



## Analisis Framing Pemberitaan Covid – 19 Di Kumparan.Com, Kompas.Com, Tempo.Co Di Era Pandemi

Rahmat Utomo<sup>1)</sup>, Rahmanita Ginting<sup>2)</sup>, Ribut Priadi<sup>3)</sup>

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

[rahmat.utomo93@gmail.com](mailto:rahmat.utomo93@gmail.com)<sup>1)</sup>

[rahmanita\\_ginting@umsu.ac.id](mailto:rahmanita_ginting@umsu.ac.id)<sup>2)</sup>

[ributpriadi@umsu.ac.id](mailto:ributpriadi@umsu.ac.id)<sup>3)</sup>

### Abstrak

Pandemi COVID-19 di Indonesia bukan hanya menjadi diskursus dalam ranah kesehatan, melainkan juga jadi sajian utama bagi media. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana media massa khususnya Kumparan.Com, Kompas.Com, Tempo.Co melakukan framing atas isu yang berkaitan dengan COVID-19, yang diterbitkan di laman Kumparan.Com, Kompas.Com, Tempo.Co. Objek penelitian ini adalah Kumparan.Com, Kompas.Com, Tempo.Co. yang bentuk pemberitaan disajikan secara online. Peneliti menganalisis tiga berita di masing-masing media dari rentang waktu bulan Januari – Maret 2020 pada awal munculnya COVID-19 di Indonesia. Rentang waktu ini dipilih, untuk menunjukkan dinamika yang muncul dalam pemberitaan media seiring eskalasi krisis COVID-19 yang terus meningkat. Perangkat analisa yang dipakai adalah model analisis framing yang dikembangkan oleh Robert N. Entman. Dengan menggunakan perangkat analisa tersebut, maka bisa disimpulkan hasil penelitian ini bahwa ketiga media ini lebih banyak mengutip rilis dan siaran pers hubungan masyarakat (humas) kepresidenan tanpa menambahnya dengan konteks yang memadai. Ketiganya memparafrase rilis pemerintah, dan ketiga media tersebut sama-sama mengandalkan narasumber tunggal dan menuliskan kebijakan dari pemerintah tanpa mengkritisinya. Ketiga media tersebut menyajikan pemberitaan kepada hal-hal yang tidak signifikan dan substansial padahal seharusnya pemberitaannya bisa dimanfaatkan untuk melakukan proses mitigasi terhadap krisis yang akan segera dihadapi.

**Kata kunci** : Analisis Framing, COVID-19, Media, Pemberitaan

### PENDAHULUAN

Masyarakat selalu mencari tahu melalui media massa tentang perkembangan mengenai COVID-19 mulai dari update jumlah pasien yang positif COVID-19, jumlah yang meninggal, penanganan yang dilakukan tim medis dan pemerintah sejauh ini, kebijakan-kebijakan pemerintah terkait, hingga informasi-informasi yang sifatnya “ringan” seperti tips untuk mengusir kejenuhan saat bekerja dari rumah. Namun ada satu hal yang patut dijadikan perhatian bersama karena penyebaran penyakit COVID-19 juga diiringi dengan “penyakit” lain yang sama berbahayanya yaitu penyebaran berita bohong atau hoaks. Berita bohong atau hoaks ini dipandang dapat mengarahkan publik terhadap tindakan yang salah, bahkan membahayakan kesehatan publik. Di Indonesia, Kementerian Komunikasi dan Informatika menyebutkan terdapat 568 konten informasi bohong soal COVID-19 dengan sebaran sejumlah 1.260 kasus, dalam kurun waktu dari 23 Januari 2020 hingga 21 April 2020. (Kompas, 22 April 2020 hal.2). COVID-19 terjadi di saat teknologi komunikasi berkembang sangat pesat. Dalam situasi krisis, teknologi komunikasi bagaikan pisau bermata dua: di satu sisi bisa dimanfaatkan oleh otoritas atau pihak yang berwenang guna menyebarkan informasi secara cepat dan utuh, namun di sisi lain bisa membuat krisis



semakin parah karena teknologi memungkinkan siapa pun bisa membuat dan/atau menyebarkan informasi apa pun.

Masyarakat menggunakan media massa guna mengurangi ketidakpastian informasi seputar krisis (Hariyanti, 2009: 193), bahkan setelah adanya internet dengan perkembangan media sosialnya. Saat krisis terjadi, masyarakat ingin tahu banyak hal. Kebutuhan masyarakat akan berita bencana meningkat. Namun begitu, performa media massa di Indonesia dalam pemberitaan bencana masih belum ideal, karena media di Indonesia masih menunjukkan euforia dalam memberitakan bencana, dikemas sebagai kisah satir yang menghibur dengan menyajikan pemberitaan yang cenderung dramatis, traumatis, berisi kisah sedih dan nestapa korban dengan dalih menumbuhkan solidaritas, padahal di balik itu ada potensi keuntungan yang dapat diraih media.

Media online dari segi konten atau kandungan informasi yang disajikan pada umumnya sama dengan media cetak seperti surat kabar atau majalah, yang terdiri dari berita, artikel opini, feature, foto, dan iklan yang dikelompokkan berdasarkan kategori tertentu. Isi media online umumnya dibagi menjadi dua bagian, yaitu halaman dan kategori. Halaman biasanya berisi informasi statis sedangkan kategori berisi pengelompokan tipe grup dari sisi topik atau tema (Adzhani, & Ginting, 2018). Media tidak konsisten mengawal bencana karena seiring berjalannya waktu, media akan menemukan tema besar baru untuk diberitakan (Nazaruddin, 2015: 79-82). Pemberitaan di media massa tentang bencana alam khususnya tentang jurnalisme dan secara spesifik lagi mengenai jurnalisme bencana mengundang keprihatinan banyak kalangan. Jurnalisme sensitive bencana merupakan persoalan akurasi liputan dan eksploitasi korban bencana secara berlebihan adalah menjadi titik krusial yang dikritisi (Hermansyah, Ginting, & Rudianto, 2020).

Hal ini juga terjadi dengan pemberitaan dalam COVID-19, media massa disinyalir menyebarkan berita yang sama bahayanya dengan hoaks, yakni pemberitaan yang dramatis, provokatif, melebih-lebihkan (hiperbola), judul *clickbait*, isi yang tidak sesuai dengan konteks, hingga menggoreng isu untuk menjatuhkan pihak-pihak tertentu. Celaknya, praktek seperti itu terjadi di Indonesia di mana tingkat literasi informasi masyarakat masih minim, sehingga berisiko menurunkan kesehatan dan berpotensi memicu kepanikan (Widiatmojo, 2020: 19-20; Yutanti, 2020: 235-237).

Salah satu bagian berita yang sering muncul dan dan paling mudah bergerak dalam krisis ini adalah jumlah kasus yang setiap harinya terus meningkat. Jumlah yang terus bertambah ini sudah jelas menarik perhatian publik. Jamaknya, tentu akan muncul beberapa pihak yang merasa berkepentingan dengan krisis yang terjadi. Persoalan muncul ketika pihak yang melibatkan diri dalam krisis ini justru berusaha memanfaatkan suasana panik, bingung, tidak teratur dan tidak jelas. Hal ini biasa terjadi pada saat krisis berlangsung dengan munculnya tindak kejahatan atau jumlah korban yang meninggal meningkat secara signifikan, informasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan dan justru mengeruhkan suasana. Pemanfaatan suasana pada situasi krisis akan semakin berkembang luas, baik dilakukan dengan kesengajaan tertentu atau justru muncul karena kondisi laten dan ketidakberdayaan masyarakat. Media mestinya pada kondisi seperti ini tidak lagi sekadar menghadirkan reportase langsung dan kemungkinan informasi atas dasar realitas psikis, namun semestinya hadir dengan keakurasian informasi atas dasar realitas sosial.

Pentingnya kebijakan, keakurasian serta kelayakan (*proper*) media dan pekerjaannya dalam menyajikan informasi krisis juga terasa pada waktu pascakrisis. Karena isu yang berkembang di lingkungan sekitar krisis ini bukan saja terjadi di Indonesia tapi diseluruh dunia, dan kerap dikaitkan dengan masalah kesehatan, korban yang meninggal dan pandemik. Misalnya terhadap jenazah korban yang meninggal akibat krisis ini, kerap memunculkan ketakutan yang berujung pada ketidakefektifan penanganan krisis karena rasa takut yang tidak semestinya. Rasa takut pada hal-hal yang terkait dengan kematian tak wajar ini bukan tidak mungkin juga dimanfaatkan secara negatif oleh para pelaku kejahatan atau orang-orang yang tidak bertanggung jawab. Pada tataran ini media dapat menampilkan informasi yang lebih mengutamakan kesehatan dan menafikkan informasi yang hanya muncul karena mitos kematian tak wajar. Lebih praktis lagi, media mestinya tak berkilah kalau kecemasan masyarakat adalah suatu realitas sosial yang layak diinformasikan karena informasi seperti ini lebih bersifat kontra produktif dalam penanganan bencana (Goyet, 2000: 171-172).

Reputasi media dan pekerjaannya dalam suatu bencana yang terjadi dapat dipandang dari dua sisi. Pertama, media dan pekerja media mampu menghadirkan informasi yang dibutuhkan publik, meskipun kebijakan redaksional dalam pewartaan bencana sesungguhnya dapat diarahkan ke hal-hal yang lebih memperbesar atensi publik pada korban bencana. Kedua, media berperan besar tak hanya dalam pewartaan bencana namun juga dalam aksi-aksi langsung penanganan krisis. Oleh karena itu, jurnalisme



media online memiliki peran yang sedemikian signifikan untuk mengalirkan arus yang terverifikasi sehingga bisa membantu publik untuk melalui masa-masa krisis dengan informasi yang memadai. Liputan-liputan jurnalistik selalu menjadi pedang bermata dua. Jika media menampilkan informasi dengan akurat dan terverifikasi, ia menjadi modal berharga bagi publik.

Namun ketika media menampilkan berita-berita di masa krisis dengan unsur dramatisasi yang berlebihan dan lepas dari substansi yang penting, maka ia bisa menggiring publik apa yang oleh Moeller (1999) disebut sebagai *compassion fatigue*. Ini adalah kondisi dimana dramatisasi berlebihan yang dilakukan oleh media dan terus menerus justru bisa membuat publik bebal. Akibatnya, banyak yang kemudian bersikap acuh tak acuh terhadap pemberitaan COVID-19.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode analisis framing, serta tipe penelitian yang digunakan adalah tipe deskripsi kualitatif. Analisis framing Entman dipilih untuk menelaah bagaimana Kumparan.Com, Kompas.Com, Tempo.Co memberitakan COVID-19. Bagian manakah dari berita yang ditonjolkan dalam pemberitaan ketiga media tersebut dengan analisis framing Entman, sehingga diharapkan bisa mendapat gambaran realita media massa yang diframing oleh Kumparan.Com, Kompas.Com, Tempo.Co dalam menggambarkan berita COVID-19.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemilihan berita-berita di tiga media online Kumparan.com, Kompas.com dan Tempo.co dalam rentang waktu dari bulan Januari - Maret 2020 dipilih karena bisa memberikan tentang gambaran dinamika yang terjadi. Dinamika yang dimaksud tidak hanya perubahan dalam respons kebijakan publik yang dikeluarkan oleh pemerintah terkait COVID-10 tetapi juga bagaimana nada pemberitaan beberapa media berubah. Penelitian ini berargumen bahwa perubahan ini terjadi respons media terhadap kegagalan sikap pemerintah untuk lebih memberikan gambaran yang memadai tentang apa yang bisa dilihat dari pemberitaan tersebut.

### **Analisis Framing Berita COVID-19 di Kumparan.Com (sebelum ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia)**

Berbagai informasi terkait dengan wabah penyakit baru yang sebagian negara menganggap virus ini berbahaya dan mematikan sejak kemunculan awalnya sehingga mengakibatkan situasi kepanikan dan Kumparan.Com *memframing* kepanikan sebelum ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia pada berita "Menko Muhadjir Pastikan RI Aman dari Corona: Kami Terus Antisipasi" di atas.

### **Analisis Framing Berita COVID-19 di Kumparan.Com (Awal ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia)**

Awal ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia, situasi dan kondisi masyarakat semakin terlihat panik dan meresahkan, sehingga tingkat kecemasan dan kepanikan masyarakat terus meningkat dengan menuliskan jumlah penderita COVID-19 dan kematian. Berita Kumparan.Com terus *memframing* kepanikan dengan data-data tersebut, tanpa anti-kritik kepada pernyataan tersebut, yang cenderung membingungkan masyarakat. Hal ini sejalan dengan *moral panic theory*, COVID-19 mendapat banyak liputan pers dan menarik reaksi positif dan negatif dari masyarakat umum. Salah satu respon masyarakat adalah terjadinya kepanikan moral (*moral panic*). Cohen (Hasanah et al., 2021) kepanikan moral terjadi ketika sejumlah besar orang khawatir bahwa kejahatan merupakan ancaman terhadap ketertiban umum, terlihat menimbulkan bahaya bagi kepentingan masyarakat.

### **Analisis Framing Berita COVID-19 di Kumparan.Com (Selama masih pandemi)**

Periode selama pandemi, Kumparan.Com memframing pemberitaan Tarik ulur kepentingan politik. Menurut Sandel (2013), persepsi publik terhadap risiko dan ancaman COVID-19 turut dipengaruhi oleh informasi yang mereka terima.

Di era digital saat ini di mana data tampak hampir tidak terbatas Croteau berpendapat bahwa cara berpikir kita sedang berubah. Informasi berlimpah yang sekarang tersedia secara elektronik dan cara-cara rumit untuk menyimpan dan memanipulasinya lebih mengutamakan seperangkat keterampilan baru - pengambilan dan referensi, daripada pemahaman (Ginting, 2015).



### **Analisis Framing Berita COVID-19 di Kompas. Com (sebelum ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia)**

Pada periode sebelum ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia, Kompas.com memframing kebijakan pemerintah dengan menayangkan berita dengan judul “Tanggapan Kementerian Luar Negeri (Kemlu) Soal Evakuasi Mahasiswa Indonesia Di Wuhan Yang Khawatir Virus Corona”.

Namun seharusnya, Kompas.Com juga memberitakan “pesan-pesan yang berisi ancaman mampu menangkap perhatian publik” dari sumber lain yang terkait dengan virus COVID-19 . Hal ini untuk mendorong publik melakukan tindakan.

### **Analisis Framing Berita COVID-19 di Kompas. Com (Awal ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia)**

Berita pada periode awal ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia, dengan judul berita: Pemerintahan Anggarkan Rp 72 Miliar untuk Bayar *Influencer*. Kompas.Com memframing, masih terkait kebijakan pemerintah. Seharusnya, Kompas.Com membuat laporan berita tentang bagaimana masyarakat dan pemerintah dapat menjawab masalah-masalah yang rumit seperti pandemi ini. Karena masyarakat membutuhkan pelaporan berita yang berkualitas dan bertanggung jawab, tidak hanya untuk mengidentifikasi informasi yang salah, tetapi juga untuk memberikan saran kesehatan masyarakat yang sehat dan membangun solidaritas masyarakat.

WHO telah mengklasifikasikan COVID- 19 sebagai pandemi yang memicu gelombang kepanikan moral. Epideminya dapat dibandingkan karena perannya yang serupa dalam penyebaran kepanikan dan ketakutan massal. Penyebaran informasi yang radikal dan sikap apatis para pembuat kebijakan menjadi parameter kepanikan moral (David et al, 2011).

### **Analisis Framing Berita COVID-19 di Kompas. Com (Selama masih pandemi)**

Pada elemen, Kompas.com tetap melakukan framing kebijakan pemerintah dengan mengutip rilis dan siaran pers hubungan masyarakat (humas) pemerintah tanpa menambahnya dengan konteks yang memadai. Keduanya memparafrase rilis pemerintah, tapi mereka sama-sama mengandalkan narasumber tunggal tanpa mengkritisnya.

### **Analisis Framing Berita COVID-19 di Tempo. Co (Sebelum ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia)**

Sejak awal adanya korban COVID – 19 di Wuhan, China, teori konspirasi menyebar dengan massif di media sosial. Konspirasi ini di berbagai *platform* media sosial yang populer di Indonesia seperti *Facebook*, *Twitter*, juga *Whatsapp*. Kementerian Komunikasi dan Informasi, misalnya

sudah meliris pernyataan bahwa sampai di bulan Februari 2020 saja sudah ada 36 hoaks terkait *virus Corona*. Yang ironis dalam konspirasi tentang *virus Corona* ini adalah ia sampai masuk menjadi berita di media arus utama. Ini adalah *textbook* bagaimana misiinformasi menyebar dengan cepat. Bermula dari media sosial, dipercakapan dengan menyebar dengan *massif* oleh *public warganet*, dan lalu disambut dan diberitakan oleh media – media arus utama tanpa sikap kritis. Alih – alih mendiskusikan *corona* dari sisi medis dan tampak yang mungkin ditimbulkan, tapi memilih mendiskusikan isu *corona* dari aspek yang konspiratif terkait dugaan *virus* tersebut adalah senjata biologis yang dimiliki oleh pemerintah China. Pada fase sebelum ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia Tempo.co dengan berita pada tanggal 24 Januari, memframing Negara China, asal muasal penyebaran virus corona.

### **Analisis Framing Berita COVID-19 di Tempo. Co (Awal ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia)**

Sejak ditemukannya pasien positif COVID -19 pada 2 maret 2020, artinya saat berita ini ditulis masa pandemi di Indonesia sudah berlangsung lebih dari 1 (satu) bulan dan belum ada tanda – tanda akan berakhir dengan cepat. Banyak dinamika yang terjadi di masa pandemi ini dari mulai pernyataan *blunder* pejabat pemerintahan yang terus terjadi, maju mundur upaya untuk melakukan *lockdown*. Pada periode awal ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia, Tempo.co memframing bahaya virus dan masih memberikan alarm, namun belum menuliskan kebijakan mitigasi.



## **Analisis Framing Berita COVID-19 di Tempo. Co (Selama masih pandemi)**

*Framing* Tempo.Co, pada periode selama pandemi, menjadi bersikap lebih keras terhadap pemerintahan dengan memberikan kesan bahwa pemerintah tidak memiliki persiapan dalam menangani kasus COVID - 19 di Indonesia. Sehingga pemerintah semakin gelagapan dalam menghadapi pandemi COVID - 19 tersebut, dimana warganya sudah ada yang terinfeksi namun pemerintah belum ada strategi untuk menangani wabah tersebut. Pandemi COVID-19 membawa gelombang besar krisis bagi jurnalisme online di Indonesia. Dari mulai pernyataan-pernyataan meremehkan skala krisis yang dari para pejabat yang terus direproduksi media, misinformasi, dan rasisme di awal krisis yang diberi ruang lebar, sampai proyeksi kepanikan ketika pertama kali ditemukan pasien positif COVID-19 di Indonesia. Berbagai problem tersebut mendominasi isi berita jurnalis media online di Indonesia.

Pemerintah dan pihak terkait perlu melibatkan para tokoh masyarakat, tokoh agama, tingkat RT/RW dalam menyosialisasikan penanganan Covid-19, mulai dari protokol kesehatan hingga vaksin. Narasi sosialisasi harus dilakukan dengan yang mudah dipahami oleh publik sehingga dapat lebih diterima.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian analisis framing pemberitaan COVID-19 di Kumparan.Com, Kompas.Com dan Tempo.Co di era pandemi yang telah dilakukan maka dapat ditarik simpulan bahwa :

1. Penyajian berita Kumparan.com, Kompas.Com dan Tempo.Co, cenderung mengandalkan keterangan siaran pers dari pemerintah tanpamenambahinya dengan konteks yang memadai. Sehingga terjebak kepada pemberitaan yang tidak signifikan dan substansial, seperti yang awalnya hanya di perbincangkan di media sosial, kemudian menjadi berita arus utama ketika dinaikkan di ketiga media tersebut. Ketiga media tersebut sama-sama *memframing* kepanikan warga, baik itu pada periode sebelum dan awal ditemukan COVID-19 hingga selama pandemi, kondisi ini tentu meningkatkan rasa takut masyarakat terkait COVID-19. Padahal di waktu yang sama ketiga media tersebut bisa menyajikan berita yang berisi pesan krisis dan mitigasi, yang mana masyarakat membutuhkan informasi yang ideal soal pandemi COVID-19 ketimbang kisruh politis maupun berita yang hanya sekedar rilis dari pemerintah.
2. Masih terdapat tarik ulur kepentingan politik sehingga menunjukkan telah terjadi aliansi bisnis atas kepemilikan ketiga media tersebut yang memiliki pengaruh yang penting terhadap pemberitaan selama masih pandemi. Konsekuensinya, ketiga media tersebut tidak bisa berjarak apabila berurusan dengan kepentingan politik pemiliknya. Hal ini berimplikasi pada berita-berita yang tidak bisa menjaga sikap kritis dan independensi dari kekuasaan dan jauh dari berita mitigasi krisis COVID-19. Yang ada, ketiga media tersebut hanya menjadi juru bicara yang mengamplifikasi narasi kepentingan atau aktor politik tertentu. Ini tentu berbahaya, artinya media tidak bersikap skeptis dan kritis ditengah krisis.

### **SARAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikansaran sebagai berikut:

1. Saran Teoritis  
Hendaknya penelitian ini dapat menjadi referensi penelitian lainnya, terutama terkait dengan analisis framing maupun konstruksi berita.
2. Saran Akademis  
Untuk menjaga independensi media, hendaknya jurnalisme di masa krisis mestinya tidak menjalankan model-model jurnalisme di waktu normal. Unsur dramatisasi, sensasionalisme, mengamplifikasi pernyataan-pernyataan konyol parah tokoh publik yang kerap dilakukan diwaktu normal mesti sebisa mungkin dihindari ketika periode krisis melanda. Itu kalau media tidak mau terjebak ke dalam krisis jurnalisme itusendiri.
3. Saran Praktis
4. Media diharapkan bisa memberikan berita – berita yang berkualitas sesuai dengan realitas yang ada. Media bisa menjaga idealisme pemberitaan, namun juga harus bisa bertanggung jawab. Selain itu, media juga harus memberikan pengetahuan kepada masyarakat terkait dengan persoalan pandemi COVID-19



## DAFTAR RUJUKAN

- Adzhani, N., & Ginting, R. (2018, October). Framing Analysis of Anies Baswedan's Pribumi Speech in detik. com and viva. co. id. In *International Conference on Media and Communication Studies (ICOMACS 2018)* (pp. 206-209). Atlantis Press.
- Aliansi Jurnalis Independen. (2020). *Protokol Keamanan Liputan Pemberitaan COVID-19*  
[https://aji.or.id/read/buku/63/protokol kesehatan-liputan pemberitaan COVID-19](https://aji.or.id/read/buku/63/protokol%20kesehatan-liputan%20pemberitaan%20COVID-19). Html
- Arif, A. (2010). *Jurnalisme Bencana, Bencana Jurnalisme*, Jakarta: KPG
- Badri, M. (2011). *Paradigma Jurnalisme Bencana*, dalam Budi, Setio. *Komunikasi Bencana*. Yogyakarta: Aspiikom dan Buku Litera.
- Baran, Stanley J. & Davis, Dennis K. (2010). *Teori Komunikasi Massa: Dasar Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Budi, Setio HH, (2011). *Pentingnya Komunikasi Bencana*, dalam Junaedi, Fajar;Puspita,
- Bungin, Burhan, (2006). *Sosiologi Komunikasi; Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat*, Jakarta: Kencana Preda Group.
- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- David, M., Rohloff, A., Petley, J., & Hughes, J. (2011). The idea of moral panic –ten dimensions of dispute. *Crime, Media, Culture*, 7(3), 215-228.
- Eriyanto. (2012). *Analisis Framing: Komunikasi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LKIS.
- Ginting, R. (2015). The Impact of Diversity in Information Society to Consumers. *Interact*, 4(2), 25–41.
- Hasanah, U., Elmanora, V., & Silitonga, M. (2021). How People Deal With Covid-19: In Terms Of Coping And Moral Panic. *NVEO*, 8(4), 10055–10073.  
<http://www.nveo.org/index.php/journal/article/view/2114>
- Hermansyah, Ginting, R., & Rudianto. (2020, February). Peliputan Bencana Alam oleh Pewarta Foto di Sulawesi Tengah pada September 2018. In *Talenta Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA)* (Vol. 3, No. 1). <https://doi.org/10.32734/lwsa.v3i1.815>
- Kusumaningrat, Hikmat, Purnama Kusumaningrat. (2006). *Jurnalistik (Teori dan Praktik)*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- McCargo, D. (2012). Partisan polyvalence: Characterizing the political role of Asian Media. In D. Hallin & P. Mancini (Eds), *Comparing media system beyond the Western world*. Cambridge: University Press
- McQuail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa (Suatu Pengantar)*. Jakarta:Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J, (2017), *Metode Penelitian Kualitatif*, Cetakan ke-36, PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Sanusi, Hartini, (2018). "Jurnalisme dan Bencana (Refleksi Peran Jurnalis dalam Liputan Bencana Gempa, Tsunami, dan Likuifaksi Palu-Donggala)" *Jurnalisa*, Vol04 Nomor 2/November 2018
- Sugiyono (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Tamburaka, Apriadi, (2012). *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: Raja GrafindoPersada.
- Thaniago, R. (2019). *Peran Media dalam Politik Omong Kosong: Studi atas Headline Lima Surat Kabar*. Jakarta: Remotivi.