus pada dua perangkat utama, yaitu Framing Devices dan Reasoning Devices. (Eriyanto, 2002; Gamson, 1989; Gamson & Modigliani, 1989; Pan & Kosicki, 1993) Framing Devices lebih digunakan untuk melihat perangkat tekstual apakah yang digunakan wartawan/media untuk menekankan sebuah isu, sedangkan Reasoning Devices dipakai sebagai alat untuk mendefinisikan aspek-aspek moral pembenaran tertentu yang digunakan oleh jurnalis ketika mengkonstruksi realitas tertentu. Dalam kerangka lebih teknis, Framing Devices terdiri dari lima perangkat, yaitu: Metaphors, Catchphrases, Exemplars, Depictions, Visual images, yang menonjol digunakan untuk memberi penekanan terhadap isu. Sedangkan Reasoning Devices memiliki dua perangkat

karya jurnalistik, yang mana masuk proses *gatekeeping* di ruang kerja media (newsroom) (Heravi & Harrower, 2016; Kleemans et al., 2018; Mellado et al., 2021; Swart, Groot Kormelink, Costera Meijer, & Broersma, 2022; Vliegthart & Boukes, 2018), melalui serangkaian pertimbangan hirarkial (Jensen, 2020; Shoemaker & Reese, 2013), sebelum akhirnya tersedia di postingan feed Instagram.

Berita di Instagram *feed* dipastikan adalah bingkai media terhadap peristiwa. Namun meskipun sudah jelas merupakan bingkai, perlu dipahami bahwa alat bingkai yang digunakan masing-masing platform media tentu berbeda-beda (Chandra Sari et al., 2021; Eriyanto, 2002; Lecheler et al., 2015; Rustandi, 2020; Triandika, 2020), misalnya saja cara pembingkai yang dilakukan antara berita di televisi dan berita di surat kabar harian, meskipun ada komponen yang sama, namun terdapat juga komponen pembingkai yang lebih menonjol disatu media, dan buka menjadi alat pembingkai yang utama di media yang lain. televisi yang mengedepankan visual, tentu akan berbeda perangkat pembingkai dengan surat kabar harian yang lebih tekstual. Meskipun ada gambar di surat kabar harian, gambar di surat kabar harian tidak akan semendominasi yang ada di televisi.

Maka ketika meneliti Instagram, kita perlu datang dengan perspektif serupa, bahwa ada komponen pembingkai yang menonjol dalam feed Instagram dan tidak. untuk mendalami hal ini akan dilakukan analisis pembingkai pada 5 media massa yang beroperasi di Instagram dengan akun






resmi Instagram mereka. Kelima media massa yang dianalisis adalah Tempo, Kompas, JPNN, Merdeka.com, Detik. Kelima media yang ada di Instagram ini mewakili, bisnis besar perusahaan, dan konlomerasi media di Indonesia, yang bergerak di bidang jurnalistik dan punya sejarah panjang, sebagai media jurnalistik. Adapun hasil pembingkai kelima media, terhadap peristiwa PTM100% dilaporkan sebagai berikut.

#### Perangkat pembingkai.

Gamson dan Modigliani menjelaskan bahwa dalam membingkai peristiwa media biasanya menggunakan 4 perangkat pembingkai yakni *Metaphors*, *Catchphrases*, *Exemplar*, *Depictions* untuk, membentuk, dan menyeleksi informasi apa yang akan ada dalam *frame* berita dan mana informasi yang akan sepenuhnya dihilangkan dalam berita. (Gamson & Modigliani, 1989). Model yang dikeluarkan Gamson & Modigliani (1989), adalah model yang digunakan secara khusus untuk meneliti karya jurnalistik konvensional seperti surat kabar (daily news), majalah, atau tabloid.

Model ini kemudian diekspansi lebih jauh sebagai dampak perkembangan teknologi yang juga mempengaruhi lanskap kerja jurnalistik. sampai saat ini kita telah melihat model yang sama digunakan untuk menganalisis berita di radio, televisi, hingga media online (portal dan website) (Eriyanto, 2002; Rustandi, 2020). Maka meskipun ini adalah model pembingkai yang bisa dikatakan sangat klasik model ini terbukti masih bisa digunakan untuk menganalisis karya jurnalistik dalam

**Table 1 Perangkat Pemingkain 5 Media.**

FRAMING DEVICES	DETIK	JPNN	MERDEKADOTCOM	TEMPO	KOMPAS
Metaphors			Kemendes akan 'Jemput Bola' anak yatim	Omicron Merebak	1 PTM 100 Persen di Jakarta Lanjut Terus meski Sebaran Covid-19 makin Meluas
Catchphrases	Nadiem Sebut PTM Akan Disetop jika PPKM Kembali Level 4	Wagub Jakarta: PTM di 15 Sekolah Dihentikan.  Dia juga meminta para orang tua peserta didik untuk memastikan anak-anaknya mematuhi protokol kesehatan sebelum dan sesudah mengikuti PTM di sekolah	Pemerintah menjamin pendidikan anak yatim  Sudah Tepatkah Kebijakan Pembelajaran Tatap Muka?	Organisasi Profesi Medis Minta PTM Dievaluasi  anak-anak dan orang tua tetap diperbolehkan memilih PTM atau pembelajaran jarak jauh	1 Pembelajaran tatap muka (PTM) 100 persen di Jakarta tetap akan berlangsung seperti sedia kala meski penyebaran Covid-19 di sekolah meluas.
Exemplar	Skb hanya keluar untuk wilayah PPKM LEVEL 1 dan 2, sedangkan Level 3 dan 4 akan disetop PTM 100%	«PTM itu totalnya ini ada 19 kasus, terakhir kemarin sebelas sekolah, sekarang meningkat menjadi 15 sekolah (TUTUP). Terakhir ada 12 kasus sekarang menjadi 19 kasus, 16 siswa dan tiga guru.»	Angka pun anak yatim juga bertambah, terdata di atas 20.000 anak yatim.	Lima organisasi profesi medis meminta pemerintah mengevaluasi proses pembelajaran tatap muka (PTM) 100 persen pada kelompok usia kurang dari 11 tahun.	1 Temuan ini dikonfirmasi oleh Wakil Gubernur DKI Jakarta Ahmad Riza Patria. «Kemarin tujuh sekarang (Kamis) 10, in data yang kami terima,» kata Riza di Balai Kota DKI Jakarta, Kamis malam.
Depictions	Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset Dan Teknologi Nadiem Makarim (POWER LABEL)	Dia mewanti-wanti masyarakat untuk memperketat protokol kesehatan (prokes) dalam beraktivitas... Wakil Gubernur DKI Jakarta Ahmad Riza Patria (POWER LABEL)	Angkanya (pertumbuha anak yatim) terus bergerak.  Wakil Ketua Komisi X DPR RI, Dr.Ir Hetifah Sjaifudian (POWER LABEL)	Lima organisasi profesi medis (POWER LABEL)	Wakil Gubernur DKI Jakarta Ahmad Riza Patria (POWER LABEL)
Visual Images					

Sumber : Hasil Kelola Peneliti dari berita Instagram Kompas, Tempo, Detik, JPNN, Merdekadot-com

Hallin, (2005) yang melihat bagaimana idealisme organisasi media bekerja dalam proses produksi berita telah menyebutkan bahwa ketika media melihat situasi kontroversi ditengah masyarakat, media akan mencoba memberitakannya

“seadanya” sesuai dengan apa yang terjadi, media mengedepankan ciri objektivinya dalam situasi kontroversi, karena tidak merasa perlu berpihak ke salah satu sisi (Hallin, 2005). Di realitas PTM 100% diterbitkan dengan mengundang

Gambar 2 situasi kontroversi Vaksinisasi Anak dan PTM 100%.



Sumber : Instagram Tempo  
Sumber : Instagram Tempo

Shoemaker & Reese, (2013) dalam hirarkial model pengaruh dalam ruang kerja wartawan, telah menjelaskan bahwa pengaruh terbesar dalam seleksi dan konstruksi pesan dalam berita organisasi media datang dari “sistem sosial” dimana pengaruh sosial budaya, idealisme sosial, dan hubungan kekuasaan berperan besar dalam proses produksi berita.

Dalam konteks berita Tempo dan Kompas di akun Instagram masing-masing, konstruksi bingkai PTM 100% yang punya kecenderungan “kritis” terhadap pemerintah, datang dengan pertimbangan “idealisme kesehatan masyarakat.” Kompas, dan Tempo memahami adanya kekhawatiran masyarakat luas perihal proses pelaksanaan PTM 100% yang dirasa “belum matang” mulai dari kejelasan pelaksanaan PTM yang masih simpang siur,

persyaratan vaksinisasi anak, yang masih menimbulkan polemik karena persoalan efek samping, hingga bagaimana PTM 100% dilaksanakan saat varian Covid 19, Omnicron meningkat. Kesimpang-siuran informasi ini kemudian diikuti dengan banyaknya sebaran informasi hoaks yang makin memperburuk pandangan masyarakat terhadap pelaksanaan PTM 100%.

Kompas dan Tempo mencoba menjadi “suara rakyat” saat membingkai peristiwa PTM 100% dalam perspektif mengkritisi pemerintah. mereka mencoba mempertanyakan “kekhawatiran” masyarakat persoalan pelaksanaan PTM 100% dengan harapan bahwa pemerintah bisa kembali memperhatikan pelaksanaan regulasi tersebut, dan dengan harapan datang dengan regulasi PTM 100% yang

yang tidak memperhatikan level PPKM, akan dipandang tidak resmi dan tidak kredibel. Perihal ini, ketiga media tetap bersikap netral dengan memastikan bahwa penerapan PTM 100% harus sesuai dengan level PPKM.

Disatu sisi mereka membantu pemerintah memilah informasi resmi dan kredible disatu sisi, mereka memastikan bahwa masyarakat mendapat kualitas penuh dari penerapan PTM 100%, dari kelancaran vaksinasi, akses memilih model pembelajaran, hingga perlindungan terhadap siswa-siswi dengan memastikan bahwa PTM 100% dilaksanakan dengan tetap memperhatikan level PPKM.

Disisi lain media-media yang datang dengan perangkat pembingkai kritis, seperti Tempo dan Kompas, juga menggunakan perangkat penalaran yang dibangun sedemikian rupa untuk terlihat mengkritisi pemerintah. dengan berpatokan dengan meningkatnya kasus Covid 19, Omnicron di beberapa wilayah di Indonesia, kedua media membaangun kausalitas bahwa PTM 100% secara logika sulit dijalankan, apalagi kemudian bila berpatokan pada regulasi PPKM, yang menekankan pada meminimalisir kegiatan warga bila terjadi peningkatan kasus (melalui indikator pelevelan 1-4). Maka melaksanakan PTM 100% yang merupakan aktivitas fisik saat situasi peningkatan Covid 19 terjadi, sangat tidak sesuai dengan regulasi PPKM.

Membangun kerangka berpikir seperti ini Tempo dan Kompas ingin menunjukkan bahwa Regulasi PTM 100% kontradiktif dengan regulasi yang dibuat

pemerintah persoalan penanggulangan Covid 19, yang kemungkinan besar bila PTM 100% dipaksa untuk dilakukan maka akan berdampak besar terhadap kesehatan warga, terlebih khusus kesehatan siswa-siswi yang melaksanakan PTM 100%. Tempo dalam hal ini bahkan menekankan perangkat moralitas dengan memanfaatkan 5 organisasi kesehatan, untuk menunjukkan klaim moral pelaksanaan PTM 100%, yang dianggap Tempo belum layak dilakukan saat postingan Tempo diterbitkan.

### Membingkai dengan Visual Layout dan Warna

Model (Gamson & Modigliani, 1989) pada sub bahasan sebelumnya mungkin menunjukkan kita bagaimana cara bingkai dibentuk dalam sebuah karya jurnalistik. namun bagaimanapun model ini adalah model yang sangat berorientasi pada karya jurnalistik tekstual, sehingga bagian visual tampak hanya sebagai pelengkap. Padahal Instagram adalah salah satu media yang sebenarnya lebih mengutamakan visual dibandingkan dengan teks. Meskipun tentu teks masih bisa dimasukkan melalui fitur caption. Maka kita perlu membahas perangkat visual image dalam sub bahasan sendiri, untuk melihat apakah keberadaan visual image hanyalah perangkat pembingkai tambahan atau justru sebaliknya.

Bila mencermati feed Instagram kelima media kita akan mengamati bahwa perangkat visual sebenarnya punya peranan yang cukup kuat dalam membangun bingkai berita. Penggunaan tata letak, design, pewarnaan, mempengaruhi cara pembaca melihat atau membaca postingan



Gambar 4 bentuk desain bingkai yang digunakan beberapa media.



Sumber : Akun Instagram media

Tergantung bagaimana susunan dan pemanfaatannya, desain, warna, dan tata letak bisa sangat mempengaruhi bingkai, bila di atas terlihat bahwa desain visual yang dimainkan adalah berupa, pemilihan kontras warna antara teks, background dan teks yang menjadi pesan utama. Beberapa media yang lain mencoba memanfaatkan model desain “Frame” untuk menunjukkan dan menonjolkan teks apa yang perlu dicermati dalam berita. JPNN dan Merdekadotcom memanfaatkan model desain seperti ini untuk menampilkan pesan dibandingkan permainan kontras warna. Warna tulisan memang menggunakan warna hitam, namun tulisan dibentuk dalam ukuran yang besar dan dimasukan dalam desain frame, untuk menunjukkan urgensi pemberitaan.

Salain itu yang perlu dicermati dari visual adalah image apa yang dimasukan dalam desain feed Instagram masing-masing media. Dalam kasus PTM 100% Beberapa media memanfaatkan image “profil” dan image “landscape” untuk memberi kesan pada berita yang mereka buat. Detik, Kompas, dan JPNN menggunakan Profil, karena ingin menunjukkan “siapa” yang mereka wawancarai, atau siapa

yang menjadi narasumber dalam berita. Hal ini memberi efek psikologis bahwa berita media kredibel, karena mereka “mewawancarai langsung” tokoh yang mereka masukan gambarnya dalam feed berita. Sedangkan merdekadotcom dan Tempo menggunakan “landscape” untuk memberi gambaran situasi, bahwa berita keduanya datang dengan melihat langsung kejadian. Banyak ahli di bidang desain visual telah menyebutkan bahwa penggunaan penataan visual (*layout*) adalah salah satu penggunaan ekspresi visual yang paling efektif dalam dunia komunikasi.

*Layout* seringkali digunakan dalam penggunaan foto, warna, penulisan, dan elemen elemen grafis yang lainnya. Metode *Layout* digunakan oleh perancang grafis untuk memberikan penjelasan terhadap sebuah informasi dan memberikan reaksi secara psikologis kepada pembaca (Poulin, 2018). Selain itu, dalam dunia *layout* terdapat juga penggunaan foto ataupun gambar yang tidak selalu hanya sebagai “pelengkap”, penggunaan foto juga seringkali dikombinasikan dengan tulisan untuk menunjukkan sebuah perpaduan visual yang mampu memberikan

situasi kasus pandemi Covid 19 yang fluktuatif. Menjamin bahwa PTM 100% harus dihentikan apabila kemudian level PPKM Covid 19 meningkat di kemudian hari. Misalnya Detik, meskipun menekankan sepakat dengan PTM, Detik selalu menekankan bahwa aturan PTM 100% harus/wajib bersifat dinamis menyesuaikan Level PPKM di masing-masing wilayah, melalui komentar Nadiem Makarim sebagai Mendikbudristek, Detik berulang kali menekankan bahwa regulasi PTM 100%, adalah regulasi yang sangat fleksibel, ditentukan berdasarkan kepedulian terhadap masyarakat. Kompas disisi lain memunculkan kekhawatiran persoalan pelaksanaan PTM 100%, mengingat beberapa wilayah termasuk Jakarta, kasus penyebaran Covid 19, masih belum berhenti, dan diduga akan meningkat. Kompas melalui perangkat

pembingkai menekankan bahwa PTM 100% harus berdasarkan sudut pandang kesehatan masyarakat. bahwa regulasi ini harus dipikirkan dengan lengkap, karena “pertaruhannya” adalah kesehatan siswa-siswi yang bersekolah tatap muka. Tempo punya sudut pandang serupa soal PTM 100%. Dianggap harus melalui rangkaian uji kelayakan karena menyangkut persoalan kesehatan siswa-siswi yang menjalaninya. PTM 100% harusnya diperhatikan kembali mengingat, meningkatnya jumlah kasus baru varian Covid 19, yang meningkat di beberapa wilayah Indonesia. JPNN dan Merdekadotcom melihat dari perspektif netral dengan menampilkan informasi “apa adanya”. Menjelaskan keterlibatan dalam penanggulangan Covid, hingga kinerja pemerintah, namun juga menunjukkan kekhawatiran masyarakat.

**Table 3 Bingkai media terhadap peristiwa PTM 100%**

MEDIA YANG MEMBINGKAI NETRAL PTM 100%	MEDIA MEMBINGKAI KRITIS PTM 100%
Detik : Regulasi PTM 100% Dinamis, Pemerintah Dinamis.	Kompas : Regulasi PTM 100% kurang pertimbangan, Pemerintah punya kecenderungan abai dengan peningkatan varian baru kasus Covid 19
Merdekadotcom : Regulasi PTM 100% PERLU Didiskusikan, Pemerintah telah mempertimbangkan beberapa aspek PTM100%, Namun kekhawatiran tetap ada.	Tempo : Regulasi PTM 100% belum layak dilaksanakan ditengah peningkatan kasus. Pemerintah kurang mendengar saran dari komunitas ahli masyarakat
JPNN : PTM 100% Menyesuaikan situasu Level PPKM, Pemerintah dinamis, menutup regulasi ini bila terjadi peningkatan kasus	

Sumber : Hasil kelola peneliti setelah mengamati berita Instagram media.

Mengapa media membingkai PTM 100% seperti ini, dalam penelusuran peneliti ada dua alasan mengapa media membingkai PTM 100 % seperti ini. Pertama PTM 100% di realitas masih

diperdebatkan oleh banyak pihak, ada yang setuju, mengingat dampak pendidikan daring pada anak, yang menyebabkan anak secara sosial sulit untuk menerima proses pembelajaran, PTM diharapkan

Gambar 5 6 artikel berita yang memuat counter pemerintah terhadap hoax vaksinasi anak, dari lama berita detik.com dan covid19.go.id



Sumber : detik.com dan covid19.go.id

Maka dengan berbagai pertimbangan peduli terhadap kesehatan masyarakat adalah langkah yang harus diambil media. Dengan dua sudut pandang alasan. Alasan pertama adalah tanggung jawab media sebagai alat kontrol sosial. Jensen, (2020) menjelaskan bahwa media punya rutinitas untuk melakukan seleksi terhadap pemberitaan dalam newsroom dengan maksud untuk menjaga tatanan sosial, yang juga ia sebut sebagai control sosial. Shoemaker & Reese, (2013) telah lama menyebutkan bahwa media bekerja dalam proses yang mereka sebut sebagai “hirarki pengaruh” (*hierarchy of influences*) dimana salah satunya menunjukkan kinerja media dalam menjaga tatanan sosial, memastikan media bekerja dalam kepentingan-kepentingan termasuk kepentingan sosial. Vos & Russell, (2019) menyebutkan bahwa proses gatekeeping media telah mempengaruhi cara media dalam menyeleksi dan membentuk pesan dalam sebuah berita, hal ini membantu media dalam menjalankan kontrol sosial memastikan bahwa pemberitaan yang

mereka terbitkan sesuai dengan standar standar norma sosial dan kepentingan media.

Maka ketika organisasi media memberitakan kasus PT 100% melalui laman *feed* media sosial Instagram, ada proses gatekeeping sebelum pesan dalam Instagram disampaikan ke publik, ada seleksi pemberitaan yang dilakukan, ada bingkai yang dibangun dalam postingan *feed* Instagram tersebut. dan salah satu alasan seleksi dan pembingkai berita dilakukan adalah untuk menjamin peran media sebagai agen kontrol sosial dalam kasus penerbitan kebijakan PTM 100% oleh pemerintah. Media sedang menjaga agar pemerintah mengeluarkan kebijakan PTM 100% bagi siswa setelah melalui kajian, memastikan bahwa dampak PTM 100% bagi kesehatan siswa-siswi harus dicegah seminimal mungkin, Memastikan bahwa kebijakan pemerintah perihal PTM 100% harus memperhatikan kesehatan masyarakat, menjaga bahwa kebijakan PTM 100% Transparan, adil, dan disosialisasikan dengan baik, memastikan bahwa PTM100%

juga dipengaruhi oleh alasan ke dua yakni nilai dan kepentingan politik ekonomi media. Sudah banyak ahli yang telah menyebutkan bahwa dalam proses produksi berita dalam ruang kerja media. Media sering kali melakukan seleksi, dan *shaping* (membentuk) pesan sesuai nilai dan kepentingan politik, ekonomi media (Eriyanto, 2002; Gamson & Modigliani, 1989; Hallin, 2005; Jensen, 2020; Mellado et al., 2021; Shoemaker & Reese, 2013; Vos & Russell, 2019).

Perihal kepentingan politik media, media secara politik senada dan sepemahaman dengan banyak orang tentang covid 19, kebanyakan media melihat Covid 19 sebagai krisis bersama yang butuh kerja sama antara pemerintah, masyarakat dan media agar tidak terjadi simpang siur informasi, menjaga kualitas distribusi informasi Covid 19, agar tersampaikan dengan adil, merata, dan punya pengaruh menanggulangi krisis Covid 19. Mellado (et al., 2021) menyampaikan bahwa politik ruang berita memang menyesuaikan situasi krisis, membuat para jurnalis datang dengan "isi kepala" bahwa seluruh situasi harus mempertimbangkan krisis Covid 19. oleh sebab itulah, secara politik kita bisa mengamati bahwa kepentingan besar politik media di kasus PTM 100% adalah persoalan kepentingan krisis Covid 19, kepentingan menjaga masyarakat tetap sehat seperti apapun kebijakan PTM 100%.

Tidak hanya persoalan politik, membingkai PTM 100%, Tentu punya sudut pandang ekonomi. Seperti yang sudah dijelaskan bahwa semua informasi yang masuk ke ruang kerja wartawan, harus melalui proses seleksi, dan pengaturan pesan agar, pesan sesuai nilai dan

kepentingan media. Berita PTM 100% di sosial media Instagram memuat idealisme ekonomi media. Hal ini bisa dicermati dari bagaimana media memanfaatkan Isu yang populer, atau lebih sering diakses dan diperhatikan, untuk menarik perhatian konsumen dan mendapat keuntungan ekonomi.

Bila media berhasil menarik banyak orang untuk terlibat dalam sebuah konten, terlibat hingga menciptakan lebih banyak like, lebih banyak followers/subscriber, maka lebih banyak juga keuntungan ekonomi yang bisa didapatkan. Lebih banyak iklan yang bisa didistribusikan. Lebih banyak keuntungan juga buat media bila terjadi peningkatan partisipasi *audience*. Apalagi bila memperhitungkan bahwa konten Instagram milik korporasi media ini tidak hanya untuk menyampaikan berita secara ringkas melalui perangkat sosial media, namun juga digunakan sebagai alat advertising untuk platform korporasi media yang lain seperti koran berlangganan, atau portal berita masing-masing media (Lihat Tabel 3). Maka semakin banyak yang akses, semakin banyak yang like, dan semakin banyak yang tertarik hingga menelusuri portal berlangganan milik media, maka makin besar kepentingan ekonomi portal media bergerak melalui feed berita di akun Instagram masing-masing media.

Namun tentu saja persoalan ekonomi media bukan hanya persoalan "banyak-banyakan" follower dan like dalam *feed* berita di instagram. Terdapat juga persoalan *maintenance* (pemeliharaan) hubungan dengan *audience* yang merupakan konsumen utama berita (dan tentu konsumen iklan media massa).

Bila kemudian kembali melihat bingkai berita Instagram masing-masing media. Bersikap netral dan bersikap kritis terhadap kebijakan PTM 100%, dimungkinkan punya dampak yang berbeda. meskipun dibutuhkan penelitian yang lebih mendalam terhadap audience untuk memantau keakuratan klaim ini, namun beberapa penelitian terdahulu sebenarnya telah menunjukkan kemungkinan bahwa berita yang lebih kritis terhadap situasi ketidakadilan akan jauh lebih digemari oleh generasi baru Audience (Swart et al., 2022; Vos et al., 2019; Yousuf & Taylor, 2017).

Media yang memberitakannya netral akan mampu “mendulang” banyak pihak untuk sepakat dan membiarkan PTM 100% menjadi bahan diskusi, dengan Instagram masing-masing media menjadi media untuk bertukar pandangan perihal PTM 100%, penilaian PTM 100% akan dikembalikan ke pembaca untuk bebas memilih untuk setuju atau menolak, dengan berbagai alasan dan argumentasi masing-masing pembaca. Sebuah langkah yang bisa dipandang demokratis dilakukan oleh media massa.

Namun disisi lain bersikap netral juga melahirkan perdebatan, karena media dirasa terlalu pasif dan membiarkan audience memikirkan sendiri. Bagi generasi Millennial dan Digital Native yang sangat merindukan media yang tampil lebih empati dan kritis terhadap fenomena sosial (Kleemans et al., 2018; Vos et al., 2019; Yousuf & Taylor, 2017), bersikap netral akan dipandang sebagai “apatis” terhadap situasi, sehingga cenderung justru tidak menarik di mata generasi *Millennials* dan *Digital Native*. Hasanuddin Ali (et al.,

2020) yang meneliti ciri Generasi Millennial dan Generasi Z menyebutkan bahwa kedua generasi ini punya kecenderungan untuk berpikir kritis soal keadilan di lingkungan sekitar mereka. Mereka sangat peduli dengan situasi ketidakadilan tersebut dan segera bergerak dalam komunitas-komunitas mereka untuk gerakan kemanusiaan melalui media yang paling mereka sukai, internet. Karena sifat inilah generasi ini menyukai bila media bersifat empati dan kritis terhadap realitas (Yousuf & Taylor, 2017).

Generasi ini menyukai cara penyampaian kritis yang blak-blakan seperti menonton tayangan Najwa Shihab, Mata Najwa, yang kritis terhadap kebijakan pemerintah. Maka dalam kasus ini media-media yang bersifat kritis terhadap kasus PTM 100% dengan semua argumentasi pembingkai logis dan tata kelola pembingkai di sosial media Instagram, semua dilakukan untuk membuat generasi ini menyukai karya jurnalistik. Mungkin hal ini pulalah yang menjadi alasan mengapa Tempo dan Kompas memilih jalan kritis dalam karya berita mereka saat memberitakan PTM100%. Kedua media merasa pemerintah perlu kembali mempertimbangkan untuk menarik PTM 100%, setelah membandingkan pelaksanaan PTM 100% dengan meningkatnya jumlah kasus Covid 19 varian baru. .

Pada akhirnya menarik perhatian audience pada berita PTM 100% harus dilakukan media dengan kronologis yang jelas, dengan pembingkai data yang tersusun logis dan kritis dalam melihat situasi. Apalagi ketika berbicara persoalan regulasi yang pengaruh dan dampaknya dirasakan oleh banyak pihak. Maka media

jurnalis harus mengubah cara kerja mereka di *newsroom*, jurnalis harus bisa berinteraksi dengan audience. Swart, (et al., 2022) menyebutkan kemunculan generasi baru telah mengubah secara masif cara kerja jurnalistik, perubahan itu dirasa sangat fundamental karena mengubah “dapur” kerja dunia jurnalistik, dari newsroom, persoalan kapital, hingga nilai dan idealisme wartawan. Mereka bahkan menyebutkan perubahan itu bersifat radikal karena mengubah lanskap jurnalistik.

Temuan yang sama juga tercermati dari hasil dalam penelitian ini, yang menganalisis sosial media news Instagram yang dikelola oleh pemilik media massa. Model jurnalistik lama memang tidak sepenuhnya hilang namun kini beralih

fungsi, misalnya Graphic besar dengan font menonjol untuk menunjukkan halaman headline pada surat kabar, tidak sepenuhnya ditinggalkan, konsep yang sama dipakai dalam menyusun konten berita di media Instagram. Gambar dengan rangkaian Font menonjol (berukuran besar, kadang di *bold* dan diwarnai) didesain dengan tata letak yang disusun sedemikian rupa untuk menunjukkan urgensi atau pemingkaiian tertentu. Misalnya dalam hal ini Detik.com ingin menyampaikan urgensi perihal regulasi Pertemuan Tatap Muka, dengan melakukan *Fill* merah pada kalimat yang perlu menjadi perhatian. Hal serupa Juga dilakukan oleh Tempo, Kompas. JPNN disisi lain juga menyampaikan urgensi pemberitaan namun dengan style desain yang berbeda.

Gambar 6 Desain postingan berita 5 subjek media massa di sosial media instagram



Sumber : Akun Instagram Media

**Table 4 Teks interaktif yang ada di konten feed instagram milik media.**

DETIK	KOMPAS	JPNN	MERDEKADOTCOM	TEMPO
Bagaimana pendapatmu, detikers? #detikcom #PTM #NadiemMakarim #PPKM	Simak informasi selengkapnya di website @Kompascom! #Megapolitan #PTMdijakarta #PTM100persen #Covid19 #JernihkanHarapan #JernihBerkomentar	Klik tautan story untuk baca selengkapnya #ptm#pembelajaran-tatapmuka #dkijakarta#sekolah# ahmadrizapatria# kasuscovid19 #covid19 #jpnncom	#mdknews #news #merdekadotcom #PendidikanYatimPiatu #Covid19 #Kemenkes #JemputBola #SekolahAnakYatim #mdkch	Selengkapnya klik linkin.bio #tempodotco #tempo #Covid-19 #Omicron #PTM #PJJ #sekolah

Sumber : Postingan akun resmi Instagram masing-masing media

Interaksi dengan pembaca sangat krusial dalam konteks jurnalistik model baru dengan memanfaatkan digital, internet, dan sosial media. Hal ini karena berbeda dengan generasi-generasi masyarakat sebelumnya yang sudah terbiasa dengan berita satu arah, generasi Millennial (Gen Y) dan generasi Digital Native (Gen Z) adalah generasi aktif berinteraksi, dan aktif berkomunitas satu sama lain, menyukai teknologi dan sangat kritis dengan fenomena sosial yang ada disekitar mereka (Hasanuddin Ali et al., 2020; Hasanudin Ali et al., 2017; Yousuf & Taylor, 2017). Generasi ini sangat kritis dengan pemberitaan sehingga media massa, termasuk yang memanfaatkan sosial media untuk menyebarkan konten jurnalistik harus *aware*/peduli dengan keberadaan generasi ini. Ketidak-pedulian terhadap generasi ini dalam pelaksanaan kegiatan jurnalistik akan berdampak buruk dalam segala lini bagi media, termasuk persoalan ekonomi media, yang menjadi salah satu alasan media tetap bertahan. Bagaimana pun generasi inilah yang menjadi konsumen terbesar produk berita di sosial media, sehingga kehilangan mereka sebagai konsumen adalah “bisnis” yang buruk bagi media.

Yousuf & Taylor, (2017) yang meneliti bagaimana pengaruh netizen dalam karya jurnalistik di Timur Tengah, telah menyebutkan betapa pentingnya generasi baru ini dalam hal produksi konten media, mereka membantu dalam “membuka sudut pandang pemberitaan”, menciptakan karya jurnalistik yang lebih komprehensif, menciptakan karya jurnalistik yang lebih diversity, dan lebih adil. Karya jurnalistik juga mampu menegosiasikan konflik, mampu menarik simpati dan empati karena disusun dalam kisah penceritaan (naratif), bersifat lebih demokratis dan mengkoneksikan banyak orang, semua karena pengaruh keberadaan generasi ini. Kleemans, Schaap, & Suijkerbuijk, (2018) telah menyebutkan bahwa generasi Millennial adalah alasan gaya jurnalistik saat ini lebih bersifat News Story (Narrative News), dimana berita disusun lebih kronologis, yang membuat dan membangun perasaan “seolah” terlibat langsung dengan kejadian yang diberitakan, hal ini menimbulkan perasaan empati dan simpati, terhadap berita yang disampaikan, membuat generasi ini lebih *aware* dengan realitas di sekitar mereka, alasan perubahan gaya menyampaikan berita ini dipengaruhi oleh keberadaan generasi saat ini yang

datang dengan sikap kritis, mencoba menanyakan kekhawatiran masyarakat persoalan keamanan menjalankan PTM 100%. Ditengah meningkatnya kasus varian baru Covid 19. Cara kelima media memberitakan dan melakukan pbingkaian terhadap peristiwa PTM 100%, di masing-masing akun Instagram mereka juga dilatarbelakangi kepentingan ekonomi media, media mencoba menarik minat generasi baru pembaca yang kini sangat mendominasi, mencoba membangun loyalitas mereka, dan mencoba mendapatkan keuntungan ekonomi berdasarkan partisipasi dan keterlibatan mereka terhadap konten berita media. Langkah ini dilakukan media untuk menjawab tantangan disrupsi teknologi dan digitalisasi, yang telah diduga banyak ahli telah menyebabkan perubahan yang sangat radikal dalam ruang kerja media. Dimana generasi baru pembaca, Generasi Millennial dan Generasi Digital Native, mengambil peranan besar dalam perubahan radikal cara kerja dalam ruang berita media.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adornato, A. (2017). *Mobile and Social Media Journalism - A Practical Guide*. London: SAGE Publications.
- Ali, Hasanuddin, Lilik, P., Nugroho, H., Halim, T., Firdaus, K., & Huda, N. (2020). Indonesia Gen Z And Millennial Report 2020: The Battle Of Our Generation. *PT Alvara Strategi Indonesia*, 134. Retrieved from <http://alvara-strategic.com/indonesia-gen-z-and-millennial-report-2020/>
- Ali, Hasanudin, Purwandi, L., Nugroho, H., Ekoputri, A. W., & Halim, T. (2017). The Urban Middle-Class Indonesia: Financial and Online Behavior. *Alvara Research Center*.
- Angendari, D. A. D. (2021). Menelaah Pesan Pemerintah Terkait Krisis Covid-19 di Media Sosial. *Jurnal Riset Komunikasi*, 4(2), 247–260. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v4i2.327>
- Aristi, N., Janitra, P. A., & Prihandini, P. (2021). Fokus narasi kekerasan seksual pada portal berita daring selama pandemi COVID-19. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 9(1), 121. <https://doi.org/10.24198/jkk.v9i1.30673>
- Carlson, M. (2018). Facebook in the News: Social media, journalism, and public responsibility following the 2016 Trending Topics controversy. *Digital Journalism*, 6(1), 4–20. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1298044>
- Carpenter, S. (2010). A study of content diversity in online citizen journalism and online newspaper articles. *New Media and Society*, 12(7), 1064–1084. <https://doi.org/10.1177/1461444809348772>
- Chandra Sari, R. N., Kriyantono, R., & Prianti, D. D. (2021). Bingkai Media di Masa Pra Pandemi Covid-19 di Indonesia (Studi Framing Pemberitaan Covid-19 di Portal Berita dan Akun Youtube Tribunnews Edisi Maret 2020). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(2), 251. <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.3836>
- Eriyanto. (2002). *Analisis framing: konstruksi, ideologi, dan politik*



- 3637751.2014.994646
- Lestari, R. D. (2018). PACK JOURNALISM DAN HOMOGENITAS INFORMASI PUBLIK (Studi Kasus Pada Jurnalis Yogyakarta dalam Memproduksi Pemberitaan di Media). *Ettisal Journal of Communication*, 3(2), 183–189.
- Massie, A. Y., & Nababan, K. R. (2021). Dampak Pembelajaran Daring Terhadap Pendidikan Karakter Siswa. *Satya Widya*, 37(1), 57. Retrieved from <https://ejournal.uksw.edu/satyawidya/article/view/4988>
- Mellado, C., Hallin, D., Cárcamo, L., Alfaro, R., Jackson, D., Humanes, M. L., ... Ramos, A. (2021). Sourcing Pandemic News: A Cross-National Computational Analysis of Mainstream Media Coverage of COVID-19 on Facebook, Twitter, and Instagram. *Digital Journalism*, 9(9), 1271–1295. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1942114>
- Michelle, A., & Susilo, D. (2021). The Effect of Instagram Social Media Exposure on Purchase Decision. *ETTISAL : Journal of Communication*, 6(1), 36. <https://doi.org/10.21111/ejoc.v6i1.6242>
- Nossek, H., & Berkowitz, D. (2006). Telling “Our” story through news of terrorism: Mythical newswork as journalistic practice in crisis. *Journalism Studies*, 7(5), 691–707. <https://doi.org/10.1080/14616700600890356>
- Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication*, 10(1), 55–75. <https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963>
- Poulin, R. (2018). *Design School La A Practical Guide for Students and Designers*. Beverly: Rockport Publisher.
- Rastati, R. (2018). Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z Di Jakarta. *Jurnal Kwangsan : Jurnal Teknologi Pendidikan*, 6(1), 43. <https://doi.org/10.31800/jurnalkwangsan.v6i1.72>
- Realita, E., & Setiadi, U. (2022). Konsumsi Berita Insidental di Media Sosial pada Generasi Dewasa. *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(1), 99–112. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i1.437>
- Rustandi, R. (2020). Analisis Framing Kontra Narasi Terorisme dan Radikalisme di Media Sosial (Studi Kasus pada Akun @dutadamaijabar). *Jurnal Komunikatif*, 9(2), 134–153. <https://doi.org/10.33508/jk.v9i2.2698>
- Salaudeen, M. A. (2021). From Personal to Professional: Exploring the Influences on Journalists’ Evaluation of Citizen Journalism Credibility. *Journalism Practice*, 0(0), 1–24. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1892517>
- Samara, T. (2017). *Graphic designer’s Essential Reference*. Beverly, Mass: Rockport Publisher.
- Santi, S. (2012). Frame Analysis : Konstruksi Fakta Dalam Bingkai Berita. *Forum Ilmiah*, 9(1), 219–232.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2013). *Mediating the message in the 21st century: A media sociology perspective* (3rd ed.). New York: Routledge. <https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963>

# Realitas Pembelajaran Tatap Muka 100% Dalam Konstruksi Berita Media

## ORIGINALITY REPORT

2%

SIMILARITY INDEX

2%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

[megapolitan.kompas.com](http://megapolitan.kompas.com)

Internet Source

1%

2

[repository.wima.ac.id](http://repository.wima.ac.id)

Internet Source

1%

Exclude quotes  On

Exclude bibliography  On

Exclude matches  < 1%