

**PEMBERITAAN *PANIC BUYING* MASYARAKAT DI SAAT
PANDEMI VIRUS *COVID-19* DI MEDIA ONLINE DETIK.COM
DAN TEMPO.CO EDISI MARET 2020**

SKRIPSI

**Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Akademik Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)**

Peminatan : Broadcasting



AHMAD KAYYIS

17010132

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI
ALMAMATER WARTAWAN SURABAYA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PEMBERITAAN *PANIC BUYING* MASYARAKAT DISAAT PANDEMI VIRUS
COVID-19 MEDIA ONLINE DETIK.COM DAN TEMPO.CO EDISI MARET
2020**

Oleh

AHMAD KAYYIS

17010132

Telah diujikan di depan Dewan Penguji Skripsi pada tanggal 20 Agustus 2021.

Susunan Dewan Penguji Skripsi

Suprihatin, S.Pd., M.Med.Kom.	Dr. Jokhanan Kristiyono, S.T., M.Med.Kom	Dra. N. W. Ratna Amina, M.Si
Ketua Penguji	Penguji 2	Penguji 3

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 20 Agustus 2021

Suprihatin, S.Pd., M.Med.Kom
Kepala Program Studi

Dra. N. W. Ratna Amina, M.Si.
Pjs. Ketua Stikosa-AWS



PERNYATAAN ORSINILITAS

Saya mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi-Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS),

Nama Mahasiswa : Ahmad Kayyis
NIM : 17010132
Program Studi : *Broadcasting*

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul **PEMBERITAAN PANIC BUYING MASYARAKAT DISAAT PANDEMI VIRUS COVID-19 MEDIA ONLINE DETIK.COM DAN TEMPO.CO EDISI MARET 2020** adalah :

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil perkuliahan, observasilapangan, buku–buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam daftar pustaka.
2. Bukan merupakan duplikasi karya ilmiah yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di perguruan tinggi lain, kecuali pada bagian–bagian yang sumber informasinya dicantumkan dengan cara penulisanreferensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam daftar pustaka pada Skripsi saya.

Jika di kemudian hari terbukti saya tidak memenuhi seperti yang telah dinyatakan di atas, maka Skripsi ini dapat dibatalkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi-Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS).

Surabaya, 21 Juli 2021
Yang membuat pernyataan

Materai Rp6000

Ahmad Kayyis



PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

PEMBERITAAN *PANIC BUYING* MASYARAKAT DISAAT PANDEMI VIRUS *COVID-19* MEDIA ONLINE DETIK.COM DAN TEMPO.CO EDISI MARET 2020

Oleh

Nama : Ahmad Kayyis

NIM : 17010132

Peminatan : *Broadcasting*

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi-Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS).


Surabaya, 21 Juli 2021

Menyetujui :

Pembimbing

Kepala Program Studi

(Dra. N.W Ratna Amina, M.Si.)



(Suprihatin, S.pd., M.Med.Kom.)



PERSEJUTUAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Pada Jumat, 20 Agustus 2021 telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi Sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi- Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS), atas mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Ahmad Kayyis

NIM : 17010132

Peminatan : *Broadcasting*

Dengan Skripsi berjudul **PEMBERITAAN PANIC BUYING MASYARAKAT DISAAT PANDEMI VIRUS COVID-19 MEDIA ONLINE DETIK.COM DAN TEMPO.CO EDISI MARET 2020** oleh Dewan Penguji Skripsi yang terdiri dari:

Nama	Status	Tanda tangan
1. <u>Suprihatin, S.Pd., M.Med.Kom.</u>		, sebagai Ketua_____
2. <u>Dr. Jokhanan Kristiyono, S.T., M.Med.Kom.</u>		, sebagai Anggota_____
3. <u>Dra. N.W Ratna Amina, M.Si.</u>		, sebagai Anggota_____

ABSTRAK

Dengan pesatnya perkembangan teknologi memudahkan kita untuk memperoleh informasi dengan cepat dimanapun dan kapanpun. Bahkan tidak ada informasi yang tidak bisa kita jamah dengan pandangan kita, ini membuktikan bahwa semakin derasnya laju perkembangan teknologi semakin deras pula informasi yang dapat kita jamah. Kasus *Panic Buying* yang terjadi di Indonesia setelah adanya temuan kasus WNI yang tertular virus *Covid-19* membuat sebagian masyarakat menjadi *Panic Buying*. Sehingga mengusik peneliti untuk meneliti bagaimana media memframing berita tentang *panic buying* terhadap virus *covid-19*. Peneliti memilih dua media yaitu Detik.com dan Tempo.co yang bertujuan untuk mencari tahu bagaimana dua media tersebut memframing berita tentang *panic buying* terhadap virus *covid-19*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis *framing* Robert Entman yang dibagi dalam empat konsep yaitu; *define problem*, *diagnose causes*, *make moral judgement* dan *treatment reccomendation*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *framing* yang dilakukan oleh Detik.com dan Tempo.co mempunyai banyak persamaan dengan tujuan untuk membentuk opini publik agar tidak terjadi fenomena *panic buying* disaat pandemi, adapun perbedaan *framing* yang di ambil oleh Detik.com dan Tempo.co terdapat dibagian *moral evaluation* dan *treatment reccomendation* Detik menyampaikan bahwa stok pangan di Indonesia aman, sedangkan Tempo.co menyampaikan pemerintah harus memperhatikan stok pangan di Indonesia jika perlu impor ke Luar Negeri.

Kata kunci: Media Online, Analisis *Framing*, Robert Entman, *Panic Buying*, *Covid-19*

ABSTRACT

With the rapid development of technology, it is easier for us to obtain information quickly anywhere and anytime. In fact, there is no information that we cannot touch with our eyes, this proves that the faster the pace of technological development, the more information we can touch. The case of Panic Buying that occurred in Indonesia after the findings of cases of Indonesian citizens who were infected with the virus Covid-19 made some people into Panic Buying. So that it bothered researchers to examine how the media framed news about panic buying against the virus covid-19. Researchers chose two media, namely Detik.com and Tempo.co, which aimed to find out how the two media framed news about panic buying for the virus COVID-19. In this study, researchers use analysis framing Robert Entman's which was divided into four concepts, namely; define problems, diagnose causes, make moral judgments and treatment recommendations. The results show that the framing carried out by Detik.com and Tempo.co has many similarities with the aim of forming public opinion so that there is no phenomenon of panic buying during the pandemic, while the difference in framing taken by Detik.com and Tempo.co is in the section moral. evaluation and treatment recommendation Detik said that food stocks in Indonesia were safe, while Tempo.co said that the government must pay attention to food stocks in Indonesia if they need to be imported abroad.

Keywords: Media Online, Framing Analysis, Robert Entman, Panic Buying, Covid-19

MOTTO

QS Al Baqarah : 155 – 156

“Dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar, yaitu yang ketika ditimpa musibah mereka mengucapkan : sungguh kita semua ini milik Allah dan sungguh kepadaNya lah kita kembali”.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Kedua orang tua saya, Bapak Ahmad Mishari dan Ibu Ma'rufa

Almamater tercinta, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi- Almamater
Wartawan Surabaya

(Stikosa-AWS)

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur, peneliti panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah memberikan limpahan karunia, ridho-Nya, dan ribuan nikmat kepada semua makhluk di bumi ini. Shalawat serta salam senantiasa kita curahkan kepada Rasulullah SAW yang telah membawa umatnya menuju jalan kebenaran.

Atas berkat kenikmatan itulah, peneliti masih diberikan nikmat sehat dan bernafas, menghirup udara sampai detik ini sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini guna mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom). Dalam menyelesaikan skripsi ini, tentunya masih terdapat banyak kekurangan, namun berkat bantuan dari pihak-pihak yang telah memberikan masukan yang bermanfaat kepada peneliti, maka dari itu peneliti mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Terkhusus kepada kedua orang tua, Ahmad Mishari dan Ma'rufa Fadlie, yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, serta motivasi agar penulis segera menyelesaikan skripsi. Tak lupa doa yang senantiasa dipanjatkan supaya penulis dapat lancar saat menjalani pendidikan di perguruan tinggi hingga selesai. Dan tak lupa, saudara-saudari saya Amas Imania, Azkadina Kanzia Savira, Azriel Rafif Fakhri yang selalu memberikan support terhadap saya sebagai kakak tertua.
2. Ibu Dra. N. W. Ratna Amina, M.Si selaku Ketua Stikosa-AWS.
3. Ibu Dra. N. W. Ratna Amina, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
4. Para dosen, karyawan dan staf Stikosa-AWS, selama peneliti kuliah mengucapkan terima kasih.

5. Sahabat saya sejak kecil, Buce Frederic Oscardo, Muhammad Kharis Mas Udi, dan Fikri Eriansyah terima kasih atas dukungannya atas pengerjaan skripsi penulis.
6. Untuk Bung Danika Ricky, terima kasih sudah mendengarkan keluh kesah penulis selama mengerjakan skripsi. Dan juga telah memberikan arahan penulis saat mengerjakan skripsi.
7. Untuk sahabat-sahabat pesantrenku angkatan Grisfaraider 20, Mohammad Ilman, Ihsan Kamrie, Irsyadul Ibad Hidayatullah, Abdul Haris, Silahuddin Yasin Ramadhan. Terima kasih sudah menjadi sahabat semasa pesantren sampai sekarang selalu mengingatkan pentingnya arti sebuah pendidikan.
8. Untuk teman spesial saya sampai saat ini, terima kasih sudah mendengarkan keluh kesah saya selama masa kuliah, Andhita Astriani.
9. Untuk teman-teman Angkatan 2017, terima kasih atas kebersamaannya selama empat tahun ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan dari skripsi ini. Akhir kata peneliti berharap, agar skripsi ini bermanfaat bagi rekan rekan mahasiswa serta pembaca.

Surabaya, 21 Juli 2021

Peneliti

Ahmad Kayyis

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan Orisinalitas	iii
Halaman Persetujuan Dosen Pembimbing	iv
Halaman Persetujuan Dewan Penguji Skripsi.....	v
Abstrak	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Tabel	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.5.2 Manfaat Praktis	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Teori Komunikasi	10
2.2 Berita.....	11
2.3 Karakteristik Berita Online	11
2.4 Jurnalistik.....	15
2.5 Jurnalistik Online	17
2.6 Kontruksi Realitas Berita.....	18
2.7 Realitas Media	18
2.8 Ideologi Media	19
2.9 Framing.....	21
2.10 Kajian Penelitian Terdahulu	24
2.11 Kerangka Berpikir.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	27

3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.1.1 Sumber Data.....	27
3.1.1.1 Data Primer.....	27
3.1.1.2 Data Sekunder	28
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.3 Teknik Analisis Data.....	28
BAB IV OBJEK PENELITIAN	30
4.1 Gambaran Umum Tempo.co.....	30
4.2 Sejarah Tempo.co.....	30
4.3 Tim Redaksi	31
4.4 Logo Tempo.co	35
4.5 Konten Tempo.co.....	35
4.6 Gambaran Umum Detik.com	38
4.7 Sejarah Detik.com.....	39
4.8 Tim Redaksi	40
4.9 Logo Detik.com.....	45
4.10 Framing Pemberitaan Panic Buying	46
BAB V PEMBAHASAN	59
5.1 Tabel Frame Berita Detik.com dan Tempo.co.....	59
5.2 Framing Berita RI di Serang Corona	61
5.3 Framing Berita Stok Aman, Stop Panik.....	64
5.4 Framing Berita Mendag: Masyarakat Tak Perlu Belanja Berlebihan	66
5.5 Framing Berita Stok Pangan Aman, Tak Perlu Panik Belanja	69
5.6 Framing Berita Waspada Virus Corona.....	72
5.7 Framing Berita Panic Buying Karena Corona	77
5.8 Framing Berita Jokowi: Jangan <i>Panic Buying</i>	80
5.9 Framing Berita <i>Panic Buying</i> Bikin Harga Masker Naik	83
5.10 Framing Berita Kabareskrim Listyo Sigit Pantau <i>Panic Buying</i>	85
5.11 Framing Berita Ridwan Kamil Minta Orang Kaya Berempati	88

BAB VI PENUTUP.....	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Gambar Logo Tempo.co	35
Gambar 4.2	Tampilan Laman Tempo.co	38
Gambar 4.3	Gambar Logo Detik.com	45
Gambar 4.4	Tampilan Laman Detik.com.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skema Framing Robert Entman.....	29
Tabel 4.1 Beberapa Judul Pemberitaan Detik.com Edisi Maret 2020.....	46
Tabel 4.2 Beberapa Judul Pemberitaan Detik.com Edisi Maret 2020.....	53
Tabel 5.1 Frame Berita Detik.com dan Tempo.co.....	59
Tabel 5.2 Ri diserang Corona Warga Jangan Panik Belanja.....	63
Tabel 5.3 Stok Aman, Stop Panik Borong Masker dan Sembako.....	65
Tabel 5.4 Mendag: Masyarakat Tak Perlu Belanja Berlebihan.....	67
67	
Tabel 5.5 Stok Aman, Tak Perlu Panik Belanja Gara-Gara Corona.....	70
Tabel 5.6. Khofifah Ingatkan Masyarakat Tak Panik Belanja.....	72
Tabel 5.7 Panic Buying Corona, Pemerintah Diminta Jaga Stok Sembako..	77
Tabel 5.8 Jangan <i>Panic Buying</i> , Obat-Obatan dan Bahan Pokok Cukup.....	80
Tabel 5.9 KPPU: <i>Panic Buying</i> Bikin Harga Masker Naik Berkali Lipat..	84
Tabel 5.10 Kabareskrim Pantau <i>Panic Buying</i> Akibat Virus Corona.....	87
Tabel 5.11 Ridwan Kamil Minta Orang Kaya Berempati.....	89
Tabel 5.12 Perbandingan Framing antara Detik.com dan Tempo.co.....	94