

# ANALISIS *FRAMING* KEPEMIMPINAN AKTOR POLITIK DALAM MEDIA DARING DI MASA PANDEMI COVID-19

## (Studi Komparatif *Framing* Kepemimpinan Anies Baswedan pada Kompas.com dan Detik.com)

Doni Akbar <sup>1</sup>, Effy Zalfiana Rusfian <sup>2</sup>

Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia

Kampus UI Salemba  
Jalan Salemba Raya Nomor 4, Jakarta Pusat

doni.akbar01@ui.ac.id <sup>1</sup>, effy.zalfiana@ui.ac.id <sup>2</sup>

### **Abstract**

*This study aims to analyze the framing of mass media regarding the leadership of the Governor of DKI Jakarta, Anies Baswedan in handling the Covid-19 pandemic. The paradigm of this research is constructivist, the approach used is qualitative with framing analysis techniques. Research objects are Kompas.com and Detik.com. The results showed that framing Kompas.com in Anies Baswedan's report is that Anies as a leader is able to answer the needs of the community. Meanwhile, Detik.com shows that Anies is a leader who is carried out through policies that are considered immature and have not succeeded in preventing the spread of the Covid-19 in DKI Jakarta.*

*Keywords: framing, online mass media, leadership*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pembingkaihan yang dilakukan media massa daring terkait kepemimpinan Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan dalam penanganan pandemi Covid-19. Paradigma penelitian adalah konstruktivis, dengan pendekatan kualitatif melalui teknik analisis *framing* dengan objek penelitian Kompas.com dan Detik.com. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan *framing* Kompas.com dan Detik.com dalam melakukan pemberitaan tentang kepemimpinan Anies Baswedan. *Framing* dari Kompas.com dalam pemberitaan Anies Baswedan adalah Anies sebagai pemimpin mampu menjawab kebutuhan masyarakat. Sedangkan *framing* pemberitaan Detik.com menunjukkan bahwa Anies adalah sosok pemimpin kontroversial melalui kebijakan-kebijakan yang masih dianggap belum matang serta tidak berhasil dalam menghambat penyebaran virus Covid-19 di DKI Jakarta.

Kata kunci: *framing*, media massa daring, kepemimpinan

## PENDAHULUAN

Sejak terjadinya pandemi Covid-19 di Indonesia, Provinsi DKI Jakarta menjadi salah satu provinsi yang sering menjadi zona merah angka terpapar Covid-19 (Kompas.com, 2021; Detik.com, 2020). Gubernur DKI Anies Baswedan sudah sering menerapkan kebijakan PSBB untuk memutus rantai penyebaran Covid-19 tersebut, tetapi angka terpapar Covid-19 masih belum menurun drastis bahkan cenderung naik terutama setelah momen libur panjang terjadi. Hal ini juga terjadi di Surabaya, pasca

lebaran tahun 2020 di mana Surabaya menjadi zona hitam (Kompas.com, 2020). Seperti halnya kota-kota besar lainnya, Jakarta atau DKI Jakarta secara umum merupakan salah satu wilayah yang menjadi zona merah, di mana hal ini cukup mengkhawatirkan masyarakat karena merupakan pusat pemerintahan dan bisnis. Dengan demikian, informasi perkembangan situasi selama pandemi Covid-19 serta kebijakan-kebijakan yang diambil oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta sering menjadi pusat perhatian publik. Tidak jarang pernyataan-pernyataan Gubernur DKI Jakarta menjadi sorotan bahkan mendapat sentimen negatif dari berbagai pihak karena dianggap kontroversi bahkan sering bertentangan dengan pemerintah pusat.

Kebijakan PSBB yang dilakukan dan dikomunikasikan kepada masyarakat setiap terjadi peningkatan kasus Covid-19 menimbulkan pro dan kontra. Masyarakat terutama pelaku bisnis berharap Pemerintah Provinsi DKI Jakarta melakukan tindakan preventif yang dapat dilakukan melalui komunikasi publik sebelum terjadi peningkatan kasus Covid-19. Sejatinya, kenaikan angka kasus Covid-19 yang berusaha diantisipasi dengan kebijakan PSBB diragukan efektifitasnya karena seharusnya Pemprov DKI dapat mengantisipasi angka kenaikan kasus Covid-19 melalui perolehan data-data kenaikan kasus, salah satunya setiap terjadinya momentum libur panjang. Implementasi kebijakan yang dilakukan Anies Baswedan selaku Gubernur DKI Jakarta menuai pro dan kontra. Sebagian masyarakat menilai bahwa kepemimpinan Anies Baswedan dalam mengatasi penyebaran Covid-19 di Provinsi DKI Jakarta tidaklah optimal. Pemberitaan media massa tentang kepemimpinan Anies Baswedan dalam mengatasi masalah-masalah sosial di DKI Jakarta, khususnya selama pandemi Covid-19 menimbulkan multipersepsi di kalangan masyarakat pembaca berita media massa. Tidak jarang juga konstruksi pemberitaan media yang bernada negatif terhadap kepemimpinan Gubernur DKI Jakarta tersebut.

Peran media dalam memberikan informasi selama masa pandemi tidak dapat disangkal lagi menjadi sumber informasi masyarakat. Hal ini mengingat terbatasnya akses mobilitas masyarakat ke lapangan sebagai akibat dari penerapan *social distancing* guna pencegahan Covid-19. Namun, dengan mudahnya mengakses berita dari media daring yang memproduksi berita dengan cepat turut mempengaruhi akurasi berita yang diperoleh. Kemudahan dalam mengakses berita terutama karena kemajuan internet dan banyaknya berita *online* atau daring, mengalami banyak perubahan. Kehadiran media baru, khususnya internet, memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan media massa itu sendiri. Internet merupakan teknologi yang mendukung media baru dalam berkomunikasi dan berpartisipasi di era demokrasi. Ada dimensi-dimensi khusus internet yang tidak dimiliki oleh media konvensional, yakni akses yang tidak terbatas, *interactivity*, dan *selectivity*. Merujuk kepada pendapat McQuail (2010), audiens memiliki kebebasan dan fleksibilitas dalam menentukan waktu mengakses berita, memilih konten berita mana saja yang ingin diterima, dan memberikan efek persuasi. Salah satu contoh media baru yang berkembang adalah portal berita atau situs berita daring. Situs berita daring ini

telah muncul di tahun 1994 sejak media cetak seperti Kompas dan Detik memperkenalkan situs daring mereka (Margianto & Syaefullah, 2011).

Media massa juga berperan dalam memproduksi berbagai pesan politik di mana liputan politik media massa memiliki dimensi dalam mempengaruhi opini publik. Dalam konstruksi opini publik, media massa memegang peranan penting, karena media massa pada umumnya terlibat dalam pembuatan wacana politik, di mana berita-berita politik yang diproduksi oleh media massa memiliki nilai berita yang tinggi. Adapun proses pembentukan opini publik yang dilakukan oleh media massa, salah satunya adalah melalui *framing* (Becktel, Stanton, Smith, Eames, & Sweetser, 2021).

Framing mengacu pada kemampuan untuk secara selektif menekankan bagian tertentu dari realitas untuk mendefinisikan, menafsirkan, menilai, dan menyajikan solusi (Entman, 1993). Bingkai media dapat mempengaruhi persepsi audiens dengan membangun realitas sosial (McQuail, 1994; Scheufele, 1999). Konten media telah diperiksa untuk memahami bagaimana masalah dibingkai, seperti aborsi (Ferree, Gamson, Gerhards, & Rucht, 2002), krisis *bovine spongiform encephalopathy* (BSE) (Feindt & Kleinschmit, 2011), konflik manusia-harimau (Sadath, Kleinschmit, & Giessen, 2013), konservasi hutan (Park & Kleinschmit, 2016), dan pengurangan emisi dari deforestasi dan degradasi hutan (REDD) di negara berkembang (Gebara, et al., 2017; Pham, et al., 2017).

Kecenderungan media-media daring di Indonesia mempraktikkan gaya penulisan berita sepotong-sepotong dan mengemas judul semenarik mungkin demi melipat gandakan *pageview*. Judul yang tidak menarik, tidak akan banyak menghasilkan klik (Margianto & Syaefullah, 2011: 32). Hal ini dilakukan karena keunggulan berita daring yang tidak dimiliki oleh media cetak adalah *real time* atau kecepatan dalam memberitakan suatu kejadian. Dalam perspektif ekonomi politik media, berita-berita sepotong tersebut menguntungkan karena dapat melipatgandakan *pageview*. Akan tetapi dampaknya yang paling dominan adalah berita menjadi tidak melihat pentingnya suatu kejadian untuk diberitakan, tetapi hanya menarik atau tidaknya kejadian tersebut. Pada kondisi inilah pembingkai berita menjadi suatu komoditas yang dilakukan dalam pemberitaan media daring. Melalui pembingkai berita tersebut, media melakukan komodifikasi konten untuk menarik perhatian khalayak dan mengejar keuntungan.

Selain disebabkan oleh ideologi dan kepentingan bisnis, media juga rentan dengan kepentingan politik. Di Indonesia, tidak sedikit pemilik media yang merupakan aktor politik, di mana hal tersebut turut mempengaruhi isi pemberitaan media. Seringkali terjadi pemberitaan akan oposisi politik dibingkai sedemikian rupa untuk menarik perhatian pembaca dan menyerang pihak oposisi, sehingga apabila terjadi isu-isu atau kasus di pemerintahan dapat menjadi “santapan lezat media oposisi”. Selain itu, isu-isu dan kasus yang terjadi dalam pemerintahan adalah berita menarik bagi media. Tidak terkecuali dalam penanganan pandemi Covid-19 yang sedang terjadi secara global. Keberhasilan dan kegagalan pimpinan wilayah atau kepala daerah dalam menangani pandemi Covid-19 tersebut tentunya

menjadi sorotan. Bukan hanya pemerintah pusat tetapi hampir semua kepala daerah dituntut kapabilitasnya dalam menangani masalah yang terjadi. Berita tentang aktor politik menarik untuk diekspose karena memiliki nilai berita, sehingga liputan berita tentang Anies Baswedan yang memegang kendali dalam penanganan pandemi Covid-19 di DKI Jakarta menarik untuk diekspose karena kepentingan ekonomi dan politik institusi media melalui peningkatan *pageview*.

Dari uraian fakta-fakta tersebut, penting untuk diteliti bagaimana media mengkonstruksi kepemimpinan aktor politik melalui pembingkai berita yang diproduksi oleh media massa daring. Sehingga Berdasarkan hal tersebut, penulis merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut yakni bagaimana *framing* berita daring yang dilakukan oleh Kompas.com dan Detik.com pada kepemimpinan Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan dalam penanganan pandemi Covid-19 pada tahun 2020?

Dalam penelitian ini, penulis juga mengkaji penelitian-penelitian sebelumnya mengenai *framing* sebagaimana disajikan dalam tabel 1 berikut.

Tabel 1 Data Penelitian Terdahulu terkait *Framing*

Judul Penelitian	Peneliti	Metode	Temuan
Efek Bingkai Berita <i>Online</i> terhadap Penilaian Heuristic Individu	Angga Ariestya (2016)	Kuantitatif, eksperimen	Peneliti menemukan fakta bahwa tidak semua bingkai berita memberikan efek pada penilaian individu. Faktor terpenting dalam efek bingkai adalah bagaimana individu menerimanya dalam bingkai memori mereka. Media baru juga merupakan sarana pembentukan opini publik. Kekuatan media <i>online</i> yang cepat dan dinamis merupakan senjata ampuh dalam menyebarkan pesan. Ketatnya persaingan dalam bisnis media baru menjadikan bingkai sebagai cara untuk mengejar <i>traffic</i> . Melalui penelitian ini, para pelaku industri media <i>online</i> akan mendapatkan pemahaman mengenai efek dari bingkai berita yang mereka rilis. Dampaknya bisa positif, tetapi bisa juga negatif. Efeknya juga bisa terjadi ataupun bisa juga tidak terjadi. Sebuah isu bisa menjadi sangat penting untuk masyarakat ketika media <i>online</i> telah membingkainya sedemikian rupa, tetapi kondisi tersebut juga tidak lepas dari

			bagaimana masyarakat menerimanya.
Konstruksi Kepemimpinan Tokoh Bangsa dalam Film (Analisis <i>Framing</i> Tokoh Bangsa)	Septizar Triastika (2015)	Kualitatif, metode <i>framing</i>	Penulis menggunakan strategi <i>framing</i> dalam mengonstruksi kepemimpinan Sukarno yang berjiwa bebas, antiimperialisme, menjunjung tinggi persatuan dan merangkul semua kalangan. Sehingga pembingkaiian kepemimpinan Sukarno dianggap transformasional dan sesuai dengan falsafah Pancasila.
Pengaruh Pembingkaiian Berita <i>Online</i> dan Topik Berita terhadap <i>Political Trust</i> (Studi Eksperimen Berita)	Evvy Silalahi (2017)	Kuantitatif, metode survei	Bingkai isu dan strategi tidak berlaku signifikan dikarenakan sikap politik individu ( <i>party ID</i> ), pengetahuan politik, tingkat pendidikan yang tinggi dan karakteristik subjek penelitian.
The Communication Power of Chinese Novel Coronavirus Pneumonia ( <i>COVID-19</i> ) News Reports in Light of the Framing Theory	Shuyuan Zheng (2020)	Kuantitatif, eksperimen	Media resmi Tiongkok menggunakan bingkai metaforis seperti perang, persaingan, dan <i>barrier</i> , dan bingkai nonmetaforis seperti solidaritas, percaya diri, dan kemenangan. Laporan berita dari media pemerintah Tiongkok sepenuhnya menyoroti persatuan rakyat Tiongkok dalam memerangi pandemi, yang membantu mempersuasi audiens untuk memahami dan mempercayai pemerintah Tiongkok dan menjadi lebih bertekad dan berani dalam mengatasi pandemi. Pemerintah Tiongkok menyampaikan pesan yang relevan melalui media pemerintah, memberikan penjelasan dan nasihat tepat waktu, dan meningkatkan kekuatan komunikasi wacana berita secara positif.
Communicating Health Crisis: A Content Analysis of Global Media Framing of <i>COVID-19</i>	Ogbodo, et al. (2020)	Kuantitatif konten analisis	Liputan media global tentang Covid-19 tinggi, tetapi <i>framing</i> -nya kurang koherensi dan pesan efikasi belum memadai. Hal ini disebabkan oleh obsesi media untuk berita terbaru. Dominasi bingkai-bingkai ini tidak hanya membentuk persepsi publik dan sikap terhadap pandemi tetapi juga berisiko menyebabkan lebih banyak masalah bagi mereka yang sudah ada kondisi kesehatan karena rasa takut atau serangan panik.

When Being Positive Might Be Negative: An Analysis Of Australian And New Zealand Newspaper Framing of Vaccination Post Australia's No Jab No Pay Legislation	Ashwell & Murray (2020)	Kuantitatif, konten analisis	Bahwa pernyataan yang dibingkai secara positif di media dapat benar-benar dipandang sebagai persuasif dengan cara yang memaksa, yang mengarah pada penolakan terhadap pesan. Penelitian ini mengklaim bahwa media berita negatif dipandang lebih kredibel dan karena itu lebih mudah diterima oleh pembaca.
News media's framing of health policy and its implications for government communication: A text mining analysis of news coverage on a policy to expand health insurance coverage in South Korea	Wonkwang Jo, Myoungsoon You (2019)	Kuantitatif <i>text mining</i>	Studi ini mengidentifikasi bagaimana berbagai aktor sosial memaknai Mooncare. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah harus berperan lebih aktif dalam memaknai pembuatan kebijakan.
The Framing of COVID-19 in Italian Media and Its Relationship with Community Mobility: A Mixed-Method Approach	Ophir, et al. (2021)	Mixed Method: metode komputasi untuk analisis <i>framing</i> (ANTMN) dan <i>mobile community</i>	Cara media berita membahas pandemi dapat mempengaruhi perubahan mobilitas masyarakat, di atas dan di luar pengaruh jumlah kematian per hari.

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Pada penelitian Ariestya (2016) ditemukan bahwa tidak semua *framing* media dapat mempengaruhi penilaian heuristik pada level individu, tetapi hal ini tergantung pada bagaimana memori yang tersimpan pada individu tersebut, temuannya juga menguatkan bahwa media memiliki kekuatan dalam membentuk opini publik. Sedangkan pada temuan Silalahi (2017), bingkai isu dan strategi tidak signifikan mempengaruhi sikap politik individu terhadap kepercayaan pada aktor politik. Hal ini tergantung pada level pengetahuan individu tersebut. Pada penelitian Zheng (2020) ditemukan bahwa bingkai metafora dan nonmetafora membuat pemerintah terus berusaha meningkatkan kemampuan dalam mempersuasi dan menyampaikan pesan terhadap warga negaranya. Hasil temuan menunjukkan bahwa media massa di Tiongkok menggambarkan bahwa Pemerintah Tiongkok memiliki kemampuan komunikasi dan persuasi yang kuat yang mampu menggerakkan warganya untuk punya daya juang dalam memerangi pandemi Covid-19 dengan pesan yang relevan dan sesuai dengan konteks waktu. Adapun pada penelitian Ogbodo, et al. (2020) ditemukan bahwa pembingkai berita yang dilakukan oleh media justru membawa masalah yang berdampak pada kesehatan masyarakat sebagai akibat persepsi publik yang terbentuk dari informasi yang dipublikasikan oleh media. Sedangkan pada penelitian Ashwell & Murray (2020) menunjukkan bahwa pernyataan yang dibingkai positif di media dianggap sebagai pesan persuasi yang dipaksakan dan bahkan masyarakat lebih mempercayai bahwa pesan yang dibingkai negatif adalah pesan yang kredibel.

Penelitian ini memiliki objek dan fokus yang berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang telah penulis uraikan, baik itu dengan penelitian yang sudah dilakukan di dalam negeri, maupun penelitian yang diambil dari beberapa studi dari literatur internasional terkait pembingkai, khususnya pada lima tahun terakhir dan paling banyak pada momentum pandemi. Adapun yang menjadi celah penelitian ini dan yang diteliti oleh penulis adalah tentang bagaimana media daring di Indonesia yang memiliki *eksposure* dan jangkauan yang luas dalam memberitakan kepemimpinan Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan selama masa pandemi. Seperti diketahui bahwa kemenangan Anies Baswedan dalam kontestasi politik salah satunya disebabkan bagaimana dia dapat mempersuasi warga DKI Jakarta dengan retorika-retorika politiknya. Sehingga dapat dikatakan bahwa seharusnya, Anies Baswedan dengan kemampuannya tersebut, dapat mempersuasi masyarakat Jakarta untuk dapat berkontribusi bersama dalam menanggulangi tingkat penyebaran virus Covid-19 tersebut.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pembingkai yang dilakukan oleh media massa daring (Kompas.com dan Detik.com) terhadap kepemimpinan Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan dalam mengatasi masalah pandemi Covid-19 dan untuk mengidentifikasi perbedaan pembingkai yang dilakukan oleh Kompas.com dan Detik.com terkait kepemimpinan Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan dalam mengatasi masalah pandemi Covid-19.

Studi tentang analisis *framing* di Indonesia memang sudah banyak ditemukan, tetapi konteksnya berbeda-beda. Konsep *framing* yang dicetuskan Gamson dan Modigliani umumnya banyak digunakan dalam menganalisis gerakan sosial. Penulis mengadopsi model *framing* tersebut untuk membedah *framing* media daring dalam mengonstruksi kepemimpinan di masa pandemi. Adapun studi tentang *framing* kepemimpinan kepala daerah dalam konteks penanganan pandemi masih sedikit yang meneliti, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara akademis tentang konsep *framing* dan kepemimpinan yang menggunakan model framing Gamson dan Modigliani dengan objek penelitiannya adalah media daring. Pembingkai media dalam memberitakan kepemimpinan kepala daerah juga turut mempengaruhi citra pemimpin tersebut, sehingga hal tersebut menjadi celah dan kebaruan dalam penelitian ini.

## **KAJIAN TEORI**

### ***1. Framing***

Konsep *framing* dalam studi media banyak mendapat pengaruh dari lapangan psikologi dan sosiologi (Eriyanto, 2002). Pendekatan psikologi terutama melihat bagaimana pengaruh kognisi seseorang dalam membentuk skema tentang diri, sesuatu, atau gagasan tertentu. Pada bidang psikologi, penelitian dilakukan oleh Daniel Kahneman dan Amos Tversky (1991) dalam Eriyanto (2002) yang melakukan serangkaian penelitian dengan metode eksperimen, di mana pesan yang dibingkai atau

dibungkus secara berbeda akan dipahami dan dimaknai secara berbeda oleh khalayak. Di sisi lain, dalam bidang sosiologi, konsep *framing* dipengaruhi oleh pemikiran Erving Goffman. Menurut Goffman (1974), manusia pada dasarnya secara aktif mengklasifikasikan dan mengkategorisasikan pengalaman hidup ini agar mempunyai arti dan makna. Kemudian masih dalam bidang sosiologi, Gregory Bateson (1972) dalam Reese (2001) mengadopsi metafora dari *frame* gambar untuk menggambarkan cara yang membingkai informasi dan memberikan perspektif di mana penerima pesan datang untuk memahami sebuah isu. Tersirat dalam banyak studi sosiologis dari mana konsep *media framing* berasal, tekstual dan visual adalah media yang dapat mengatur persepsi penonton dengan memasukkan unsur-unsur tertentu. Selain Daniel Kahneman, pada bidang psikologi juga ada Bock dan Loebell (1990) dalam Eriyanto (2002), di mana menurut Bock dan Loebell *framing* tersebut mengacu pada kerangka bangunan yang membentuk struktur. Menurut perspektif ini, *framing* akan mengaktifkan pertimbangan tertentu, yang berinteraksi dengan kecenderungan politik seseorang untuk mengarahkan kepada reaksi berikutnya.

*Framing* di bidang komunikasi massa umumnya mengacu pada proses di mana sebuah pemahaman mengenai isu politik atau peristiwa lainnya diberikan kepada khalayak. Hal tersebut merupakan hasil dari interaksi yang kompleks antara elit politik, wartawan individu, organisasi berita, norma-norma dan praktik profesional, dan budaya atau ideologi. Dengan melakukan *framing* tertentu, jurnalis atau berita yang ditampilkan akan membuat sebuah interpretasi penonton dari sebuah isu atau peristiwa.

William A. Gamson (1996) mendefinisikan *framing* sebagai sebuah cara bercerita atau gugusan-gugusan ide yang diorganisir sedemikian rupa dan menghadirkan konstruksi makna dari peristiwa ataupun kejadian-kejadian yang terkait akan suatu objek. Di mana menurut Gamson, cara bercerita tersebut dibentuk dalam sebuah kemasan. Adapun kemasan yang dibentuk tersebut berupa skema atau struktur pemahaman yang digunakan individu untuk membangun pesan-pesan yang disampaikan serta juga untuk menafsirkan pesan-pesan yang diterima. Pada penelitian ini, peneliti mengadopsi konsep *framing* dari pemikiran William Gamson. Peneliti fokus meneliti bagaimana media daring menceritakan kejadian-kejadian atau peristiwa yang terkait dengan kepemimpinan Gubernur DKI Jakarta pada masa pandemi Covid-19.

Perkembangan teknologi komunikasi yang berbasis internet turut mempengaruhi bagaimana media dalam mengemas berita. Perubahan ini dimungkinkan terjadi oleh karena kehadiran banyaknya media, baik *offline* tradisional dan *online* tradisional serta media sosial (Eriyanto, 2018). Lebih lanjut menurut Eriyanto (2018) kehadiran media di era internet menyajikan keragaman pandangan dan khalayak tinggal memilih media yang sesuai dengan pandangan yang dimiliki. Menurut Bennet dan Iyengar (2008), kehadiran internet juga mengubah cara khalayak dalam mengkonsumsi berita. Perkembangan teknologi dan format media saat ini berubah secara radikal. Lebih lanjut, Bennet dan

Iyengar (2008) menyebutkan ada tiga perubahan media dan teknologi. Pertama, fragmentasi media dan pada akhirnya khalayak media. Menurut Bennet dan Iyengar saat ini bukan hanya jumlah media itu besar dan banyak jenisnya, tetapi juga terfragmentasi. Begitu juga dengan konten media, selain sudah sangat spesifik, tetapi juga jangkauan terhadap khalayak juga tersegmentasi. Kedua, di era digital ini, media mengarah pada personalisasi, di mana media tersebut menyentuh aspek personal dari segmen-segmen khalayak. Berbagai program acara lebih dirancang untuk entertain. Selain itu cara orang mendapatkan informasi juga berubah. Informasi dapat dengan mudah diperoleh dengan perangkat teknologi. Ketiga, struktur khalayak dan teknologi komunikasi. Saat ini khalayak memiliki ratusan bahkan ribuan pilihan tentang informasi, bukan hanya situs *online* dan televisi, tetapi juga televisi kabel, *outlet* berita, media sosial, podcast, dan blog pribadi.

Media dapat mempengaruhi opini publik dan perubahan perilaku melalui efek yang ditimbulkannya. Teori media yang menjelaskan tentang efek media tersebut salah satunya adalah *framing*. Di era digital saat ini, kehadiran media massa yang sangat banyak dibarengi pula dengan pandangan yang beragam. Merujuk kepada studi yang dilakukan oleh Wojcieszak dalam Eriyanto (2018), mengatakan bahwa ketika bingkai tertentu disediakan di media *offline* tradisional, media *online*, atau media sosial menyediakan *framing* alternatif. Lebih lanjut Wojcieszak mengatakan media sosial dan blog dapat bertindak sebagai pembentuk *frame* melalui pengembangan bingkai yang tidak diangkat oleh media *offline* tradisional.

## **2. Framing di Era Digital**

Kemajuan dalam bidang teknologi komunikasi, globalisasi, dan komersialisasi dalam media massa telah membuahkan pergeseran. Di era digital sekarang, media massa tidak hanya menjadi kekuatan pengontrol kekuasaan. Namun, media massa sendiri telah menjadi sebuah lingkaran kekuatan yang berpengaruh secara politik, ekonomi, dan budaya. Merujuk kepada pendapat Curran dan Seaton (2003), isi media massa tidak saja memiliki konsekuensi yang luas, tetapi juga mampu membentuk khalayak, menciptakan kelas, dan selera tertentu.

Perkembangan teknologi komunikasi yang berbasis internet turut mempengaruhi bagaimana media dalam mengemas berita. Perubahan ini dimungkinkan terjadi oleh karena kehadiran banyaknya media, baik *offline* tradisional dan *online* tradisional serta media sosial (Eriyanto, 2018). Lebih lanjut menurut Eriyanto (2018) kehadiran media di era internet menyajikan keragaman pandangan dan khalayak tinggal memilih media yang sesuai dengan pandangan yang dimiliki. Menurut Bennet dan Iyengar dalam Eriyanto (2018), kehadiran internet juga mengubah cara khalayak dalam mengonsumsi berita. Perkembangan teknologi dan format media saat ini berubah secara radikal. Lebih lanjut, Bennet dan Iyengar menyebutkan ada tiga perubahan media dan teknologi. Pertama, fragmentasi media dan pada akhirnya khalayak media. Menurut Bennet dan Iyengar saat ini bukan hanya jumlah media itu besar dan banyak jenisnya, tetapi juga terfragmentasi. Begitu juga dengan konten media, selain sudah

sangat spesifik, tetapi juga jangkauan terhadap khalayak juga tersegmentasi. Kedua, di era digital ini, media mengarah pada personalisasi, di mana media tersebut menyentuh aspek personal dari segmen-segmen khalayak. Berbagai program acara lebih dirancang untuk entertain. Selain itu cara orang mendapatkan informasi juga berubah. Informasi dapat dengan mudah diperoleh dengan perangkat teknologi. Ketiga, struktur khalayak dan teknologi komunikasi. Saat ini khalayak memiliki ratusan bahkan ribuan pilihan tentang informasi, bukan hanya situs *online* dan televisi, tetapi juga televisi kabel, *outlet* berita, media sosial, podcast, dan blog pribadi.

Media massa memiliki kekuatan yang membuatnya sangat penting dan strategis dalam komunikasi politik, terutama untuk pencitraan dan pembentukan opini publik (Arifin, 2010). Selain itu para konglomerasi yang memiliki modal besar juga berusaha mengendalikan opini publik dengan jalan memiliki dan menempatkan media massa sebagai industri jasa yang dekat dengan masyarakat dan menjadikannya sebagai alat untuk mengontrol pemerintah yang berkuasa. Dapat dikatakan bahwa media massa dapat dikuasai oleh kepentingan yang berbeda dengan tujuan politik yang sama yaitu membentuk opini publik, dengan jalan merekayasa opini melalui pencitraan. Kontrol atau pengendalian media massa pada hakikatnya dapat berasal dari dunia politik atau ekonomi. Salah satu kekuatan media massa adalah dalam mengemas pesan melalui pbingkaian (*framing*) dan agenda setting.

Menurut ulasan McQuail (2010) seluruh studi tentang komunikasi massa didasarkan pada asumsi bahwa media memiliki pengaruh yang signifikan, tetapi tentang seberapa luas pengaruh dari media tersebut belum ada parameter yang pasti. Ketidakpastian ini lebih mengejutkan karena pengalaman sehari-hari memberikan contoh pengaruh yang tak terhitung jumlahnya, meskipun kecil. Misalnya berita tentang cuaca sebagai ramalan, membeli sesuatu karena iklan, menonton film yang disebutkan di surat kabar, bereaksi dengan berbagai cara terhadap berita media, film, musik di radio, dan sebagainya. Berita ekonomi, baik atau buruk jelas mempengaruhi bisnis dan kepercayaan konsumen. Ada banyak kasus publisitas negatif media yang menyangkut komoditi atau citra sebuah perusahaan, institusi, atau bahkan reputasi seseorang yang menyebabkan perubahan perilaku yang signifikan, dari publik terhadap isu yang muncul tersebut.

Media dapat mempengaruhi opini publik dan perubahan perilaku melalui efek yang ditimbulkannya. Teori media yang menjelaskan tentang efek media tersebut salah satunya adalah *framing*. Di era digital saat ini, kehadiran media massa yang sangat banyak dibarengi pula dengan pandangan yang beragam. Merujuk kepada studi yang dilakukan oleh Wojcieszak dalam Eriyanto (2018), mengatakan bahwa ketika bingkai tertentu disediakan di media *offline* tradisional, media *online*, atau media sosial menyediakan *framing* alternatif. Lebih lanjut Wojcieszak mengatakan media sosial dan blog dapat bertindak sebagai pembentuk *frame* melalui pengembangan bingkai yang tidak diangkat oleh media *offline* tradisional.

### **3. Efek Framing Berita**

Pembingkaihan memiliki dampak terhadap individu ataupun masyarakat. Bingkai berita media dapat mempengaruhi individu, baik itu sikap maupun perilaku (Eriyanto, 2018). Lebih lanjut Eriyanto menambahkan bahwa selain pada individu dan masyarakat, *framing* juga memiliki dampak terhadap organisasi. Studi yang mempelajari hal tersebut disebut studi gerakan sosial, di mana studi tersebut mempelajari tentang bagaimana *framing* atas suatu isu dapat mempengaruhi tindakan kolektif atau gerakan sosial di masyarakat. Menurut teori *framing* keterlibatan seseorang dalam gerakan social ditentukan oleh sejauh mana seseorang tersebut memiliki pandangan yang sama dengan gerakan sosial tersebut.

Bingkai yang kita pakai akan menentukan sikap dan perilaku kita. Hal ini dapat dijelaskan dengan pendekatan psikologi dan sosiologi (Baran & Davis, 2012). Menurut pendekatan psikologi dijelaskan bahwa kognisi manusia bersifat terbatas, sedangkan orang cenderung memproses dan mengolah informasi hanya dari satu sisi saja (Eriyanto, 2018). Adapun penerimaan dan penolakan suatu isu ditentukan oleh bagaimana isu tersebut dibingkai dan bagaimana bagian isu tersebut dibingkai, diolah, dan diproses oleh kognisi. Merujuk kepada pendapat Goffman, dari sudut pandang sosiologi, *frame* yang kita pakai untuk menafsirkan berita media, kita pakai untuk menafsirkan berita sehari-hari.

### **4. Kepemimpinan**

Para pengembang teori transformatif berpendapat bahwa kepemimpinan berarti menyelaraskan, mencipta, dan memberdayakan. Pemimpin mentransformasikan organisasi dengan menyelaraskan manusia dan sumber daya lainnya serta menciptakan budaya organisasi yang menumbuhkan ekspresi ide secara bebas dan memberdayakan orang untuk berkontribusi pada organisasi (Danim, 2006).

Sutarto (1995) berpendapat bahwa kepemimpinan adalah kemampuan mempengaruhi perilaku orang lain dalam situasi tertentu agar bersedia bekerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pendapat lain dari Hemphiel dan Coons (1957) menyatakan kepemimpinan adalah perilaku dari seorang individu yang memimpin aktivitas-aktivitas suatu kelompok ke suatu tujuan yang akan dicapai bersama (shared goal).

Merujuk kepada pandangan Dan Nimmo (1978), ada tiga teori kepemimpinan yang digunakan dalam konteks komunikasi politik. Teori kepemimpinan pertama berpendapat bahwa pemimpin berbeda dari massa rakyat karena karakteristik dan sifat yang sangat dihargai. Semua pemimpin dalam semua proses peristiwa dan kebudayaan, memiliki karakteristik ini, sehingga disebut *unitary trait*. Selanjutnya teori kepemimpinan kedua adalah teori konstelasi sifat (*Constellation of Traits Theory*). Dalam teori ini, pemimpin memiliki sifat-sifat yang sama dengan yang dimiliki oleh orang kebanyakan, tetapi tetap memadukan sifat-sifat ini dalam ciri-ciri kepemimpinan yang membedakannya dari orang lain. Stodgill dalam Nimmo (1978) mengamati bahwa para pemimpin memang memiliki beberapa kepribadian yang

derajatnya sedikit lebih tinggi daripada yang bukan pemimpin, misalnya adalah ketahanan terhadap tekanan, tidak bergantung pada orang lain dalam memecahkan masalah dan sebagainya. Namun, Nimmo menyimpulkan bahwa kepribadian tersebut hanyalah satu di antara beberapa faktor yang membedakan kepemimpinan. Para peneliti kepemimpinan selanjutnya mengemukakan satu teori baru yang menentang teori berdasarkan sifat yang merujuk pada dua tipe kepemimpinan di atas. Teori ketiga ini disebut sebagai teori kepemimpinan situasionalis di mana teori ini berpendapat bahwa waktu, tempat dan keadaan yang menentukan siapa yang memimpin dan siapa yang menjadi pengikut. Namun, teori ini memiliki kelemahan yakni tidak mampu menerangkan mengapa dalam beberapa situasi tidak ada pemimpin yang diidentifikasi. Sebagai akibat dari kelemahan teori ketiga tersebut, maka muncul teori keempat yang diterima secara luas, yaitu bahwa kepemimpinan merefleksikan interaksi kepribadian para pemimpin dengan kebutuhan serta harapan dari pengikutnya, karakteristik kelompok dan situasi dalam kelompok tersebut.

### **5. Aktor Politik**

Menurut McNair (2011) yang termasuk aktor politik adalah orang atau individu dalam sebuah organisasi politik, partai politik, organisasi publik, kelompok penekan, dan teroris. McNair juga menyebut media sebagai aktor politik. Menurutnya, aktor politik yang dimaksud adalah institusi media dan orang-orang yang bekerja di dalamnya. Sedangkan Dan Nimmo menyebut kriteria aktor politik adalah orang yang berbicara tentang politik atau dalam *setting* politik, seperti politikus, profesional, dan aktivis (Nimmo, 2000).

Dalam komunikasi politik, yang berpengaruh bukan saja pesan politik itu tetapi peran aktor politik yang memiliki ketokohan. Ketokohan adalah orang yang memiliki kredibilitas, daya tarik, kharisma dan kekuasaan (Arifin, 2010). Orang yang memiliki ketokohan dapat juga disebut sebagai pahlawan politik (Nimmo, 2000). Ketokohan dalam politik disebut sebagai pahlawan politik (Arifin, 2010). Masih menurut Arifin, seorang tokoh politik yang disebut sebagai pahlawan politik pada dasarnya adalah seorang pemimpin formal maupun informal yang mendapat kepercayaan publik.

Val Burris (2001) dalam penelitiannya mengatakan bahwa korporasi dan pemodal perseorangan adalah aktor politik korporasi atau pemodal perseorangan adalah bagian dari aktor politik. Mereka punya peran penting terutama dalam masa kampanye untuk mendukung kandidat politik yang sesuai dengan kenutuhan dan kepentingannya dengan dana yang mereka miliki. Dasar kebutuhan dan kepentingan itu beraneka ragam, dapat berupa suku, agama dan kepentingan bisnis.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan metode kualitatif dan teknik analisis data menggunakan teknik analisis *framing* dimana teknik *framing* tersebut mengadopsi model teori *framing* dari Gamson dan Modigliani. Pada penelitian ini, objek penelitiannya adalah media daring yaitu

Kompas.com, dan Detik.com. Hal ini dikarenakan media daring tersebut dapat diakses se-Indonesia dan yang memiliki akurasi yang cepat dalam mendistribusikan berita serta media yang paling sering menampilkan berita terkait penanganan pandemi Covid-19 di Provinsi DKI Jakarta. Selain itu kedua media daring tersebut memiliki jumlah *viewer* yang tinggi. Waktu yang dipergunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menganalisis berita tiga bulan setelah Covid-19 masuk ke Indonesia yaitu sejak 1 April 2020 sampai 30 Juni 2020 yakni di mana masuk pada masa awal setelah Covid-19 dinyatakan menyebar sampai ke Indonesia dan Provinsi DKI Jakarta menjadi salah satu provinsi dengan zona merah. Kemudian yang menjadi argumen peneliti mengangkat *framing* berita tentang Provinsi DKI Jakarta adalah dikarenakan provinsi tersebut merupakan provinsi yang rentan dengan zona merah selama pandemi. Pada saat pandemi melanda, kecakapan kepala daerah di berbagai provinsi di Indonesia menjadi sorotan media, seperti halnya yang telah diuraikan oleh peneliti pada latar belakang masalah. Kemudian Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan merupakan aktor politik yang sering diangkat media sebagai kandidat presiden untuk pilpres yang akan datang, sehingga elektabilitasnya turut dipengaruhi oleh *framing* berita media.

Waktu yang dipergunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menganalisis berita satu bulan setelah setelah Covid-19 masuk ke Indonesia yaitu sejak 1 April 2020 sampai dengan 30 Juni 2020. Dalam rentang waktu tersebut merupakan periode terjadi peningkatan jumlah penderita Covid-19 yang cukup tinggi dan persiapan babak awal *new normal* di Indonesia.

Pada penelitian ini data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis *framing*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model teknik analisis *framing* Gamson dan Modigliani. Merujuk kepada Gamson dan Modigliani, pembingkai (*framing*) dipahami sebagai seperangkat gagasan atau ide sentral ketika individu ataupun media memahami dan memaknai suatu isu. Ada dua perangkat yang digunakan untuk menganalisis bagaimana ide sentral tersebut diterjemahkan dalam teks berita. *Pertama*, perangkat *framing* yakni yang berhubungan langsung dengan ide sentral atau bingkai yang ditekankan dalam teks berita, di mana perangkat ini ditandai oleh pemakaian kata, kalimat, grafik atau gambar dan kiasan tertentu. *Kedua*, perangkat penalaran yakni yang berhubungan dengan kohesi dan koherensi dari teks tersebut yang merujuk pada gagasan tertentu. Sebuah gagasan tidak hanya berisi kata dan kalimat tetapi ditandai juga oleh dasar dan argumen tertentu.

Model *framing* yang dikemukakan oleh Gamson dan Modigliani dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 2 Konsep *Framing* Gamson dan Modigliani

Frame	
Central organizing idea for making sense of relevant events, suggesting what is at issues	
<i>Framing Devices</i> (perangkat <i>framing</i> )	Reasoning Devices (perangkat penalaran)
Methapors	Roots
Perumpamaan atau pengandaian	Analisis kausal atau sebab akibat

Catchphrases Frase yang menarik, kontras, menonjol dalam suatu wacana. Ini umumnya berupa jargon atau slogan	Appeals to principle Premis dasar, klaim-klaim moral
Exemplar Mengaitkan bingkai dengan contoh, uraian (bisa teori, perbandingan) yang memperjelas bingkai	Consequences Efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai
Depiction Penggambaran atau pelukisan suatu isu yang bersifat konotatif. Depiction ini umumnya berupa kosakata, leksikon untuk melabeli sesuatu.	
Visual Images Gambar, grafik, citra yang mendukung bingkai secara keseluruhan. Dapat berupa foto, kartun, ataupun grafik untuk menekankan dan mendukung pesan yang ingin disampaikan.	

Sumber: Eriyanto (2002)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Merujuk kepada *framing* model Gamson dan Modigliani, pembingkaiian pesan yang diproduksi oleh media dianalisis dengan menerjemahkan ide sentral pesan yang diproduksi oleh teks berita dengan dua perangkat yaitu perangkat *framing* dan *device*. Berdasarkan hasil seleksi terhadap pemberitaan Anies Baswedan selaku Gubernur DKI Jakarta dalam mengatasi problematika pandemi, peneliti menemukan 7 (tujuh) berita yang dianggap sesuai dengan kriteria pemilihan objek penelitian, salah satunya karena mengisahkan kisah Anies Baswedan dalam menangani pandemi Covid-19, sebagaimana disajikan pada tabel 3. Ketujuh berita tersebut peneliti masukkan dalam model pembingkaiian milik Gamson dan Modigliani (Gamson & Modigliani, 1989; Eriyanto, 2002), kemudian diinterpretasikan sehingga menemukan cara Kompas.com dan Detik.com dalam membangun bingkai terhadap sosok Anies sebagai pemimpin DKI Jakarta.

Tabel 3 Objek Berita Kompas.com dan Detik.com yang Dianalisis

<b>KOMPAS.COM</b>	<b>DETIK.COM</b>
<b>JUDUL ARTIKEL</b>	<b>JUDUL ARTIKEL</b>
Kepada Media Australia, Anies Bingung Kemenkes Umumkan Zero Kasus Covid-19 pada Februari 2020 (Kompas.com - 12-05-2020)	Alasan Anies Tak Pilih Kata New Normal: Banyak yang Belum Tahu (Detik.com - 06-06-2020)
Anies: Ini Belum Selesai, Jakarta Belum Merdeka dari Covid-19... (Kompas.com - 01-05-2020)	Anies Frustrasi ke Kemenkes soal Penanganan Corona, Bukan ke Jokowi (Detik.com - 11-05-2020)
Anies: PSBB Keputusan Besar, tetapi Bukan Keputusan yang Berat (Kompas.com - 10-04-2020)	Anies Merasa Pemerintah Pusat Bikin Orang Tak Percaya Data DKI (Detik.com - 11-05-2020)
Anies Sebut Ganjil Genap bagi Mobil dan Motor Diterapkan bila Kasus Covid-19 Meningkat (Kompas.com - 08-06-2020)	Kontroversi Ganjil Genap: Sudah Ada di Aturan, Tapi Belum Pasti Diberlakukan (Detik.com - 09-06-2020)
Anies: Tingkat Kematian akibat Covid-19 di Jakarta 2 Kali Lipat Angka Global (Kompas.com - 02-04-2020)	Kritik Anies, Pedagang Keberatan Ganjil Genap di Pasar (Detik.com - 09-06-2020)

Hari Ini, Anies Usulkan Status PSBB untuk Jakarta kepada Menkes (Kompas.com - 02-04-2020)	PDIP: Cuma Beda Istilah, Transisi ala Anies Itu Konsep New Normal-nya Pusat (Detik.com - 04-06-2020)
Minta Warga Serius Jalani PSBB, Anies: Semakin Disiplin, Pandemi Corona Makin Cepat Selesai (Kompas.com - 01-05-2020)	Pecah Rekor Kasus Baru Corona di Ibu Kota, Kritik ke Anies Mengemuka (Detik.com - 10-06-2020)

Sumber: Kompas.com dan Detik.com, 2020

Merujuk kepada Shoemaker & Reese (2014), nilai-nilai ideologis baik secara ekonomi maupun politik yang dimiliki media terkadang mempengaruhi sudut pandang media dalam melihat sebuah peristiwa. Shoemaker & Reese (2014) telah menunjukkan ini melalui model mereka bernama *The Hierarchy Model of Media* yang mempertontonkan bahwa peristiwa telah melalui proses seleksi ideologis yang ketat sebelum diterbitkan, di sisi lain Daniel Hallin (1986; 2005) juga menjelaskan hal yang sama pada model *sphere ideology of media* yang menampilkan sudut pandang pemberitaan sangat dipengaruhi pada preferensi ideologi media terhadap peristiwa. Di Indonesia, ada Eriyanto (2002) yang mengulas tentang berita di mana berita adalah hasil konstruksi wartawan terhadap peristiwa, yang sangat dipengaruhi oleh cara dan sudut pandang wartawan hingga nilai ideologis pemilik media yang menaungi atau yang menjadi tempat wartawan bekerja. Tentu saja ketika menyebutkan media di sini yang dimaksud peneliti adalah media secara keseluruhan, baik itu media konvensional seperti cetak dan elektronik, atau media yang terbaru (*new media*) yang lebih banyak fitur multimedia seperti media massa yang terbit di internet. Merujuk pada pemikiran di atas kita juga dapat menganalisis bahwa pemberitaan Kompas.com dan Detik.com perihal kepemimpinan Anies Baswedan di DKI Jakarta saat menghadapi pandemi Covid-19, juga membawa sudut pandang kedua media terhadap peristiwa tersebut.

Bukti pertama yang dapat memberi gambaran sudut pandang media terhadap peristiwa, dapat diamati melalui sangat berbedanya penulisan berita dari sumber yang sama. Apabila melihat berita Kompas.com jumlah kasus positif dan kematian akibat Covid-19 yang terus meningkat tiap harinya dijadikan oleh Kompas.com sebagai pelecut agar regulasi dan kebijakan Anies perlu dipatuhi bila ingin segera mengakhiri pandemi Covid-19. Di sisi lain, Detik.com justru menggunakan meningkatnya jumlah kasus positif dan kematian akibat Covid-19, untuk memberi penilaian dan kritik terhadap kinerja Anies. Perihal ini, Detik.com menganggap kepemimpinan Anies kontroversial, karena kebijakannya justru mengakibatkan meningkatnya jumlah kasus Covid-19 di DKI Jakarta.

Kasus kebijakan ganjil genap yang dikeluarkan Anies untuk menghadapi pandemi Covid-19, saat akan menuju masa *new normal* atau transisi PSBB, juga diarahkan dalam dua sudut berbeda oleh kedua media. Pada kasus Kompas.com, kebijakan Anies yang dinamis dipandang sebagai langkah solutif menghadapi situasi pandemi Covid-19 yang berubah-ubah, sedangkan bagi Detik.com kedinamisan Anies dalam membangun regulasi ganjil genap justru dipandang sebagai bentuk ketidakkonsistensi

Anies dalam merumuskan sebuah kebijakan. Detik.com bahkan menghubungkan ketidakkonsistensi Anies dalam membangun regulasi tersebut dengan meningkatnya jumlah kasus positif dan kematian akibat Covid-19. Bagi Detik.com, Anies yang dipandang tidak konsisten, bertanggung jawab penuh terhadap meningkatnya jumlah kasus Covid-19.

Secara lebih detail dapat diamati bagaimana cara dua media meletakkan unsur pembingkai dalam penulisan berita tentang Anies saat memimpin DKI Jakarta menanggulangi pandemi Covid-19. Kompas.com telah beberapa kali menggunakan teks seperti perjuangan, bersama-sama, disiplin, hingga demi keluarga untuk menekankan bahwa Anies adalah pemimpin yang merakyat sehingga kebijakannya adalah demi kepentingan masyarakat, di sisi lain Detik.com berkali-kali menggunakan diksi kontroversial, kritik mengemuka, hingga tidak memahami kebutuhan kelas ekonomi menengah ke bawah adalah untuk menekankan bahwa Anies adalah sosok yang kontroversial dan mengeluarkan kebijakan yang justru menyulitkan warga di tengah situasi mereka yang memang sudah sulit akibat pandemi Covid-19.

Di sisi lain, apabila mengamati visual yang digunakan dalam penulisan berita, visual yang digunakan oleh Kompas.com memiliki maksud untuk menguatkan berita yang ditulis. Kebanyakan visual Kompas.com menunjukkan sosok transparansi Anies dalam mengungkap kasus Covid-19. Visual Kompas.com melakukan *figure positioning*, yang menempatkan Anies di tengah, di sekeliling pihak-pihak yang *notabene* adalah pihak-pihak yang terlibat langsung dalam menanggulangi pandemi Covid-19. Di sisi lain, visual yang digunakan oleh Detik.com, cenderung tidak bermakna, Foto Anies dalam berita cenderung hanya ada sebagai pelengkap berita, hanya dipakai untuk menunjukkan bahwa berita tersebut memuat tentang Anies. Tidak ada *positioning* khusus, tidak ada sudut pandang yang mampu memberi makna mendalam, Anies hanya ditampilkan sendirian. Perbedaan visual ini memberi pemaknaan lain bahwa di berita Kompas.com Anies selalu bekerja bersama-sama dengan berbagai pihak, sesuai dengan misi berita Kompas.com, sedangkan dalam berita Detik.com, Anies seolah berdiri sendiri melawan banyak pihak, juga sesuai dengan pemberitaan Detik.com yang memuat pertentangan Anies dengan banyak pihak termasuk pemerintah pusat. Secara detail dapat diamati pada tabel gambar di bawah ini.

Tabel 4 Visual Berita tentang Kepemimpinan Anies dalam Penanganan Pandemi Covid-19 di Kompas.com dan Detik.com

Visual dalam Berita Kompas.com		
		

Visual dalam Berita Detik.com



Sumber: Kompas.com dan Detik.com

Paling penting dan krusial dalam membentuk sudut pandang pemberitaan terhadap kasus Anies adalah dengan meletakkan moralitas tertentu dalam penulisan berita guna memperkuat klaim pembingkai. Dalam kasus Kompas.com, moralitas yang dibangun adalah kebersamaan mampu mengatasi pandemi, bersama-sama patuh protokol kesehatan, bersama-sama disiplin menjaga jarak, hingga bersama-sama berjuang agar mampu keluar dari situasi pandemi. Perihal kebersamaan ini, Kompas.com meletakkan Anies sebagai motor penggerak kebersamaan tersebut, menciptakan kisah pemberitaan yang mampu secara positif membangun citra Anies sebagai pemimpin. Di sisi lain, moralitas yang dibangun Detik.com perihal Anies adalah Anies dianggap mementingkan kepentingan politik dibandingkan kepentingan warga DKI Jakarta, Anies dianggap kurang berempati dengan situasi warga DKI Jakarta yang terdampak pandemi dan bahkan mengeluarkan kebijakan yang justru semakin menyulitkan warga. Perihal ini, Anies diletakkan Detik.com pada posisi sentral yang menyebabkan sejumlah kontroversi di DKI Jakarta, hingga penyebab semakin meningkatnya jumlah kasus Covid-19 di DKI Jakarta.

Terdapat unsur pembingkai lainnya yang memberi sudut pandang berbeda kedua media terhadap kasus kepemimpinan Anies di DKI Jakarta saat situasi pandemi Covid-19, seperti memberikan contoh penggambaran yang memperkuat bingkai, atau penggunaan metafora dan leksikon yang punya andil kuat dalam menciptakan sudut pandang idealis pada berita. Secara garis besar unsur pembentuk bingkai tersebut dirangkum dalam tabel di bawah ini.

Tabel 5 Perbedaan *Framing* Kompas.com dengan Detik.com  
Berdasarkan Analisis Elemen-Elemen Konsep *Framing* dari Gamson dan Modigliani

Perangkat Pembingkai	Kompas.com	Detik.com
<b>Metaphors (Metafora)</b>	Anies digambarkan sebagai pemimpin yang berjuang dan mengayomi agar tetap patuh dengan protokol kesehatan, mengeluarkan kebijakan sesuai kebutuhan masyarakat di tengah pandemi	Anies digambarkan kontroversial, kebijakan Anies diumpamakan dalam kondisi penuh kontroversi, kontroversi ini diperkuat dengan perbedaan suara antara Anies sebagai Gubernur DKI Jakarta, dengan berbagai pihak, dari pemerintah pusat hingga orang dalam pemerintahannya sendiri
<b>Catchphrases (Kata Kunci)</b>	<i>Belum selesai, berjuang, bertempur bersama, untuk kebaikan bersama, demi keluarga, serius dan disiplin</i>	<i>kebijakan itu akan mengganggu ekonomi masyarakat kecil, Kritik</i>

	<p>Kata-kata seperti merdeka, berjuang, tidak kendor, disiplin hingga untuk kebaikan bersama dan demi keluarga adalah kata-kata yang sering kali digunakan untuk menggambarkan sosok Anies sebagai pemimpin yang memberi semangat kepada masyarakat bahwa perjuangan belum selesai, hingga menegaskan bahwa regulasi yang dikeluarkan Anies adalah untuk kebaikan bersama.</p>	<p><i>ke Anies mengemuka, cuma beda istilah, kontroversial</i></p> <p>Kata-kata dan frasa seperti kebijakan itu akan mengganggu ekonomi masyarakat kecil, kritik ke Anies mengemuka, menunjukkan bahwa kebijakan Anies tidak melihat realita masyarakat kecil yang tengah berjuang di tengah pandemi Covid-19, di sisi lain kata dan frasa kontroversi menunjukkan bahwa memiliki banyak celah untuk dikritisi.</p>
<b>Exemplar (Contoh Pemandangan)</b>	<p>Angka-angka yang menyebutkan perihal data angka positif pengidap Covid 19, hingga angka kematian menjadi contoh dan visualisasi situasi “peperangan dan perjuangan” menghadapi pandemi Covid-19 di DKI Jakarta</p>	<p>Angka-angka yang menyebutkan perihal data angka positif pengidap Covid-19, hingga angka kematian menjadi contoh dan visualisasi situasi kegagalan dan kontroversi Anies saat memimpin DKI Jakarta</p>
<b>Depiction (Penggambaran/ Visualisasi)</b>	<p><i>“Kita ingat tidak ada keris ditempa sekali, tapi dia ditempa berkali-kali supaya dia makin kokoh dan makin kuat,” tambah dia.</i></p> <p>Warga diumpamakan akan semakin kuat menghadapi situasi kritis bila berjuang bersama-sama dibawah kepemimpinan Anies.</p>	<p><i>“Euforia waktu itu, karena saat itu diumumkan Rt 0,99 dan berhasil menurunkan. Iya lah, baru menurun sedikit,”.</i></p> <p>Kebijakan Anies divisualisasikan sebagai euforia yang bablas, karena kebijakan masa transisi justru malah menciptakan meningkatnya pengidap Covid-19.</p>
<b>Roots (Akar yang Mendasari)</b>	<p>Covid-19 menuntut banyak perubahan mulai dari merubah aktivitas warga hingga regulasi dan kebijakan yang perlu kembali disesuaikan dengan kondisi Covid-19. Anies selaku gubernur mampu mengatur agar kebijakan pengendalian Covid-19 dapat seminimal mungkin memberikan dampak terhadap situasi sosial ekonomi warga DKI Jakarta</p>	<p>Anies mengeluarkan kebijakan yang tidak tepat sasaran, tidak memperhatikan masyarakat ekonomi menengah ke bawah, hingga tidak konsisten dalam mengambil keputusan, salah satu contoh kasus adalah pada kebijakan ganjil genap.</p>
<b>Appeals to principle (Klaim Moral)</b>	<p>Anies mengayomi masyarakat agar bersama-sama menyadari pentingnya penerapan protokol kesehatan, moral utama yang diusung adalah kebersamaan menghentikan pandemi dan Anies adalah pemimpin yang menjadi motor penggerak di balik penanganan Covid-19.</p>	<p>Anies ditampilkan sering sekali berdebat dengan berbagai pihak, dan tidak satu komando dengan pemerintah pusat, moral utama yang diusung untuk memberi klaim Anies kontroversial adalah Anies tampak lebih mementingkan kepentingan politik dibandingkan, dengan penanganan Covid-19, mengeluarkan berbagai kebijakan yang tidak tepat sasaran sehingga justru merugikan masyarakat seperti kebijakan ganjil genap, hingga PSBB transisi yang justru diibaratkan Detik.com sebagai sumber “pecah rekor” kasus Covid-19 di DKI Jakarta.</p>

<b>Consequences (Konsekuensi)</b>	Pandemi diharapkan cepat berakhir bila masyarakat mengikuti saran-saran dari Anies Baswedan sebagai Gubernur DKI Jakarta, perihal protokol kesehatan di tengah pandemi Covid-19.	Anies yang tidak konsisten dan kontroversi, melalui dikeluarkannya kebijakan yang “tidak merakyat” dan justru menjadi <i>boomerang</i> meningkatnya jumlah kasus <i>Covid 19</i> , membuat tantangan DKI Jakarta sebagai <i>episentrum</i> penyebaran <i>Covid 19</i> tidak akan berakhir dalam waktu dekat.
-----------------------------------	--	--

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Selanjutnya berdasarkan analisis *framing* Gamson dan Modigliani terhadap setiap artikel berita Kompas.com dan Detik.com yang menjadi objek analisis, maka *framing* dari masing-masing artikel berita tersebut dapat dijelaskan pada tabel 6.

Tabel 6 Objek dan *Framing* Berita Kompas.com dan Detik.com

KOMPAS.COM		DETIK.COM	
JUDUL ARTIKEL	FRAMING	JUDUL ARTIKEL	FRAMING
Kepada Media Australia, Anies Bingung Kemenkes Umumkan Zero Kasus Covid-19 pada Februari 2020 (Kompas.com - 12-05-2020)	Anies Baswedan adalah pemimpin yang transparan dan rela bertindak demi kepentingan masyarakat dalam menghindari penyebaran Covid- 19. Bertentangan dengan pemerintah pusat.	Alasan Anies Tak Pilih Kata New Normal: Banyak yang Belum Tahu (Detik.com - 06-06-2020)	Anies adalah pemimpin yang kontroversial, hanya mencari-cari cara untuk bertentangan dengan pemerintah pusat, karena meributkan diksi yang dipakai guna menjelaskan situasi setelah PSBB
Anies: Ini Belum Selesai, Jakarta Belum Merdeka dari Covid-19... (Kompas.com - 01-05-2020)	Anies adalah pemimpin yang mengayomi masyarakat di tengah pandemi.	Anies Frustrasi ke Kemenkes soal Penanganan Corona, Bukan ke Jokowi (Detik.com - 11-05-2020)	Anies merupakan pemimpin yang kritis kepada pihak-pihak yang memiliki pandangan dan kebijakan yang berbeda dengan dirinya.
Anies: PSBB Keputusan Besar, tetapi Bukan Keputusan yang Berat (Kompas.com - 10-04-2020)	Anies adalah pemimpin yang memahami kondisi masyarakat, mengambil kebijakan berdasarkan pengamatan sosial terhadap masyarakat.	Anies Merasa Pemerintah Pusat Bikin Orang Tak Percaya Data DKI (Detik.com - 11-05-2020)	Anies belum tentu benar tetapi menuduh pemerintah pusat membatasi dirinya dalam mengungkap fakta dan data (transparansi) persoalan Covid-19 di DKI Jakarta.
Anies Sebut Ganjil Genap bagi Mobil dan Motor Diterapkan bila Kasus Covid-19 Meningkat (Kompas.com - 08-06-2020)	Anies dinamis dalam menentukan kebijakan di tengah pandemi, menyesuaikan dengan dinamika pandemi Covid- 19, tetapi juga memperhatikan dinamika sosial ekonomi.	Kontroversi Ganjil Genap: Sudah Ada di Aturan, Tapi Belum Pasti Diberlakukan (Detik.com - 09-06-2020)	Anies sebagai Gubernur DKI Jakarta adalah sosok yang kontroversial karena kebijakan Anies mengenai persoalan penanganan dan penghentian laju pandemi Covid-19 dianggap dapat merugikan banyak pihak.
Anies: Tingkat Kematian Akibat Covid-19 di Jakarta 2	Aturan dan kebijakan antara DKI Jakarta dan Pemerintah Pusat	Kritik Anies, Pedagang Keberatan Ganjil Genap di Pasar	Kebijakan Anies tidak melihat persoalan sosial ekonomi masyarakat yang

Kali Lipat Angka Global (Kompas.com - 02-04-2020)	menjadi penghalang utama Anies dalam menangani penyebaran virus corona di DKI Jakarta.	(Detik.com - 09-06-2020)	tengah sulit di tengah pandemi Covid-19.
Hari Ini, Anies Usulkan Status PSBB untuk Jakarta kepada Menkes (Kompas.com - 02-04-2020)	Anies adalah pemimpin proaktif terhadap penanganan Covid-19 tetapi terbatas oleh birokrasi.	PDIP: Cuma Beda Istilah, Transisi ala Anies Itu Konsep New Normal-nya Pusat (Detik.com - 04-06-2020)	Anies adalah sosok pemimpin kontroversial yang cenderung membesar-besarkan masalah.
Minta Warga Serius Jalani PSBB, Anies: Semakin Disiplin, Pandemi Corona Makin Cepat Selesai (Kompas.com - 01-05-2020)	Anies adalah pemimpin yang memberi teladan kepada masyarakat di saat pandemi Covid-19 terjadi. Serius dalam penanganan Covid-19.	Pecah Rekor Kasus Baru Corona di Ibu Kota, Kritik ke Anies Mengemuka (Detik.com - 10-06-2020)	Sebagai gubernur, kepemimpinan Anies di DKI Jakarta, tidak kompeten hingga mengkhawatirkan, karena kebijakannya dianggap tidak berhasil menghambat pertumbuhan Covid-19 di DKI Jakarta.

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Hasil analisis data pada penelitian ini menemukan bahwa secara keseluruhan *framing* yang dilakukan Kompas.com menunjukkan bahwa meskipun pemerintah pusat dan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta sempat tidak sepatutnya dan sering kontroversi dalam menangani pandemi Covid-19, tetapi dianggap bahwa Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan mampu menjawab kebutuhan dan persoalan masyarakat melalui kebijakan-kebijakan dan program yang dilakukan selama pandemi Covid-19 tersebut. Adapun hasil dari analisis *framing* Detik.com menunjukkan bahwa sebagai seorang Gubernur, Anies Baswedan adalah sosok pemimpin yang kontroversial melalui kebijakan-kebijakan yang masih dianggap belum matang yang justru menciptakan ketidakberhasilan dalam menghambat penyebaran virus Covid-19 di Provinsi DKI Jakarta.

Sesuai dengan tujuan penelitian dan rumusan masalah maka pada bagian temuan ini telah menjawab bagaimana *framing* yang dilakukan oleh Kompas.com dan Detik.com melalui teks berita yang dianalisis dengan menggunakan model Gamson dan Modigliani. Kompas.com dan Detik.com memiliki perbedaan dalam membuat *framing* melalui teks berita yang diproduksi dalam mengonstruksi kepemimpinan Anies Baswedan.

## PENUTUP

Sesuai dengan tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pembingkaihan yang dilakukan oleh media massa daring (Kompas.com dan Detik.com) terhadap kepemimpinan Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan dalam mengatasi masalah pandemi Covid-19 dan untuk mengidentifikasi perbedaan pembingkaihan yang dilakukan oleh Kompas.com dan Detik.com terkait kepemimpinan Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan dalam mengatasi masalah pandemi Covid-19, maka dari hasil analisis data dan pembahasan, dapat dijelaskan bahwa penggunaan model teknik analisis *framing* dalam

membedah konstruksi media dalam mengemas berita menghasilkan temuan yang berbeda. Dari hasil analisis data disimpulkan bahwa kepemimpinan Anies Baswedan dalam menanggulangi Covid-19 di DKI Jakarta dibingkai secara berbeda oleh media Kompas.com dan Detik.com. Adapun pembedaan Kompas.com yang ditemukan oleh peneliti dengan menggunakan model framing Gans dan Modigliani dalam mengonstruksi *framing* aktor politik dalam hal ini Gubernur DKI Anies Baswedan adalah sebagai berikut: 1) Anies adalah pemimpin yang transparan, rela bertindak demi kepentingan masyarakat, bertentangan dengan pemerintah pusat; 2) Anies adalah pemimpin yang mengayomi masyarakat di tengah pandemi; 3) Anies adalah pemimpin yang memahami kondisi masyarakat, mengambil kebijakan berdasarkan pengamatan terhadap masyarakat; 4) Anies dinamis dalam menentukan kebijakan di tengah pandemi, menyesuaikan dengan dinamika pandemi Covid-19, tetapi juga memperhatikan dinamika sosial ekonomi; 5) Aturan dan kebijakan di antara DKI Jakarta dan pemerintah pusat menjadi penghalang utama Anies dalam menangani penyebaran virus *Corona* di DKI Jakarta; 6) Anies adalah sosok pemimpin proaktif terhadap penanganan Covid-19 tetapi terbatas oleh birokrasi; 7) Anies adalah pemimpin yang memberi teladan kepada masyarakat di saat pandemi Covid-19 terjadi hingga serius dalam penanganan Covid-19.

Selanjutnya untuk menjawab pertanyaan penelitian yang pertama secara keseluruhan, penulis menyajikan konstruksi Detik.com atas kepemimpinan Anies Baswedan sebagai berikut: 1) Anies adalah pemimpin yang kontroversial, meributkan persoalan kecil dan selalu bermasalah dengan pemerintah pusat; 2) Anies merupakan pemimpin yang kritis kepada pihak-pihak yang punya pandangan dan kebijakan yang berbeda dengan dirinya; 3) Anies memandang pemerintah pusat membatasi dirinya dalam mengungkapkan fakta dan data (transparansi) persoalan Covid-19 di DKI Jakarta justru dengan data yang tidak ilmiah; 4) Anies sebagai Gubernur DKI Jakarta adalah sosok yang kontroversial karena kebijakan Anies mengenai penanganan dan penghentian laju pandemi Covid-19 dianggap dapat merugikan banyak pihak; 5) Anies sebagai pemimpin kurang empati kepada warga - kebijakan Anies tidak melihat persoalan sosial ekonomi masyarakat yang tengah sulit di tengah pandemi Covid-19; 6) Anies adalah sosok pemimpin kontroversial yang cenderung membesar-besarkan masalah; 7) Sebagai gubernur, kepemimpinan Anies di DKI Jakarta tidak kompeten hingga mengkhawatirkan, karena kebijakannya dianggap tidak berhasil menghambat pertumbuhan Covid-19 di DKI Jakarta.

Untuk menjawab pertanyaan penelitian yang kedua yakni perbedaan pembedaan antara Kompas.com dan Detik.com, penulis menyajikan hasil temuan atas pembedaan yang dilakukan Kompas.com dan Detik.com dalam mengonstruksi Anies Baswedan. Secara keseluruhan Kompas.com membingkai Anies Baswedan sebagai pemimpin yang mampu menjawab kebutuhan dan persoalan masyarakat melalui kebijakan di tengah pandemi Covid-19 walaupun sempat terjadi perbedaan pendapat dan ketidaksepakatan dengan pemerintah pusat mengenai persoalan penanganan pandemi. Sedangkan hasil temuan pada Detik.com menunjukkan bahwa sebagai Gubernur DKI Jakarta, Anies

adalah sosok pemimpin yang kontroversial melalui kebijakan-kebijakan yang dianggap belum matang yang justru menciptakan ketidakberhasilan dalam menghambat penyebaran virus Covid-19 di DKI Jakarta. Dari temuan penelitian yang mengadopsi model pembingkai Gamson dan Modigliani tersebut, penelitian ini menyimpulkan bahwa dari analisis framing yang telah dilakukan oleh peneliti adalah bahwa pada tahapan konstruksi berita, penulisan berita Kompas.com dan Detik.com lebih menekankan pada aspek metafora, *catchphrases* (kata kunci), dan konsekuensi.

Penelitian ini menemukan bahwa ada perbedaan pembingkai yang dilakukan masing-masing media dalam mengonstruksi aktor politik. Elemen-elemen yang digunakan dalam model Gamson dan Modigliani secara rinci menggambarkan pembingkai yang dilakukan oleh media daring di mana penting sebenarnya untuk melihat efek pembingkai tersebut terhadap persepsi publik. Namun karena keterbatasan penelitian, penulis tidak menyentuh konsep persepsi publik tersebut sehingga penulis merekomendasikan penelitian selanjutnya dengan menambahkan konsep-konsep lain seperti persepsi, reputasi, dan sikap politik khalayak dalam penelitian *framing* dengan menggunakan model Gamson dan Modigliani tersebut.

Setiap media memiliki sudut pandang dan kepentingannya sendiri dalam membingkai sebuah berita dan setiap berita yang diproduksi merupakan hasil konstruksi dari realitas sosial yang ada (Gamson & Modigliani, 1989; Eriyanto, 2002). Setiap media yang memiliki ideologi yang berbeda akan mengemas sebuah berita agar menarik perhatian khalayak sehingga diharapkan agar khalayak pembaca berita dituntut untuk lebih selektif dan kritis dalam memahami dan menyikapi berita yang disajikan oleh media. Hal ini dimaksudkan agar masyarakat tidak mudah terprovokasi dan tidak menimbulkan aksi atau persepsi yang negatif terhadap aktor politik sebagai akibat pemahaman yang dangkal terhadap sebuah berita.

### **Daftar Pustaka**

- Ariestya, A. (2016). Efek Bingkai Berita Online terhadap Penilaian Heuristic Individu. *Tesis*. Universitas Indonesia.
- Arifin, A. (2010). *Opini Publik*. Jakarta: Gramatav Publishing.
- Ashwell, D., & Murray, N. (2020, July). When Being Positive Might Be Negative: An Analysis Of Australian And New Zealand Newspaper Framing of Vaccination Post Australia's No Jab No Pay Legislation. *Vaccine-Journal-Elsevier*, 38(35), 5627–5633. doi:10.1016/j.vaccine.2020.06.070
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2012). *Mass Communication Theory Foundations, Ferment, and Future*. California: Wadsworth Publishing.
- Becktel, K., Stanton, C., Smith, J., Eames, C., & Sweetser, K. (2021). Policy aside: A framing study on policy change and its influence on the perception of an organization's culture. *Public Relations Review*, 47(1). Retrieved from journal homepage: [www.elsevier.com/locate/pubrev](http://www.elsevier.com/locate/pubrev)
- Bennet, W. L., & Iyengar, S. (2008). A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication. *Journal of Communication*, 58(4), 707-731.
- Bogdan, R., & Taylor, S. (1975). *Introduction to Qualitative Research Method a Phenomenological Approach The Social*. New York: Jhon Wiley.

- Burris, V. (2001). The Two Faces of Capital: Corporations and Individual Capitalists as Political Aktors. *American Sociological Review*, 66,, 361-381.
- Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). Framing Theory. *Annual Review of Political Science*, 10, 103-126.
- Danim, S. (2006). *Visi Baru Manajemen Sekolah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Detik.com. (2020, August 1). Retrieved July 23, 2021, from <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5116164/terpopuler-sepekan-dki-kembali-zona-merah-corona-ada-90-klaster-kantor>
- Entman, R. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing Konstruksi Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LKis.
- Eriyanto. (2018). *Media dan Opini Publik*. Depok: Rajawali Pers. PT Raja Grafindo Persada.
- Feindt, P., & Kleinschmit, D. (2011). The BSE Crisis in German Newspapers: Reframing Responsibility. *Sci. Cult*, 20(2), 183–208. doi:<https://doi.org/10.1080/09505431.2011.563569>
- Ferree, M., Gamson, W., Gerhards, J., & Rucht, D. (2002). *Shaping Abortion Discourse: Democracy and the Public Sphere in Germany and the United States*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gamson, W. A. (1996). Media Discourse as a Framing Resource. In A. N. (ed), *The Psychology of Political Communication*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
- Gamson, W., & Modigliani, A. (1989). Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1-37. doi:10.1086/229213
- Gebara, M., May, P., Carmenta, R., Calixto, B., Brockhaus, M., & Di Gregorio, M. (2017). Framing REDD+ in the Brazilian National Media: How Discourses Evolved Amid Global Negotiation Uncertainties. *Climatic Change*, 141(2), 213–226. doi:<https://doi.org/10.1007/s10584-017-1896-1>
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis, An Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper Colophon Books.
- Hallin, D. C. (1986). *The "Uncensored War" The Media and Vietnam*. Oxford: Oxford University Press.
- Hallin, D. C. (2005). *We Keep America On Top of the World - Television Journalism and the Public Sphere (Communication and Society)*. New York: Routledge.
- Hemphill, J., & Coons, A. (1957). Development of the Leader Behavior Description Questionnaire. In R. S. (eds.), *Leader Behavior, Its Description and Measurement*. Columbus: Bureau for Bussines Research, Ohio State University.
- Jo, W., & You, M. (2019, November). News Media's Framing of Health Policy and Its Implications for Government Communication: A Text Mining Analysis of News Coverage on a Policy to Expand Health Insurance Coverage in South Korea. *Health Policy*, 123(11), 1116-1124. doi:<https://doi.org/10.1016/j.healthpol.2019.07.011>
- Kompas.com. (2020, June 03). Retrieved July 23, 2021, from <https://regional.kompas.com/read/2020/06/03/19283861/surabaya-jadi-zona-hitam-pemkot-setelah-itu-dikasih-warna-apa-lagi?page=all>
- Kompas.com. (2021, June 30). Retrieved July 23, 2021, from <https://nasional.kompas.com/read/2021/06/30/11031731/update-dki-jakarta-zona-merah-kecuali-kepulauan-seribu>
- Margianto, J., & Syaefullah, A. (2011). *Media Online: Pembaca, Laba, dan Etika*. Jakarta: AJI Indonesia.
- McCombs, M., Llamas, J. P., Lopez-Escobar, E., & Rey, F. (1997). Candidate Images in Spanish Elections: Second-Level Agenda-Setting Effects. *Rapid Communication*, 74(4), 703-717. doi:<https://doi.org/10.1177/107769909707400404>
- McNair, B. (2011). *An Introduction To Political Communication*. London and New York: Routledge.
- McQuail, D. (1994). *Mass Communication Theory: An Introduction*. Thousand Oaks, CA.: age.
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory 6th Edition*. London: SAGE Publication Ltd.
- Nimmo, D. (1978). *Political Communication and Public Opinion in America*. Santa Monica: Goodyear Pub. Co.

- Nimmo, D. (2000). *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Nimmo, D. (2005). *Komunikasi Politik, Khalayak & Efek*. Bandung: Rosda Karya.
- Ogbodo, J., Onwe, E., Chukwu, J., Nwasum, C. J., Nwakpu, E., Nwankwo, S., . . . Ogbaeja, I. (2020). Communicating Health Crisis: A Content Analysis of Global Media Framing of COVID-19. *Health Promot Perspect*, 10(3), 257–269. doi:10.34172/hpp.2020.40
- Ophir, Y., Walter, D., Arnon, D., Lokmanoglu, A., Tizzoni, M., Carota, J., . . . Nicastro, E. (2021). The Framing of COVID-19 in Italian Media and Its Relationship with Community Mobility: A Mixed-Method Approach. *Journal of Health Communication International Perspectives*, 26(3), 161-173. doi:https://doi.org/10.1080/10810730.2021.1899344
- Park, M., & Kleinschmit, D. (2016). Framing Forest Conservation in the Global Media: an Interest-Based Approach. *Forest Policy Econ*, 68, 7-15. doi: https://doi.org/10.1016/j.forpol.2016.03.010
- Pham, T., Di Gregorio, M., & Brockhaus, M. (2017). REDD+ Politics in the Media: a Case Study from Vietnam. *Int. For. Rev.*, 69–80. doi:https://doi.org/10.1505/146554817822407466
- Reese, S. D. (2001). Prolog: Framing Public Life, A Bridging Model for Media Research. In O. H. Stephen Reese, *Framing Public Life: Perspective on Media and Our Understanding of Social World*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Sadath, N., Kleinschmit, D., & Giessen, L. (2013). Framing The Tiger - a Biodiversity Concern in National and International Media Reporting. *Forest Policy Econ*, 36, 37–41.
- Scheufele, D. (1999). Framing as a theory of media effects. *J. Commun*, 49(1), 103–122.
- Shoemaker, P., & Reese, S. D. (2014). *Mediating in the 21st Century: A Media Sociology Perspective*. New York: Routledge.
- Silalahi, E. (2017). Pengaruh Pembingkai Berita Online dan Topik Berita terhadap Political Trust (Studi Eksperimen Berita). *Tesis*. Universitas Indonesia.
- Sutarto. (1995). *Dasar-Dasar Kepemimpinan Administrasi*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Triastika, S. (2015). Konstruksi Kepemimpinan Tokoh Bangsa dalam Film (Analisis Framing Tokoh Bangsa). *Tesis*. Universitas Indonesia.
- Zheng, S. (2020, November). The Communication Power of Chinese Novel Coronavirus Pneumonia (COVID-19) News Reports in Light of the Framing Theory. *Theory and Practice in Language Studies*, 1467-1470. doi:http://dx.doi.org/10.17507/tpls.1011.18