

## BAB II TINJAUAN LITERATUR

### 2.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1. Tabel Penelitian Terdahulu

No	Judul, Penulis, Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan dengan penelitian anda
1	<i>A systematic review of frames in news reporting of health risks: Characteristics, construct consistency vs. name diversity, and the relationship of frames to framing functions</i>  Viorela Dan, Juliana Raupp  2018	University Of Munich (LMU)	Metode yang digunakan adalah analisis isi dengan menggunakan teori framing dengan pendekatan kualitatif.	Berdasarkan hasil temuan yang didapatkan maka peneliti menarik kesimpulan bahwa penelitian ini membingkai berita tentang risiko kesehatan untuk penyakit katastropik seperti jantung dan kanker yang menjadi tinjauan utama dalam penelitian. Cara peneliti melakukan pembedaan pemberitaan yaitu dengan definisi masalah, interpretasi kasual, rekomendasi pengobatan serta evaluasi moral. Keempat fungsi ini digunakan untuk menganalisis hubungan antara pembedaan berita yang digunakan pada liputan media tentang risiko kesehatan dan	Saran untuk penelitian lanjut adalah melakukan studi komparatif antara berbagai negara untuk memahami perbedaan dalam pembedaan berita tentang risiko kesehatan terutama bagaimana media mempengaruhi isu-isu kesehatan	Dalam penelitian ini, analisis konten dilakukan dengan menggunakan berita penyakit katastropik di Indonesia. Situs web Kemenkes yang tersedia untuk seluruh tahun 2023 adalah media yang akan dipertimbangkan dalam penelitian ini

2	Pengemasan Berita di Instagram HIPMI Bandung  Abdul Azizur Rahim, Yadi Supriadi  2022	Universitas Islam Bandung	Penelitian kualitatif dari sudut pandang studi kasus adalah metodologi penelitian yang digunakan	<p>bagaimana keduanya saling berkaitan. Berdasarkan hasil temuan peneliti dapat menarik kesimpulan HIPMI menggunakan strategi pengemasan pesan yaitu dengan cara membuat berita yang menarik dan tidak terlalu kaku di Instagram untuk menarik minat audiens. Konten yang difokuskan adalah konten yang menghibur, informatif dan edukatif sesuai dengan minat audiens.</p> <p>Berdasarkan hasil yang ditemukan pada peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa dalam melakukan pengemasan pemberitaan pada media instagram di akun jurnaliskomik diperlukan beberapa tahapan seperti produksi yang meliputi pengumpulan data, tahapan produksi yang meliputi penggambaran fakta dan data ke dalam sebuah gambar</p>	<p>Penelitian ini akan meneliti topik yang berbeda yaitu di bidang kesehatan dengan fokus kepada penyakit katastrofik pada periode 2023. Sumber informasi yang digunakan pada penelitian ini adalah website</p>
3	Pengemasan Pemberitaan Jurnaliskomik di Instagram (Analisis Studi Kasus Mengenai Pengemasan Pemberitaan Dengan Medium Komik oleh Jurnaliskomik di (Instagram)	Universitas Islam Bandung	Pendekatan studi kasus diambil dalam penerapan metode kualitatif	<p>Berdasarkan hasil yang ditemukan pada peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa dalam melakukan pengemasan pemberitaan pada media instagram di akun jurnaliskomik diperlukan beberapa tahapan seperti produksi yang meliputi pengumpulan data, tahapan produksi yang meliputi penggambaran fakta dan data ke dalam sebuah gambar</p>	<p>Penelitian ini akan mengambil informasi dari website milik Kemenkes dengan metode analisis isi kualitatif.</p>

---

imajinasi, dan  
tahap  
pascaproduksi  
yaitu proses  
pewarnaan,  
balon kata,  
dan sumber  
informasi

---

*Sumber: Olahan Data Peneliti, 2024*

Pada penelitian pertama yang melihat bagaimana sebuah media daring melakukan framing penyakit seperti katastrofik dengan menggunakan keempat fungsi pembingkai berita. Penelitian ini menggunakan metode analisis framing dengan pendekatan kualitatif. Tujuan dari penelitian terdahulu ini untuk melihat bagaimana pembingkai penyakit katastrofik dilakukan di media daring dengan keempat fungsi framing.

Penelitian kedua, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana strategi pengemasan berita menggunakan media sosial instagram. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa dalam melakukan pengemasan berita di instagram HIPMI Bandung dibutuhkan beberapa aspek yaitu dengan cara menghasilkan laporan berita yang menarik dan tidak terlalu kaku di Instagram untuk menarik minat audiens. Konten yang difokuskan adalah konten yang menghibur, informatif dan edukatif sesuai dengan minat audiens.

Pada penelitian ketiga, peneliti juga ingin mengetahui bagaimana pengemasan berita yang juga dilakukan di media sosial instagram namun dengan cara yang berbeda yaitu menggunakan komik. Hasil dari penelitian ini adalah dalam melakukan pengemasan pemberitaan pada media instagram di akun jurnaliskomik diperlukan beberapa tahapan seperti produksi yang meliputi pengumpulan data, tahapan produksi yang meliputi penggambaran fakta dan data ke dalam sebuah gambar imajinasi, dan tahapan pascaproduksi yaitu proses pewarnaan, balon kata, dan sumber informasi.

Pada ketiga penelitian di atas, terdapat kesamaan dari ketiga kajian tersebut yaitu topik penelitian dengan isu katastrofik pada penelitian pertama dan strategi pengemasan berita atau pesan pada penelitian selanjutnya. Keterkaitan utama pada penelitian saat ini dan penelitian sebelumnya terletak pada cara pengemasan berita dan juga isu kesehatan. Kemudian, diangkat untuk menjadi penelitian dengan judul "Pengemasan Berita Penyakit Katastrofik di Website Kemenkes periode Januari

2022–Maret 2024. Saat ini, banyak masyarakat yang menggunakan internet sebagai sumber mencari informasi terutama di bidang kesehatan, khususnya pada penelitian ini adalah penyakit katastropik yang saat ini menjadi perhatian penting bagi masyarakat. Kemudian, isu ini menarik untuk dibahas dalam penelitian adalah diharapkan penelitian ini bisa menjadi kajian dan juga masukan untuk peneliti kedepannya.

## **2.2. Teori dan Konsep**

### **2.2.1. Humas Pemerintah**

Humas pemerintah adalah aktivitas lembaga negara atau individu yang mengelola komunikasi dan informasi kepada masyarakat umum, para pemangku kepentingan, dan warga negara atau masyarakat. Hal yang membedakan humas pemerintah adalah penambahan kata “warga negara atau masyarakat”, yang artinya sasaran humas pemerintah tidak pemangku kepentingan dan publik tetapi juga masyarakat luas atau warga negara. Ada beberapa hal yang dapat ditekankan dalam humas pemerintahan, yaitu:

1. Humas pemerintah adalah fungsi manajemen

Dapat diartikan bahwa pemerintah tidak ada berfungsi tanpa humas terutama dalam kehidupan masyarakat yang sudah dipengaruhi oleh teknologi yang sudah sangat canggih seperti sekarang. Humas pemerintah diharapkan dapat menjadi jembatan untuk komunikasi dan informasi bagi semua orang.

2. Humas pemerintah merupakan aktivitas lembaga negara

Humas pemerintah dilakukan di semua lembaga negara termasuk *trias politica* (legislatif, eksekutif, dan yudikatif), dan lembaga tinggi negara lainnya. Namun humas pemerintah dapat dilihat dalam arti sempit yaitu jika berada di lingkungan lembaga, kementerian, dan pemerintah daerah.

3. Melaksanakan tugas yang berkaitan dengan komunikasi dan informasi

Dalam sebuah manajemen pemerintah, komunikasi dan informasi menjadi sangat penting. Hal ini karena melalui komunikasi dan informasi maka keputusan, program, kebijakan, yang dibuat oleh pemerintah dapat

memberikan efek luas bagi masyarakat dan jika diharapkan ada keterlibatan masyarakat.

4. Sasarannya tidak hanya *stakeholder* dan masyarakat umum  
Humas pemerintah harus bertindak sebagai pembayar pajak dan pemilik bagi individu atau masyarakat secara keseluruhan. Menurut Koentjaraningrat manusia yang berinteraksi dengan serangkaian kebiasaan yang konsisten yang terkait rasa identitas bersama dianggap sebagai anggota masyarakat (Suprawoto, 2018).

Tugas humas jangka pendek adalah memberikan pesan dan informasi kepada khalayak tertentu dan masyarakat umum. Kemampuan untuk berkomunikasi bersama dengan orang lain dan kemudian berusaha mendorong atau mempengaruhi pendapat masyarakat untuk menyamakan persepsi dengan tujuan dan sasaran lembaga dan sasaran lembaga/instansinya (Gunawan & Anisa, 2020). Berdasarkan pengertian tersebut maka sangat penting peran sebuah humas pemerintah sebagai jembatan komunikasi antara lembaga dan publik. Dalam penelitian ini peran humas Kementerian Kesehatan yang disebut juga sebagai rokom atau biro komunikasi yang melakukan penyebaran informasi terkait penyakit katastropik di website.

#### **2.2.2. Website Pemerintah**

Website pemerintah adalah metode komunikasi yang digunakan untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Keberadaan website pemerintah dapat menjadi bantuan bagi pemerintah untuk menutupi kendala dalam hal penyebaran informasi agar tidak ada masyarakat yang mengalami atau mendapatkan kesenjangan dalam menerima informasi. Berdasarkan Inpres No.3/2003, langkah pertama dalam pengembangan *e-Government* adalah pembangunan website oleh setiap lembaga pemerintahan. Sedangkan berdasarkan dasar hukum terbaru yang paling mutakhir terdapat di Peraturan Menteri Kominfo Nomor : 17/pr/m.Kominfo/03/2009 yang berisi tentang hal penyebaran informasi nasional oleh pemerintah provinsi dan kabupaten/kota yang mengamanatkan agar

menjadikan website (*media online*) sebagai sarana utama dalam kegiatan diseminasi itu. Berdasarkan hal tersebut maka sangat jelas bahwa website pemerintah adalah salah satu cara yang paling strategis untuk menjalankan operasi pemerintah. Salah satu lembaga pemerintah yang mengimplementasikan hal ini adalah Kemenkes (Masyhur, 2014).

Dalam penelitian ini, Kemenkes memiliki website khusus yang dikelola oleh Humas. Humas akan menayangkan berita seputar kesehatan dan dalam hal ini adalah penyakit katastropik.

### 2.2.3. Media Daring

Laporan fakta dan peristiwa yang dibuat dan disebarluaskan melalui internet disebut sebagai media daring. Hal ini dikenal dengan istilah jurnalisme online e atau *cyber journalism*. Fokus pada studi teoritis ini adalah media baru atau kebutuhan untuk akses instan atau langsung ke konten melalui semua perangkat digital atau elektronik kapan saja dan di mana saja serta respon yang *real time* dari pengguna interaktif. *New media* mengacu ke arah kemajuan teknologi digital, tetapi tidak mengacu pada media digital. Teks, gambar, video, dan grafik diubah menjadi data digital *byte* (Romli, 2018).

Komputer dan Internet adalah dasar dari media daring yang mencakup multimedia dan telekomunikasi. Media daring meliputi platform media sosial seperti Facebook, Twitter, email, TV Online, radio, dan situs portal seperti blog dan situs web. Hal paling penting adalah bentuk media daring yang terdiri dari website, khususnya website yang berisi berita karena situs berita menjadi paling sering digunakan dalam praktik jurnalistik saat ini (Romli, 2018).

Media daring memiliki karakteristik yaitu sebagai berikut:

1. Multimedia  
Mengunggah data secara bersamaan dalam bentuk teks, foto, musik, dan grafis
2. Aktualitas  
Informasi aktual karena kecepatan dan kemudahan dalam penyampaiannya
3. Cepat

- Informasi yang di posting akan menjadi mudah diakses oleh setiap orang
4. Update  
Misalnya, kesalahan ketik atau eja dapat dapat mengubah data konten dan redaksional dengan cepat
  5. Kapasitas besar  
Halaman website yang bisa menyimpan naskah panjang
  6. Fleksibilitas  
Editing serta naskah dapat dimuat kapan saja dan di mana saja setiap waktu
  7. Luas  
Dapat menghubungkan orang di seluruh dunia yang memiliki akses ke internet
  8. Interaktif  
Fasilitas ruang obrolan dan kolom komentar
  9. Arsip/dokumentasi  
Semua data atau materi yang diunggah akan disimpan dalam “database” dan tersedia melalui fungsi pencarian, artikel terkait, dan tautan
  10. Hyperlinked  
Bekerja sama dengan sumber tambahan yang relevan dengan data yang diberikan

Dari banyaknya jenis media daring, website adalah salah satu dari contoh media digital yang karakteristiknya sangat sesuai dengan media online, hal ini karena website mempunyai fitur yang interaktif seperti kolom komentar, *chat room*, dan *share* yang memungkinkan audiens untuk berinteraksi secara langsung dengan konten yang ada. Website menyediakan berbagai jenis informasi mulai dari berita, informasi pribadi, bisnis, pendidikan, kesehatan, dan banyak lagi.

Website sendiri merupakan kumpulan halaman web yang saling terkait dan dapat diakses oleh publik. Website memiliki variasi yang sangat beragam mulai dari website pendidikan, forum, website media sosial, *e-commerce*, dan masih banyak lagi. Website juga sudah dirancang dan diatur sedemikian rupa agar dapat menampilkan beragam konten mulai dari teks, gambar, audio, sampai video (Merdeka.com, n.d.) Kemenkes merupakan website media daring dalam bentuk

website atau situs web yang berisikan konten seperti gambar dan teks. Website terbagi menjadi 6 kategori berdasarkan pihak pemilik atau penerbit (*publisher*), yaitu:

1. *News Organization Website*  
Merupakan situs yang dimiliki oleh organisasi media atau penyiaran, seperti surat kabar online, agen berita, radio dan televisi
2. *Commercial Organization Website*  
Merupakan situs perusahaan atau organisasi seperti manufaktur, toko, jasa keuangan, toko online, dan bisnis online
3. Website Pemerintah  
Website pemerintah di Indonesia ditandai dengan subdomain [dot] go.id seperti *indonesia.go.id* (Portal Nasional Indonesia), *setneg.go.id* dan *dpr.go.id*
4. Website kelompok kepentingan  
Seperti web organisasi ormas, parpol, dan LSM
5. Website Organisasi Non-Profit  
Seperti grup komunitas atau lembaga amal
6. Website pribadi atau blog

Dengan mempertimbangkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa media daring menjadi cara baru sebagai perwujudan *new media* untuk melaporkan sebuah fakta atau informasi yang dipublikasikan di Internet. Website Kementerian Kesehatan adalah bagian dari media daring, oleh karena itu penelitian ini akan menggunakan website sebagai wadah untuk mempelajari lebih lanjut terkait informasi terkait pemberitaan penyakit katastropik di Indonesia.

#### **2.2.4. News Release**

Humas pemerintah adalah aktivitas lembaga negara atau individu yang mengelola komunikasi dan informasi kepada masyarakat umum, pemangku kepentingan, dan warga negara atau masyarakat. Manajemen humas menciptakan



dan mempertahankan koneksi yang menguntungkan dengan masyarakat umum. Kesuksesan atau kegagalan organisasi akan sangat bergantung pada hubungan ini. (Cutlip, 2006) dalam (Rani, 2013) mereka yang melakukan tugas ini, dengan tujuan meningkatkan pemahaman publik, disebut dengan Praktisi humas. Tujuan utamanya adalah membangun reputasi perusahaan dan opini publik untuk bekerjasama.

Dalam menyampaikan pesan kepada publik, seorang praktisi humas akan menggunakan teknik lisan, tulisan, ataupun kombinasi dari keduanya. Seorang praktisi humas juga akan mengklasifikasikan media menjadi dua kategori, yaitu *controlled media* dan *uncontrolled media*. *Controlled media* adalah ketika humas memiliki kendali penuh atau pesan yang akan disampaikan baik cara penyampaian, kepada siapa pesan akan ditujukan, waktu untuk menyampaikan pesan, dan seberapa jauh efek pesan tersebut. contoh media yang dapat dikontrol oleh humas seperti brosur, *factsheet*, *newsletter*, dan *backgrounder*. Sedangkan media yang tidak dapat dikontrol oleh humas adalah media yang di mana seorang humas tidak memiliki kendali atas isi naskah, pesan yang akan disampaikan, kepada siapa pesan tersebut ditujukan dan efek yang ditimbulkan.

Dalam mencapai hal tersebut, menurut Cutlip (2006) dalam (Rani, 2013) untuk mendapatkan publisitas bebas tentang pekerjaan humas, maka praktisi humas harus bekerja sama dengan jurnalis. Salah satu sumber publisitas yang dibuat oleh seorang praktisi humas adalah *press release* atau *news release* untuk menyampaikan informasi. *Press release* disebut juga dengan istilah *release* yang berarti berita atau informasi yang dibuat untuk organisasi untuk menjalankan operasi kegiatannya. *Press release* biasanya berisi tentang bisnis yang terkait dengan orang, kegiatan, atau produk. Berita-berita tersebut akan dikirim ke media atau *pers* sehingga disebut dengan *news release*. Ada beberapa kaidah jurnalistik dan kebijakan redaksi yang harus diselesaikan agar berita dapat dimuat di media.

Berita jurnalistik dan *press release* memiliki persamaan yaitu keduanya informasi yang ditujukan kepada publik, berisi nilai berita (*news value*) dan terdapat teknik penulisan seperti 5W1H. nilai berita (*news value*) menurut seorang praktisi humas adalah : *factual accuracy* (ketepatan fakta), *interest to reader* (berguna untuk publik), *completeness* (lengkap), *prompt*, *timely publications* (publikasi tepat

waktu), *depicts subject in favorable light* (memaparkan masalah), *mechanical/grammatical accuracy* (bahasa yang tepat), dan *fairness to different views* (adil dalam perbedaan pandangan).

Pada penulisan *news release*, terdapat standar penulisan yang bisa dianut oleh seorang praktisi humas yang dalam bahasa Inggris disingkat menjadi SOLAADS (*subject, organization, location, advantage, application, details, source*). *Subject* berisikan apa yang akan disampaikan oleh penulis. *Organization* memuat apa nama organisasi pembuat rilis, *location* berisikan alamat di mana organisasi tersebut, *advantage* berisikan keunggulan atau *news value*, *application* memuat apa saja manfaat dan siapa yang dapat menggunakan manfaat itu, *details* berisikan rincian dari rilis atau berita tersebut, dan terakhir adalah *source*, yaitu dari mana sumber atau berita tersebut diperoleh. Ada beberapa hal tambahan yang perlu dipertimbangkan dalam penulisan *news release* (Musman, 2016), yaitu:

1. ● Tentukan tema (kunci masalah atau nilai berita)  
Sebelum menulis berita hendaknya seorang praktisi humas untuk mempertimbangkan isu apa yang akan dijual kepada publik. Agar menarik pastikan bahwa dalam hal ini, judul menunjukkan nilai berita untuk organisasi media dan publik;
2. Buat berdasarkan kaidah piramida terbalik  
Paragraf pembuka berfungsi sebagai titik awal dari rilis. Dalam menulis *news release* praktisi humas harus mengingat untuk menggunakan piramida terbalik yang berarti bahwa pokok bahasan masalah yang penting disampaikan di awal. Pada dasarnya, bagian awal rilis akan berfungsi sebagai kesimpulan dari keseluruhan informasi;
3. Rilis harus informatif  
Terkait dengan kelengkapan unsur berita maka *news release* harus bisa menjelaskan peristiwa secara detail. Rilis yang ditulis harus mengandung unsur 5W1H, yaitu *what* atau apa, *who* atau siapa, *where* atau di mana, *when* atau kapan, *why* atau kapan, dan terakhir *how* atau bagaimana harus dimasukkan dalam pernyataan tertulis
4. Paragraf Singkat

Praktisi humas harus mengusahakan agar tidak membuat *news release* terlalu panjang. Harus usahakan agar berita cukup dalam satu halaman atau 400-500 kata. Selain itu, pastikan tulisan yang dibuat harus singkat, padat, tetapi tetap informatif;

5. Hindari kata – kata berlebihan  
Penggunaan kata yang terlalu berlebihan dapat membuat pembaca lelah dan mengurangi rentang perhatian; dan
6. Jangan pakai istilah sulit seorang humas harus menghindari kata-kata yang pembaca tidak akan memahami. Bahasa atau kata yang mudah didengar dan akrab akan lebih berhasil dalam menyampaikan.

Kemenkes menggunakan *news release* sebagai sarana informasi kepada masyarakat. Munculnya tren *news release* bagi seorang humas adalah munculnya media daring. Oleh karena itu, Humas tidak lagi membutuhkan media dalam menyampaikan informasi dan dapat membuat *channel* tersendiri. Pada penelitian ini, Kemenkes telah menerapkannya pada website Kemkes.go.id, yaitu *news release* pada berita katastrofik.

#### **2.2.5. Berita**

Sumadiria (2014) dalam (Andi Rannu, 2019) menjelaskan bahwa bagi sebagian orang, berita adalah cara tercepat untuk belajar tentang konsep atau fakta baru yang benar, menarik, dan penting. Hal ini dapat ditemukan di majalah, radio, koran, televisi, media daring, atau internet. Sedangkan menurut Doug Newsome dan James A Woolert (1985) dalam (Andi Rannu, 2019) menjelaskan bahwa definisi berita secara sederhana adalah semua hal yang masyarakat ingin tahu, media memberikan informasi kepada masyarakat melalui laporan berita.

Dari berbagai definisi tersebut, menurut (Andi Rannu, 2019) yang paling mendekati adalah aspek Prof. Mitchel V. Charnley yang menyatakan bahwa berita adalah laporan yang paling cepat tentang informasi atau sudut pandang yang paling signifikan yang menarik minat orang.

Berita berat disebut juga dengan (*hard news*) dan berita ringan disebut dengan (*soft news*). Berita berat atau (*hard news*) mencakup peristiwa yang baru saja terjadi atau akan terjadi dalam bidang politik, pemerintahan, pendidikan, pekerjaan, agama, sosial, dan sebagainya contoh berita *hard news* adalah peristiwa yang mengguncang seperti berita bencana alam, kasus kejahatan dan kebakaran. Sedangkan berita ringan atau (*soft news*) berita yang ditampilkan biasanya tidak signifikan karena biasanya menghibur tetapi kadang-kadang memberikan informasi penting. Berita memiliki beberapa unsur penting yang dikenal dengan 5W1H (Abdul Rasyid, 2022) antara lain:

*Who*: berkaitan dengan siapa yang terlibat di kejadian tersebut baik secara langsung dan tidak langsung

*What*: fakta mengenai apa yang dilakukan pelaku dan korban selama kejadian

- *Where*: menyangkut di mana tempat kejadian tersebut terjadi. Tempat kejadian tertulis secara jelas atau secara garis besar

*When*: berkaitan dengan waktu berlangsungnya kejadian. Waktu yang tertera tidak hanya tetapi bisa hari, jam, dan menit

*Why*: biasanya akan menjelaskan konteks atau faktor-faktor yang mendorong terjadinya peristiwa tersebut

*How*: bagaimana terjadinya kejadian tersebut, hal ini bisa memberikan fakta mengenai proses kejadian seperti alur kejadian dan suasana kejadian yang tengah diberitakan

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti akan mengacu pada konsep 5W1H dalam penyusunan pengemasan berita pada website Kementerian Kesehatan.

### **2.2.6 Pengemasan Berita**

Dalam penulisan *news release* terdapat piramida terbalik yang artinya permasalahan penting atau pokok permasalahan disampaikan di awal. Intinya bagian awal rilis merupakan rangkuman dari keseluruhan cerita. Selain itu dalam penulisan *news release* juga diperlukan unsur 5W1H yaitu *who, what, when, where,*

*why*, dan *how*. Berdasarkan konsep penulisan *news release* tersebut memiliki persamaan dengan penulisan berita yaitu sama-sama menggunakan menggunakan piramida terbalik dan unsur 5W1H, oleh karena itu konsep pengemasan *news release* pada penelitian ini menggunakan konsep pengemasan berita.

Cara menyampaikan informasi kepada publik dikenal sebagai pengemasan pemberitaan. Pengemasan berita dilakukan dengan menggunakan berbagai strategi dan teknik agar informasi yang disampaikan bisa dipahami, menarik perhatian, dan dapat mempengaruhi opini umum. Pengemasan berita dapat mempengaruhi cara orang memandang peristiwa atau masalah. Menurut Croteau dan Hoynes (2014) dalam (Sugiyono, 2020) pengemasan berita dapat terjadi dengan memilih fokus berita, kata-kata yang digunakan, dan sudut pandang yang dipilih. Hal tersebut untuk memiliki pemahaman yang diinginkan oleh media tentang suatu masalah atau peristiwa. Pengemasan berita dapat meliputi beberapa aspek seperti nilai berita, jenis berita, unsur berita, dan narasumber berita.

Berdasarkan aspek pengemasan berita, hal tersebut dapat menjadi tolak ukur bagi peneliti untuk melihat bagaimana pengemasan berita penyakit katastrofik di Indonesia pada website Kemenkes.

#### **2.2.6.1 Jenis Berita**

Berita terbagi berdasarkan jenisnya, ada 2 kelompok yaitu *elementary* dan *intermediate*. Yang termasuk ke dalam berita *elementary* (dasar) adalah *straight news* (berita langsung). Selanjutnya yang meliputi berita *intermediate* (lanjutan) adalah *interpretative news report* (berita interpretatif) dan *feature story report* (berita karangan khas). Rivers (1996) dalam (Rannu, 2019) menjelaskan masing-masing pengertian tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Straight news* (berita langsung)

Sebuah laporan langsung yang memberikan ringkasan singkat dan ringkas dari sebuah peristiwa yang disebut dengan berita langsung. Biasanya ditulis dengan kata-kata 5W1H (*what, who, when, where, why* dan *how*)

2. *Interpretative report* (berita interpretatif)

Fokus berita ada pada masalah atau kejadian yang kontroversial, tetapi tetap berdasarkan fakta daripada pendapat. Laporan *interpretative* biasanya berfokus pada penjelasan tentang bagaimana (*how*)

3. *Feature story* (berita *feature*)

Dibuat untuk menarik perhatian pembacanya dan biasanya beritanya tidak terlalu penting. *Feature* berdasarkan gaya penulisan dan keaslian serta kelucuan informasi yang diberikan

Penggunaan konsep jenis berita ini kemudian digunakan untuk mengetahui jenis berita kata penyakit katastrofik di Indonesia pada website Kemenkes. Untuk mengetahui jenis berita dilakukan dengan cara yaitu melihat jenis berita di website Kemenkes yang berfokus pada pemberitaan penyakit katastrofik.

#### 2.2.6.2 Nilai Berita

Elemen dan evaluasi yang menentukan fakta mana yang layak dilaporkan dan disebarkan kepada masyarakat umum melalui media cetak dan digital disebut juga sebagai nilai berita. Nilai berita memberikan jurnalisme untuk mengatur pekerjaan jurnalistik. Dalam buku *Jurnalistik Dasar : Juru Jitu Menulis Berita, Feature, Biografi, Artikel Populer, dan Editorial* dalam (Muslimin, 2019) mengatakan bahwa ada 9 standar nilai yang dapat digunakan untuk mengevaluasi nilai berita (Putri, 2021). Berikut penjelasannya:

1. Penting (*significance*)  
Artinya menyangkut kepentingan banyak orang. Peristiwa atau orang penting seperti politisi, artis, tokoh publik dapat dianggap penting untuk pemberitaan
2. Aktualitas (*timeliness*)  
Setiap peristiwa, kegiatan, atau kejadian yang sedang terjadi langsung disebarkan saat itu juga kepada publik
3. Pengaruh (*magnitude*)  
Seberapa besar pengaruh suatu kejadian bagi masyarakat atau publik
4. Kedekatan (*proximity*)

Menunjukkan berapa dekatnya peristiwa terhadap masyarakat secara kepada psikologis, geografis, dan ideologis. Kedekatan psikologis termasuk minat budaya masyarakat, pemikiran, perasaan dan perasaan terhadap peristiwa tersebut. Sedangkan lokasi geografis menunjukkan betapa dekatnya peristiwa dengan masyarakat. Dan terakhir adalah ideologis adalah kedekatan keyakinan

5. Dampak (*impact*)  
Peristiwa yang berdampak luas kepada masyarakat
6. Ketokohan (*prominence*)  
Tokoh publik seperti pejabat, artis, dan orang terkenal adalah subjek berita
7. Konflik (*conflict*)  
Segala sesuatu yang mengandung elemen konflik atau keributan
8. Ketertarikan manusia (*human interest*)
  - Segala sesuatu yang dapat menarik perhatian manusia
9. Kekinian (*currenncy*)  
Unsur kekinian (*currenncy*) adalah masalah yang paling menarik perhatian dibandingkan dengan masalah lainnya karena sangat dibahas oleh masyarakat luas

Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa berita yang baik harus mengandung nilai-nilai berita serta unsur di dalamnya. Kriteria dalam nilai berita di website Kemenkes dalam dilihat pada 9 nilai berita yaitu *significance, timeliness, magnitude, proximity, impact, prominence, conflict, human interest, dan currenncy*. Oleh karena itu, peneliti akan melihat nilai berita yang terkandung di dalam pengemasan berita penyakit katastrofik di Indonesia pada website Kemenkes periode Januari 2022 – Maret 2024.

### **2.2.6.3 Narasumber Berita**

Istilah narasumber dapat digunakan untuk menggambarkan seseorang atau organisasi yang memberikan atau mengetahui informasi untuk kepentingan media. Menurut Pasal 1 Angka 13 Pedoman Penyelenggaraan penelitian dan



pengembangan di Lingkungan Departemen Nomor 33 pada tahun 2007 narasumber adalah individu yang memiliki kompetensi dalam bidang atau keahlian tertentu. Seorang narasumber bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang hanya diketahui oleh orang lain berdasarkan fakta dan bukannya karangan belaka. Narasumber juga perlu memiliki wawasan yang luas dan cukup untuk memberikan data yang dibutuhkan, dan harus memberikan informasi secara bebas sehingga keterangan yang diberikan akurat dan jelas. Seorang narasumber akan sangat menentukan kredibilitas pada sebuah berita. Kredibilitas narasumber adalah persepsi yang diberikan oleh masyarakat berdasarkan sifat-sifat yang ada pada narasumber tersebut. Ada dua komponen yang harus dimiliki oleh seorang narasumber yaitu keahlian dan kepercayaan. Keahlian narasumber merupakan kesan yang dibangun oleh masyarakat meliputi hubungan antara topik yang dibahas dengan kemampuan narasumber sedangkan kepercayaan merupakan kesan yang dibentuk masyarakat berdasarkan wataknya seperti kejujuran, moralitas, dan sebagainya. Berikut ini adalah Narasumber dalam penelitian ini, yaitu:

1. Pejabat Kemenkes yang meliputi: Menteri kesehatan, wakil menteri kesehatan, juru bicara Kemenkes, dan pejabat Eselon I (Direktur Pencegahan dan Pengendalian Penyakit, Dirjen Kesehatan Masyarakat, dan Dirjen Kefarmasian dan Alat Kesehatan)
2. Tenaga kesehatan : Dokter, Bidan, Perawat, Ahli Gizi dan Psikolog
3. Pakar kesehatan meliputi organisasi kesehatan, spesialis Pasien dan keluarga pasien

Berdasarkan pengertian tersebut, maka narasumber berita menjadi hal terakhir yang harus ada dalam pengemasan berita. Hal ini dikarenakan peneliti menggunakan konsep narasumber berita untuk memberikan gambaran narasumber yang sering atau cenderung muncul dalam website Kemenkes, khususnya pada isu penyakit katastropik. Untuk mengetahui narasumber berita ditentukan berdasarkan frekuensi narasumber berita seperti pejabat, Kemenkes, tenaga kesehatan, pakar kesehatan, dan pasien yang menderita katastropik



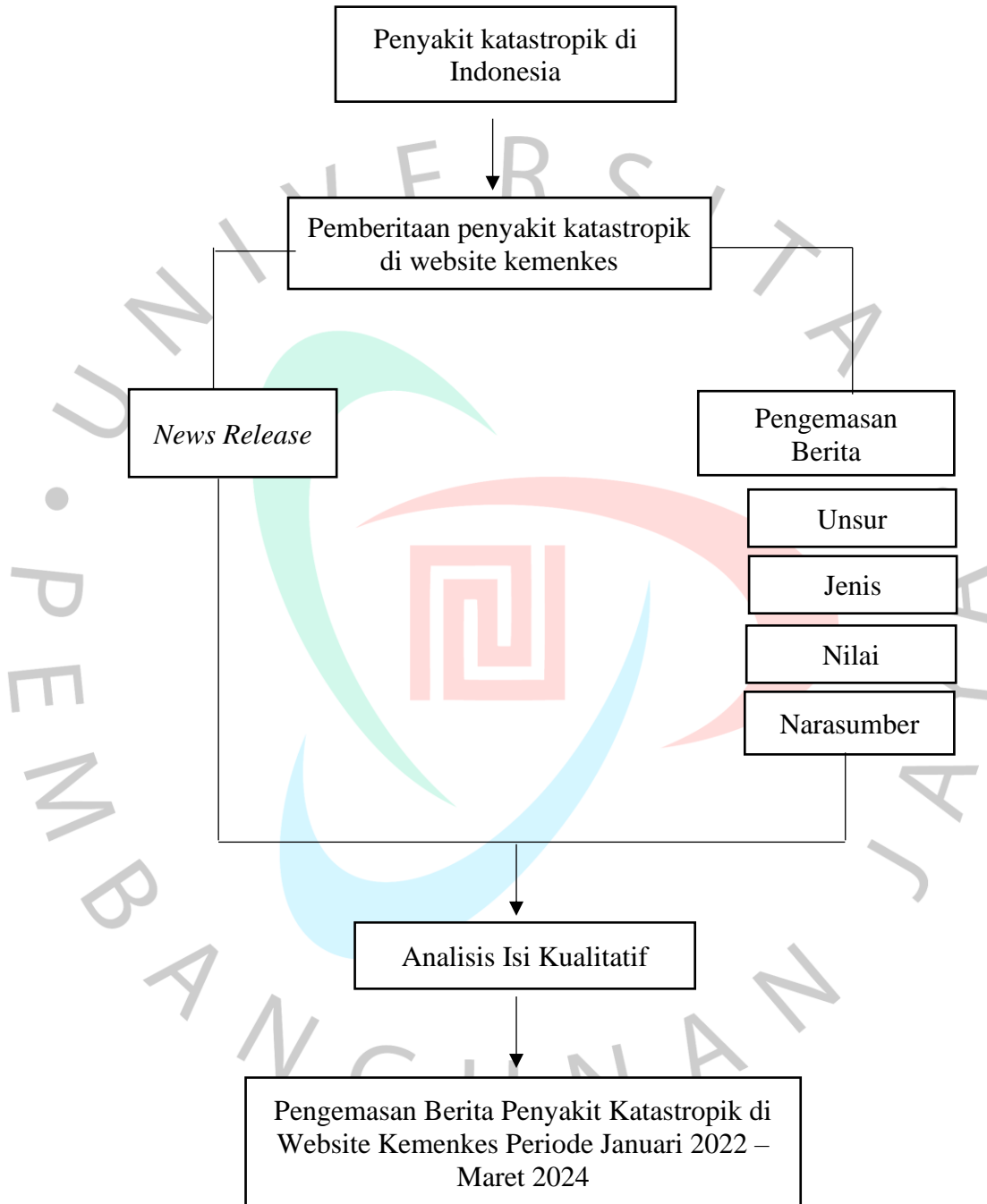
### 2.3. Definisi Operasional

Komponen penelitian yang menjelaskan tentang karakteristik masalah yang akan diteliti dikenal sebagai definisi operasional. Berdasarkan landasan teori yang telah disebutkan sebelumnya, maka definisi operasional dari masing-masing kategori dan indikator penelitian adalah sebagai berikut :

1. Unsur berita yang akan berkaitan dengan siapa yang terlibat di kejadian tersebut baik secara langsung maupun tidak, informasi mengenai tindakan yang dilakukan oleh pelaku dan korban saat kejadian berlangsung, kejadian tersebut terjadi, waktu kejadian berlangsung, alasan mengapa peristiwa dapat terjadi dan bagaimana peristiwa tersebut dapat terjadi
2. Jenis Berita yang akan terbagi menjadi jenis laporan berita langsung atas suatu peristiwa, berita mendalam, dan berita yang sifatnya menghibur dan tidak terlalu penting
3. Nilai berita yang akan menjelaskan tentang nilai-nilai berita seperti kepentingan orang banyak, terbaru, seberapa luas berita, kedekatannya dengan masyarakat dari sisi (psikologis, geografis, dan ideologis), dampak pada masyarakat, tokoh terkenal publik, pertentangan atau konflik, hal yang menyentuh dan ramai diperbincangkan oleh masyarakat
4. Narasumber Berita yang terdiri dari pejabat-pejabat penting, dokter, ahli kesehatan dan pasien

## 2.4. Kerangka Berpikir

Tabel 2.3. Kerangka Berpikir



Kerangka Berpikir di atas membahas aspek-aspek penting dalam pengemasan berita penyakit katastrofik di Indonesia pada website Kemenkes, dengan fokus pada empat elemen pengemasan berita yaitu unsur berita, jenis berita, nilai berita, dan narasumber berita. Unsur berita merujuk kepada indikator 5W1H

seperti apa, siapa, di mana, kapan, mengapa, dan bagaimana. Lalu jenis berita meliputi indikator *straight news* atau berita langsung, *interpretative report*, dan berita *feature*. Nilai berita berhubungan dengan 9 nilai berita yaitu penting, aktualitas, pengaruh, kedekatan, dampak, ketokohan, konflik, *human interest* dan kekinian. lalu yang terakhir adalah elemen narasumber yang merujuk kepada siapa saja narasumber yang ada dalam pemberitaan tersebut seperti pejabat Kemenkes, pakar kesehatan, dan tenaga kesehatan.

Selanjutnya, metode analisis isi akan digunakan untuk menggali lebih dalam bagaimana keempat konsep ini kemudian diimplementasikan dalam website Kemenkes selama periode Januari 2022 – Maret 2024. Hal ini akan membantu dalam memahami sejauh mana website Kemenkes dalam mengkomunikasikan penyakit katastrofik, apakah informasi yang tertulis jelas sesuai unsur berita yang harus ada, lalu apakah jenis berita tersebut merupakan berita langsung, interpretatif atau berbentuk *feature*, lalu bagaimana nilai-nilai berita diterapkan dalam pemberitaan penyakit katastrofik dan terakhir adalah narasumber-narasumber yang digunakan dalam pemberitaan agar berita tersebut lebih kredibel.