

POTRET PPKM

Dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia



Buku ini merupakan produk dari Pusat Kajian Perubahan Sosial dan Media Baru, FISH, Universitas Negeri Surabaya. Berawal dari pembahasan dalam Webinar yang dilakukan PK-PSM merespon perkembangan kehidupan sosial dan media yang berkembang di masyarakat. Pada kesempatan ini yang diangkat berhubungan dengan fenomena sosial dalam suasana pandemic covid-19.

Berawal dari Kelompok Diskusi "Madzab Ketintang" yang concern membahas permasalahan sosial, selanjutnya menjelma menjadi PK-PSM FISH UNESA. Dengan mempunyai ciri pengembangan wacana dan intelektual, mendasarkan keilmuan di Universitas Negeri Surabaya.

Partisipasi PK-PSM mempunyai harapan yaitu membantu negara dan agama mengatasi berbagai permasalahan yang sedang hot, sehingga menghadirkan sesuatu solusi positif bagi masyarakat.

Mengundang para penulis untuk berpartisipasi dalam sebuah karya, merupakan cara kreatif melibatkan para intelektual berpartisipasi aktif sehingga menghadirkan banyak perspektif terhadap suatu topik pembahasan.

Dr. Agus Machfud Fauzi, M.Si. Ketua Pusat Kajian Perubahan Sosial dan Media Baru FISH Universitas Negeri Surabaya.



PENERBIT LAKEISHA
J. Jatiroto Bendo,
Sekeloa, RI.602, RW.001,
Pasar Jatiroto, Tubung,
Klaten, Jawa Tengah, Indonesia 57462
Email: penerbit_lakeisha@nkhso.com
HP/WA: 0896622882
Website: <http://www.penerbitlakeisha.com/>



POTRET PPKM

Dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia



Pusat Kajian Perubahan Sosial Dan Media Baru
Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum
Universitas Negeri Surabaya

POTRET PPKM

Dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia

Editor: *Dr. Agus Machfud Fauzi, M.Si.*

Kata Pengantar

Prof. Dr. Nurhasan, M.Kes.

Rektor Universitas Negeri Surabaya



Penerbit LAKEISHA

POTRET PPKM

DALAM KEHIDUPAN MASYARAKAT INDONESIA



Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Pasal 1:

1. Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan.

Pasal 9:

2. Pencipta atau Pengarang Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 8 memiliki hak ekonomi untuk melakukan a. Penerbitan Ciptaan; b. Penggandaan Ciptaan dalam segala bentuknya; c. Penerjemahan Ciptaan; d. Pengadaptasian, pengaransemen, atau pentransformasian Ciptaan; e. Pendistribusian Ciptaan atau salinan; f. Pertunjukan Ciptaan; g. Pengumuman Ciptaan; h. Komunikasi Ciptaan; dan i. Penyewaan Ciptaan.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Editor:
Dr. Agus Machfud Fauzi, M.Si.

POTRET PPKM

DALAM KEHIDUPAN MASYARAKAT

INDONESIA



Penerbit Lakeisha
2021

POTRET PPKM DALAM KEHIDUPAN MASYARAKAT INDONESIA

Editor:

Dr. Agus Machfud Fauzi, M.Si.

Layout: Yusuf Deni Kristanto, S.Pd.

Desain Cover: Tim Lakeisha

Cetak I November 2021

15,5 cm × 23 cm, 328 Halaman

ISBN: 978-623-5536-80-4

Diterbitkan oleh Penerbit Lakeisha
(**Anggota IKAPI No.181/JTE/2019**)

Redaksi

Srikaton, RT 003, RW 001, Pucangmiliran,

Tulung, Klaten, Jawa Tengah

Hp. 08989880852, Email: penerbit_lakeisha@yahoo.com

Website: www.penerbitlakeisha.com

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR REKTOR UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA

Potret PPKM dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia



Pandemi Covid-19 tidak hanya menjadi salah satu penyakit dengan angka kematian tertinggi di belahan dunia, namun juga turut mempengaruhi laju roda perekonomian internasional, mengistirahatkan berbagai elemen pariwisata dan membuat berbagai industri memutar cara untuk dapat *survive* dalam menghadapi masa sulit ini. Dari pemerintah, sejumlah kebijakan juga telah dikeluarkan, termasuk menerapkan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang terdiri dari 4 tahap, menyesuaikan dengan keadaan tiap wilayah.

Bagaikan dua mata pisau, pelaksanaan PPKM ini bagaikan dua mata pisau, di satu sisi PPKM dapat dikatakan cukup berhasil untuk mengurangi mobilisasi masyarakat sehingga angka penularan Covid-19 perlahan namun pasti dapat menurun. Di sisi yang lain, masih banyak evaluasi yang perlu dilakukan karena kurangnya kepatuhan masyarakat juga terdampaknya berbagai sektor industri.

Dalam buku ini, kami berbagi perspektif mengenai penerapan PPKM, mengabadikan isu-isu dalam PPKM yang harapannya dapat dijadikan bahan analisis kebijakan sehingga dapat menjadi sarana mengevaluasi untuk implementasi peraturan

yang lebih baik lagi, begitupula sebagai sarana mitigasi dalam menghadapi berbagai persoalan kebencanaan lainnya dari sudut pandang para penulis yang juga merupakan akademisi.

Para penulis berhasil merangkumnya dan menyajikannya dalam narasi yang menarik untuk dibaca dan ditelaah bersama. Gambaran mengenai PPKM dibahas secara rinci berdasarkan riset dan studi kasus untuk dapat kita jadikan pelajaran hidup bersama.

Semoga, pembahasan dalam buku ini dapat menginspirasi para pembaca untuk bersama belajar dari masa-masa sulit dalam pandemi yang telah kita alami bersama, serta kembali bersemangat bangkit untuk mencapai berbagai pencapaian baru.

Akhir kata, Saya beserta seluruh penulis mengucapkan selamat membaca.

Surabaya, November 2021

Prof. Dr. Nurhasan, M.Kes.
Rektor Universitas Negeri Surabaya

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR

UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA.....	v
DAFTAR ISI.....	vii

PENGARUH MEDIA DALAM MEMBERITAKAN COVID-19 TERHADAP KECEMASAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA

<i>Shafira Rizky Amallia Putri Utomo,¹ Adhinda Zahro Haania²</i>	<i>1</i>
--	----------

“ANALISIS TREN OLAHRAGA TENNIS LAPANGAN DI MASA PANDEMI PADA KOMUNITAS SHANKARA”

<i>Erio Fariza Nasution,¹ Rozi Maulana Widjaya²</i>	<i>17</i>
---	-----------

KOMUNIKASI SATIRE SEBAGAI KRITIK SOSIAL KEBIJAKAN PUBLIK TERKAIT PPKM DALAM PERSPEKTIF DIGITAL ETHICS

<i>Nuning Indah Pratiwi,¹ Sukma Saeful Akbar²</i>	<i>33</i>
---	-----------

REPRESENTASI MEDIA BARAT TERHADAP ASIA TENGGERA DALAM LIPUTAN BERITA COVID-19

<i>Morissan¹</i>	<i>55</i>
-----------------------------------	-----------

DAMPAK PEMBERITAAN MEDIA MASSA TERHADAP PERSEPSI WARGA PAMEKASAN TENTANG VIRUS CORONA

<i>Muharram Sholehuddin,¹ I Gede Bagoes Pramudya Ardika²</i>	<i>90</i>
--	-----------

LITERASI MEDIA: PEREMPUAN DAN HOAKS DI MASA PANDEMI COVID-19

Yoga Martilova,¹ Fatmawati Moekahar,² Dyah Pithaloka³ 114

KETEGASAN NEGARA KORELASINYA DENGAN HUKUM ALAM DAN HUKUM TERTULIS

Tomy Michael¹ 127

PPKM DAN ORANG DENGAN GANGGUAN JIWA (ODGJ) SEBUAH PERSPEKTIF SOSIOLOGI MEDIA

Astrida Fitri Nuryani,¹ Taajmehru Muhammad Tegar Kusuma² 146

PEMILIHAN 2020 VS COVID 19

Nunung Nurazizah¹ 172

RAGAM HARAPAN PADA ADAPTASI KEBIASAAN PADA MASA MENDATANG

Marthin Robert Sihotang¹ 190

STRATEGI PERENCANAAN KEUANGAN PARA PELAKU EKONOMI KREATIF UNTUK BERTAHAN PASCA PPKM

Maya Macia Sari,¹ Pipit Buana Sari² 211

TRANSFORMASI MASYARAKAT MEMBELI MAKANAN MINUMAN SECARA ONLINE MENINGKAT SEMASA PANDEMI

Farhan Risqy Pratama,¹ Hanayan Al Firdous² 221

EKSISTENSI NONGKRONG DI MASA PANDEMI

Villa Rohmatur R,¹ Moch Deny Setiawan² 239

**KOMUNIKASI DALAM PPKM UNTUK PEMBANGUNAN
PARIWISATA BERKELANJUTAN**

*Dyaloka Puspita Ningrum*¹ 255

**PPKM : TERBANTAHNYA MAKNA FILOSOFI JAWA
"MANGAN ORA MANGAN SING PENTING NGUMPUL"**

*Anam Miftakhul Huda*¹ 274

**PPKM MENUJU NEW NORMAL DALAM BERBAGAI
PERSPEKTIF (*Tantangan Terhadap Pengelolaan Destinasi
Wisata di Kota Langsa*)**

Baihaqi,¹ *Adi Bejo Suwardi*² 284

REPRESENTASI MEDIA BARAT TERHADAP ASIA TENGGERA DALAM LIPUTAN BERITA COVID-19

Morissan¹

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta

Email : morissan@mercubuana.ac.id



Pendahuluan

Dalam produksi dan distribusi berita, media dan para jurnalis yang bekerja di dalamnya tidak sekadar menyajikan informasi kepada publik tetapi juga membangun realitas. Cara media membangun realitas adalah dengan mendefinisikan dan menginterpretasikan realitas dan memilih bagian-bagian tertentu dari suatu peristiwa sebagai bukti untuk melegitimasi interpretasi dan definisi mereka (Brookes, Lewis, & Wahl-Jorgensen, 2004; Entman, 2007). Dengan menciptakan realitas dan membangun gambaran (*image*) dan identitas, yang biasanya melekat pada simbol-simbol tertentu, media berita menetapkan norma dan akal sehat versi mereka terhadap orang, komunitas, institusi, dan dunia sekitar untuk mempromosikan pandangan atau ideologi mereka (Fürsich, 2010). Representasi media menciptakan dan mendistribusikan ideologi dengan menghubungkan atau mengaitkan berbagai simbol dan gambar tertentu dengan berbagai kelompok masyarakat tertentu (Ahmed & Matthes, 2016).

Dengan memberikan gambaran tertentu terhadap suatu komunitas dan negara maka media memberikan pengaruh sangat kuat dalam mempromosikan, menegaskan dan memperkuat identitas yang hendak dibangun (*constructed identities*) (Iwashita, 2006). Persepsi tertentu yang dibangun terhadap suatu kelompok, dalam banyak kasus,

bergantung pada cara media mengonstruksikan konsep tentang kelompok tersebut (Wright, 2002). Kelompok dan komunitas yang dianggap 'Orang Lain' (*Others*) paling sering mengalami misrepresentasi oleh media barat karena mereka berbeda dengan kelompok dominan barat dalam hal warna kulit, agama, budaya, bahasa, asal, kebangsaan, orientasi sosial, afiliasi politik, dll. (Ahmed & Matthes, 2016; Saeed, 2007). Huang dan Leung (2005, p. 302) berpendapat bahwa media Barat cenderung bias terhadap negara-negara dunia ketiga dan negara-negara dengan ideologi berbeda dengan menggambarkan mereka sebagai pihak lain yang buruk (*bad other*).

Salah satu kekuatan utama di balik representasi media adalah penentuan narasumber informasi (*media sourcing*) yang memiliki peran penting dalam memengaruhi berita yang disebarluaskan organisasi media (Hermida, Lewis, & Zamith, 2014). Melalui penentuan narasumber, media menyediakan individu tertentu untuk menyampaikan penjelasannya dan memberikan bukti argumen dan mengecualikan penjelasan dari sumber lain. Dengan memberikan keistimewaan pada satu sumber informasi tertentu maka media menentukan bagaimana realitas didefinisikan, bagaimana masyarakat digambarkan, bagaimana cara pandang disajikan, bagaimana bingkai dibentuk, dan dengan konten apa berita itu dikonstruksikan (Carlson, 2009).

Teknik media lain yang menentukan representasi adalah melalui pembingkai (*framing*). *Framing* menjelaskan bahwa gambaran dan representasi realitas merupakan hasil dari proses seleksi dan penyajian realitas oleh media. Persepsi, representasi, dan konstruksi realitas bergantung pada media karena individu memahami dan menjelaskan masalah dengan cara yang sama seperti yang disajikan dalam berita (Iyengar, 1987). Dengan kata lain, penciptaan gambaran realitas dalam pikiran publik membutuhkan informasi dan informasi tersebut disediakan oleh media secara selektif (Lecheler & de Vreese, 2010).

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana media Barat memilih narasumber peristiwa dan isu dalam penanganan

pandemi COVID-19 di Asia Tenggara yang diwakili oleh Indonesia dan Malaysia. Studi ini juga mengkaji framing dan *tone* yang dipilih media barat dalam merepresentasikan cara Indonesia dan Malaysia dalam menangani pandemik Covid-19. CNN dari AS dan BBC dari Inggris dipilih untuk mewakili media barat. Studi empiris ini melakukan analisis isi liputan media Barat tentang penanggulangan pandemi COVID-19 di Asia Tenggara. Pertama, konsep-konsep mengenai representasi media, sumber (*sourcing*) dan pembingkai (*framing*) akan dijelaskan terlebih dahulu, dan pertanyaan penelitian dirumuskan berdasarkan diskusi teoritis. Kemudian, pertanyaan penelitian dijawab dengan mengkaji dan membandingkan dua liputan media Barat, CNN dan BBC, terhadap penanggulangan pandemi COVID-19 di Asia Tenggara melalui analisis isi kuantitatif sumber informasi, pembingkai dan nada berita (*tone*) kedua media tersebut. Akhirnya, kesimpulan diambil setelah mempresentasikan hasil dan mendiskusikan temuan. Sumber berita dalam penelitian ini adalah sumber dari Indonesia dan Malaysia yang mewakili Asia Tenggara.

Berdasarkan pembahasan di atas maka tiga pertanyaan penelitian dapat dirumuskan pertanyaan penelitian (RQ) sebagai berikut: (1) Apakah terdapat perbedaan penentuan sumber berita antara CNN dan BBC dalam liputan mengenai penanggulangan Covid-19 di Indonesia dan Malaysia?; (2) Bagaimanakah CNN dan BBC membingkai penanggulangan Covid-19 di Indonesia dan Malaysia? Apakah terdapat perbedaan di antara keduanya? (3) Apakah terdapat perbedaan nada berita antara CNN dan BBC?

Representasi media mengacu pada bagaimana media menciptakan gambaran dan konsep tertentu terhadap suatu negara, tempat, komunitas, atau individu sehingga menghasilkan suatu konstruksi identitas (*constructed identity*), dan kemudian menyampaikan identitas itu secara berulang-ulang (Gabore, 2020). Dalam praktiknya, representasi media memberikan definisi dan interpretasi atas suatu peristiwa yang disertai dengan bukti dengan tujuan untuk mempromosikan, memperkuat, dan melegitimasi interpretasi yang diberikan (Erjavec, 2001; Gamson et al., 1992). Media melakukan

konstruksi gambaran (*construction of images*) suatu peristiwa dengan menggunakan asumsi ideologis mereka dengan tujuan untuk mempopulerkan dan memperkuat hegemoni interpretasi dalam bidang sosial dan politik (Brookes et al., 2004).

Organisasi media barat dengan hegemoni interpretasinya sering menciptakan gambaran negatif dan stereotipe terhadap mereka yang dianggap masyarakat luar atau 'Others' (Saeed, 2007). Misalnya, media global barat cenderung bias terhadap negara berkembang dan memberitakan negara berkembang sebagai *others* secara negatif (Huang & Leung, 2005). Ruang redaksi media sering kali tanpa sadar bersikap rasis, dan jurnalis yang baik dan jujur yang meliput masalah ras berpotensi menyebarkan pesan yang menyiratkan masyarakat luar sebagai sumber masalah (Gabore, 2020; Hall, 1990). Menurut Tuchman (1978), hal ini disebabkan berita mengalami proses konstruksi sosial di ruang redaksi, dan ditafsirkan serta disimpulkan berdasarkan perspektif sosial dan budaya tertentu (Berger & Luckmann, 1991).

Dalam praktik representasi media, *others* sering disebut sebagai masalah, ketidaknormalan, atau keanehan (Ahmed & Matthes, 2016). Representasi media tentang *others* paling sering dilakukan dengan mengonstruksikan suatu gambaran yang disertai dengan konotasi ideologis dan kemudian mendistribusikannya dengan stereotip tertentu (Fürsich, 2010). Misalnya, Alghamdi (2015) menemukan bahwa media barat, secara tidak akurat dan tidak adil, menganggap Muslim dan kelompok Islam bertanggung jawab atas serangan teroris di Norwegia pada tahun 2011. Dengan menggunakan Analisis Wacana Kritis (CDA), studinya memastikan bagaimana media memanipulasi bahasa dalam liputan serangan teroris untuk menunjukkan prasangka buta terhadap Islam dan Muslim. Nada tuduhan dalam artikel dan laporan menunjukkan perbedaan secara dramatis dari satu artikel ke artikel lainnya, mulai dari nada kecurigaan hingga tuduhan terbuka.

Representasi media yang membangun, mempromosikan, menegaskan dan memperkuat citra dan identitas tertentu ini tentunya mempengaruhi publik dalam memandang dunia (Iwashita, 2006).

Dengan alasan ini maka studi ini hendak melakukan analisis komparatif representasi media Barat terhadap Asia Tenggara yang diwakili Indonesia dan Malaysia terkait dengan sumber, pembedaan, dan nada berita (*news tone*) dalam penanganan pandemik Covid-19.

Sumber berita (*Sourcing*)

Jurnalis mengumpulkan informasi tentang peristiwa dan isu dari narasumber untuk menghasilkan berita. Dalam penentuan aspek yang hendak ditonjolkan dari suatu peristiwa atau isu dan juga dalam mengonstruksikan dan menyampaikan pesan maka narasumber akan menentukan realitas (Reich, 2011). Hal ini disebabkan 'berita bukanlah apa yang terjadi, tetapi apa yang dikatakan seseorang telah terjadi atau akan terjadi' Sigal (1986, p. 15). Dalam prakteknya, reporter dan editor selain memilih aspek yang hendak ditonjolkan dari suatu peristiwa atau isu, mengonstruksikan dan menyajikannya sebagai berita, mereka juga memutuskan siapa yang akan dilibatkan atau dikeluarkan sebagai sumber informasi berdasarkan kredensial yang mereka miliki seperti keahliannya, segmen masyarakat yang diwakili, dan kedudukannya (Hermida et al, 2014). Media dan jurnalis memiliki preferensi terhadap narasumber sehingga tidak semua organisasi, komunitas, kelompok dan individu diperlakukan sama sebagai narasumber berita.

Carlson (2009) berpandangan bahwa penentuan narasumber bukanlah sekedar upaya untuk mencari dan mendapatkan informasi karena individu atau kelompok tertentu lebih diistimewakan dalam memberikan informasi. Media memberikan otoritas dan legitimasi kepada sumber tertentu dalam menentukan peristiwa dan memberikan bukti dengan mengecualikan sumber lainnya. Sumber berita berperan penting dalam menentukan isi pesan yang diproduksi dan disajikan media. Penelitian menunjukkan bahwa sumber dapat mempengaruhi berita lebih kuat dari pada jurnalis (Berkowitz & Beach, 1993). Hal ini disebabkan sumber dapat membentuk informasi, menentukan bagaimana peristiwa dan isu dilaporkan, dan menentukan pemahaman

publik tentang dunia (Hermida et al., 2014). Selain itu, narasumber memiliki efek langsung pada cara bagaimana sesuatu direpresentasikan dan bagaimana citra masyarakat disajikan. Pemilihan narasumber akan menentukan penjelasan dan realitas versi siapa yang hendak disampaikan (Carlson, 2009). Tidak diragukan lagi, narasumber adalah kekuatan paling menentukan dalam proses representasi, pembingkai, manipulasi, pengaruh, dan kredibilitas media (Cozma, 2015).

Dalam penelitian ini, sumber berita diklasifikasikan menjadi dua kategori: (1) resmi dan (2) tidak resmi. Sumber resmi adalah para elit di bidang politik, ekonomi, sosial, atau budaya termasuk pejabat pemerintah, kepala hubungan masyarakat, konferensi pers, rilis pers dll. Sumber non-resmi adalah orang biasa yang tidak menjabat di lembaga mapan atau kelompok yang diakui (Brown et al, 1987; Sigal, 1986). Tenaga ahli yang tidak berkantor di lembaga formal juga dianggap sebagai narasumber tidak resmi.

Pembingkai

Dalam pemberitaan oleh media, pembingkai atau *framing* berfungsi sebagaimana sebuah bingkai di sekitar gambar yang mana perhatian orang terfokus pada apa yang ada di dalam bingkai yaitu hal-hal yang dipandang yang penting dan relevan sedangkan hal-hal lain diabaikan karena berada di luar bidang pandang (Noakes & Johnston, 2005, hlm. 2). Pembingkai mengacu pada fenomena yang menjelaskan bagaimana media memilih, menekankan, mengelola dan menyajikan pesan kepada audien. Dalam proses ini jurnalis memilih bagian-bagian tertentu dari suatu realitas, memberikan fokus perhatian pada bagian yang dipilih, memilih kata-kata (bahasa) dan nada (*tone*) berita yang diinginkan, mengatur penempatan fakta dan bukti pendukung, serta memberikan nilai dan norma dalam berita (Ford & King, 2015).

Melalui pembingkai, media mengatur informasi ke dalam laporan berita yang memuat alur cerita yang diinginkan (Gamson & Modigliani, 1989) yang menafsirkan suatu isu atau peristiwa

(Scheufele, 1999; Schuck & de Vreese, 2006). Dalam hal ini, pembingkaiian digunakan untuk menjelaskan dua hal: pertama, menjelaskan pengelolaan dan penyajian pesan oleh media dan; kedua, proses berpikir audien dalam mempersepsikan dan menafsirkan situasi tertentu (Chong & Druckman, 2007).

Pola pembingkaiian yang berbeda dapat menunjukkan peristiwa yang sama secara berbeda. Hal ini disebabkan media memilih, menekankan, menafsirkan, mengecualikan, mengatur, dan menyajikan bagian-bagian dari suatu peristiwa secara berbeda (Borah, 2011; Semetko & Valkenburg, 2000). Media melakukan berbagai teknik dalam melakukan pembingkaiian antara lain: memberikan petunjuk, interpretasi dan evaluasi tertentu atau menyarankan keputusan tertentu (Scheufele, 2006); memberikan pertimbangan tertentu atau menekankan bagian tertentu dari suatu masalah (Schuck & de Vreese, 2006); mengeluarkan atau mendiadakan bagian tertentu dari suatu realitas (Stauffacher, Muggli, Scolobig, & Moser, 2015) dan; mendukung satu segi dibandingkan segi lainnya (Entman, 2007, 2010). Dengan menyampaikan pentingnya aspek tertentu dari suatu realitas maka pembingkaiian memengaruhi persepsi audien (Stauffacher et al., 2015) dan, sebagai akibatnya, menyebabkan perubahan penilaian (Iyengar, 1987).

Pembingkaiian berfungsi menunjukkan keyakinan dan preferensi ideologis aktor ketiga seperti pemerintah (Larcinese, Puglisi, & Snyder, 2011) dan kelompok berpengaruh seperti pemangku kepentingan atau gerakan sosial (Stauffacher et al., 2015). Ideologi yang tertanam dalam pembingkaiian konten media dapat diidentifikasi melalui penggunaan metafora, contoh, slogan, dan gambaran visual (Xie & Ding, 2016). Pembingkaiian berdiri di atas dua fondasi, sosiologis dan psikologis (Gabore, 2020). Penelitian pembingkaiian yang berdiri di atas fondasi sosiologis memberikan perhatian pada kata, gambar, frasa, dan gaya presentasi yang digunakan untuk mengonstruksikan berita dan proses yang menghasilkan konstruksi ini (Entman, 1991; Gamson & Modigliani, 1987; Gitlin, 1980 ; Goffman, 1974); sedangkan pembingkaiian dengan fondasi psikologis

mempelajari proses yang terlibat dalam pembentukan bingkai pada diri penonton (Borah, 2011; Pan & Kosicki, 1993).

Sebagai konsep komunikasi, pembedaan dapat dilakukan terhadap tiga kelompok: 1. media atau jurnalis, 2. audiens atau masyarakat, dan 3. Para elit yang terdiri dari para tokoh politik, ekonomi, budaya dan organisasi (Scheufele, 2006). Karenanya pembedaan memandu bagaimana elit membangun realitas, memengaruhi bagaimana jurnalis memilih informasi, dan memengaruhi kognisi dan sikap audiens karena mereka adalah bagian dari budaya dan masyarakat (Matthes, 2012).

Analisis penelitian sejenis

Penelitian terdahulu yang dimuat dalam sejumlah jurnal bereputasi dan literatur hingga saat ini telah mengidentifikasi beberapa bingkai (*frame*) yang biasa digunakan dalam pemberitaan, meski bingkai itu tidak harus digunakan bersamaan. Sebagian besar studi berfokus pada upaya mengidentifikasi keberadaan satu atau beberapa bingkai dalam berita dan konsekuensinya bagi opini publik seperti bingkai konflik (*conflict frame*) (Patterson, 1993; Cappella & Jamieson, 1997), serta bingkai tanggung jawab (*responsibility frame*) dalam berita (Iyengar, 1991). Studi lain mengidentifikasi sejumlah bingkai yang digunakan dalam liputan berita di Amerika yang mencakup bingkai konflik, konsekuensi ekonomi (*economic consequences frame*), daya tarik manusia (*human interest frame*), dan bingkai moralitas (*morality frame*) (Neuman et al, 1992).

Sametko dan Valkenburg (2000) dalam studinya menggabungkan berbagai bingkai yang telah dibahas dalam literatur sebelumnya terutama studi oleh Neuman et al, (2000) dan Iyengar (1991) dan mengonfirmasi keberadaan lima bingkai berita (konflik, tanggung jawab, konsekuensi ekonomi, daya tarik manusia, dan bingkai moralitas) dalam studinya terhadap berita politik di media Eropa. Mereka menganalisis 2.601 berita surat kabar dan 1.522 berita televisi selama pertemuan Amsterdam para kepala negara Eropa pada tahun 1997. Hasil studi mereka menunjukkan bahwa, secara keseluruhan,

bingkai tanggung jawab adalah bingkai yang paling umum digunakan dalam berita, diikuti oleh bingkai konflik, konsekuensi ekonomi, daya tarik manusia, dan bingkai moralitas. Mereka juga menemukan bahwa penggunaan bingkai berita tergantung pada jenis media dan jenis topiknya. Perbedaan yang paling signifikan bukanlah antara jenis media (televisi atau media cetak) tetapi antara jenis media sensasional atau media serius. Surat kabar dan program berita televisi kategori serius lebih sering menggunakan bingkai tanggung jawab dan konflik dalam beritanya, sedangkan media sensasional lebih sering menggunakan bingkai daya tarik manusia. Studi ini hendak menggunakan kelima bingkai berita dari Semetko dan Valkenburg (2000) tersebut yang mana masing-masing bingkai dapat dijelaskan sebagai berikut:

Bingkai konflik. Bingkai ini menekankan pada konflik antar individu, kelompok, atau lembaga sebagai cara untuk menarik perhatian audiens. Neuman et al. (1992, hlm. 61-62) menemukan konflik sebagai bingkai yang paling umum digunakan media di AS. Media sering kali mereduksi dan terlalu menyederhanakan perbincangan mengenai isu substantif dan kompleks dan mengangkat perbedaan pandangan antar elit politik mengenai suatu isu sebagai suatu konflik. Berita kampanye pemilihan presiden, misalnya, sebagian besar dibingkai dalam konteks konflik (Patterson, 1993). Karena penekanan pada konflik, media berita telah dikritik karena menimbulkan sinisme publik dan ketidakpercayaan terhadap pemimpin politik (Cappella & Jamieson, 1997). Kami tertarik untuk mengetahui seberapa besar bingkai konflik ini dalam pemberitaan media relatif terhadap bingkai umum lainnya.

Bingkai daya tarik manusia. Bingkai ini menghadirkan wajah manusia atau sudut pandang emosional dalam pemberitaan suatu peristiwa, isu, atau masalah. Neuman et al. (1992) menggambarkan ini sebagai bingkai “daya tarik manusia” (*human interest frame*) yang menjadi bingkai yang paling umum digunakan setelah bingkai konflik. Persaingan antar media berita mendorong para jurnalis dan editor berusaha keras untuk menghasilkan berita dengan *human interest* guna

menarik dan mempertahankan minat audien (Bennett, 1995). Bingkai daya tarik manusia merupakan upaya untuk mempersonalisasi berita, mendramatisasi, atau membangkitkan emosi penonton guna menarik dan mempertahankan minat audien.

Bingkai konsekuensi ekonomi. Bingkai ini melaporkan suatu peristiwa, masalah, atau isu dalam kaitannya dengan konsekuensi yang akan ditimbulkannya secara ekonomi pada negara, wilayah, lembaga, kelompok atau individu. Neuman et al. (1992) mengidentifikasi konsekuensi ekonomi sebagai bingkai umum dalam berita. Suatu peristiwa sering kali menimbulkan dampak luas dan merupakan nilai berita yang penting, dan pengaruh suatu peristiwa terhadap ekonomi seringkali cukup besar (Graber, 1993).

Bingkai moralitas. Kerangka ini menempatkan peristiwa, masalah, atau isu dalam konteks ajaran agama atau aturan moral. Jurnalis sering kali merujuk pada kerangka moral secara tidak langsung dengan meminta komentar tokoh agama atau tokoh masyarakat lainnya mengenai suatu peristiwa atau isu (Neuman et al., 1992). Media, misalnya, meminta pandangan tokoh agama mengenai suatu wabah penyakit dan menggunakan pandangan tersebut sebagai bingkai berita. Berita semacam itu berisi pesan moral yang bertujuan untuk mengingatkan masyarakat dan terkadang disertai dengan petunjuk sosial khusus tentang bagaimana berperilaku.

Bingkai tanggung jawab. Kerangka ini menyajikan suatu isu atau masalah sedemikian rupa dan menyiratkan tanggung jawab atas penyebab atau solusinya kepada pemerintah, individu atau kelompok. Media berita sering kali dihargai atau dipersalahkan karena membentuk pemahaman publik tentang siapa yang bertanggung jawab sebagai penyebab atau bertanggungjawab untuk menyelesaikan suatu masalah sosial, seperti kemiskinan, pengangguran, ketidakadilan sosial dll (Iyengar, 1987).

Nada berita

Bingkai juga memiliki nada berita (*news tone*) karena sering kali disertai dengan penggunaan kata-kata dan metafora yang menakutkan, atau sebaliknya, menimbulkan optimisme dan ketenangan (Lakoff, 2004; Vasterman dan Ruigrok, 2013). Nada berita mengacu pada komponen afektif (suka atau tidak suka) dari konstruksi pesan media dan penyajian suatu peristiwa atau isu sebagai positif/baik, netral, atau negatif/buruk (Newhagen, 1994). Nada berita menunjukkan jurnalis dan sumber informasinya memiliki sikap (positif atau negatif) terhadap suatu peristiwa dan mereka yang terlibat di dalamnya. Media dapat mengenakan suatu nada tertentu ketika mengonstruksikan berita. Nada sebagai atribut afektif dapat dikenakan pada isu-isu, peristiwa, komunitas, organisasi, kelompok dan individu, dan nada berita akan memengaruhi bagaimana publik memandand dunia (Sheafer, 2007). Akibatnya, publik mendukung atau menolak sesuatu bukan berdasarkan apa adanya, tetapi tergantung pada jenis nada (positif atau negatif) yang diberikan media (Abney et al., 2011).

Dibandingkan berita bencana lainnya, wabah penyakit merupakan berita istimewa, karena adanya kekhawatiran tertular penyakit mematikan. Penggunaan kata-kata dan metafora yang menakutkan membawa konsekuensi bahwa liputan media tentang epidemi bisa sangat mengkhawatirkan. Sejumlah studi menunjukkan bahwa liputan berita tentang virus biasanya menggunakan metafora militer karena virus dipandang sebagai musuh yang harus diperangi sebagaimana tentara berperang melawan musuh (Chiang dan Duann, 2007; De la Rosa, 2007; Larson et al., 2005; Williams Camus, 2009).

Analisis penelitian sejenis

Penelitian terdahulu yang dimuat dalam sejumlah jurnal bereputasi dan literatur terhadap liputan media tentang pandemi H1N1 di media Belanda dapat dikemukakan antara lain studi oleh Vasterman dan Ruigrok (2013) menggunakan tiga jenis nada berita: (1) berita yang disajikan dalam nada menakut-nakuti atau mengkhawatirkan (*alarming*); (2) nada netral, dan; (3) nada yang menentramkan,

menimbulkan optimisme dan keyakinan (*reassuring*). Secara umum, sebuah laporan memiliki nada mengkhawatirkan ketika situasinya didefinisikan dalam istilah risiko dan bahaya. Misalnya: 'WHO meningkatkan tingkat kewaspadaan terhadap pandemi'; 'Dikhawatirkan akan muncul lebih banyak kasus flu Meksiko'. Suatu berita disebut juga memberikan nada mengkhawatirkan jika penyampaian data terbaru tentang pandemi lebih menekankan pada peningkatan jumlah pasien yang terinfeksi, jumlah kematian atau jumlah mereka yang dirawat inap. Hal yang sama berlaku untuk berita yang medeskripsikan virus sebagai 'sangat menular' atau 'mematikan'.

Suatu berita disebut memiliki nada yang menentramkan, menimbulkan optimisme dan keyakinan ketika risiko pandemi diletakkan dalam perspektif yang lebih luas dengan mengecilkan risiko khususnya karena didukung kesiapan otoritas kesehatan. Misalnya: 'Pemerintah menyediakan cukup fasilitas kesehatan'; 'Covid-19 seperti flu biasa.' Suatu pernyataan bernada netral jika mengandung kedua nada tersebut sekaligus, atau jika nadanya ragu-ragu. Vasterman dan Ruigrok (2013) menemukan bahwa liputan berita tentang pandemi di media Belanda sangat mengkhawatirkan dengan 74% pesan yang disampaikan media menggunakan nada kekhawatiran.

Liputan media terhadap wabah flu burung dan SARS lebih dominan menunjukkan nada mengkhawatirkan dan sensasional, dengan fokus pada skenario terburuk dan penuh dengan bahasa emosional (Berry et al., 2007; Dudo et al., 2007; Washer, 2004). Sejumlah studi tentang liputan media terhadap pandemi A/H1N1 menunjukkan hasil yang beragam. Studi terhadap program berita TV Brasil menunjukkan bahwa televisi menggambarkan pandemi telah menimbulkan kepanikan (Da Silva Medeiros dan Massarani, 2010). Studi terhadap surat kabar di Inggris menunjukkan bahwa secara keseluruhan surat kabar memberitakan pandemi dalam nada netral dan tidak 'mengkhawatirkan' dan surat kabar memberikan perhatian penuh pada wabah tersebut.

Studi terhadap liputan TV Australia terhadap epidemi A/H1N1 pada umumnya tidak mengkhawatirkan (*non-alarmist*), tetapi 63,4%

dari semua pernyataan yang terkandung dalam berita televisi menunjukkan keseriusan penyakit sehingga menimbulkan kesan ancaman yang serius (Fogarty et al., 2011). Di sisi lain, analisis liputan surat kabar tentang flu babi di Australia menunjukkan digunakannya narasi 'flu babi sebagai penyakit yang mematikan' dengan kombinasi pesan antara nada mengkhawatirkan dan menentramkan (Holland and Blood, 2010).

Metode penelitian

Studi ini menganalisis representasi media Barat mengenai penanggulangan pandemik Covid-19 di Indonesia dan Malaysia. COVID-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus korona paling baru yang ditemukan. Virus dan penyakit baru ini tidak diketahui sebelum munculnya wabah pada Desember 2019 di Wuhan, China. Pandemi COVID-19 telah menyebar dengan cepat ke seluruh dunia dan membuat jutaan orang sakit serta menyebabkan 1.1 juta kematian di seluruh dunia ketika artikel ini ditulis.

Sebagaimana banyak negara lain, Indonesia dan Malaysia telah melakukan kesiapsiagaan untuk mencegah penyebaran COVID-19 seperti meningkatkan kesadaran masyarakat melalui pesan media, melakukan pengawasan atau deteksi dan pengujian dini, melakukan repatriasi warga negara, menutup sekolah, fasilitas publik dan pembatasan kegiatan di perkantoran, melakukan karantina, perawatan dan pengobatan klinis dan berbagai tindakan lainnya.

Studi ini menggunakan asumsi paradigma penelitian positivistik dengan pendekatan kuantitatif karena mengacu pada proses deduktif dengan terlebih dahulu mempersiapkan kategori sebelum studi berdasarkan teori atau penelitian terdahulu yaitu analisis pbingkai berita dan penentuan nada berita. Pada studi ini, analisa dilakukan dengan berfokus pada bagaimana media barat menentukan narasumber berita mereka dan bagaimana mereka membingkai berita mengenai penanggulangan pandemi COVID-19 di Indonesia dan Malaysia. Teknik atau metode analisa isi dilakukan dengan tujuan: (1) untuk menguji strategi penentuan narasumber yang digunakan media

Barat dalam merepresentasikan Asia Tenggara; dan (2) untuk memeriksa pembedaan media Barat atas peristiwa dan isu di Asia Tenggara terkait dengan pandemi Covid-19.

Dalam analisa penanganan COVID-19 di Indonesia dan Malaysia, sejumlah berita yang diterbitkan antara bulan Maret 2020 hingga Januari 2021 dianalisa. Pengumpulan data dilakukan mulai bulan Maret karena Indonesia mengumumkan kasus pertama Covid-19 pada bulan Maret 2020. Diantara ketiga negara Asia Tenggara yang menjadi anggota sampel penelitian ini, Indonesia adalah negara yang paling terakhir mengumumkan kasus pertama. Penentuan periode pengumpulan artikel berita hingga Januari 2021 berdasarkan alasan bahwa penyebaran virus Covid-19 yang mewakili periode lebih kurang satu tahun sejak pertama kali ditemukan di Cina pada Desember 2019.

Sebanyak 40 artikel berita diambil dari situs resmi BBC dan CNN. Kedua media Barat ini dipilih karena keduanya telah dikenal luas oleh audien di Indonesia, Malaysia dan Singapura khususnya, dan Asia Tenggara pada umumnya sehingga dapat dianggap sebagai representasi media barat. Kedua media tersebut telah memiliki kantor perwakilan di Jakarta dan telah memiliki situs berita khusus mengenai Indonesia pada link <https://www.bbc.com/indonesia> dan <https://www.cnnindonesia.com/>

Pada penelitian ini, unit analisisnya adalah artikel berita. Penelitian ini menggunakan lima instrumen koding (*coding instrument*) yang terdiri dari sumber berita, pembedaan, nada berita, dan nama media. Sumber berita terdiri dari 5 kategori (saluran resmi Barat, saluran non-resmi Barat, saluran resmi Asia Tenggara, saluran tidak resmi Asia Tenggara, dan sumber lainnya); Pembedaan terdiri dari lima kategori sebagaimana dikemukakan Semetko dan Valkenburg (2000) yang terdiri dari: tanggung jawab, konflik, daya tarik manusia, konsekuensi ekonomi dan moralitas; Nada berita memiliki tiga kategori (nada positif, negatif, dan netral) dan; Nama media yang terdiri dari dua kategori (CNN dan BBC).

Untuk memastikan instrumen koding seperti sumber berita, bingkai berita, nada berita, memang betul-betul digunakan ataukah tidak oleh media maka masing-masing diberi kode. Misal, kode 0 yang berarti sumber tidak digunakan serta kode 1 – 5 untuk setiap kategori sumber yang digunakan. Untuk menentukan kemunculan bingkai dalam berita, tidak adanya *frame* diberi kode 0 yang berarti bingkai tidak ada, dan kode 1 – 5 untuk setiap kehadiran kategori bingkai yang digunakan. Untuk mengukur keberadaan setiap nada berita maka kode 0 berarti nada tidak ada dan kode 1 – 3 mewakili setiap kategori nada berita. Dalam studi ini, setiap pelaporan jumlah kasus positif dan kematian yang dikonfirmasi juga diberi kode sebagai nada negatif karena kenaikan atau penurunan jumlah kasus COVID-19 yang dikonfirmasi adalah faktor penting untuk menimbulkan ketakutan di kalangan masyarakat.

Untuk melakukan koding artikel berita, dipilih tiga mahasiswa pasca sarjana sebagai koder. Untuk memastikan keandalan koder, pelatihan mengenai aturan kategori pengkodean diberikan kepada semua koder. Dengan mengacu pada penelitian sebelumnya oleh Gronemeyer & Porath (2017) sejumlah indikator dalam bentuk pertanyaan yang mewakili masing-masing bingkai digunakan sebagai acuan (Lihat tabel 4.1). Setelah koder membaca artikel berita selanjutnya ia harus menjawab pertanyaan indikator dengan jawaban ‘Ya’ atau ‘Tidak’. Jawaban ‘Ya’ terhadap salah satu pertanyaan berarti kehadiran bingkai berita dapat diidentifikasi, jawaban ‘Tidak’ berarti bingkai tidak dapat diidentifikasi.

Tabel 4.1: Bingkai dan Pertanyaan Indikator

Bingkai	Pertanyaan indikator
Tanggung jawab	Apakah berita menunjukkan bahwa pemerintah bertanggung jawab atas suatu isu/masalah? Apakah berita tersebut menunjukkan bahwa pemerintahan memiliki kemampuan untuk

	<p>mengatasi masalah?</p> <p>Apakah berita tersebut menyarankan solusi untuk isu?</p>
<p>Daya tarik manusia (Human interest)</p>	<p>Apakah berita memberikan contoh manusiawi atau "wajah manusia" ?</p> <p>Apakah berita menggunakan kata sifat atau sketsa pribadi yang menimbulkan perasaan marah, empati, simpati, atau kasih sayang?</p> <p>Apakah berita menekankan bagaimana individu dan kelompok dipengaruhi oleh isu/masalah?</p>
<p>Konflik</p>	<p>Apakah berita mencerminkan ketidaksepakatan antara individu, kelompok, negara?</p> <p>Apakah ada celan oleh satu partai, individu, kelompok, negara kepada pihak lain?</p> <p>Apakah berita mengacu pada pemenang dan pecundang?</p>
<p>Moralitas</p>	<p>Apakah berita mengandung pesan moral?</p> <p>Apakah berita mengacu pada moralitas, Tuhan, dan ajaran agama?</p> <p>Apakah berita menawarkan pandangan tentang bagaimana berperilaku?</p>
<p>Konsekuensi ekonomi</p>	<p>Apakah ada penyebutan kerugian atau keuntungan finansial sekarang atau di masa depan</p> <p>Apakah ada menyebutkan biaya / tingkat pengeluaran</p> <p>Apakah ada referensi untuk konsekuensi ekonomi dari mengejar atau tidak mengejar suatu tindakan?</p>

Dalam hal reliabilitas antar koder, penelitian ini menggunakan teknik analisis isi kualitatif yang tidak mengandalkan pada suatu koefisien reliabilitas seperti Krippendorff's alpha (KALPHA) untuk mengukur kesepakatan di antara koder sebagaimana yang diterapkan dalam teknik analisis isi kuantitatif. Dalam teknik analisis isi kualitatif, ketiga koder membaca dan mengkodekan setiap artikel berita secara terpisah (independen) dan kemudian membandingkan hasil yang mereka peroleh, dan dalam hal terjadi perbedaan pandangan maka mereka secara terus menerus mendiskusikan penyebab perbedaan itu untuk menghasilkan konsensus. Dalam hal tidak terjadi kesepakatan, keputusan diambil berdasarkan suara terbanyak. Jenis pemeriksaan semacam ini dalam analisis isi kualitatif memiliki fungsi yang sama sebagaimana reliabilitas antar-koder dalam analisis isi kuantitatif (Coman & Cmeciu, 2014)¹ dan reliabilitas antar-koder merupakan faktor penting untuk memenuhi kriteria kesesuaian (*conformability*) dan kredibilitas koding (Baxter & Babbie, 2004).

Pada tahap selanjutnya untuk mengetahui bagaimana penggunaan sumber, bingkai dan nada berita di BBC dan CNN dan bagaimana strategi kedua media tersebut dalam penggunaan sumber, bingkai dan nada berita di masing-masing negara maka digunakan analisa tabulasi silang. Sedangkan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan signifikan ($p < 0.05$) antara BBC dan CNN dalam penggunaan sumber berita, bingkai berita dan nada berita serta untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan signifikan strategi kedua media tersebut dalam penggunaan sumber, bingkai dan nada berita di masing-masing negara yang diteliti digunakan uji Chi Square dengan menggunakan *Statistical Package for the Social Science* (SPSS) Versi 20.

Uji Chi Square adalah salah satu jenis uji komparatif non parametris yang dilakukan terhadap dua variabel, di mana skala data kedua variabel adalah nominal. Teknik ini digunakan untuk menganalisis perbedaan dalam pembingkai, sumber dan nada berita antara BBC dan CNN. Data nominal adalah jenis data penelitian yang

¹ <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814049350>

senantiasa dipergunakan untuk melabeli variabel penelitian dengan angka namun tanpa memberikan nilai kuantitatif. Misalnya, pada penelitian ini: berita tanpa sumber dilabel angka 1, sumber pemerintah Barat (*western official*) dilabel 2, atau bingkai konflik dilabel 1 dan moralitas dilabel 4 dan seterusnya.

Pembahasan

Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan pencarian artikel berita secara online dengan menggunakan kata kunci ‘COVID-19, Indonesia, Malaysia, Singapore’ di situs-web bbc.com atau cnn.com atau menggunakan Google search engine dengan menambahkan kata kunci BBC dan CNN. Hasil pencarian menghasilkan 40 artikel berita untuk berita yang diterbitkan dari tanggal 26 Maret 2020 hingga 27 Januari 2021 (Lihat tabel 6.1). BBC dan CNN memiliki situs web khusus dalam bahasa Indonesia untuk laporan mengenai Indonesia (<https://www.bbc.com/indonesia> dan <https://www.cnnindonesia.com/>) sedangkan untuk laporan mengenai Malaysia dan Singapura harus diakses melalui situs web utama kedua media tersebut (<https://www.bbc.com/> atau <https://edition.cnn.com/>) dan hanya tersedia dalam bahasa Inggris.

Keberadaan situs web khusus dalam bahasa Indonesia ini bisa diartikan sebagai perhatian besar kedua media Barat itu kepada Indonesia. CNN bahkan telah bekerjasama dengan stasiun TV Indonesia, Trans Media, mendirikan saluran berita CNN Indonesia yang bersiaran selama 24 jam sehari dalam bahasa Indonesia sejak 17 Agustus 2015 dan menyajikan berita dengan konten lokal dan internasional, dengan fokus pada berita umum, bisnis, olahraga, teknologi dan hiburan.

Hasil pencarian dan pengumpulan berita yang ditayangkan kedua media Barat itu menunjukkan CNN secara kumulatif memproduksi sebanyak 21 artikel berita (52.5%) mengenai COVID-19 di ketiga negara Asia tenggara tersebut sedangkan BBC memproduksi sebanyak 19 artikel (47.5%). Kedua media Barat tersebut secara kumulatif

menghasilkan berita mengenai Indonesia sebanyak 21 artikel (52.5%), Malaysia sebanyak 10 artikel (25%) dan Singapura 9 artikel (22.5%).

Hasil analisa dengan menggunakan tabulasi silang terhadap sumber berita yang terdiri dari lima kategori (sumber resmi Barat, sumber tidak resmi Barat, sumber resmi Asia Tenggara, sumber tidak resmi Asia Tenggara, dan sumber lainnya) menunjukkan hasil bahwa kedua media Barat tersebut sebagian besar menggunakan sumber Asia Tenggara (53.6%) yaitu sumber yang berasal dari Indonesia, Malaysia dan Singapura, baik sumber resmi (34.1%) atau tidak resmi (19.5%). Selain itu, kedua media juga menggunakan sumber lain (29.3%). Dengan demikian dalam liputan COVID-19 kedua media Barat tersebut pada umumnya mengutamakan sumber Asia Tenggara dan bukan dari sumber Barat. Hasil analisis dengan menggunakan tabel tabulasi silang menunjukkan bahwa baik BBC dan CNN menggunakan sumber Asia Tenggara dalam jumlah yang sama banyak (27%), perbedaan terletak pada komposisi antara sumber resmi dan tidak resmi. CNN lebih banyak menggunakan sumber resmi (22%) dibandingkan BBC (12,2%). Sebaliknya BBC lebih banyak menggunakan sumber tidak resmi (14,6%) dibandingkan CNN (4,9%). Selain itu CNN lebih sering melaporkan berita mengenai Covid-19 tanpa sumber (9,8%) dibandingkan BBC (2,4%). Hasil uji Chi-Square ($\chi^2 = 6,92$ $df = 4$, $p > 0.05$) menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan secara statistik dalam hal penentuan sumber berita antara BBC dan CNN dalam pemberitaan penanggulangan COVID-19 di Asia Tenggara.

Table 6.1: Comparison of media sourcing, framing and tone (%)

		No	Western	Western	Asian	Asian	Other	Total
Source		source	official	non-official	official	non-official	sources	
Media	CNN	9,8	0,0	0,0	22,0	4,9	14,6	51,2
	BBC	2,4	0,0	4,9	12,2	14,6	14,6	48,8
Total		12,2	0,0	4,9	34,1	19,5	29,3	100,0

Chi-Square test result: $\chi^2 = 6,92$ $df = 4$, $p > 0.05$

Frame	No frame	Conflict	Human int.	Responsibility	Eco. cons.	Morality	Total
Media	CNN	46,3	2,4	0,0	2,4	0,0	51,2
	BBC	19,5	4,9	12,2	12,2	0,0	48,8
Total		65,9	7,3	12,2	14,6	0,0	100,0

Chi-Square test result: $\chi^2 = 12,46$ df = 3, $p > 0.05$

Tone	No tone	Positive	Negative	Neutral	Total
Media	CNN	4,9	2,4	26,8	34,1
	BBC	2,4	7,3	26,8	36,5
Total		7,3	9,8	53,7	70,8

Chi-Square test result: $\chi^2 = 1.64$ df = 3, $p > 0.05$

Di luar perkiraan sebelumnya, kedua media Barat tersebut ternyata tidak memberitakan peristiwa COVID-19 di Asia tenggara dengan menggunakan *frame* tertentu seperti konflik, daya tarik manusia (*human interest*), konsekuensi ekonomi, moralitas dan tanggung jawab. Hasil analisa tabulasi silang menunjukkan bahwa sebagian besar peristiwa terkait COVID-19 tidak dilaporkan dengan menggunakan pembingkai tertentu atau dengan kata lain informasi COVID-19 diberitakan tanpa bingkai (65.8%), sedangkan pemberitaan yang menggunakan bingkai mencakup bingkai tanggung jawab (14,6%) dan human interest (12,2%). Hasil analisis dengan menggunakan tabel tabulasi silang menunjukkan bahwa CNN lebih banyak menulis berita tanpa bingkai (46,3%) dibandingkan BBC (19.5%). Hasil uji Chi-Square ($\chi^2 = 12,46$ df = 3, $p > 0.05$) menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan secara statistik dalam hal pembingkai berita penanganan COVID-19 di Asia Tenggara antara BBC dan CNN.

Dalam hal nada berita, analisa tabulasi silang menunjukkan bahwa berita mengenai penanganan pandemi Covid-19 di Asia Tenggara yang dipublikasi oleh kedua media Barat tersebut adalah lebih banyak bernada negatif (53.7%), nada netral (29.3%), positif (9.8%). Hasil analisis juga menunjukkan bahwa kedua media sama-sama memiliki jumlah berita negatif yang sama banyak (26.8%). Hasil uji Chi-Square ($\chi^2 = 1.64$ df = 3, $p > 0.05$) menunjukkan bahwa tidak terdapat

perbedaan signifikan secara statistik dalam hal penentuan nada berita antara BBC dan CNN dalam pemberitaan pencegahan COVID-19 di Asia Tenggara. Hasil keseluruhan koding dapat dilihat pada tabel 6.1.

Tabel 6.2: Penggunaan sumber, bingkai dan nada berita untuk setiap negara (%)

Source	No source	Western official	Western non-official	Asian official	Asian non-official	Other sources	Total
Indonesia	4,9	0	2,4	26,8	14,6	4,9	53,7
Malaysia	4,9	0	0	4,9	2,4	14,6	26,8
Singapore	2,4	0	2,4	2,4	2,4	9,8	19,5
Total	12,2	0	4,9	34,1	19,5	29,3	100

Chi-Square test result: $\chi^2 = 13,66$ df = 8, $p > 0.05$

Frame	No frame	Conflict	Human int.	Responsibility	Eco. Cons	Morality	Total
Indonesia	41,5	0	2,4	9,8	0	0	53,7
Malaysia	12,2	7,3	4,9	2,4	0	0	26,8
Singapore	12,2	0	4,9	2,4	0	0	19,5
Total	65,9	7,3	12,2	14,6	0	0	100

Chi-Square test result: $\chi^2 = 12,23$ df = 6, $p > 0.05$

Tone	No tone	Positve	Negative	Neutral	Total
Indonesia	4,9	2,4	36,6	9,8	53,7
Malaysia	2,4	2,4	12,2	9,8	26,8
Singapore	0	4,9	4,9	9,8	19,5
Total	7,3	9,8	53,7	29,3	100

Chi-Square test result: $\chi^2 = 7,76$ df = 6, $p > 0.05$

Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan signifikan ($p < 0.05$) di antara ketiga negara (Indonesia, Malaysia dan Singapura) dalam penggunaan sumber berita, bingkai berita dan nada berita oleh kedua media Barat dalam liputan mereka mengenai pandemi Covid-19 di Asia Tenggara dilakukan analisa dengan menggunakan tabulasi silang dan dilanjutkan dengan uji Chi-Square.

Hasil analisa dengan menggunakan tabulasi silang terhadap sumber berita dan negara menunjukkan hasil bahwa sumber Asia Tenggara adalah yang paling banyak digunakan dalam pemberitaan mengenai pandemi Covid-19 di mana sumber resmi Asia Tenggara (*Asian official*) digunakan dua kali lebih banyak dibandingkan sumber tidak resmi yang ditemukan di Indonesia (26.8% : 14.6%) dan Malaysia (4.9% : 2.4%) kecuali Singapura yang menunjukkan penggunaan sumber resmi dan tidak resmi adalah sama banyak (2.4%). Hasil uji Chi-Square ($\chi^2 = 13,66$ $df = 8$, $p > 0,05$) menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan secara statistik dalam penggunaan sumber berita di ketiga negara tersebut (Lihat Tabel 6.2).

Hasil tabulasi silang bingkai berita dan negara menunjukkan bahwa kedua media Barat paling banyak memberitakan pandemi Covid-19 tanpa bingkai di tiga negara dengan jumlah berita tanpa bingkai terbesar berasal dari Indonesia (41,5%). Hasil uji Chi-Square pada news frame ($\chi^2 = 12,23$ $df = 6$, $p > 0,05$) menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik dalam penggunaan bingkai di ketiga negara tersebut. Dalam hal nada berita, BBC dan CNN kebanyakan memberitakan pandemi Covid-19 dengan nada negatif, khususnya di Indonesia (36,6%). Uji Chi-Square nada berita ($\chi^2 = 7,76$ $df = 6$, $p > 0,05$) menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan secara statistik dalam penggunaan nada berita di ketiga negara.

Pembahasan

Studi ini tidak menemukan perbedaan signifikan penggunaan sumber informasi antara BBC dan CNN dalam pemberitaan pandemi COVID-19 di Asia Tenggara. Kedua media tersebut sama-sama lebih banyak menggunakan sumber Asia Tenggara yang terdiri dari sumber resmi dan sumber non-resmi dan juga sumber lainnya. Media Barat merepresentasikan Asia Tenggara sebagaimana yang digambarkan para pejabat pemerintah dan warga negara Asia Tenggara. Kedua media Barat tersebut terutama menggunakan sumber informasi resmi

pemerintah dengan fokus pada keterlibatan dan pencapaian oleh pemerintah dalam penanggulangan pandemi Covid-19. Hal ini menciptakan gambaran mengenai Asia Tenggara yang lebih banyak berdasarkan sudut pandang pejabat pemerintah dan perangkat pendukungnya seperti hubungan masyarakat (Humas), konferensi pers, dan siaran pers (Gabore, 2020).

Studi ini menemukan bahwa sebagian besar pemberitaan mengenai Covid-19 di Asia Tenggara yang ditayangkan BBC dan CNN adalah tanpa bingkai (65.8%) namun lebih banyak disampaikan dengan nada berita negatif (53.7%) walaupun jumlahnya tidak dominan. Pemberitaan tanpa bingkai berarti hanya menyampaikan seluruh fakta yang diterima apa adanya dari narasumber. Pemberitaan tanpa bingkai ini terjadi dalam hal artikel berita yang pendek dan sepenuhnya faktual yang hanya menyampaikan informasi terpenting saja disebut sebagai 5W1H (what, where, when, who, why, and how).

Alasan mengapa media Barat yang diwakili BBC dan CNN memberitakan pandemi Covid-19 di Asia Tenggara tanpa bingkai adalah karena pandemi Covid-19 merupakan peristiwa baru yang belum pernah terjadi sebelumnya di manapun. Semuan negara di dunia adalah pemula dalam menghadap wabah ini. Belum terdapat pola yang bisa dilihat dan diikuti dari peristiwa yang baru berlangsung satu tahun ini sedangkan pembingkaiian terhadap suatu peristiwa bernilai berita merupakan hasil dari proses yang cukup lama.

De Vreese (2005: 51) mengindikasikan bahwa “The potential of the framing concept lies in the focus on communicative processes. Communication is not static, but rather a dynamic process that involves frame-building (how frames emerge) and frame-setting (the interplay between media frames and audience predispositions). Frame-building refers to the factors that influence the structural qualities of news frames while frame-setting refers to the interaction between media frames and individuals’ prior knowledge and predispositions”.

Faktor internal menentukan bagaimana jurnalis dan organisasi media membingkai isu (Shoemaker & Reese, 1996). Namun, yang tak

kalah penting adalah faktor-faktor di luar jurnalisme. Proses pembingkai terjadi dalam interaksi berkelanjutan antara jurnalis dan elite (Gans, 1979; Tuchman, 1978) dan gerakan sosial (misalnya, Cooper, 2002; Snow & Benford, 1992). Hasil dari proses pembangunan bingkai adalah manifestasi bingkai dalam teks.

Pandangan ini menunjukkan bahwa terjadinya framing merupakan akibat dari proses komunikasi yang mencakup *frame-building* dan *frame-setting*. Proses ini membutuhkan waktu yang relatif lama. Media tidak mungkin membangun frame terhadap suatu peristiwa baru seperti pandemi Covid-19. Karena alasan ini, BBC dan CNN memberitakan Covid-19 di Asia Tenggara tanpa harus melakukan framing. Namun hal ini tidak berlaku untuk nada berita.

Hasil pengumpulan dan analisis data menunjukkan bahwa BBC dan CNN secara kumulatif lebih banyak melaporkan pemberitaan COVID-19 di Asia Tenggara dengan nada negatif walaupun tidak dominan. Nada berita paling negatif sebagian besar ditujukan kepada Indonesia, sedangkan nada kurang negatif diterima Malaysia. Sementara itu, negara maju Singapura diberitakan secara lebih positif karena dinilai melakukan penanganan Covid-19 secara lebih baik.

Tidak hanya BBC dan CNN tetapi kebanyakan media Barat pada umumnya cenderung memberitakan dalam nada negatif kepada Indonesia hanya karena Indonesia tidak mengikuti tindakan atau cara-cara yang dilakukan negara-negara Barat. Misalnya, pengumuman kasus pertama Covid-19 di Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020 dinilai terlambat oleh media Barat. Hal ini disebabkan sudah banyak negara lain, khususnya Barat, yang telah jauh lebih dahulu mengumumkan kasus pertama. Surat kabar Inggris, The Guardian, memberitakan dengan judul “First coronavirus cases confirmed in Indonesia amid fears nation is ill-prepared for outbreak” (Ratcliffe, 2020)². Koran ini memberitakan dalam nada negatif dengan menunjukkan ketidakpercayaannya bahwa Indonesia belum memiliki

² <https://www.theguardian.com/world/2020/mar/02/first-coronavirus-cases-confirmed-in-indonesia-amid-fears-nation-is-ill-prepared-for-outbreak>

kasus pertama hingga Maret 2020 dan juga atas kemampuan untuk menanggulangi pandemi Covid-19. Hal senada juga disampaikan media asal Australia, *The Sydney Morning Herald*, yang memberitakan dengan nada negatif mengenai Indonesia dengan judul ‘Indonesia confirms first cases of coronavirus amid warnings over testing’. Surat kabar ini mengkritisi masih sedikitnya jumlah orang yang dites ketika itu dibandingkan jumlah penduduk.

Berdasarkan pembahasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa liputan BBC dan CNN mengenai pandemi Covid-19 di Asia Tenggara sepanjang tahun 2020 lebih banyak menggunakan nada negatif walaupun tidak dominan. Temuan ini mendukung studi sebelumnya bahwa media barat dengan hegemoni interpretasinya sering menciptakan gambaran negatif dan stereotipe terhadap negara berkembang karena dianggap sebagai masyarakat luar atau ‘Others’ (Saeed, 2007). Suatu negara yang mencoba mengambil langkah berbeda dengan negara Barat dalam penanganan pandemi Covid-19 akan dipandang sebagai ‘other’ yang dipandang sebagai masalah, ketidaknormalan, atau keanehan (Ahmed & Matthes, 2016). Hal ini mendorong media Barat cenderung bias terhadap negara berkembang dan memberitakan negara berkembang sebagai *others* secara negatif (Huang & Leung, 2005).

Persepsi negatif terhadap negara berkembang merupakan proses sosialisasi yang panjang dengan agen sosialisasi utama adalah media barat (Wang & Lamb, 1983; Avraham & Ketter, 2016). Ada kecenderungan untuk menggeneralisasi citra negatif negara berkembang sebagai hasil dari representasi media yang bias terhadap negara berkembang atau ketidakpedulian geografis (Taylor, 2006; Avraham & Ketter, 2016).

Namun secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa liputan media Barat tentang pandemi Covid-19 di Asia Tenggara tidak terlalu negatif.³ Hal ini disebabkan Asia Tenggara

³ https://sci-hub.se/https://link.springer.com/chapter/10.1057%2F9781137342157_2

tidak hanya terdiri dari negara berkembang seperti Indonesia dan Malaysia tetapi juga negara maju seperti Singapura. Kombinasi ini menghasilkan pandangan yang cenderung moderat. Penemuan ini juga menunjukkan bahwa sumber berita akan membentuk nada dan representasi 'other' oleh media. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa saat ini media Barat masih memilih untuk meliput peristiwa kurang positif dari Asia Tenggara dengan fokus pada bencana dan konflik karena 'bad news is good news'.

Sebagai kesimpulan, penelitian ini memberikan hasil yang menunjukkan bahwa kedua media Barat kebanyakan menggunakan sumber berita dari Asia Tenggara namun berita mengenai Covid-19 ditampilkan dalam nada negatif meski tidak dominan. Selain itu, kebanyakan berita Covid-19 disajikan tanpa bingkai (65.8%) karena pandemi Covid-19 merupakan peristiwa baru sedangkan pemberitaan yang menggunakan bingkai mencakup bingkai tanggung jawab (14,6%) dan *human interest* (12,2%). Uji Chi-Square menunjukkan tidak ada perbedaan signifikan di antara kedua media dalam penggunaan sumber berita, pembedaan, dan nada berita begitu pula penerapan ketiga hal tersebut untuk masing-masing negara.

Saran yang dapat dikemukakan, liputan media Barat akan lebih dapat mencerminkan kenyataan jika mereka membuat keputusan pemilihan berita lebih berdasarkan pada nilai-nilai berita dan lebih mendiversifikasi sumber informasinya. Studi ini juga memberikan saran bagi penelitian masa depan yaitu dengan memperluas jumlah dan jenis media Barat yang menjadi objek penelitian yang tidak hanya terbatas pada BBC dan CNN yang lebih dikenal sebagai media televisi walaupun kedua media ini juga memiliki portal berita mereka sendiri yang membuat berita dalam bentuk teks dan foto. Pada akhirnya, kelemahan studi ini adalah pada analisis teks berita BBC dan CNN yang diambil dari websites mereka karena analisis terhadap teks boleh jadi berbeda dengan analisis terhadap berita BBC dan CNN sebagai media televisi yang menampilkan video dan audio.

Simpulan

Hasil koding terhadap sumber berita yang terdiri dari 5 kategori (saluran resmi Barat, saluran non-resmi Barat, saluran resmi Indonesia/Malaysia, saluran non-resmi Indonesia/Malaysia, dan sumber lainnya) maka diperoleh hasil bahwa pada umumnya mengutamakan sumber dari negara Asia tenggara dan bukan dari sumber Barat. BBC dan CNN tidak memberitakan peristiwa COVID-19 di ketiga negara Asia tenggara dengan menggunakan *frame* tertentu karena berita tanpa bingkai mencapai 65.8%, sedangkan pemberitaan yang menggunakan pembingkai mencakup bingkai tanggung jawab (14,6%), human interest (12,2%) dan konsekuensi ekonomi (7.3%). Hasil koding terhadap nada berita (news tone) menunjukkan bahwa sebagian besar berita yang dibuat oleh kedua media Barat tersebut adalah bernada negatif (53.7%), nada netral (29.3%), positif (10%). Nada berita paling negatif kebanyakan ditujukan ke Indonesia sedangkan negara yang paling sedikit nada negatif dalam pemberitaan COVID-19 adalah Singapura. Sebagai saran pemerintah diimbau menunjuk juru bicara yang khusus menangani media Barat dalam pemberitaan mengenai pandemi COVID-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Abney, R., Adams, J., Clark, M., Easton, M., Ezrow, L., Kosmidis, S., & Neundorf, A. (2011). When does valence matter? Heightened valence effects for governing parties during election campaigns. *Party Politics*, 19(1), 61–82. doi:10.1177/1354068810395057
- Ahmed, S., & Matthes, J. (2016). Media representation of Muslims and Islam from 2000 to 2015: A meta-analysis. *International Communication Gazette*, 79(3), 219–244. doi:10.1177/1748048516656305
- An, S., & Gower, K. (2009). How do the news media frame crises? A content analysis of crisis news coverage. *Public Relations Review*, 35(2), 107–112. doi:10.1016/j.pubrev.2009.01.010

- Awondo, P., Geschiere, P., & Reid, G. (2012). Homophobic Africa? Toward a more nuanced view. *African Studies Review*, 55(03), 145–168. doi:10.1017/s0002020600007241
- Bednarek, M., & Caple, H. (2012). “Value added”: Language, image and news values. *Discourse, Context and Media*, 1(2-3), 103–113. doi:10.1016/j.dcm.2012.05.006
- Borah, P. (2011). Conceptual issues in framing theory: A systematic examination of a decade’s literature. *Journal of Communication*, 61(2), 246–263. doi:10.1111/j.1460-2466.2011.01539.x 1987). The changing culture of affirmative action. In R. G. Braungart & M. M. Braungart (Eds.), *Research in political sociology* (pp. 137–177). Greenwich, CT: JAI Press.
- Brüggemann, M. (2014). Between frame setting and frame sending: How journalists contribute to news frames. *Communication Theory*, 24, 61–82. doi:10.1111/comt.12027
- Bunce, M. (2014). International news and the image of Africa: New storytellers, new narratives? In J. Gallagher (Ed.), *Images of Africa: Creation, negotiation and subversion* (pp. 42–62). Manchester: Manchester University Press. 14 S. M. GABORE
- Bunce, M. (2016). Framing Africa. The international news coverage of Africa: Beyond the “single story”. In M. Bunce, S. Franks, & C. Paterson (Eds.), *Africa’s media image in the 21st century: From the “heart of darkness” to “Africa rising”* (pp. 17–29). London: Routledge.
- Bunce, M., Franks, S., & Paterson, C. (Eds.). (2016). *Africa’s media image in the 21st century: From the “heart of darkness” to “Africa rising”*. London: Routledge.
- Carlson, M. (2009). Dueling, dancing, or dominating? Journalists and their sources. *Sociology Compass*, 3(4), 526–542. doi:10.1111/j.1751-9020.2009.00219.x
- Carmody, P. R., & Owusu, F. Y. (2007). Competing hegemons? Chinese versus American geo-economic strategies in Africa.

- Political Geography, 26, 504–524. doi:10.1016/j.polgeo.2007.03.005
- Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). A theory of framing and opinion formation in competitive elite environments. *Journal of Communication*, 57(1), 99–118. doi:10.1111/j.1460-2466.2006.00331.x
- Cozma, R. (2015). Were the murrow boys warmongers? The relationship between sourcing, framing, and propaganda in war journalism. *Journalism Studies*, 16(3), 433–448. doi:10.1080/1461670X.2014.882098
- Delgado, D. R. L. (2016). Opening ceremonies of international sports events: The other face of Chinese soft power. *The International Journal of the History of Sport*, 33(5), 607–623. doi:10.1080/09523367.2016.1159200
- de Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal*, 13(1), 51–62. doi:10.1075/idjdd.13.1.06vre
- de Vreese, C. H., Peter, J., & Semetko, H. A. (2001). Framing politics at the launch of the Euro: Across-national comparative study of frames in the news. *Political Communication*, 18(2), 107–122. doi:10.1080/105846001750322934
- Entman, R. M. (2007). Framing bias: Media in the distribution of power. *Journal of Communication*, 57, 163–173. doi:10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x
- Entman, R. M. (2010). Media framing biases and political power: Explaining slant in news of campaign 2008. *Journalism*, 11(4), 389–408. doi:10.1177/1464884910367587
- Erjavec, K. (2001). Media representation of the discrimination against the Roma in Eastern Europe: The case of Slovenia. *Discourse and Society*, 12(6), 699–727. doi:10.1177/0957926501012006001
- Ford, J. D., & King, D. (2015). Coverage and framing of climate change adaptation in the media: A review of influential North

- American newspapers during 1993–2013. *Environmental Science and Policy*, 48, 137–146. doi:10.1016/j.envsci.2014.12.003
- Franks, S. (2010). The neglect of Africa and the power of aid. *International Communication Gazette*, 72(1), 71–84. doi:10.1177/1748048509350339
- Franks, S., & Ribet, K. (2009). China-Africa media relations. *Global Media and Communication*, 5(1), 129–136. doi:10.1177/1742766508101318
- Fürsich, E. (2010). Media and the representation of others. *International Social Science Journal*, 61(199), 113–130. doi:10.1111/j.1468-2451.2010.01751.x
- Gabore, S. M., & Xiujun, D. (2018). Do national and international media cover the same event differently? The online media framing of Irreecha festival tragedy. *Communicatio*, 44(1), 55–70. doi:10.1080/02500167.2018.1441889
- Gagliardone, I. (2013). China as a persuader: CCTV Africa's first steps in the African media sphere. *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, 34(3), 25–40. doi:10.1080/02560054.2013.834835
- Golan, G. J. (2008). Where in the world is Africa? *International Communication Gazette*, 70(1), 41–57. doi:10.1177/1748048507084577
- Hammett, D. (2013). Tourism images and British media representations of South Africa. *Tourism Geographies*, 16(2), 221–236. doi:10.1080/14616688.2012.762688
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies*, 2 (2), 261–280. doi:10.1080/14616700118449
- Hermida, A., Lewis, S. C., & Zamith, R. (2014). Sourcing the Arab spring: A case study of Andy Carvin's sources on twitter during the Tunisian and Egyptian revolutions. *Journal of Computer-*

- Mediated Communication, 19(3), 479–499. doi:10.1111/jcc4.12074
- Huang, Y., & Leung, C. C. M. (2005). Western-led press coverage of Mainland China and Vietnam during the SARS crisis: Reassessing the concept of “media representation of the other”. *Asian Journal of Communication*, 15(3), 302–318. doi:10.1080/01292980500261621
- Iwashita, C. (2006). Media representation of the UK as a destination for Japanese tourists: Popular culture and tourism. *Tourist Studies*, 6(1), 59–77. doi:10.1177/1468797606071477
- Jacobs, S. (2015). Journalism and “the African story”. *African Journalism Studies*, 36(1), 73–76. doi:10.1080/23743670.2015.1008161
- James, E. K., & Boukes, M. (2017). Framing the economy of the East African community: A decade of disparities and similarities found in Chinese and Western news media’s reporting on the East African community. *International Communication Gazette*, 79(5), 511–532. doi:10.1177/1748048516688130
- Kalyango, Y. (2011). Critical discourse analysis of CNN international’s coverage of Africa. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 55(2), 160–179. doi:10.1080/08838151.2011.566087
- Larcinese, V., Puglisi, R., & Snyder Jr. J. M. (2011). Partisan bias in economic news: Evidence on the agenda-setting behavior of U. S. newspapers. *Journal of Public Economics*, 95, 1178–1189. doi:10.1016/j.jpubeco.2011.04.006
- Lecheler, S., & de Vreese, C. H. (2010). Framing Serbia: The effects of news framing on public support for EU enlargement. *European Political Science Review*, 2(1), 73–93. doi:10.1017/S1755773909990233
- Lee, S. T., Maslog, C. C., & Kim, H. S. (2006). Asian conflicts and the Iraq War – a comparative framing analysis. *The International*

Communication Gazette, 68(5–6), 499–518. doi:10.1177/ 1748048506068727

- Li, S. (2016). Covering Ebola: A comparative analysis of CCTV Africa's Talk Africa and Al Jazeera English's inside story. *Journal of African Cultural Studies*, 29(1), 114–130. doi:10.1080/13696815.2016.1188687
- Li, S., & Rønning, H. (2013). Half-orchestrated, half freestyle: Soft power and reporting Africa in China. *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, 34(3), 102–124. doi:10.1080/02560054.2013.845591
- Madrid-Morales, D. (2016). Why are Chinese media in Africa? Evidence from three decades of Xinhua's news coverage of Africa. In X. Zhang, H. Wasserman, & W. Mano (Eds.), *China's media and soft power in Africa: Promotion and perceptions* (pp. 79–92). New York: Palgrave Macmillan.
- Madrid-Morales, D., & Gorfinkel, L. (2018). Narratives of contemporary Africa on China global television network's documentary series faces of Africa. *Journal of Asian and African Studies*, 53(6), 917–931. doi:10.1177/002190961876249916 S. M. GABORE
- Magombe, V. (2006). "Africa lives on the BBC" – watershed or blip? *Global Media and Communication*, 2(1), 119–123. doi:10.1177/1742766506061844
- Marsh, V. (2015). Mixed messages, partial pictures? Discourses under construction in CCTV's Africa live compared with the BBC. *Chinese Journal of Communication*, 9(1), 56–70. doi:10.1080/17544750.2015.1105269
- Matthes, J. (2009). What's in a frame? A content analysis of media framing studies in the world's leading communication journals, 1990–2005. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 86(2), 349–367. doi:10.1177/107769900908600206

- Matthes, J. (2012). Framing politics: An integrative approach. *American Behavioral Scientist*, 56(3), 247–259. doi:10.1177/0002764211426324
- Myers, G. A. (2001). Introductory human geography textbook representations of Africa. *The Professional Geographer*, 53(4), 522–532. doi:10.1111/0033-0124.00302
- Nothias, T. (2014). “Rising”, “hopeful”, “new”: visualizing Africa in the age of globalization. *Visual Communication*, 13(3), 323–339. doi:10.1177/1470357214530063
- Nothias, T. (2016). How Western journalists actually write about Africa. *Journalism Studies*, 19(8), 1138–1159. doi:10.1080/1461670x.2016.1262748
- Obijiofor, L., & MacKinnon, M. (2016). Africa in the Australian press: Does distance matter? *African Journalism Studies*, 37, 3. doi:10.1080/23743670.2016.1210017
- Ogunyemi, O. (2011). Representation of Africa online: Sourcing practice and frames of reference. *Journal of Black Studies*, 42(3), 457–478. doi:10.1177/0021934710378747
- Ojo, T. (2014). Africa in the Canadian media: The Globe and Mail’s coverage of Africa from 2003 to 2012. *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, 35(1), 43–57. doi:10.1080/02560054.2014.886660
- Olsson, E. (2009). Responsibility framing in a ‘climate change induced’ compounded crisis: Facing tragic choices in the Murray-Darling basin. *Environmental Hazards*, 8(3), 226–240. doi:10.3763/ehaz.2009.0019
- Puppin, G. (2017). Making space for emotions: Exploring China-Africa “mediated relationships” through CCTV-9’s documentary African chronicles (Feizhou jishi 非洲纪事). *Journal of African Cultural Studies*, 29(1), 131–147. doi:10.1080/13696815.2016.1268952

- Reich, Z. (2011). Source credibility and journalism. *Journalism Practice*, 5(1), 51–67. doi:10.1080/17512781003760519
- Saeed, A. (2007). Media, racism and islamophobia: The representation of Islam and Muslims in the media. *Sociology Compass*, 1(2), 443–462. doi:10.1111/j.1751-9020.2007.00039.x
- Scheufele, B. (2006). Frames, schemata, and news reporting. *Communications*, 31(1), 65–83. doi:10.1515/COMMUN.2006.005
- Schuck, A. R. T., & de Vreese, C. H. (2006). Between risk and opportunity. News framing and its effects on public support for EU enlargement. *European Journal of Communication*, 21(1), 5–32. doi:10.1177/0267323106060987
- Schwalbe, C. B., & Dougherty, S. M. (2015). Visual coverage of the 2006 Lebanon War: Framing conflict in three US news magazines. *Media, War and Conflict*, 8(1), 141–162. doi:10.1177/1750635215571204
- Scott, M. (2009). Marginalized, negative or trivial? Coverage of Africa in the UK press. *Media, Culture & Society*, 31(4), 533–557. doi:10.1177/0163443709335179
- Scott, M. (2015). The myth of representations of Africa. *Journalism Studies*, 18(2), 191–210. doi:10.1080/1461670x.2015.1044557
ASIAN JOURNAL OF COMMUNICATION 17
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(3), 93–109. doi:10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x
- Sheafer, T. (2007). How to evaluate it: The role of story-evaluative tone in Agenda setting and priming. *Journal of Communication*, 57(1), 21–39. doi:10.1111/j.1460-2466.2006.00327.x
- Stauffacher, M., Muggli, N., Scolobig, A., & Moser, C. (2015). Framing deep geothermal energy in mass media: The case of Switzerland. *Technological Forecasting and Social Change*, 98, 60–70. doi:10.1016/j.techfore.2015.05.018

- Wright, T. (2002). Moving images: The media representation of refugees. *Visual Studies*, 17(1), 53–66. doi:10.1080/1472586022000005053
- Wu, Y. (2016). China's media and public diplomacy approach in Africa: Illustrations from South Africa. *Chinese Journal of Communication*, 9(1), 81–97. doi:10.1080/17544750.2016.1139606
- Xie, X., & Ding, Y. (2016). Framing iPhone consumption by Chinese mainlanders: Critical discourse analysis on news coverage of China daily and South China morning Post. *Procedia–Social and Behavioral Sciences*, 236, 39–45. doi:10.1016/j.sbspro.2016.12.014
- Zhang, Y., & Matingwina, S. (2016). A new representation of Africa? The use of constructive journalism in the narration of Ebola by China daily and the BBC. *African Journalism Studies*, 37(3), 19–40. doi:10.1080/23743670.2016.1209224
- Zhang, X., Wasserman, H., & Mano, W. (2016). China's expanding influence in Africa: Projection, perception and prospects in Southern African countries. *Communicatio*, 42(1), 1–22. doi:10.1080/02500167.2016.1143853