TREN PEMBERITAAN COVID-19
PEMERINTAH PROVINSI JAWA TIMUR DI MEDIA ONLINE
East Java Provincial Government Covid-19 News Trends in Online Media

Rio Febriannur Rachman

Institut Agama Islam Syarifuddin
Jalan Kiai Syarifuddin, Wonorejo, Kedungjajang, Lumajang, Jawa Timur
Email: riofrachman21@gmail.com

Diterima : 25 Februari 2021; Direvisi: 29 Maret 2021; Disetujui : 30 April 2021
DOI : <https://doi.org/10.37250/newkiki.v4i1.93>

Abstract

This study discusses the trends in Covid-19 news regarding the East Java provincial government in online media. The theory used is public relations communication in the scope of public communication. This theory is used to see how the position of the East Java provincial government in online media coverage. The method used is quantitative with the perspective of communication audit content analysis. The accurate data comes from news articles from the online media www.detik.com, as a representation of the national media, and www.beritajatim.com, as a representation of the local media in East Java. The news that was researched were those published from March to November 2020, each month four news items from www.detik.com were selected and four news items from www.beritajatim.com as samples, so that a total of 72 news items were studied. The results of this study are, first, from a number of 72 news stories, most or 29 news items with positive contents. Followed by 24 news with neutral contents and 19 news with negative contents. Second, from a total of 72 news stories, most or 28 news (39 percent) used the main source from the East Java Provincial Government, followed by 19 news sources from the community, 9 news from the Regional Government, 7 from the police, 6 from the central government, and 3 from state institutions. Of the 72 news stories, some of them had 16 news topics about the campaign against Covid-19, the same as 16 news about innovations in handling Covid-19. Followed by 12 news about other areas affected by Covid-19, 11 news patient conditions, and the urgency of adding 5 hospital facilities.

Keywords: News, Covid-19, Public Communication, Public Relations, Communication Audit

Abstrak

Kajian ini membahas tentang tren pemberitaan Covid-19 yang berkenaan dengan pemerintah provinsi Jawa Timur di media online. Teori yang digunakan adalah komunikasi kehumasan dalam cakupan komunikasi publik. Teori tersebut dipakai untuk melihat bagaimana posisi pemerintah provinsi Jawa Timur pada pemberitaan-pemberitaan di media online. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan perspektif analisis konten audit komunikasi. Data yang teliti berasal artikel berita dari media online www.detik.com, sebagai representasi media nasional, dan www.beritajatim.com, sebagai representasi media lokal Jawa Timur. Berita-berita yang diteliti adalah yang terbit pada rentang Maret hingga November 2020, tiap bulan dipilih empat berita dari www.detik.com dan empat berita dari www.beritajatim.com sebagai sample, sehingga total ada 72 berita yang diteliti. Hasil dari kajian ini, pertama, dari sejumlah 72 berita, sebagian besar atau 29 berita bermuatan positif. Disusul 24 berita bermuatan netral dan 19 berita bermuatan negatif. Kedua, dari sejumlah 72 berita, sebagian besar atau 28 berita (39 persen) memakai narasumber utama dari pihak Pemerintah Provinsi Jawa Timur, disusul 19 berita yang narasumbernya dari kalangan masyarakat, 9 berita dari kalangan Pemerintah Daerah, 7 dari kepolisian, 6 dari pemerintah pusat, dan 3 dari lembaga negara. Dari sejumlah 72 berita, sebagian memiliki topik tentang kampanye melawan Covid-19 sebanyak 16 berita sama dengan berita tentang inovasi penanganan Covid-19 yang banyaknya 16 berita. Disusul berita tentang bidang-bidang lain terdampak Covid-19 sebanyak 12 berita, kondisi pasien 11 berita, dan urgensi penambahan fasilitas rumah sakit 5 berita.

Kata Kunci: Berita, Covid-19, Komunikasi Publik, Kehumasan, Audit Komunikasi

PENDAHULUAN

Komunikasi memiliki hubungan erat dengan mekanisme kebijakan publik. Mengingat, kebijakan publik adalah upaya pemerintah melayani masyarakat (Rachman, 2020), sedangkan pelayanan itu tidak mungkin teraplikasikan tanpa proses komunikasi. Ada kaitan mendasar antara perubahan sosial, model komunikasi, dan pembangunan dasar manusia yang dilakukan oleh pemerintah di setiap level. Model komunikasi berkembang seiring dengan berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi. Pemerintah dituntut mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi tersebut demi melancarkan komunikasi publik (Kiryantono, 2014). Komunikasi tidak lagi hanya interaksi tatap muka, namun juga interaksi melalui media internet. Di era kekinian, terdapat banyak kebijakan publik yang melibatkan media internet (Rachman, 2019).

Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang diluncurkan pada November 2020, pengguna internet di Indonesia menembus angka 196,7 juta orang. Hingga triwulan kedua tahun 2020, pengguna internet di Indonesia

mencapai 73,7 persen dari total populasi, yang menurut Badan Pusat Statistik berjumlah sekitar 266 juta orang. Artinya, penetrasi pengguna internet Indonesia berjumlah 73,7 persen, naik dari 64,8 persen dari tahun 2018. Survei APJII itu digelar dengan melibatkan 7000 responden di seluruh Indonesia. Survei dilakukan selama periode 2 sampai 25 Juni 2020.

Pada masa pandemi Covid-19, pemerintah Indonesia di level mana pun perlu menggunakan internet untuk pengelolaan isu (edukasi, sosialisasi, dan lain sebagainya). Apalagi, penetrasi internet di semua daerah di Indonesia makin meluas dari waktu ke waktu. Termasuk, pemerintah provinsi (Pemprov) Jawa Timur, di mana wilayahnya berulang kali masuk kategori zona merah.

Program komunikasi atau penyebaran informasi yang dilakukan Pemprov Jawa Timur dapat dimaksudkan untuk memicu partisipasi publik. Selama ini, Pemprov Jawa Timur populer dengan terobosan-terobosannya di bidang pelayanan publik. Di era pandemi Covid-19 seperti sekarang ini, Pemprov Jawa Timur mesti mampu melakukan komunikasi publik yang baik sebagai

bentuk pelayanan publik. Termasuk di dalamnya, soal bagaimana Pemprov Jawa Timur memberikan asupan informasi pada masyarakat melalui mitra atau rekan media massa.

Upaya komunikasi semacam ini bukanlah bentuk memengaruhi media massa, dalam hal ini media massa online sebagaimana yang dijadikan materi dalam kajian ini. Usaha memberikan asupan informasi semacam ini bisa ditelaah melalui pendekatan teori komunikasi publik dan kehumasan. Dengan asumsi, semakin banyak informasi dan klarifikasi dilakukan oleh Pemprov Jawa Timur, tren pemberitaan akan berdampak positif baik bagi eksekutif secara langsung, maupun bagi masyarakat secara tidak langsung. Pasalnya, dengan asupan informasi yang proporsional, masyarakat juga bisa ikut tercerahkan (Muslih, 2020). Sementara itu, Pemprov Jawa Timur memiliki tanggung jawab untuk menyebarkan informasi yang baik.

Komunikasi publik secara teori bermakna pertukaran pesan dengan sejumlah pihak yang ada di satu kelompok maupun di luar kelompok. Bisa dilakukan secara tatap muka maupun melalui media (Muhammad,

2000). Komunikasi publik dilaksanakan di depan banyak orang, sehingga ada pula yang menyebutnya sebagai komunikasi massa. Segala pesan yang disampaikan Pemprov Jawa Timur di hadapan masyarakat bisa digolongkan dalam lingkup komunikasi publik.

Dalam konteks kajian ini, oleh karena ada hubungannya dengan pemberitaan di media massa, bisa pula dikerucutkan dalam konsep komunikasi publik kehumasan. Komunikasi publik kehumasan yang dilakukan Pemprov Jawa Timur memiliki spektrum yang luas. Pasalnya, eksekutif punya kewajiban menyebarkan informasi ke masyarakat, baik secara langsung melalui media massa (Widjaja, 2002). Media massa yang dimaksud, di era kekinian seperti sekarang ini, termasuk pula media pemberitaan online.

Persoalan pemberitaan mengenai Covid-19 merupakan salah satu tema yang kerap diteliti belakangan ini. Salah satu yang umumnya dibahas adalah efek pemberitaan mengenai wabah ini bagi masyarakat secara luas. Tidak hanya berita dari media konvensional seperti televisi atau radio, namun juga dari media *online* (Triyaningsih, 2020). Secara fisik maupun mental, masyarakat mendapat

imbas, baik positif maupun negatif. Yang positif, di antaranya, membuat kewaspadaan makin kuat. Yang negatif, antara lain, menambah kecemasan di masyarakat. Artinya, berita yang menyebar di masyarakat memiliki daya gugah.

Fakta bahwa berita memiliki peran sentral untuk menggiring opini publik ternyata dipakai pula oleh pihak-pihak tertentu, termasuk pemerintah, untuk memberikan pemahaman pada masyarakat melalui kanal-kanal *online*. Meskipun, kanal yang dimaksud tidak selalu milik kantor berita. Sebagai contoh, pemerintah memberikan pemahaman pada para *influencer* muda di media sosial internet tentang Covid-19. Tujuannya, agar informasi dari pemerintah itu bisa dijadikan bahan konten yang kemudian disebarkan pada masyarakat luas (Boer, dkk, 2020).

Dalam perjalanannya, di era krisis kesehatan seperti sekarang ini, kredibilitas pemberitaan, baik yang disalurkan melalui media konvensional maupun media *online*, kadang dipertanyakan (Wafi & Haes, 2020). Pasalnya, kadang kala pemberitaan yang simpang siur justru menjadi momok di masyarakat. Oleh sebab itu, pemerintah perlu melakukan intervensi,

salah satunya melalui strategi komunikasi publik kehumasan. Harapannya, konten berita yang meresahkan di masyarakat bisa direduksi.

Kajian ini mengangkat tema tren pemberitaan tentang Covid-19 yang berhubungan dengan Pemprov Jawa Timur. Covid-19 merupakan wabah besar yang menimpa dunia, sedangkan Jawa Timur tergolong provinsi yang sempat beberapa kali masuk zona merah (Abdullah, 2020). Berita-berita yang diteliti berasal dari media online www.detik.com, sebagai representasi media nasional, dan www.beritajatim.com sebagai representasi media lokal Jawa Timur. Kajian ini memakai metode kuantitatif dengan pendekatan analisis konten audit komunikasi. Fokus penelitian ini adalah bagaimana tren pemberitaan Pemerintah Provinsi Jawa Timur di media online dari perspektif muatan berita, narasumber berita, dan topik berita.

LANDASAN TEORI

Sejumlah pakar menyebutkan, komunikasi publik adalah Teknik atau strategi komunikasi yang dilakukan komunikator pada khalayak sasaran

atau komunikasi (Dijkzeul & Moke, 2005). Tujuannya, memberikan pemahaman pada publik tentang apa yang dimaksudkan oleh komunikator, umumnya berkenaan dengan kebijakan. Oleh sebab itu, isu tentang komunikasi publik kerap diidentikkan dengan kebijakan yang dilaksanakan eksekutif. Komunikasi publik merupakan proses menggunakan pesan untuk menimbulkan kesamaan makna dalam sebuah situasi. Sumber informasi berupaya agar masyarakat mengerti dengan apa yang telah dijelaskannya. Bagaimana cara memberi pengertian itu, dengan mengomunikasikannya melalui transmisi pesan (Pearson, dkk, 2003).

Dalam perspektif kebijakan publik pemerintah, komunikasi publik lekat dengan tugas-tugas kehumasan. Memasuki era globalisasi dan kepadatan informasi zaman digital seperti sekarang ini, pemerintah di setiap level, termasuk Pemerintah Provinsi Jawa Timur, dituntut mampu mengatur arus informasi yang berkenaan dengan langkah strategisnya. Pengaturan arus informasi itu merupakan bagian tugas kehumasan (Farouk, 2009). Di masa pandemi, hal semacam ini harus menjadi atensi

tersendiri yang secara khusus diberi perhatian lebih. Pasalnya, semua kebijakan, termasuk yang berkenaan dengan pengendalian arus informasi, pada momentum tersebut memiliki hubungan erat dengan hajat hidup masyarakat.

Tugas kehumasan melalui komunikasi publik yang ideal akan menghasilkan setidaknya empat turunan rekomendasi bagi pemangku kebijakan. Empat hal itu adalah, pertama, *defining public relations problems*, melihat ada persoalan apa dalam implementasi komunikasi kehumasan itu sendiri. Kedua, *planning and programming*, merumuskan bagaimana detail susunan program yang pas. Ketiga, *taking action and communicating*, melakukan aksi kongkret yang langsung menyentuh masyarakat atau khalayak. Keempat, *evaluating*, mengevaluasi semua langkah yang sudah ditempuh (Cutlip, Center, & Broom, 2011).

Di era keterbukaan informasi publik dan zaman media baru, komunikasi public kehumasan menyentuh pula dunia maya. Melalui jaringan internet, komunikasi publik dilaksanakan (Rachman, 2017). Bagaimana komunikasi publik

kehumasan di internet yang dilakukan oleh pemerintah juga memiliki banyak sasaran. Termasuk, di bidang pemberitaan media massa, dalam konteks ini, media massa *online*. Pasalnya, komunikasi publik kehumasan pemerintah juga mesti bisa memberikan informasi yang proporsional pada wartawan. Tanpa itu, pemberitaan yang diproduksi wartawan bisa jadi tidak optimal. Pemerintah mesti sanggup memberikan materi yang berimbang, bertanggungjawab, dan tetap transparan.

Komunikasi publik merupakan salah satu tipe komunikasi. Secara prinsip, ini merupakan proses komunikasi antara satu pihak, bisa perorangan maupun mewakili institusi, pada masyarakat umum yang bisa jadi tidak dikenal dengan baik (Mulyana, 2002). Sementara itu, komunikasi kehumasan adalah komunikasi yang dilakukan oleh satu pihak demi membangun citra dari dirinya (Jefkins, 2003). Dalam kajian ini, Pemprov Jawa Timur diposisikan sebagai pihak yang melakukan komunikasi public kehumasan melalui media pemberitaan online. Oleh sebab itu, tren pemberitaan menjadi layak untuk diteliti melalui

pendekatan kuantitatif audit komunikasi.

Ada beberapa riset terdahulu yang dipakai sebagai referensi dalam kajian ini, antara lain, riset Dana Riksa Buana (2020) berjudul *Analisis Perilaku Masyarakat Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Virus Corona (Covid-19) dan Kiat Menjaga Kesejahteraan Jiwa*. Artikel tersebut membahas soal fenomena pandemi Covid-19 di level nasional dalam perspektif perilaku serta kesehatan jiwa. Kesamaan artikel tersebut dengan kajian ini adalah potret kecenderungan masyarakat. Meski demikian, kajian ini melihat dari sudut pandang tren pemberitaan media online.

Riset terdahulu yang juga dijadikan rujukan dalam kajian ini adalah riset Sampurno, dkk (2020) berjudul *Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat, Dan Pandemi Covid-19*. Riset tersebut mengeksplorasi tentang edukasi kepada masyarakat tentang Covid-19 melalui internet. Kesamaan artikel tersebut dengan kajian ini adalah fenomena edukasi tentang Covid-19 melalui internet. Meski demikian, kajian ini memfokuskan untuk melihat berita-berita di media internet.

Penelitian lain yang dijadikan referensi dari kajian ini adalah tentang konten berita tentang kesiapan pemerintah menangani pandemic Covid-19 di koran.tempo.co. Riset itu ditulis oleh Sofian dan Lestari (2021) berjudul *Analisis framing pemberitaan tentang kebijakan pemerintah dalam menangani kasus Covid-19*. Tentu saja ada banyak perbedaan antara riset tersebut dengan kajian ini, dari segi metode maupun teori yang dipakai. Meski demikian, subjek dan objek penelitian relatif mirip, yakni, pemerintah dan pemberitaan media online.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis konten audit komunikasi. Analisis konten atau analisis isi adalah cara untuk melihat pesan yang disampaikan melalui proses komunikasi yang terstruktur. Isi dalam suatu pesan bisa dianalisis maknanya secara objektif, sistematis, deskriptif kuantitatif (Barleson, 1952). Audit komunikasi berupaya menunjukkan proses-proses komunikasi bagaimana pun, dapat diperiksa, dievaluasi dan diukur secara cermat dan sistematis,

sebagaimana halnya dengan catatan-catatan keuangan (Hardjana, 2000).

Data kuantitatif diambil melalui penarikan acak sederhana, di mana peneliti bisa mengambil sampel yang dianggap proporsional (Eriyanto, 2011). Sampel berita yang dimaksud adalah berita-berita di www.detik.com dan www.beritajatim.com. Kanal detik merupakan representasi kantor berita nasional. Sedangkan kanal beritajatim merupakan representasi kantor berita regional Jawa Timur. Berita yang dijadikan sampel adalah yang terbit di rentang Maret hingga November 2020. Rentang Maret hingga November tercatat sejumlah 9 bulan atau sama dengan tiga per empat masa di tahun 2020. Setiap bulan diambil empat berita secara acak, dengan kata kunci sesuai topik penelitian, yakni, “Covid-19 Jawa Timur”.

Unit analisis data berhubungan dengan tiga aspek penting guna melihat tren pemberitaan, yakni, muatan berita, narasumber pemberitaan, dan topik pemberitaan. Tren pemberitaan sebagai unit analisis, bisa dilihat secara statistik deskriptif. Dari analisis pada unit yang telah ditentukan, dapat disimpulkan hasil penelitian terkait dengan peristiwa, perilaku, maupun objek

tertentu terkait fokus penelitian (Kriyantono, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberitaan yang dikumpulkan dalam penelitian ini berasal dari www.detik.com dan www.beritajatim.com. Terdapat 36 berita dari www.detik.com dan 36 berita dari www.beritajatim.com yang menjadi materi pembahasan. Total ada 72 berita yang diteliti. Ada tiga elemen yang dianalisis, yakni, muatan berita, narasumber utama, dan topik yang dibahas dalam berita tersebut. Muatan berita diklasifikasikan berdasarkan negatif, positif, dan netral. Narasumber utama berita bervariasi baik dari unsur masyarakat maupun pemerintah. Topik yang dibahas juga bervariasi dengan klasifikasi, kampanye melawan Covid-19, inovasi untuk pencegahan Covid-19, bidang-bidang terdampak Covid-19, fluktuasi pasien, dan fasilitas kesehatan seperti rumah sakit.

Muatan Berita

Muatan berita di www.detik.com beragam. Sejumlah 12 berita bermuatan positif, 10 berita bermuatan negatif, dan 14 berita bermuatan netral. Muatan berita di www.beritajatim.com beragam. Sejumlah 17 berita bermuatan

positif, 9 berita bermuatan negatif, dan 10 berita bermuatan netral. Jumlah berita dengan tema Covid-19 bermuatan positif di dua kanal yang diteliti ini adalah 29 berita. Sedangkan yang bermuatan negatif sejumlah 19 berita, dan yang netral sejumlah 24 berita. Berita-berita positif menunjukkan langkah-langkah strategis yang telah membuahkan hasil. Berita-berita negatif berisi tentang lonjakan pasien atau fasilitas yang kurang memadai. Sedangkan berita netral berisi soal rencana, target, informasi, sehubungan dengan penanganan Covid-19 di Jawa Timur.

Gambar 1: Rekapitulasi Muatan Berita www.detik.com dan www.beritajatim.com

Statistik muatan berita tampak tidak signifikan, karena jumlah rentang selisih antar masing-masing tiga muatan (negatif, positif, dan netral) tidak mencapai dua puluh persen. Padahal, dalam sebuah momentum

krisis, seperti krisis kesehatan pada masa pandemi Covid-19 seperti sekarang ini, berita bermuatan positif merupakan hal yang diharapkan. Terlebih, faktanya, jumlah berita positif hanya selisih tujuh persen dengan berita negatif. Selisih tersebut tergolong tipis. Berita-berita bermuatan negatif bahkan lebih banyak dari pada yang bermuatan netral. Padahal, berita negatif di masa krisis bakal menambah kecemasan sosial, dampak buruk perilaku, dan problem turunan lain di masyarakat (Marina, 2021).

Pemerintah Provinsi Jawa Timur sejatinya bisa membuat strategi khusus agar muatan berita di media massa lebih banyak yang positif. Misalnya, dengan memberikan press rilis pada media massa offline maupun *online* tentang kebijakan-kebijakan yang memiliki spirit optimisme. Tentu saja, dengan menyampaikan capaian-capaian program yang sudah dilakukan sehubungan dengan pandemi Covid-19 ini. Semakin banyak informasi yang diberikan pada kantor berita yang ada, semakin banyak peluang berita itu dirilis ke publik oleh media massa yang dimaksud. Yang juga harus diperhatikan adalah pengemasan dari press rilis tersebut. Beberapa hal yang

perlu diperhatikan adalah angle berita dalam press rilis, kelengkapan berita, dan lampiran foto atau rekaman visual dari berita (Hardy, 2017).

Narasumber Utama

Narasumber utama dalam berita-berita yang dipilih di www.detik.com variatif. Sejumlah 21 berita memiliki narasumber utama dari pemerintah provinsi. Rinciannya, 15 berita memiliki narasumber utama Gubernur Jawa Timur, 1 Wakil Gubernur Jawa Timur, 3 Ketua Gugus Tugas Kuratif, 1 Kepala Dinas Pendidikan, dan 1 Satgas Covid-19 Jawa Timur. Sementara itu, terdapat 1 berita yang memiliki narasumber dari kalangan pemerintah pusat dalam hal ini Satgas Covid nasional, dan 1 berita yang memiliki narasumber dari pemerintah daerah kabupaten Banyuwangi.

Sejumlah 8 berita memiliki narasumber utama dari kalangan masyarakat. Rinciannya, 1 berita dengan narasumber utama organisasi masyarakat PWNU Jawa Timur, 4 wakil rakyat atau DPRD Jawa Timur, 1 warga Jawa Timur, 1 pakar epidemiologi, dan 1 perusahaan swasta. Sementara itu, ada 3 berita yang memiliki narasumber utama dari kepolisian, dalam hal ini Polda Jawa

Timur. Terdapat pula 2 berita memiliki narasumber utama dari lembaga negara KPU Jawa Timur dan BPK Jawa Timur.

Narasumber utama dalam berita-berita yang dipilih di www.beritajatim.com variatif. Sejumlah 7 berita memiliki narasumber utama dari pemerintah provinsi yang merupakan Gubernur Jawa Timur. Sementara itu, terdapat 5 berita yang memiliki narasumber dari kalangan pemerintah pusat. Rinciannya, 1 kementerian agama, 1 kementerian BUMN, 1 kementerian perhubungan, dan 2 Satgas Covid nasional. Selain itu, ada 8 berita yang memiliki narasumber dari pemerintah daerah. Rinciannya, 2 pemkot Malang, 1 Pemkab Banyuwangi, 1 Pemkab Pamekasan, 1 Pemkab Sumenep (gugus tugas Covid-19), 1 Pemkot Surabaya, 1 Pemkab Sidoarjo, dan 1 Pemkab Ponorogo.

Sejumlah 11 berita memiliki narasumber utama dari kalangan masyarakat. Rinciannya, 1 berita dengan narasumber utama organisasi masyarakat PBNU, 1 wakil rakyat atau DPRD Jombang, 1 pedagang yang merupakan warga Jawa Timur, 3 kalangan perguruan tinggi, 3 perusahaan swasta, serta 2 pakar

(statistik dan kesehatan). Sementara itu, ada 4 berita yang memiliki narasumber utama dari kepolisian, rinciannya dari Polres Jember, Polres Malang, Polres Ponorogo, dan Polda Jawa Timur. Terdapat pula 1 berita memiliki narasumber utama dari lembaga negara Bawaslu.

Rekapitulasi sebaran narasumber utama dalam dua kanal yang diteliti ini adalah, 28 dari Pemerintah Provinsi, 9 dari Pemerintah Daerah, 7 dari kepolisian, 3 dari Lembaga negara, 19 dari kalangan masyarakat, dan 6 dari pemerintah pusat. Dominasi narasumber utama dalam dua kanal berita ini ada pada pemerintah provinsi.

Gambar 2: Rekapitulasi Narasumber www.detik.com dan www.beritajatim.com

Narasumber utama pada berita-berita relatif beragam, meski sebarannya tidak merata. Namun, tampak kalau yang paling banyak

dijadikan narasumber adalah pihak Pemerintah Provinsi Jawa Timur. Hal ini lumrah dan memang patut dipertahankan. Meski demikian, sejatinya pihak Pemerintah Provinsi Jawa Timur bisa memberikan ruang menyampaikan pendapat bagi masyarakat di media massa *online*. Misalnya, dengan memberikan mereka pemahaman untuk lebih aktif menggunakan saluran aspirasi melalui media *online*. Dengan demikian, selisih antara jumlah narasumber dari kalangan masyarakat dan Pemerintah Provinsi Jawa Timur bisa menjadi lebih tipis. Dengan asumsi, ada upaya lebih terbuka pada aspirasi masyarakat, sekaligus responsif untuk menjawab masukan yang disampaikan tersebut.

Pada bagian lain, mesti diakui pula, kondisi masih tebalnya selisih jumlah antara narasumber masyarakat dan narasumber pemerintah provinsi Jawa Timur, yakni, lebih dari sembilan persen, bisa pula dimaknai bahwa eksekutif berusaha lebih aktif dalam melakukan program-program di lapangan. Terlebih, saluran aspirasi juga tidak hanya melalui media massa atau kanal berita online (Naqqiyah & Retpitasari, 2020). Faktanya, Pemerintah Provinsi Jawa Timur

melalui akun media sosial resminya juga telah membuka ruang kritik dan saran bagi masyarakat. Kondisi persebaran jumlah atau presentase narasumber utama dalam kajian ini relatif bisa dipahami sebagai kewajaran. Apalagi, instansi atau lembaga negara lain seperti Pemerintah Kabupaten/Kota, Pemerintah Pusat, dan kepolisian, juga aktif hadir dalam pemberitaan di lingkup Jawa Timur, yang bermakna terjadinya sinergitas antar pemangku kebijakan.

Topik Berita

Ada berbagai macam topik yang disajikan dalam 36 berita yang diteliti pada kanal www.detik.com mengenai Covid-19. Rinciannya, 8 berita mengenai kampanye melawan Covid-19 (4 kampanye hidup sehat dan 4 kampanye untuk memathui protokol kesehatan). Selain itu, ada 7 berita mengenai inovasi menghadapi Covid-19. Terdiri dari 6 berita mengenai inovasi pemerintah menghadapi wabah Covid-19 (5 tentang pemberlakuan PSBB dan 1 tentang intervensi ekonomi melalui pemberian dana hibah). Ada pula 1 berita mengenai inovasi masyarakat melalui riset berkelanjutan.

Topik mengenai penambahan fasilitas rumah sakit ada di 3 berita. Sedangkan topik mengenai korban atau jumlah pasien mencapai 6 berita. Selebihnya, atau 12 berita, membahas tentang bidang-bidang lain yang terdampak oleh wabah Covid-19 di Jawa Timur. Sebanyak 3 berita membahas dampak ekonomi, 2 berita membahas dampak di bidang pendidikan, sedangkan masing-masing 1 berita di bidang infrastruktur, ketahanan pangan, keagamaan, kesehatan, transportasi, dan interaksi sosial kemasyarakatan.

Ada berbagai macam topik yang disajikan dalam 36 berita yang diteliti pada kanal www.beritajatim.com mengenai Covid-19. Rinciannya, 8 berita mengenai kampanye melawan Covid-19 (4 kampanye hidup sehat dan 4 kampanye untuk memathui protokol kesehatan). Selain itu, ada 9 berita mengenai inovasi menghadapi Covid-19. Terdiri dari 6 berita mengenai inovasi pemerintah menghadapi wabah Covid-19 (masing-masing 1 berita tentang pemberian motivasi, rapid test massal, pemberian sanksi bagi pelanggar protokol kesehatan, penanganan klaster pondok pesantren, digitalisasi data pasien, dan operasi

yustisi). Ada pula 3 berita mengenai inovasi masyarakat dari kalangan perguruan tinggi, yakni dua berita tentang panduan strategis penanganan Covid-19 dan satu berita soal riset desain alat transportasi untuk pasien Covid-19.

Topik mengenai penambahan fasilitas rumah sakit ada di 2 berita. Sedangkan topik mengenai korban atau jumlah pasien mencapai 5 berita. Selebihnya, atau 12 berita, membahas tentang bidang-bidang lain yang terdampak oleh wabah Covid-19 di Jawa Timur. Sebanyak 5 berita membahas dampak ekonomi, 2 berita membahas dampak di bidang politik, sedangkan masing-masing 1 berita di bidang keagamaan, kesehatan, transportasi, keamanan, dan interaksi sosial kemasyarakatan.

Rekapitulasi topik dari berita-berita di dua kanal yang diteliti adalah 16 berita mengenai kampanye melawan Covid-19 (8 kampanye hidup sehat dan 8 kampanye untuk memathui protokol kesehatan). Selain itu, ada 16 berita mengenai inovasi menghadapi Covid-19. Terdiri dari 12 berita mengenai inovasi pemerintah menghadapi wabah Covid-19 (masing-masing 1 berita tentang pemberian motivasi, rapid test

massal, pemberian sanksi bagi pelanggar protokol kesehatan, penanganan klaster pondok pesantren, digitalisasi data pasien, dan operasi yustisi. Juga, 5 tentang pemberlakuan PSBB dan 1 tentang intervensi ekonomi melalui pemberian dana hibah). Ada pula 4 berita mengenai inovasi masyarakat dari kalangan perguruan tinggi (dua berita tentang panduan strategis penanganan Covid-19 dan satu berita soal riset desain alat transportasi untuk pasien Covid-19. Ada pula 1 berita mengenai inovasi masyarakat melalui riset berkelanjutan).

Topik mengenai penambahan fasilitas rumah sakit ada di 5 berita. Sedangkan topik mengenai korban atau jumlah pasien mencapai 11 berita. Selebihnya, atau 24 berita, membahas tentang bidang-bidang lain yang terdampak oleh wabah Covid-19 di Jawa Timur. Sebanyak 9 berita membahas dampak ekonomi, masing-masing 2 berita membahas dampak di bidang politik, Pendidikan, keagamaan, kesehatan, transportasi, dan interaksi sosial kemasyarakatan. Sementara itu, masing-masing 1 berita membahas dampak di bidang infrastruktur, ketahanan pangan dan keamanan.

Gambar 3: Rekapitulasi Topik Berita Detik.com dan BeritaJatim.com

Poin penting dari temuan sehubungan dengan topik berita adalah banyaknya pemberitaan mengenai bidang-bidang yang terdampak pandemi Covid-19. Jumlahnya sekitar delapan persen lebih banyak dari pada berita mengenai inovasi penanganan Covid-19. Pemerintah Provinsi Jawa Timur mesti lebih banyak melakukan inovasi agar topik mengenai bidang-bidang terdampak tidak mendominasi pemberitaan. Bisa jadi, Pemerintah Provinsi Jawa Timur sudah banyak berinovasi, namun tidak terendus semua media massa, termasuk media *online*. Dalam kondisi seperti ini, peran pelaku komunikasi publik kehumasan bersifat fundamental.

Pelaku tugas kehumasan itu tidak hanya biro humas, namun bisa pula unsur lain dalam lingkup Pemerintah

Provinsi Jawa Timur. Sebagai contoh, Dinas Komunikasi dan Informatika, Bappeda Jawa Timur, bahkan Gubernur serta Wakil Gubernur. Yang jelas, semua elemen di Pemerintah Provinsi Jawa Timur bisa melakukan tugas-tugas kehumasan yang muaranya memberikan manfaat di masyarakat. Dalam konteks pemberitaan pada masa pandemi Covid-19, manfaat yang dimaksud bisa berupa informasi yang edukatif. Termasuk, soal inovasi mengurangi dampak negatif krisis tersebut.

Apabila tugas kehumasan sudah dilaksanakan dengan baik, pada gilirannya, konten-konten berita tentang kampanye pencegahan Covid-19 juga bisa lebih masif. Mengingat, salah satu tugas kehumasan adalah membuat konten kampanye program maupun kebijakan dengan kemasan menarik. Sementara itu, para wartawan cenderung mencari berita yang menarik untuk diliput (Rani, 2013).

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari sejumlah 72 berita dengan tema Covid-19 yang terpublikasikan ada rentang Maret hingga November 2020, di dua media online www.detik.com dan

www.beritajatim.com, sebagian besar atau 29 berita bermuatan positif (40 persen). Disusul 24 berita bermuatan netral (33 persen) dan 19 berita bermuatan negatif (27 persen). Pemberitaan yang memiliki muatan positif relatif lebih sedikit dari pada yang tidak positif. Dengan asumsi, berita netral dan negatif bila dijumlahkan mencapai 43 berita (60 persen), dibandingkan dengan berita positif yang berjumlah 29 berita (40 persen). Pemerintah Provinsi Jawa Timur mesti punya strategi khusus, agar jumlah berita positif berisi inovasi dan kampanye yang telah terapkan, bisa tersebar ke masyarakat.

Dari sejumlah 72 berita dengan tema Covid-19 yang terpublikasikan ada rentang Maret hingga November 2020, di dua media online www.detik.com dan www.beritajatim.com, sebagian besar atau 28 berita (39 persen) memakai narasumber utama dari pihak Pemerintah Provinsi Jawa Timur, disusul 19 berita yang narasumbernya dari kalangan masyarakat (26 persen), 9 berita dari kalangan Pemerintah Daerah (13 persen), 7 dari kepolisian (10 persen), 6 dari pemerintah pusat (8 persen), dan 3 dari lembaga negara (4

persen). Pemberitaan yang memakai narasumber dari Pemerintah Provinsi Jawa Timur relatif lebih banyak. Hal ini bisa dimanfaatkan untuk penyampaian informasi dan edukasi yang lebih masif. Yang juga perlu diperhatikan, jumlah berita yang berbasis masyarakat, atau yang narasumbernya dari kalangan masyarakat tercatat 19 berita (26 persen) dan tergolong relatif sedikit. Angka ini menjadi tantangan bagi Pemerintah Provinsi Jawa Timur agar lebih sering turun ke lapangan melihat kondisi masyarakat dan tidak terpaku pada fakta yang diinformasikan pada pemberitaan di media saja.

Dari sejumlah 72 berita dengan tema Covid-19 yang terpublikasikan ada rentang Maret hingga November 2020, di dua media online www.detik.com dan www.beritajatim.com, sebagian memiliki topik tentang kampanye melawan Covid-19 sebanyak 16 berita (27 persen) sama dengan berita tentang inovasi penanganan Covid-19 yang banyaknya 16 berita (27 persen). Disusul berita tentang bidang-bidang lain terdampak Covid-19 sebanyak 12 berita (20 persen), kondisi pasien 11 berita (18 persen), dan urgensi penambahan fasilitas rumah sakit 5

berita (8 persen). Topik mengenai kampanye melawan Covid-19 dan inovasi untuk menghadapi wabah Covid-19 sudah relatif banyak. Namun, yang perlu diperhatikan justru berita-berita mengenai dampak ekonomi yang jumlahnya mencapai 9 berita atau yang terbanyak dibandingkan sektor lain. Sementara itu, berita mengenai inovasi Pemerintah Provinsi di sektor ekonomi tercatat hanya 1 berita. Artinya, Pemerintah Provinsi perlu memberikan perhatian optimal di sektor atau bidang ekonomi yang terdampak Covid-19 karena bidang atau sektor ini merupakan urat nadi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, I. (2020). COVID-19: Threat and fear in Indonesia. *Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy*, 12(5), 488.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. New York: Free Press.
- Boer, K. M., Pratiwi, M. R., & Muna, N. (2020). Analisis Framing Pemberitaan Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di Media Online. *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi*, 4(1), 85-104.
- Buana, D. R. (2020). Analisis perilaku masyarakat indonesia dalam menghadapi pandemi virus corona (Covid-19) dan kiat menjaga

- kesejahteraan jiwa. *Salam: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 7(3), 217-226.
- Cutlip, Scoot M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom. (2011). *Effective Public Relations*, Edisi Kesembilan. Jakarta: Kencana.
- Dijkzeul, Dennis & Moke, Markus. (2005). *Public Communication Strategies of International Humanitarian Organizations*. Vol. 87, No. 860.
- Effendy, Onong Uchjana. (2000). *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana
- Farouk, U. (2009). Peran Public Relations Di Perguruan Tinggi Negeri (PTN) Dalam Era Badan Hukum Pendidikan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Kebijakan Publik*, 6(1), 68–77
- Hardjana, André. (2000). *Audit Komunikasi: Teori dan Praktek*. Jakarta: Penerbit PT Grasindo.
- Hardy, W. Y. (2017). *Efektivitas Penyusunan Press Release Dalam Meningkatkan Informasi Pada Media Cetak Oleh Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Sumedang* (Doctoral dissertation, Universitas Pasundan).
- Jefkins, Frank. (2003). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat Dan Lokal*. Jakarta: Media Grup Kencana Prenada.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Marina, F. (2021). *Pengaruh terpaan berita negatif media televisi terhadap perilaku panic buying pada masa pandemi Covid-19* (Doctoral dissertation, Universitas Pelita Harapan).
- Muhammad, Arni. (2008). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Mulyana, Deddy. (2002). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muslih, B. (2020). Urgensi komunikasi dalam menumbuhkan motivasi di era pandemi COVID-19. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 5(1), 57-65.
- Naqqiyah, M. S., & Retpitasari, E. (2020). Analisis Wacana Kritis Vidio Penanggulangan Covid-19 Pemerintah Jawa Timur Di Facebook. *Connected: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10-17.
- Pearson, Judy C., Paul E. Nelson, Scott Titsworth, Lynn Harter. (2003). *Human Communication*, New york: The McGraw-Hill Companies
- Rachman, R. F. (2017). Menelaah riuh budaya masyarakat di dunia maya. *Jurnal Studi Komunikasi*, 1(2), 206-222.
- Rachman, R. F. (2020). Implementasi Kebijakan Inklusif Pondok Sosial

Kalijudan Surabaya. *Jurnal Khazanah Intelektual*, 4(1), 673-691.

Rachman, Rio Febriannur. (2019). Optimalisasi Teknologi Komunikasi Informasi Command Center Bagi Efektifitas Tenaga Kesejahteraan Sosial Kecamatan. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 5 (2), 170-180

Rani, N. L. R. M. (2013). Persepsi Jurnalis dan Praktisi Humas terhadap Nilai Berita. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10 (1), 83-95

Sampurno, M. B. T., Kusumandyoko, T. C., & Islam, M. A. (2020). Budaya media sosial, edukasi masyarakat, dan pandemi COVID-19. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 7(5), 529-542

Sofian, A., & Lestari, N. (2021). Analisis framing pemberitaan tentang kebijakan pemerintah dalam menangani kasus Covid-19. *COMMICAST*, 2(1), 58-70.

Triyaningsih, H. (2020). *Efek Pemberitaan Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Virus Corona (Studi Kasus; Masyarakat di Pamekasan)*. Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah, 1(1).

Wafi, A. A., & Haes, P. E. (2020). Kredibilitas Portal Berita Online Dalam Pemberitaan Covid-19 (Studi Kasus Tribun Bali Periode Maret-Juni 2020). *JMM-Jurnal Masyarakat Merdeka*, 3(1).

Widjaja, A.W. (2002). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.