

**ANALISIS INFOGRAFIS DAMPAK PANDEMI VIRUS
CORONA (COVID-19) TERHADAP PEREKONOMIAN
INDONESIA PADA PORTAL BERITA KATADATA.CO.ID
PERIODE 30 APRIL – 26 JUNI 2020**

SKRIPSI



Oleh:

Ray Muhammad Tadlaru
NIM. 153130096

Diajukan
Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
YOGYAKARTA
2021**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Telah diuji dan dinyatakan lulus di hadapan tim penguji skripsi pada :

Hari, tanggal : Jumat, 6 November 2020

Judul Skripsi : Analisis Infografis Dampak Pandemi Virus Corona
(Covid-19) Terhadap Perekonomian Indonesia Pada Portal
Berita Katadata.Co.Id Periode 30 April – 26 Juni 2020

Penyusun : Ray Muhammad Tadlaru

NIM. : 153130096

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Dosen Penguji

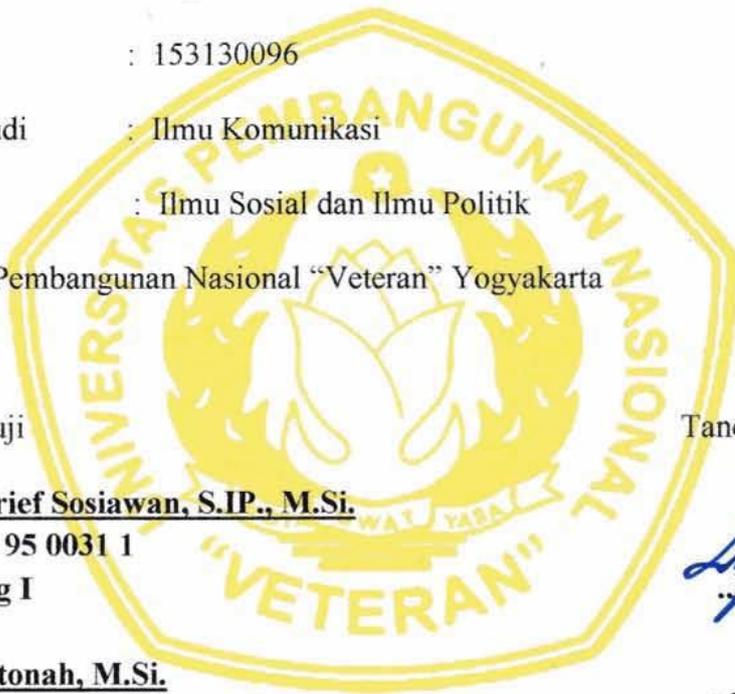
Dr. Edwi Arief Sosiawan, S.IP., M.Si.
NIP. 2 6705 95 0031 1
Pembimbing I

Dra. Siti Fatonah, M.Si.
NIP. 1967 0826 1994 032 001
Pembimbing II

Dr. Agung Prabowo, S.IP., M.Si.
NIK. 2 6612 96 0135 1
Penguji I

Drs. Arif Wibawa, M.Si.
NIK. 2 6604 95 0030 1
Penguji II

Tanda Tangan



HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS INFOGRAFIS DAMPAK PANDEMI VIRUS *CORONA*
(*COVID-19*) TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA PADA
PORTAL BERITA KATADATA.CO.ID PERIODE 30 APRIL – 26 JUNI
2020**

Nama : Ray Muhammad Tadlaru

NIM : 153130096

Tanggal disetujui : 26 Oktober 2020

DISETUJUI OLEH

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Edwi Arief Sosiawan, S.IP., M.Si

NIP. 2 6705 95 0031 1



Dra. Siti Fatonah, M.Si.

NIP. 1967 0826 1994 032 001

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Analisis Infografis Dampak Pandemi Virus Corona (Covid-19) Terhadap Perekonomian Indonesia Pada Portal Berita Katadata.co.id Periode 30 April – 26 Juni 2020** merupakan sebuah karya tulis ilmiah yang saya susun sendiri dan tidak ada karya ilmiah sebelumnya kecuali kutipan-kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Yogyakarta, 26 Oktober 2020



Ray Muhammad Tadlaru

NIM. 153130096

HALAMAN MOTTO

"Anda siapkan sebaik-baiknya ujian besok. Bagi yang belum bisa ujian siapkan skripsi sebaik-baiknya. Itu saja yang Anda pikirkan."

-Arif Wibawa-

"Dan, Gerobak bakso itu pun lewat kembali. Mang! Satu mangkok komplit ekstra pangsit."

-Tadlaru-

"Pasti berat menjadi dirimu. Menghadapi berbagai kondisi tak terduga komplit dengan tekanan keadaan yang meremukkan dan disaat yang bersamaan dirimu dituntut untuk tetap mampu bertahan dan terus berusaha tuk menghadapi & menjalani semua seolah sedang tidak terjadi apa-apa. Yang pasti, kamu hebat sudah kuat bertahan dan tetap mau berjuang hingga sejauh ini. Aku salut, aku kagum, kamu hebat; senyumku pada cermin."

-Tadlaru -

HALAMAN PERSEMBAHAN

Ku ucapkan puji syukur kepada ALLAH SWT atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini komplit dengan pendewasaan yang terjadi selama prosesnya. Karya ini saya persembahkan untuk **Ibuku, Sumartini Ma'ruf** dan **Ayahku, Gatot Handoko**. Serta kedua kakak tercintaku yang selalu hadir untuk membantu di segala kondisi dan keadaan, **Wirantin Igan Endaka** dan **Roro Luhito Handaru**.

Sebagai tanda bakti, rasa hormat dan tanggung jawab, rasa terimakasih yang tiada terhingga saya persembahkan karya terbaik saya ini untuk engkau; Ibu, Ayah dan Kedua kakak tercintaku. Terimakasih sangat mendalam saya ucapkan atas kesabaran, kasih sayang dan doa yang selalu dipanjatkan untuk saya. Tidaklah mungkin terbalas semua yang telah engkau berikan kepadaku hanya dengan selembar kertas persembahan ini. Namun, karya kecil yang saya kerjakan dengan sepenuh hati ini adalah bentuk rasa terimakasih saya untuk engkau Ibu dan Ayahku. Pengorbanan dan perjuangan yang telah engkau lakukan demi anakmu ini, sampai kapan pun tidak akan pernah bisa terbalaskan sepenuhnya bahkan setengah pun tidak. Banyak bintang bertaburan dilangit malam, namun belum tentu lebih banyak jumlahnya ketimbang jutaan hal baik dan pengorbanan yang kalian perjuangkan dengan peluh keringat yang kalian berikan kepadaku. Semoga karya kecil yang dengan sepenuh hati saya buat ini dapat menjadi salah satu hal yang dapat dibanggakan oleh Ibu dan Ayahku. Aamiin.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang mana atas berkat rahmat dan hidayah-Nya yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Analisis Infografis Dampak Pandemi Virus Corona (Covid-19) Terhadap Perekonomian Indonesia Pada Portal Berita Katadata.co.id Periode 30 April – 26 Juni 2020**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

Pada penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari kekurangan, baik kualitas maupun kuantitas dari materi penelitian yang disajikan. Semua ini didasarkan pada keterbatasan yang dimiliki penulis.

Pada penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan bimbingan, arahan, motivasi, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Edwi Arif Sosiawan, SIP., M.Si selaku dosen pembimbing I yang selalu siap memberikan bimbingan disela-sela kesibukan beliau sehingga penulis tidak patah semangat dan selalu berusaha memperbaiki kesalahan.
2. Dra. Siti Fatonah, M.Si. selaku dosen pembimbing II yang selalu menyambut penulis dengan tangan terbuka dan memberikan semangat serta masukan saat penulis melakukan bimbingan sehingga penulis merasa terayomi.

3. Ayahku Gatot Handoko dan Ibuku Sumartini Ma'ruf, orang tua yang sangat luar biasa yang dengan tulus dan ikhlas telah mencintai, membesarkan, mendidik, memberikan doa dan dukungan pada setiap kesempatan.
4. Kakakku Wirantin Igan Endaka dan Roro Luhito Handaru yang selalu mengingatkan, memberikan semangat dan dukungan dan lainnya yang sangat berarti.
5. Dr. Puji Lestari, SIP, M.Si. dosen wali yang telah memberikan banyak arahan, nasihat dan masukan kepada penulis selama di perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi dimanapun berada yang mana tanpa para dosen tersebut penulis tidak akan mampu menempuh perkuliahan hingga menulis skripsi dan akhirnya selesai.
7. Seluruh staf Jurusan dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang selalu berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik pada setiap yang membutuhkan.
8. Teman-teman terdekat tapi agak jauh, Nurul Huda, M. Fauzan Al-Hamdi, Dyon Gustiawan, M. Fadilah Putra, Tryan Hidayat, Yongki Dembu. Abang angkat Arif Budiman dan Widya Maylirizka yang bersedia membantu dalam proses pengkodingan sekaligus juga memberikan nasihat solutif, dukungan serta semangat bagi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh Mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2013 terutama Andita Gusti Nurutami, Adel, Resti, Winny, Yoga Santosa Putra, Yunus Indra

Permana dan Sofia Ayu Tiara serta mahasiswa lainnya yang telah menjadi teman yang baik dan bersedia membantu penulis semasa kuliah. Terimakasih telah bersedia membantu penulis.

10. Bapak kost tercinta yang telah kuanggap sebagai “orang tua” ku selama di Jogja, Bapak Mujiono dan Ibu Murjiati yang selalu sabar ketika penulis hilang dan tak pernah kelihatan disaat waktunya untuk membayar kos. Terima kasih sudah mau bersikap dengan begitu sangat baiknya dan tak jarang kerap memberi kue dari pengajian di masjid sebelah kos. Sekali lagi terimakasih untuk pak muji, bu mur, dan para geng meja bundar lainnya pakde-pakde dan para tetangga dusun Meguwo, Yogyakarta.
11. Seluruh orang-orang yang ada di sekeliling penulis sejak kecil sampai saat ini yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tiada hentinya yang tak bisa disebutkan satu-persatu karena banyak.

Semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan karunia kepada semua pihak yang telah tulus dan ikhlas membantu, mengarahkan dan mendoakan penulis. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 26 Oktober 2020


Ray Muhammad Tadlaru
NIM. 453130096

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I <u>PENDAHULUAN</u>	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian	19
1.5 Kerangka Teori	21
1.5.1 Tanggung Jawab Sosial	21
1.5.2. Infografis	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	29
2.1 Berita	29
2.2 Media Massa	35
2.3 Media <i>Online</i>	36
2.4 Jurnalistik	40
2.5 Jurnalistik <i>Online</i>	45
2.6 Virus <i>Corona</i>	48
2.7 Analisis Isi	52
2.8 Infografis/Infografik	55

2.9 Infografis Editorial.....	58
2.10 Penelitian Terdahulu.....	60
BAB III METODE PENELITIAN.....	67
3.1 Jenis Penelitian.....	67
3.2 Konsep Analisis Isi.....	68
3.3 Sumber Data.....	70
3.4 Objek Penelitian.....	71
3.5 Populasi Dan Sampel.....	71
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	76
3.7 Unit Analisis dan Kategorisasi.....	77
3.8 Definisi Operasional.....	78
3.9 Teknik Analisis Data.....	82
3.10 Reliabilitas.....	84
3.11 Validitas.....	87
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	96
4.1 Profil Objek Penelitian.....	96
4.1.1 Profil Portal Berita Katadata.co.id.....	96
4.1.2 Nilai Portal Berita Katadata.co.id.....	99
4.1.3 Struktur Tim/Organisasi Portal Berita Katadata.co.id.....	101
4.1.4 Situs-situs Katadata.co.id.....	110
4.2 Gambaran Umum Penelitian.....	114
4.3 Hasil Penelitian.....	116
4.3.1 Hasil Penelitian Unit Analisis Sumber Informasi.....	117
4.3.2 Hasil Penelitian Unit Analisis Dampak/Ancaman.....	120
4.3.3 Hasil Penelitian Unit Analisis Upaya Penanganan.....	124
4.3.4 Hasil Penelitian Unit Analisis Infografis.....	128
4.3.8 Hasil Penelitian Unit Analisis Orientasi Infografis.....	134
4.4 Pembahasan.....	138
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	164
5.1 Kesimpulan.....	164

5.2 Saran	167
DAFTAR PUSTAKA	169
LAMPIRAN	175
LAMPIRAN 1 Lembar <i>Coding</i>	175
LAMPIRAN 2 Tabel Hasil Uji Reliabilitas dan Biodata pengkoding	181
LAMPIRAN 3 Infografis Katadata.co.id periode 30 April – 26 Juni 2020.....	186

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kumpulan Potret Dampak Pandemi <i>Covid-19</i> Terhadap Ekonomi Indonesia	12
Tabel 3.1 14 Berita Instrument Penelitian	74
Tabel 3.2 Unit Analisis dan Unit Kategorisasi	77
Tabel 3.3 Hasil Validitas Pengkoding 1 (CR 1) dan Pengkoding 2 (CR 2) pada Portal Berita Katadata.co.id	88
Tabel 4.1 Jajaran Direktur Portal Berita Katadata.co.id	101
Tabel 4.2 Tim Editorial Portal Berita Katadata.co.id	102
Tabel 4.3 Tim Multimedia Portal Berita Katadata.co.id	103
Tabel 4.4 Tim <i>Premium Content</i> Portal Berita Katadata.co.id	104
Tabel 4.5 Tim Katadata <i>Insight Center</i>	105
Tabel 4.6 Tim Sisi+ Portal Berita Katadata.co.id	105
Tabel 4.7 Tim <i>Sales dan Marketing</i> Portal Berita Katadata.co.id	106
Tabel 4.8 Tim <i>Research & Content Strategist</i> Portal Berita Katadata.co.id	107
Tabel 4.9 Tim <i>Data & Technology</i> Portal Berita Katadata.co.id	108
Tabel 4.10 Tim <i>Business Service</i> Portal Berita Katadata.co.id	109
Tabel 4.11 Jumlah Berita Berupa Infografis Dampak Pandemi Virus Corona Terhadap Perekonomian Indonesia Pada Portal Berita Katadata.co.id Periode 30 April-26 Juni 2020	116
Tabel 4.12 Analisis Berita Berdasarkan Sumber Informasi pada Portal Berita Katadata.co.id periode 30 April – 26 Juni 2020	118
Tabel 4.13 Analisis Berita Berdasarkan Dampak/Ancaman pada Portal Berita Katadata.co.id periode 30 April – 26 Juni 2020	121
Tabel 4.14 Analisis Berita Berdasarkan Upaya Penanganan pada Portal Berita Katadata.co.id periode 30 April – 26 Juni 2020	125

Tabel 4.15 Analisis Berita Berdasarkan Infografis pada Portal Berita	
Katadata.co.id periode 30 April – 26 Juni 2020	130
Tabel 4.16 Analisis Berita Berdasarkan Orientasi Infografis pada Portal Berita	
Katadata.co.id periode 30 April – 26 Juni 2020	134
Tabel 4.17 Hasil Validitas Pengkoding 1 (CR 1) dan Pengkoding 2 (CR 2)	
pada Portal Berita Katadata.co.id	138

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Infografis Perubahan Ekonomi Indonesia Triwulan I dan II Tahun 2018-2020 (Berdasarkan Kondisi Pra dan Saat COVID-19)	8
Gambar 1.2 Infografis Dampak COVID-19 pada Perubahan Ekonomi ASEAN	10
Gambar 2.1 Gejala dan proses penularan Covid-19	51
Gambar 4.1 Logo Katadata <i>Insight Center</i>	110
Gambar 4.2 Logo <i>D-Insight</i>	111
Gambar 4.3 Logo Databoks	111
Gambar 4.4 Logo Portal Berita Katadata.co.id	112
Gambar 4.5 Detail Lokasi alamat Katadata.co.id dilihat dari <i>google maps</i>	113
Gambar 4.6 Infografis dengan Sumber Informasi Kombinasi	119
Gambar 4.7 Infografis Dampak/Ancaman berupa Pemutusan Hubungan Kerja (PHK)	123
Gambar 4.8 Infografis dengan Unit Analisis Upaya Penanganan Bantuan Dana Ke BUMN/Sektor Terdampak	126
Gambar 4.9 Infografis Katadata.co.id dengan Karakteristik Ilustratif	132
Gambar 4.10 Infografis dengan Orientasi Infografis Memberikan Informasi ...	136

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar <i>Coding</i>	175
Lampiran 2 Tabel Hasil Uji Reliabilitas dan Biodata pengkoding	181
Lampiran 3 Data 14 Infografis Katadata.co.id periode 30 April – 26 Juni 2020	186

ABSTRAK

Analisis Infografis Dampak Pandemi Virus *Corona (Covid-19)* Terhadap Perekonomian Indonesia pada Portal Berita Katadata.co.id Periode 30 April – 26 Juni 2020 merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana isi dan kecenderungan pemberitaan portal berita Katadata.co.id mengenai dampak pandemi virus *corona (Covid-19)* terhadap perekonomian Indonesia periode 30 April – 26 Juni 2020. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian analisis deskriptif dengan pendekatan analisis isi kuantitatif. Teori yang digunakan adalah teori tanggung jawab sosial dan infografis. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik total sampling, dengan maksud semua populasi akan dijadikan sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah jurnalisme data berupa infografis yang dimuat oleh portal berita Katadata.co.id dengan tajuk dampak pandemi virus *corona (Covid-19)* terhadap perekonomian Indonesia periode 30 April - 26 Juni 2020. Pada periode tersebut terdapat sejumlah 14 berita dengan sajian infografis. Katadata.co.id merupakan perusahaan media, data dan riset *online* di bidang ekonomi dan bisnis yang dikemas secara mendalam, lugas dan atraktif. Katadata.co.id tak hanya menyajikan berita atau informasi dalam bentuk teks saja, namun disajikan juga dengan tampilan formulasi visual yang memikat dan ilustratif seperti infografis.

Kata Kunci: Analisis Isi, Infografis, Dampak Pandemi, Virus *Corona (Covid-19)*, Perekonomian Indonesia, Katadata.co.id.

ABSTRACT

Analysis Infographic Contents of Corona virus Pandemic (Covid-19) Impacts in Indonesian Economy on Katadata.co.id News Portal Period 30 April – 26 June 2020 is a study that aims to find out how the content and trends of Katadata.co.id news portal on the impact of coronavirus pandemic (Covid-19) in Indonesian economy from April 30 to June 26, 2020. This study uses a type of descriptive analysis research with a quantitative content analysis approach. The theory used is theory of social responsibility and infographics. Sampling technique using total sampling technique, with the intention that all populations will be sampled. The population in this study is data journalism in form of infographics which published by Katadata.co.id news portal and impact of the coronavirus pandemic (Covid-19) in Indonesian economy from April 30 to June 26, 2020 as its headline. In that period, there were a total of 14 news stories with infographic feeds. Katadata.co.id is an online media, data and research company around economics and business field that packaged deeply, straightforward and attractive. Katadata.co.id not only presents news or information in text, but is presented with an alluring and illustrative visual formulation such as infographics.

Keywords: *Content Analysis, Infographic, Pandemic Impact, Coronavirus (Covid-19), Indonesian Economy, Katadata.co.id.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Carl I. Hovland mengatakan komunikasi adalah suatu proses di mana seorang individu mengoperkan stimulan yang biasanya dengan lambang-lambang bahasa (verbal atau non verbal) untuk mengubah tingkah laku orang lain. Secara paradigmatis, definisi tersebut menjelaskan bahwa komunikasi berarti pola yang meliputi sejumlah komponen berkorelasi satu sama lain secara fungsional untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Contohnya, dakwah, ceramah, pemberitaan surat kabar, penyiaran televisi dan lain-lain (Suprpto, 2009:5).

Perkembangan komunikasi era sekarang tidak lepas dari pengaruh kekuatan media. Teknologi modern mengubah seseorang dalam menciptakan sebuah komunikasi terhadap individu lainnya. Modernisasi tersebut lebih dikenal dengan istilah New Media. Jangkauan yang lebih luas dan mudah diakses oleh semua orang membuat pesan yang ingin disampaikan tersalurkan lebih mudah. Contoh nyata pemanfaatan *new media* ini dapat dilihat dari cara politikus menyampaikan visi-misinya melalui portal berita *online*.

Media berbasis *online* salah satunya yaitu Katadata.co.id. Katadata.co.id merupakan salah satu portal berita *online* yang menyebarkan berita dengan data valid dan dapat dipertanggung-jawabkan. Salah satu berita yang saat ini

sedang ramai dibicarakan oleh khalayak yaitu pemberitaan tentang virus *corona* dan berbagai dampaknya. Katadata.co.id menjadi salah satu portal berita yang *update* terhadap isu tersebut.

Virus *corona* diketahui berasal dari Negara Cina. Negara tirai bambu tersebut mengatakan virus *corona* berasal dari pasar makanan laut Huanan yang terletak di pusat Kota Wuhan. Pejabat Cina mengatakan virus berasal dari satwa liar yang dijual secara ilegal di pasar tersebut. Pasar makanan Wuhan dilaporkan menjual koala hidup, ular, tikus, anak serigala, rubah hidup, buaya, salamander, burung merak, landak, kelelawar, dan satwa liar buruan lainnya untuk dimakan (<https://dunia.tempo.co/read/1299207/diduga-asal-usul-virus-corona-pasar-satwa-liar-wuhan-ditutup/full&view=ok>, diakses pada tanggal 1 Juni 2020 pukul 14:42 WIB).

Virus *corona* (*COVID-19*) dapat menyerang manusia mulai dari usia balita, anak-anak, remaja hingga orang dewasa. Proses penularan virus ini tergolong sangat cepat dan berbahaya. Kasus yang terjadi menjelaskan bahwa virus *corona* lebih banyak menyerang orang yang berada pada usia tua. Selain itu, orang dengan kondisi tubuh tertentu seperti komplikasi penyakit, asma dan memiliki sistem imun yang lemah akan lebih mudah terpapar virus ini.

Penyebaran virus *corona* di Indonesia saat ini banyak berdampak pada berbagai sektor dan bidang kehidupan. Tentu saja mulai dari sektor kesehatan, ekonomi, pariwisata, sosial budaya dan lainnya. Pada bidang ekonomi, pandemi mengharuskan para pelaku usaha untuk berpikir dan berusaha lebih

keras lagi daripada biasanya agar usaha atau bisnis mereka tetap berjalan dan tetap memiliki keuntungan bukannya kerugian. Berbagai upaya dilakukan oleh pelaku bisnis agar perusahaan atau tempat bisnisnya tetap bertahan di tengah masa-masa sulit saat ini. Virus *corona* yang awalnya hanya berada pada lingkup sektor kesehatan, saat ini telah mengakibatkan berbagai dampak dalam berbagai sektor tak terkecuali sektor ekonomi.

Pandemi virus *corona* (*Covid-19*) mengakibatkan banyaknya perusahaan bahkan pelaku UMKM banyak merumahkan para karyawan dan para pekerjanya. Bahkan tak dapat dipungkiri juga banyak pabrik-pabrik yang tutup dan terancam bangkrut gulung tikar. Hal ini terjadi dikarenakan terjadinya guncangan terhadap pasar berupa goyahnya permintaan dan penawaran serta menurunnya daya beli masyarakat.

Pada berita yang berjudul Dahlan Iskan bicara soal ekonomi Indonesia yang kolaps di tinju *corona*, Sektor ekonomi Indonesia yang terdampak virus *corona* melalui diskusi Webinar Ekonomi yang diselenggarakan oleh Pengurus Pusat Keluarga Besar Pelajar Islam Indonesia. Diskusi yang diselenggarakan dalam rangka memberikan kontribusi pemikiran dan gagasan di bidang ekonomi untuk mengatasi dampak dari pandemi *COVID-19*.

Dampak dari pandemi virus *corona* memiliki dua sisi yang di mana ada sektor-sektor bisnis yang diuntungkan dan sektor bisnis yang dirugikan. Beberapa sektor yang dirugikan antara lain dunia pariwisata, transportasi, konstruksi dan perhotelan. Selanjutnya sektor yang mengalami keuntungan

adalah antara lain bisnis retail dan makanan, farmasi dan kesehatan, serta teknologi informasi dan komunikasi.

Situasi yang dialami sekarang ini mengharuskan setiap masyarakat dunia mau tidak mau untuk beraktivitas dengan cara normal baru atau *new normal*. Normal baru ini merupakan skenario untuk mempercepat penanganan *Covid-19* dalam aspek kesehatan, sosial, ekonomi dan lainnya yang beberapanya meliputi bagaimana cara beraktivitas, cara kerja, cara belajar hingga cara bersosialisasi dan cara-cara lainnya. Misal seperti untuk menjaga jarak fisik, selalu menggunakan masker dan sering untuk mencuci tangan dengan sabun. Bagaimanapun ini merupakan tantangan yang besar bagi setiap masyarakat Indonesia karena dalam kondisi ini masyarakat diharuskan untuk tetap menjalani dan bertahan hidup walaupun di tengah kondisi yang sangat tidak berpihak ini. Masyarakat dan pihak-pihak terkait harus memutar otak dan mencari cara untuk menjadikan pandemi ini tidak hanya sebagai musibah tetapi juga sebagai peluang untuk menciptakan kemandirian ekonomi secara berkelanjutan (<https://kumparan.com/kumparanbisnis/dahlan-iskan-bicara-soal-ekonomi-indonesia-yang-kolaps-ditinju-corona-1tOAlxBi3aU>, diakses pada tanggal 15 Mei 2020 pukul 14:41 WIB).

Menurut *World Health Organization* (WHO) terdapat beberapa fakta terkait virus *corona* (*Covid-19*), yaitu :

1. Virus *corona* (*Covid-19*) dapat hidup didaerah dengan iklim panas dan lembab.

2. Cuaca dingin dan salju tidak bisa membunuh virus *corona* (*Covid-19*).
3. Mandi air panas tidak mencegah tubuh terinfeksi virus *corona* (*Covid-19*).
4. Virus *corona* (*Covid-19*) tidak bisa ditularkan melalui gigitan nyamuk.
5. Pengering tangan tidak efektif dalam membunuh virus *corona* (*Covid-19*).
6. Lampu desinfeksi ultraviolet tidak dianjurkan untuk mensterilkan tangan dari virus *corona* (*Covid-19*).
7. Termometer tembak hanya bisa digunakan untuk mendeteksi suhu tubuh, bukan untuk mendeteksi virus *corona* (*Covid-19*).
8. Penyemprotan alkohol atau klorin di seluruh tubuh tidak dapat membunuh virus *corona* (*Covid-19*).
9. Vaksin pneumonia tidak dapat melindungi tubuh terhadap virus *corona* (*Covid-19*).
10. Membilas hidung dengan *saline* atau air garam tidak dapat membantu cegah virus *corona* (*Covid-19*).
11. Mengonsumsi bawang putih tidak membantu mencegah infeksi virus *corona* (*Covid-19*).
12. Semua usia dapat terinfeksi oleh virus *corona* (*Covid-19*).
13. Antibiotik tidak bekerja terhadap virus, hanya bakteri (*Covid-19* adalah virus dan antibiotik tidak boleh digunakan sebagai alat pencegahan atau pengobatan).

14. Belum ditemukan obat khusus untuk mencegah atau mengobati virus *corona* (*Covid-19*).

<https://health.grid.id/read/352080682/14-fakta-Covid-19-yang-jarang-diketahui-baca-supaya-tidak-termakan-hoax-dan-parno?page=all>,

diakses pada tanggal 12 Agustus pukul 21.44 WIB).

Hanya kurang dari tiga bulan sejak mulai merebaknya wabah virus *Corona* di Indonesia, ramalan ekonomi tanah air pun berubah drastis akibat virus penyebab *COVID-19* tersebut. Bank Indonesia (BI) pun telah merevisi proyeksi pertumbuhan ekonomi Indonesia menjadi di bawah lima persen atau hanya sekitar 2,5 persen saja, dari yang pernah tumbuh mencapai 5,02 persen.

Menteri Keuangan Sri Mulyani mengatakan Indonesia cukup terhantam dengan penyebaran *COVID-19*, bukan hanya pada sektor kesehatan manusia, namun juga telah mengganggu kesehatan ekonomi global. Sri Mulyani memperkirakan pertumbuhan ekonomi Indonesia dalam skenario terburuk bisa mencapai minus 0,4 persen. Hal itu dapat terjadi karena perpaduan gejala pada aspek kesehatan yang merembet ke sektor ekonomi serta sebagian besar aktivitas ekonomi terhenti demi mencegah penyebaran *COVID-19*. Dampaknya telah memukul berbagai sudut ekonomi. Indeks bursa saham rontok, nilai tukar rupiah terperosok dan pelaku UMKM berteriak susah berusaha.

Perdagangan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) pada Senin (2/3/2020) sore, ditutup melemah 91,46 poin atau 1,68 persen ke posisi 5.361,25. IHSG pun telah menyentuh posisi terendahnya sepanjang delapan

tahun terakhir di level 3.000. Untuk membendung meluasnya dampak *COVID-19* di pasar modal, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) merilis beberapa kebijakan. Di antaranya *trading halt* atau pembekuan selama 30 menit jika IHSG turun sebesar lima persen. *Trading halt* pertama kali sepanjang sejarah pasar modal Indonesia berlangsung pada Kamis (12/3/2020) dan telah terjadi lima kali sejak itu.

Tidak hanya di pasar modal, virus *corona* juga membuat nilai tukar rupiah tak berdaya. Pada Senin (23/3/2020), harga jual dolar Amerika Serikat (AS) di lima bank besar menembus Rp17 ribu per dolar AS. Sementara kurs referensi Jakarta *Interbank Spot Dollar Rate* atau JISDOR menempatkan nilai rupiah di posisi Rp16.608 per dolar AS.

Pelemahan rupiah menjadi yang terdalam di kawasan Asia. Angka itu juga merupakan yang terendah sejak krisis pada Juli 1998. Hari berikutnya, rupiah hanya menguat 0,45 persen ke level Rp16.500 per dolar AS. Tak bisa mengelak, sektor UMKM adalah sektor yang paling pertama terdampak wabah *COVID-19* karena ketiadaan kegiatan di luar rumah oleh sebagian besar masyarakat (<https://www.antarafoto.com/foto-cerita/v1588072349/dwwwak-pandemi-Covid-19-terhadap-ekonomi-indonesia>, diakses pada tanggal 16 Mei 2020 pukul 21:46 WIB)

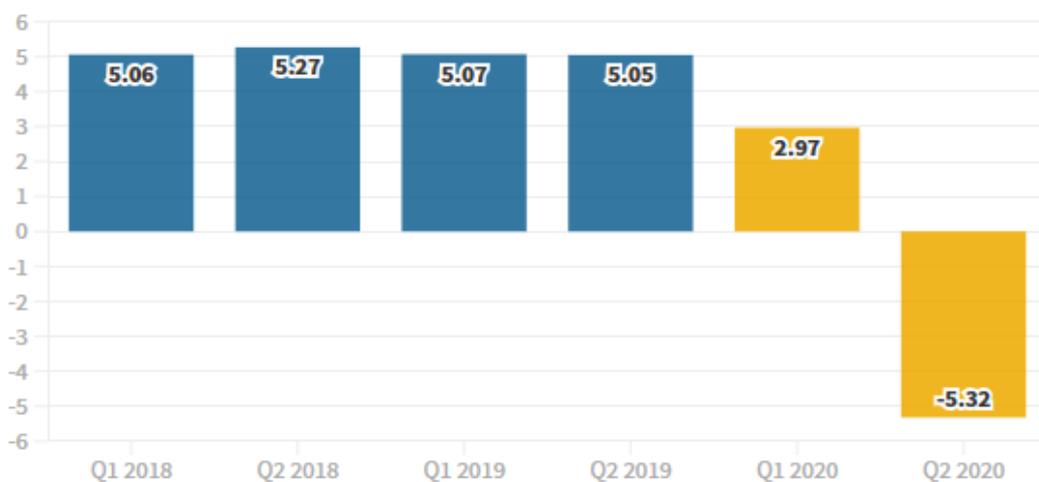
Menteri Keuangan (Menkeu) Sri Mulyani memprediksi pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal II akan mengalami kontraksi dengan kisaran minus 3,5-5,1 persen, saat ditemui oleh wartawan di DPR RI pada Rabu 15 Juli

2020. Pada kenyataannya, berdasarkan perkembangan terbaru, pada Rabu 5 Agustus 2020, Badan Pusat Statistik (BPS) merilis angka pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal kedua 2020. Kondisi perekonomian Indonesia mengalami kontraksi sebesar -5,32 persen (*year on year*).

Angka negatif pada kuartal II menambah catatan buruk pertumbuhan ekonomi pada 2020. Pada kuartal pertama, pertumbuhan ekonomi Indonesia tercatat sebesar 2,97 persen. Pencapaian tersebut lebih rendah dibandingkan prediksi sebelumnya sebesar 5 persen.

Gambar 1.1

Infografis Perubahan Ekonomi Indonesia Triwulan I dan II tahun 2018-2020
(Berdasarkan Kondisi Pra dan Saat *COVID-19*)



Sumber: <https://tirto.id/bagaimana-Covid-19-mengubah-ekonomi-indonesia-asean-fWjv>, diakses pada tanggal 12 Agustus 2020 pukul 15:43 WIB.

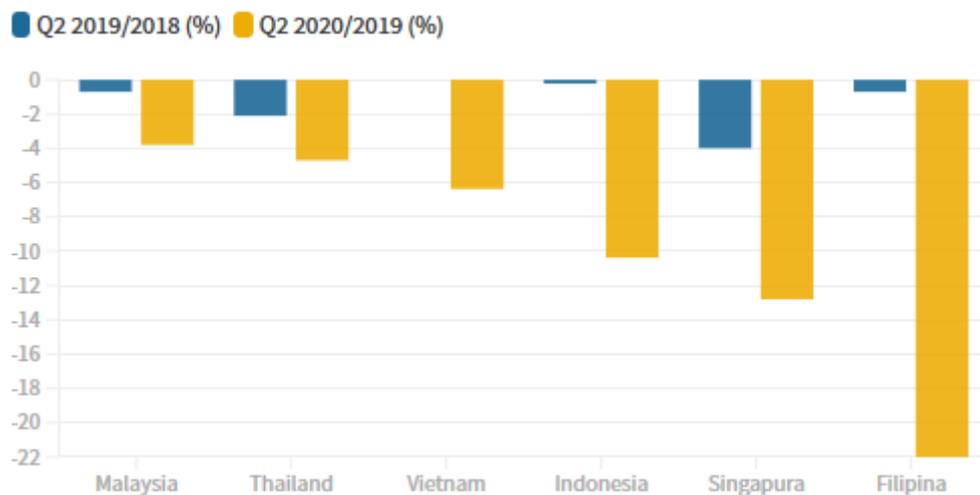
Pertumbuhan ekonomi kuartal I dan II pada 2018-2019 berkisar pada angka 5 persen. Penurunan mulai terjadi pada tahun ini saat pandemi mulai terjadi. Pertumbuhan pada kuartal I/2020 tercatat sebesar 2,97 persen. Jika dihitung terhadap kuartal yang sama pada 2019 sebesar 5,07 persen, artinya

terdapat selisih sebesar minus 2,1 persen. Selisih pada kuartal II, sementara itu, lebih besar. Jika dihitung antara kuartal I/2020 sebesar -5,32 persen terhadap kuartal-II 2019 sebesar 5,05, maka terdapat selisih sebesar -10,37 persen. Catatan angka tersebut berbeda jika dibandingkan dengan kondisi "normal" atau pra *COVID-19*. Jika membandingkan kuartal I dan II pada 2019 terhadap 2018, angkanya cenderung stabil dengan selisih yang cukup kecil. Selisih antara kuartal I/2019 jika dibandingkan kuartal I/2018 sebesar 5,06 persen, tercatat kenaikan sebesar 0,01 persen. Jika membandingkan kuartal II pada kedua tahun yang sama, selisih angka menjadi minus 0,22 persen.

Menurut *Trading Economics*, Indonesia termasuk negara dengan penurunan pertumbuhan ekonomi dengan selisih dua digit pada kuartal II/2020. *Trading Economics* mencatat enam negara di ASEAN mengalami penurunan ekonomi pada kuartal II/2020 jika dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Sebanyak tiga diantaranya, mengalami penurunan di atas 10 persen. Penurunan terkecil dicatatkan Malaysia sebesar 3,80 persen dengan pertumbuhan ekonomi pada kuartal II/2020 sebesar 0,70 persen. Thailand dan Vietnam masing-masing mengalami penurunan ekonomi sebesar 4,70 persen dan 6,37 persen.

Gambar 1.2

Infografis Dampak *COVID-19* pada Perubahan Ekonomi ASEAN



Sumber: <https://tirto.id/bagaimana-Covid-19-mengubah-ekonomi-indonesia-asean-fWjv>, diakses pada tanggal 12 Agustus 2020 pukul 15:43 WIB.

Indonesia berada di urutan ketiga dengan penurunan ekonomi sebesar minus 10,37 persen. Abdul Manap menyebut penurunan ekonomi Indonesia di level dua digit tersebut tidak mengagetkan mengingat tidak adanya sektor yang menjadi *backbone* bagi perekonomian dalam negeri. Singapura yang sudah lebih awal mengumumkan angka pertumbuhan ekonomi kuartal II juga mengalami penurunan ekonomi sebesar 12,80 persen. Penurunan ini turut dipengaruhi karakteristik perekonomian Singapura yang mengandalkan perdagangan luar negeri dan keuangan internasional. Singapura secara teknis sudah memasuki resesi ketika pengumuman angka awal pertumbuhan ekonomi kuartal II lalu. Pada kuartal II/2020, perekonomian Singapura mengalami kontraksi sebesar 12,60

persen. Sebelumnya, pada kuartal I pertumbuhan ekonomi Singapura juga menurun menjadi minus 0,3 persen.

Filipina menjadi negara dengan penurunan ekonomi terbesar pada kuartal II/2020. Berdasarkan selisih pertumbuhan ekonomi kuartal II/2020 terhadap periode yang sama tahun 2019, tercatat penurunan ekonomi sebesar 22 persen. Filipina secara teknis mengalami resesi setelah pada kuartal I juga mengalami kontraksi sebesar 0,7 persen. Catatan kontraksi perekonomian pada dua kuartal berturut-turut turut dipengaruhi penerapan *lockdown* yang ketat di negara tersebut. Resesi merupakan suatu kondisi saat pertumbuhan ekonomi suatu negara mengalami kontraksi pada dua periode berturut-turut (<https://tirto.id/bagaimana-Covid-19-mengubah-ekonomi-indonesia-asean-fWjy>, diakses pada 12 Agustus 2020 pukul 15:43 WIB).

Tabel 1.1

Kumpulan Potret Dampak Pandemi *Covid-19* Terhadap Ekonomi Indonesia

No.	Foto Dampak Pandemi <i>Covid-19</i> Terhadap Ekonomi Indonesia	Keterangan Foto
1		<p>Warga melintasi toko yang tutup di pertokoan Sarinah menjelang diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) akibat merebaknya wabah <i>COVID-19</i> di Jakarta.</p>
2		<p>Sejumlah warung makan tutup saat diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) akibat merebaknya <i>COVID-19</i> di kawasan Kalibata, Jakarta.</p>

3		<p>Pengumuman penutupan toko akibat merebaknya wabah <i>COVID-19</i> terpasang di pintu sebuah toko di kawasan Pasar Baru, Jakarta.</p>
4		<p>Petugas keamanan berjalan di samping kios pedagang kaki lima yang tutup akibat merebaknya <i>COVID-19</i> di atas <i>Sky Bridge</i> atau Jembatan Penyeberangan Multiguna (JPM) Tanah Abang di Jakarta.</p>
5		<p>Karyawan menunggu konsumen di sebuah kios telepon seluler yang masih buka di antara kios yang tutup saat merebaknya wabah <i>COVID-19</i> di Terminal Blok M, Jakarta.</p>

Sumber: Galih Pradipta, <https://www.antarafoto.com/foto-cerita/v1588072349/dwwwak-pandemi-Covid-19-terhadap-ekonomi-indonesia>

Media *online* merupakan wadah atau tempat di mana informasi apa pun yang disajikan secara *online* yang tentunya menggunakan media elektronik untuk mengaksesnya. Media *online* dapat berisi berbagai macam informasi yang tersaji kan baik berupa teks, gambar, maupun audio visual. Media *online* merupakan media yang memerlukan akses internet dalam penggunaannya. Berita pada media *online* memiliki kelebihan berupa aksesnya yang mudah. Hal ini dikarenakan pengguna media *online* cukup mengetikkan kata kunci dari berita apa yang ingin dicari pada kolom pencarian. Setelah melakukan pencarian berita melalui kata kunci maka akan muncul sejumlah berita yang diinginkan sebelumnya. Media *online* dapat diakses dengan mudah dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu dalam mengaksesnya dikarenakan media *online* dapat diakses kapan pun dan dari mana pun selagi pengguna masih memiliki akses jaringan internet.

Walaupun memiliki karakteristik perkembangan berita yang cepat dan *up to date*, media *online* harus tetap menjunjung tinggi nilai aktualitas dan akurasi dari setiap beritanya. Media *online* dituntut untuk tetap harus mengedepankan aktualitas dan akurasi dalam setiap beritanya agar berita yang disampaikan kepada khalayak dapat dikatakan berita yang kredibel dan berimbang. Apabila media *online* tidak memperhatikan syarat-syarat penting dari suatu berita, maka lambat laun media *online* tersebut akan banyak ditinggalkan oleh para pembacanya dan khalayak ramai. Dimasa yang seperti ini, dikarenakan setiap individu memerlukan asupan berita yang berkualitas dan memiliki standar kualitas yang tidak hanya baik namun juga memiliki aktualitas dan ketajaman

kepekaan para penulis berita dalam melihat suatu hal dan fenomena yang sedang terjadi ditengah-tengah masyarakat. Dengan karakteristik media *online* yang memiliki perkembangan berita dan informasi yang cepat, khalayak yang membutuhkan suatu berita dan informasi dengan segera tidak perlu lagi untuk menunggu lebih lama atau menunggu hingga keesokan harinya sampai suatu berita atau informasi tersebut yang diinginkan dan dibutuhkan dipublikasikan.

Akan tetapi dengan karakteristik media dan berita yang cepat, tidak berarti media *online* tidak memiliki kekurangan di dalamnya. Masyarakat yang membutuhkan berita segera terkadang baik disadari maupun tidak kerap menciptakan suatu berita yang masih berupa kumpulan opini, masih menduga-duga dan bahkan terkadang belum terverifikasi oleh pihak-pihak terkait yang terlibat pada suatu objek pemberitaan. Melihat hal ini, diharapkan para wartawan dan tim penulis berita tetap memperhatikan ketajaman pandangan, kedalaman liputan dan sifat aktual dalam melihat fakta pada fenomena-fenomena yang sedang terjadi atau minimal dapat menerapkan hal-hal yang telah menjadi standar pers yang telah ada pada setiap karya tulisnya.

Salah satu media *online* yang mengedepankan keberimbangan dan verifikasi data secara detail dalam memproduksi berita adalah portal berita Katadata.co.id. Portal berita Katadata.co.id selalu mengedepankan verifikasi objek yang menjadi *headline* berita guna memenuhi publisitas berita yang memenuhi prinsip akurasi dan keberimbangan. Portal berita Katadata.co.id menyajikan berita yang berasal dari narasumber atau sumber informasi yang jelas identitasnya, kredibel dan kompeten.

Katadata.co.id adalah perusahaan media, data dan riset *online* di bidang ekonomi dan bisnis. Portal berita katadata.co.id menyajikan berita, informasi, data, dan riset secara mendalam bagi kepentingan para pemimpin bisnis dan pengambil kebijakan, namun dikemas secara lugas dan atraktif agar mudah untuk dipahami oleh publik. Karena itu, berita dan informasi tak hanya disajikan dalam bentuk teks, melainkan juga dalam bentuk visual yang memikat dan lebih muda untuk dipahami secara praktis misal saja seperti pada topik atau tema yang dikemas dalam bentuk infografis.

Portal berita Katadata.co.id berupaya menyederhanakan persoalan yang rumit tanpa harus kehilangan esensi dari suatu informasi itu sendiri. Tim katadata.co.id terdiri dari para jurnalis dan periset berpengalaman di bidang energi, finansial, makro ekonomi, perdagangan dan infrastruktur. Media *online* seperti salah satunya portal berita Katadata.co.id sangat memberikan peran penting dalam upaya penyebaran informasi perekonomian dan bisnis yang kompleks dikarenakan mereka mampu mengemas berita yang kompleks menjadi suatu produk kemasan berita yang mudah untuk dipahami dan dicerna oleh publik.

Portal berita Katadata.co.id memproduksi berita berupa infografis mengenai dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) sebanyak 14 infografis secara detail, komprehensif dan mendalam pada periode 30 April sampai dengan 26 Juni 2020. Infografis pada portal berita Katadata.co.id mengenai dampak ekonomi yang ditimbulkan dikarenakan pandemi *corona* (*Covid-19*) diharapkan terus mengedepankan kedalaman pembahasan, akurasi, dan

ketajaman persoalan dari dampak yang ditimbulkan oleh pandemi yang sedang terjadi terhadap ekonomi Indonesia agar para pebisnis, pelaku usaha dan publik tetap dapat memantau dan memahami kondisi ekonomi Indonesia secara mendalam dan informatif. Virus *corona (Covid-19)* yang awalnya hanya berdampak pada satu sektor yaitu kesehatan, kini telah berkembang dan berdampak pada berbagai sektor seperti sektor ekonomi, pariwisata, sosial, ketenagakerjaan dan lain sebagainya.

Media yang salah satunya berupa portal berita memiliki peran penting dalam mendukung upaya penanggulangan atau penyajian informasi pertumbuhan dan kondisi ekonomi. Dengan menyajikan produk berita yang mendalam, aktual, dan memiliki akurasi yang tinggi serta mampu mengemas permasalahan ekonomi yang kompleks menjadi suatu produk berita yang sederhana namun tetap tidak kehilangan esensi dari suatu topik ataupun tema, portal berita Katadata.co.id dapat mengedukasi publik secara mendalam dengan cara yang sederhana.

Portal berita Katadata.co.id dipilih dikarenakan portal berita katadata.co.id merupakan perusahaan media, data dan riset *online* di bidang ekonomi dan bisnis yang menyajikan berita, informasi, data, dan hasil riset secara mendalam bagi para pemimpin bisnis dan pengambil kebijakan, namun pemberitaannya dikemas secara lugas dan atraktif agar mudah dipahami oleh publik dengan sajian berita yang tak hanya disajikan dalam bentuk teks saja melainkan juga disajikan dalam bentuk tampilan yang memikat.

Infografis dipilih sebagai bentuk berita dikarenakan terdapat berbagai keunggulan didalamnya ketimbang sajian berita yang hanya menampilkan teks saja. Keunggulan dari penggunaan infografis pada sajian berita yaitu tampilan jurnalisme data yang ditampilkan menjadi lebih menarik/memikat secara visual, lebih mudah untuk dimengerti dikarenakan disajikan dengan tampilan yang ilustratif yang terdiri dari ragam warna, grafik, simbol, karakter, gambar dan konten atraktif lainnya yang dapat mempersingkat waktu para pembaca dalam memahami dan mencerna isi berita serta membantu para pembaca untuk mengingat informasi dan alur cerita dari berita yang disampaikan.

Berdasarkan latar belakang di atas dan memperhatikan kondisi saat ini dan melihat pentingnya peran media dalam menghasilkan suatu produk berita yang mendalam, aktual dan memiliki akurasi tinggi serta kemampuan pengemasan topik atau tema permasalahan yang kompleks menjadi suatu produk yang sederhana tanpa harus menghilangkan esensinya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Infografis Dampak Pandemi Virus *Corona (Covid-19)* Terhadap Perekonomian Indonesia Pada Portal Berita Katadata.co.id Periode 30 April – 26 Juni 2020”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana infografis dalam memberitakan dampak pandemi virus *corona (Covid-19)* terhadap perekonomian Indonesia pada portal berita Katadata.co.id periode 30 April sampai dengan 26 Juni 2020?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana infografis menyampaikan/memberitakan dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia pada portal berita Katadata.co.id periode 30 April sampai dengan 26 Juni 2020.
- b. Untuk mengetahui kecenderungan infografis dalam memberitakan dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia pada portal berita Katadata.co.id periode 30 April sampai dengan 26 Juni 2020.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan informasi yang berguna bagi pihak yang membutuhkan, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan tambahan yang berguna bagi kajian Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai penelitian analisis isi pada portal berita dalam media *online*. Selain itu penulis juga berharap dengan dilakukannya penelitian ini dapat memberikan informasi dan pemahaman keilmuan tambahan mengenai bentuk berita berupa infografis dalam memberitakan dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia pada portal berita Katadata.co.id periode 30 April sampai dengan 26 Juni 2020.

- b. Dapat memperkaya khazanah pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi khususnya dalam bidang penelitian analisis isi berita dan kecenderungan pemberitaan berupa analisis infografis dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia pada portal berita Katadata.co.id periode 30 April sampai dengan 20 Juni 2020.
- c. Dapat digunakan sebagai acuan penelitian berikutnya yang memiliki metode dan karakteristik yang serupa dengan penelitian ini.
- d. Menambah wawasan pengetahuan, informasi dan pengalaman penelitian analisis isi terlebih mengenai topik analisis infografis dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia pada portal berita Katadata.co.id periode 30 April sampai dengan 26 Juni 2020.

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan informasi tentang bagaimana isi infografis dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia pada portal berita Katadata.co.id periode 30 April sampai dengan 26 Juni 2020.
- b. Dapat menjadi bagian pertimbangan bagi pembaca dalam memahami bagaimana pemberitaan infografis dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia pada portal berita Katadata.co.id periode 30 April sampai dengan 26 Juni 2020.

- c. Dapat digunakan oleh instansi terkait sebagai referensi dasar untuk merencanakan kebijakan seperti upaya penanganan pandemi virus *corona* (*Covid-19*) serta hal-hal lain yang dianggap perlu yang berhubungan dan memiliki keterkaitan mengenai dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia pada portal berita Katadata.co.id periode 30 April sampai dengan 26 Juni 2020.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Tanggung Jawab Sosial

Teori tanggung jawab sosial (Vera, Nawiroh, 2016:108) berkembang di Amerika Serikat akibat dari ketidakpuasan terhadap teori libertarian yang sangat menekankan pada kebebasan pers secara mutlak tanpa mengindahkan aspek moral. Hal yang menjadi filosofi dasar pada teori ini adalah negara menjamin kebebasan pers, asal tidak melanggar kepentingan masyarakat luas dan keamanan negara.

Teori tanggung jawab sosial (Mondry, 2016:57-58) memiliki asumsi utama bahwa dalam kebebasan terkandung tanggung jawab yang seimbang, sehingga pers yang liberal seharusnya juga bertanggung jawab terhadap masyarakat dalam fungsi-fungsi yang dimilikinya. Teori tanggung jawab sosial memungkinkan orang yang ingin mengatakan sesuatu dapat saja menggunakan media massa, tidak harus mereka yang memiliki izin seperti teori otoritarian, tidak harus memiliki kemampuan ekonomi seperti teori libertarian, apalagi tidak berhak sama sekali seperti teori soviet komunis.

Pengawasan teori tanggung jawab sosial tidak hanya dari dalam, tetapi dapat juga melalui pendapat masyarakat, tindakan konsumen dan etika-etika kaum profesional.

Santana (Mondry, 2016:58) meringkas beberapa faktor yang terdapat dalam teori tanggung jawab sosial, yaitu:

1. Media menerima dan memenuhi kewajiban tertentu kepada masyarakatnya.
2. Penetapan bentuk kewajiban berdasar standar profesi tentang informasi, kebenaran, ketepatan, objektivitas dan keseimbangan.
3. Pelaksanaan kewajiban tersebut berdasarkan kerangka hukum dan kelembagaan yang ada.
4. Penegasan pers untuk menghindari kejahatan, kerusakan atau ketidak tertiban umum atau penghinaan etik dan agama dari kalangan minoritas.
5. Pers harus memiliki sifat pluralis sesuai perbedaan di masyarakat, melalui kesamaan peluang untuk mengungkapkan sudut pandang dan hak jawab pada tiap warga atau kelompok di masyarakat.
6. Masyarakat dan publik mengharapkan kerja dan produk pers dibatasi ukuran standar profesi, sehingga kegiatan intervensi seperti itu dibenarkan demi kepentingan umum.
7. Profesionalisme wartawan dan media bertanggung jawab terhadap masyarakat, “majikan” dan pasar.

Teori tanggung jawab sosial dipelopori oleh *Commission on Freedom of the Press* sebagai reaksi atas interpretasi dan pelaksanaan model libertarian yang ada. Komisi tersebut merumuskan beberapa persyaratan pers (Vera, Nawiroh, 2016:108-109) yaitu sebagai berikut :

1. Memberitakan peristiwa-peristiwa sehari-hari dengan benar, lengkap dan berpekerti dalam konteks yang mengandung makna.
2. Memberikan pelayanan sebagai forum untuk saling tukar komentar dan kritik.
3. Memproyeksikan gambaran yang mewakili semua lapisan masyarakat.
4. Bertanggung jawab atas penyajian disertai penjelasan mengenai tujuan dan nilai-nilai masyarakat.
5. Mengupayakan akses sepenuhnya pada peristiwa sehari-hari.

Dalam teori tanggung jawab sosial mengharuskan untuk selalu memprioritaskan tiga hal dalam setiap kegiatan dan tugas-tugas jurnalistiknya, yaitu keakuratan, kebebasan dan etika. Adapun fungsi dan peran pers tanggung jawab sosial adalah memberikan informasi di bidang politik, ekonomi, sosial-budaya, terutama untuk mengangkat konflik sampai di tingkatan diskusi, juga untuk menghibur. Menurut teori tanggung jawab sosial, media mempunyai peranan tertentu (Vera, Nawiroh, 2016:109), yaitu sebagai berikut :

1. Media sudah semestinya memikul tanggung jawab sosial terhadap masyarakat.

2. Media selayaknya menerima ataupun memenuhi kewajiban mereka untuk memberi informasi, menghibur, dan menyampaikan isu yang berbeda sebagai sarana diskusi bagi masyarakat.
3. Tanggung jawab sosial tercapai melalui standar profesionalisme bagi keabsahan laporan, ketepatan informasi, objektivitas penulisan dan keseimbangan pendapat.
4. Dalam menerima dan melaksanakan tanggung jawab tersebut media dapat melakukan *self regulating* dalam batasan undang-undang dan institusi tertentu.
5. Kepemilikan media pada pihak swasta, kecuali pada saat-saat tertentu untuk keselamatan masyarakat media dapat diambil alih oleh penguasa.

1.5.2 Infografis

Infografis merupakan terjemahan dari Bahasa Inggris “infographic” yang berasal dari kata *information* dan *graphic*. Menurut Merriam-Webster *Dictionary infographic* memiliki makna pengertian sebagai berikut ini: “*a chart, diagram, or illustration (as in a book or magazine, or on a website) that uses graphic elements to present information in a visually striking way*”. Bila didefinisikan kedalam bahasa Indonesia, pengertian tersebut menjelaskan bahwa infografis merupakan bagan, diagram, atau ilustrasi (seperti dalam buku atau majalah, atau di situs web) yang menggunakan elemen grafis untuk menyajikan informasi dengan cara visual yang mencolok

(<https://www.merriam-webster.com/dictionary/infographic>, diakses pada 23 Juli 2020 pukul 05.01 WIB).

Lanin dalam jurnal yang ditulis oleh Tutik Sriyati (2019:20) dengan judul Pemanfaatan Infografis oleh Perpustakaan Indonesia menerangkan bahwa penerjemahan istilah “*infographic*” dalam bahasa Indonesia belum seragam ada yang memakai “infografis”, tetapi ada pula yang memakai “infografik” yang diartikan sebagai informasi yang disampaikan dalam bentuk grafik atau grafis.

Penyajian informasi secara visual telah populer untuk keperluan editorial pada akhir 1930-an dan awal 1940-an dengan majalah *fortune* sebagai salah satu yang paling terkenal untuk penggunaannya. Sejak itu infografis memiliki penerapan yang lebih luas dalam segala hal dari penelitian akademis dan ilmiah sampai pemasaran modern. Jason Lankow, Josh Ritchie dan Ross Crooks (2014:19-21) mengatakan bahwa terdapat terminologi yang dapat digunakan pada infografis, yaitu :

1. Informasi, yang merupakan pengetahuan dalam bentuk kata-kata, angka-angka, atau konsep yang dapat dikomunikasikan.
2. Data, yaitu informasi yang dapat dikuantifikasi
3. Himpunan data, yaitu kumpulan data ter-kategorisasi yang sampai taraf tertentu telah disaring dengan wawasan yang lebih mudah dikenali melalui visualisasi.
4. Desain (rancangan), merupakan konsep, fungsionalitas, dan keluaran grafis yang dimaksudkan untuk memecahkan suatu masalah.

5. Ilustrasi, yaitu penggambaran sebuah benda secara manual atau *vektor* yang kemudian dapat digunakan sebagai ilustrasi untuk menyajikan anatomi sebuah benda atau untuk menambahkan daya tarik estetis.
6. Visualisasi, yaitu merupakan istilah yang memiliki makna “visualisasi informasi” yang dapat berupa visualisasi data atau isyarat-isyarat visual untuk menggambarkan, membedakan, atau menunjukkan hierarki dalam informasi.
7. Visualisasi data, yaitu merupakan penyajian data secara visual atau praktik visualisasi data. Bentuk-bentuk dari visualisasi data antara lain adalah diagram lingkaran (*pie chart*), diagram batang (*bar graph*), diagram garis (*line chart*) dan lain sebagainya yang saling terhubung secara kompleks yang memungkinkan kita mendeteksi kecenderungan-kecenderungan (*trend*), pola-pola, dan data yang dapat digunakan untuk menghasilkan wawasan.
8. Perancangan informasi, yaitu kegiatan menyajikan informasi dalam suatu format visual yang dapat meliputi visualisasi data, visualisasi proses, visualisasi hierarki, visualisasi anatomi, visualisasi kronologi, dan visualisasi fakta-fakta lainnya.
9. Infografis, yaitu kependekan untuk “grafis informasi” yang merupakan format unik yang dicirikan dengan ilustrasi, tipografi besar, dan orientasi memanjang, vertikal yang menampilkan fakta yang juga disebut dengan infografis editorial yang dapat disajikan dalam format-format yang berbeda.

10. Infografis editorial, merupakan infografis yang digunakan dalam publikasi cetak, *online*, atau sebuah *blog*.
11. Unsur-unsur grafis kualitatif, yaitu bentuk apa pun yang tidak numeris, bisa meliputi informasi maupun ilustrasi.
12. Informasi kuantitatif, informasi yang meliputi pengukuran apa pun yang biasanya berbentuk numeris.
13. Narasi, yaitu sebuah pendekatan terhadap perancangan informasi yang bertujuan memandu pemirsa melalui sekumpulan informasi pilihan yang membentuk sebuah cerita.

Andrew Vande Moere dan Helen Purchase dalam Lankow (2014:30) mengatakan bahwa sebuah visualisasi yang baik harus andal; artinya, rancangan harus sesuai untuk informasi yang digambarkannya, visualisasi harus berguna dan memungkinkan pemirsa untuk memetik makna dari situ serta ia harus memiliki daya pikat estetis yang menarik perhatian orang dan menyuguhkan pengalaman visual yang menyenangkan. Berdasarkan kerangka tersebut muncul sebuah landasan kokoh yang dapat digunakan oleh siapa pun untuk menetapkan nilai visualisasi. Jason Lankow, Josh Ritchie dan Ross Crooks menyebut keindahan sebagai daya pikat (*appeal*) dan membagi kegunaan ke dalam komprehensi dan retensi yang kemudian menjadi tiga ketentuan dasar untuk semua metode komunikasi verbal atau visual yang efektif, berikut merupakan penjelasannya:

1. Daya Pikat

Komunikasi harus terjalin dengan *audiens* secara sukarela.

2. Komprehensi

Komunikasi harus dengan efektif menyediakan pengetahuan yang memungkinkan pemahaman yang jelas atas informasi.

3. Retensi

Komunikasi harus tidak mudah dilupakan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Berita

Dean M Lyle Spencer dalam *The Oxford Paperback Dictionary* terbitan *Oxford University Press*, berita dalam bahasa Inggris disebut *News* yang dapat diartikan sebagai “informasi tentang peristiwa-peristiwa terbaru” (<http://jurnal.staiba.ac.id/index.php/Al-Hikmah/article/download/13/11>, diakses pada 23 Juli 2020 pukul 22.29 WIB). Secara etimologis, kata berita berasal dari bahasa Sanskerta *vrit* yang memiliki arti ada atau terjadi atau *vritta* yang artinya kejadian atau peristiwa.

Sementara itu Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan berita adalah cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat (<https://www.google.co.id/amp/s/kbbi.web.id/berita.html>, diakses pada 23 Juli 2020 pukul 22.40 WIB).

Charneley dalam Hikmat (2018:147) mengatakan, bahwa *news is the timely report of facts or opinion of either interest or importance, or both, to a considerable number of people*. Maksudnya yaitu berita adalah laporan tercepat dari suatu peristiwa atau kejadian yang faktual, penting dan menarik bagi sebagian besar pembaca serta menyangkut kepentingan mereka.

Hikmat Kusumaningrat (2018:147) memiliki pandangan, bahwa untuk mendefinisikan berita harus memahami latar belakang negara tempat berita itu

lahir. Dalam pandangannya, arti sebuah berita di antara negara tidak sama, terutama diantara negara-negara yang memiliki sistem pers yang berbeda, misalnya pengertian berita untuk negara-negara yang menganut sistem pers liberal akan berbeda dengan negara-negara yang menganut sistem pers otoriter atau *social responsibility*. Sistem pers komunis mendefinisikan berita tidak dipandang sebagai komoditi: berita bukan barang dagangan. Berita adalah suatu “proses”, yang ditentukan arahnya. Berita tidak didasarkan pada maksud untuk memuaskan nafsu “ingin tahu” segala sesuatu yang “luar biasa” dan “menakjubkan”, melainkan pada keharusan ikut berusaha “mengorganisasikan pembangunan dan pemeliharaan negara sosialis”

Pers barat atau yang biasa disebut dengan sistem pers kebebasan/liberal yang dipelopori oleh Amerika Serikat memandang berita sebagai “komoditi” sebagai “barang dagangan” yang dapat diperjualbelikan. Dalam pandangan mereka karena berita sebagai barang dagangan, maka berita harus menarik. Pers barat mendefinisikan berita sebagaimana definisi yang diberikan oleh “raja pers” dari Inggris, Lord Northcliffe yang menyatakan bahwa, *news is anything out of ordinary* (berita adalah segala sesuatu yang tidak biasa) dan seorang wartawan bernama Walkley menambahkan, “... *combined with the element of surprise*” (digabungkan dengan unsur-unsur yang mengejutkan).

Menurut Romli dalam Hikmat (2018:148), arti dasar berita adalah laporan peristiwa atau peristiwa yang dilaporkan melalui media massa. Sebuah peristiwa tidak disebut sebagai suatu berita jika tidak dipublikasikan di media massa, sehingga diketahui orang banyak. Namun, tidak semua peristiwa layak dilaporkan

ke publik melalui media massa. Dalam konteks inilah muncul pembeda antara kata yang diberi nama informasi dengan berita. Informasi dapat dikategorikan bersifat umum, sehingga berita yakni informasi peristiwa yang masuk media massa maupun informasi yang bukan berita karena tidak masuk media massa, keduanya informasi. Namun informasi suatu peristiwa yang tidak masuk media massa, tidak dapat dikategorikan sebagai berita.

Setidaknya ada delapan konsep berita yang dapat dijadikan sebagai acuan konsepsi berita (Hikmat, 2018:148-149) , yaitu :

1. Berita sebagai laporan tercepat (*news as timely report*).
2. Berita sebagai rekaman (*news as record*).
3. Berita sebagai fakta objektif (*news as objective facts*).
4. Berita sebagai interpretasi (*news as interpretation*).
5. Berita sebagai sensasi (*nes as sensation*).
6. Berita sebagai minat insani (*news as human interest*).
7. Berita sebagai ramalan (*news as prediction*).
8. Berita sebagai gambar (*news as picture*).

Untuk memenuhi indikator berita yang berdasarkan fakta, maka para ilmuwan “sepakat” bahwa berita itu harus memenuhi unsur jawaban dari enam pertanyaan, yaitu 5W+1H. Berita harus memenuhi jawaban dari *what*: Apa yang terjadi, *who*: Siapa yang terlibat, *when*: Kapan peristiwa itu terjadi, *why*: Mengapa peristiwa itu terjadi, dan *how*: Bagaimana proses terjadinya. Dengan jawaban dari enam pertanyaan, maka dapat dianggap fakta yang merupakan dasar berita sudah

terpenuhi, sehingga 5W+1H sering disebut sebagai rumus berita dan menjadi rujukan bagi para wartawan pemula ketika hendak mencari berita.

Menurut Padje dalam Hikmat (2018:150) unsur 5W+1H dalam *lead* sesungguhnya tidak sekedar ringkasan, akan tetapi justru merupakan inti dari berita. *Lead* berita juga berfungsi sebagaimana intro dalam sebuah musik. Karena itu tidak jarang *lead* selalu diistilahkan dengan *teaser* (Widodo dalam Hikmat, 2018:150), penggoda, karena pada hakikatnya bagian awal dari tulisan tak ubahnya seperti penggoda agar pembaca tertarik untuk terus membaca.

Pada era kekinian, ketika khalayak masyarakat Indonesia sangat kritis, rumus 5W+1H bagi wartawan ketika menulis berita belum cukup. Berita yang baik sekarang ini harus memenuhi rumus 5W+1H+S+B. Tambahan huruf S dalam rumus tersebut merupakan singkatan dari *safety*, yang artinya aman. Seorang wartawan ketika menulis berita dan berita tersebut diturunkan melalui media massa, baik media cetak, media elektronik maupun media sosial harus (Hikmat, 2018:152-153) memenuhi empat aman, yaitu:

1. Wartawan harus yakin beritanya itu aman bagi dirinya sendiri, bagi wartawan. Berita tersebut tidak akan berdampak buruk bagi wartawan, baik dibenci orang, dicelakai oleh, bahkan dibunuh orang atau sampai wartawan dituntut oleh orang lain secara hukum.
2. Wartawan harus meyakini, bahwa berita yang diturunkannya melalui media massa aman bagi orang lain dalam hal ini khalayak pembaca. Wartawan harus menjamin beritanya tidak menyesatkan, membohongi,

memfitnah, mencemarkan nama baik, atau bentuk lainnya yang dapat merugikan khalayak.

3. Wartawan harus meyakini, bahwa berita yang akan diturunkannya melalui media massa aman bagi narasumber atau sumber informasi. Wartawan harus mengenali dan memahami posisi sumber informasi, apakah ia bisa diinformasikan secara terbuka kepada khalayak atau sebaliknya cukup inisial, gambar belakang, di-*bluring*, atau lainnya.
4. Wartawan harus meyakini, bahwa berita yang akan diturunkannya melalui media massa aman bagi perusahaannya tempat bekerja.

Tambahan huruf B dalam rumus diatas adalah bisnis. Bisnis yang dimaksud dalam rumus ini adalah berita yang diturunkan oleh wartawan tersebut harus *marketable*. Media massa yang memuat berita tersebut harus diuntungkan secara ekonomis, misalnya pemberitaan wartawan dapat berdampak pada kenaikan oplah: koran menjadi laku dan *rating*-nya tinggi pada lembaga penyiaran.

Wahyudi dalam Hikmat (2018:155) mengatakan bahwa suatu peristiwa dan pendapat dapat dijadikan berita apabila memenuhi empat syarat yaitu menarik, penting, masih baru, aman bila disiarkan dan isi pesan harus mengandung nilai kebenaran. Ia juga mengatakan bahwa suatu peristiwa atau ucapan mengandung nilai berita apabila peristiwa atau ucapan itu menarik, penting, atau mengandung nilai aktualitas. Aktualitas yang dimaksud yaitu berita tentang sesuatu itu masih baru dan belum pernah disiarkan/dipublikasikan sebelumnya. Semakin cepat berita maka akan semakin tinggi nilai aktualitasnya,

namun juga harus tetap memenuhi kriteria-kriteria pokok dalam penulisan berita. Selain aktual, suatu berita juga harus memiliki sifat faktual. M. Wonohito dalam Hikmat (2018:155) mengatakan bahwa fakta adalah sesuatu yang benar terjadi dan mengandung nilai kebenaran dengan kata lain fakta adalah situasi dan kondisi apa adanya sesuai dengan kenyataan, didukung oleh fakta, data objektif dan aktual.

Romli (2018:72) mengatakan bahwa berita adalah laporan peristiwa terbaru namun ia juga menambahkan bahwa tidak semua peristiwa layak untuk dilaporkan (diberitakan). Yang layak untuk dilaporkan hanyalah peristiwa yang memenuhi kriteria “nilai berita” (*news values*), nilai-nilai berita yang dimaksudkan oleh Romli yaitu :

1. *Impact* (berdampak atau berpengaruh).
2. *Proximity* (adanya kedekatan geografis dan psikologis dengan publik).
3. *Timeliness* (baru).
4. *Prominence* (ketokohan orang yang terlibat atau menjadi subyek peristiwa, misal seperti selebritas atau tokoh politik).
5. *Novelty* (hal baru, asing, aneh, unik, tidak lazim).
6. *Conflict* (perang, politik, dan kriminalitas).

Agar efektif, berita harus disusun dengan menggunakan bahasa jurnalistik yang memiliki karakter utama seperti bahasa yang digunakan sederhana, lugas tidak bertele-tele, hemat kata dengan memilih kata-kata dan kalimat yang ringkas

agar naskah yang diproduksi memiliki efektifitas yang bagus, dan juga menghindari kata-kata yang tidak perlu dan tidak bermakna (Romli, 2018:73-75).

2.2 Media Massa

Perkembangan komunikasi telah melalui empat fase. Fase tersebut dikemukakan oleh Rogers 1986 (dalam Nasrullah, 2014:2) , yang secara langsung maupun tidak berpengaruh pada kemunculan media komunikasi itu sendiri. Fase-fase tersebut diantaranya adalah media tulisan (*The Writing Era*), masa media komunikasi tercetak (*The Printing Era*), era komunikasi yang sudah memanfaatkan teknologi namun masih sederhana (*Telecommunication Era*) dan masa dimana media lebih interaktif dari sebelumnya (*Interactive Communication Era*). Pada masa terakhir, mulai ditemukannya perangkat komputer dan kemajuan teknologi lainnya. (Nasrullah, 2014:2)

Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa media adalah alat (sarana) komunikasi, seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk. Namun, pemahaman tersebut berhenti pada definisi yang ditawarkan oleh Luhmann (2000:2), bahwa apa yang disebutkan itu pada dasarnya dikenal sebagai media massa (*mass media*) yang berarti tidak adanya interaksi diantara pengirim pesan (*sender*) dan penerima pesan (*receiver*). (Nasrullah, 2014:2)

Media Massa memiliki beberapa karakteristik, diantaranya yaitu :

1. Bersifat Melembaga

Artinya, pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan pengelolaan sampai pada penyajian informasi.

2. Bersifat Satu Arah

Komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Hal tersebut didukung juga dengan reaksi atau umpan balik antara keduanya biasanya memerlukan waktu dan tertunda.

3. Meluas dan Serempak

Artinya, dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, sehingga informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada waktu yang sama.

4. Memakai Peralatan Teknis atau Mekanis

Misalnya penggunaan radio, televisi, surat kabar dan lain-lain.

5. Bersifat Terbuka

Artinya, pesan dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa batasan usia, jenis kelamin dan suku bangsa (Cangara, 2010:126).

2.3 Media Online

Media *Online* disebut juga dengan istilah Digital Media adalah media yang tersaji secara *online* dengan bantuan jaringan internet. Pengertian Media *Online* dibagi menjadi dua yaitu secara umum dan khusus. Media *Online* secara umum

yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet dengan isi teks, foto, video dan suara.

Pengertian secara umum ini, memaknai media *online* sebagai sarana komunikasi secara *online*. Hal tersebut menjadikan *e-mail* (surat elektronik), *mailing list*, *website*, whatsapp dan media sosial (sosial media) lainnya masuk dalam kategori media *online*. Pengertian media secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Dalam bidang keilmuan komunikasi massa, media memiliki karakteristik tertentu seperti publisitas dan periodisitas.

Menurut definisi, Romli dalam bukunya yang berjudul *Jurnalistik Online; Panduan Mengelola Media Online* (2018:34), menjelaskan bahwa media *online* (*online media*) disebut juga sebagai *cybermedia* (media siber), *internet media* (media internet), dan *new media* (media baru) dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet. Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) yang dikeluarkan oleh Dewan Pers mengartikan media siber sebagai “segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang pers dan standar perusahaan pers yang ditetapkan oleh Dewan Pers”.

Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media *online* (Romli, 2018:35) menjadi objek kajian teori “media baru” (*new media*), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja, di mana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif,

partisipasi kreatif dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi “*real time*”. *New media* merupakan penyederhanaan istilah (simplifikasi) terhadap bentuk media di luar lima media massa konvensional seperti televisi, radio, majalah, koran dan film. Sifat *new media* adalah cair (*fluids*), konektivitas individual, dan menjadi sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan (Chun dalam Romli, 2018:35)

Salah satu desain media *online* yang paling sering diaplikasikan dalam praktik jurnalistik modern adalah berupa situs berita. Situs berita atau portal informasi merupakan pintu gerbang informasi yang memungkinkan pengaksesan informasi memperoleh aneka fitur fasilitas teknologi *online* dan berita di dalamnya. Konten dalam situs tersebut merupakan perpaduan layanan interaktif yang terkait informasi secara langsung. Layanan yang dimaksud contohnya yaitu tanggapan langsung, forum diskusi, pencarian artikel, kuis dan lain-lain.

Secara teknis atau fisik, media *online* adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Media yang termasuk media *online* adalah portal, website (situs web termasuk blog dan media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter*), radio *online*, TV *online*, dan email. Media *online* berupa situs berita (Romli, 2018:36) bisa diklasifikasikan menjadi lima kategori, yaitu

1. Situs berita berupa “edisi *online*” dari media cetak surat kabar atau majalah.
2. Situs berita berupa “edisi *online*” dari media penyiaran radio.

3. Situs berita berupa “edisi *online*” dari media penyiaran televisi.
4. Situs berita berupa “edisi murni” yang tidak terkait dengan media cetak atau media elektronik.
5. Situs “indeks berita” yang hanya memuat *link-link* berita dari situs berita lain.

Sama seperti media lainnya, media *online* juga memiliki karakteristik berupa keunggulan dan kekurangan dibandingkan dengan media konvensional (Romli, 2018:37-38) seperti media cetak dan elektronik, kelebihanannya yaitu :

1. Multimedia: dapat memuat atau menyajikan berita/informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan.
2. Aktualitas: berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
3. Cepat: begitu diposting atau di upload, langsung bisa diakses semua orang.
4. Update: pembaruan (*updating*) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahan ketik/ejaan.
5. Kapasitas luas: halaman web bisa menampung naskah sangat panjang.
6. Fleksibilitas: pembuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan dimana saja, juga jadwal terbit (*update*) bisa kapan saja, setiap saat.
7. Luas: menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
8. Interaktif: dengan adanya fasilitas kolom komentar dan *chat room*.

9. Terdokumentasi: informasi tersimpan di “bank data” (arsip) dan dapat ditemukan melalui “*link*”, “artikel terkait”, dan fasilitas “cari” (*search*).
10. *Hyperlinked*: terhubung dengan sumber lain (*links*) yang berkaitan dengan informasi yang tersaji.

Ada karakter media *online* yang menjadi kekurangannya, yaitu :

1. Ketergantungan terhadap perangkat komputer dan koneksi internet.
2. Bisa dimiliki dan dioperasikan oleh “sembarang orang”.
3. Adanya kecenderungan mata “mudah lelah” saat membaca informasi pada media *online* khususnya pada naskah yang panjang.
4. Akurasi sering terabaikan dikarenakan lebih mengutamakan kecepatan.

2.4 Jurnalistik

Secara etimologis jurnalistik berasal dari kata *journal*. Dalam bahasa Perancis, *journal* berarti catatan atau laporan harian. Dalam kamus, jurnalistik diartikan sebagai kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis untuk surat kabar, majalah, atau berkala lainnya (Assegaff dalam Hikmat, 2018:88). Pengertian jurnalistik dari etimologi, berasal dari dua suku kata, yakni jurnal dan istik. Jurnal berasal dari bahasa Perancis *journal* yang berarti catatan harian. Dalam bahasa latin yaitu *diurna* yang mengandung arti hari ini. Pada zaman Kerajaan romawi Kuno saat Julius Caesar berkuasa, dikenal istilah *acta diurna* yang berarti rangkaian akta, gerakan, kegiatan, dan kejadian sehari-hari. Arti istik

merujuk pada istilah estetika yang berarti ilmu pengetahuan tentang keindahan. Keindahan yang dimaksud adalah mewujudkan berbagai karya seni dan atau keterampilan dengan menggunakan bahan-bahan yang diperlukan, seperti kayu, batu, kertas, cat atau suara termasuk di dalamnya semua macam bangunan, kesusasteraan. Dan musik yang mengandung nilai seni atau keindahan. Oleh karena itu jurnalistik dapat diartikan sebagai suatu karya seni dalam bentuk catatan peristiwa sehari-hari yang memiliki nilai keindahan, sehingga menarik perhatian khalayak pembaca, pendengar dan pemirsa (Hikmat, 2018:88).

Pengertian jurnalistik sangat luas dan dikemukakan oleh banyak tokoh. Salah satu tokoh yang menjelaskan tentang jurnalistik adalah Edwin Emery (pakar hukum komunikasi). Edwin mengatakan, dalam jurnalistik selalu harus ada unsur kesegaran waktu (*timeliness* atau aktualitas). Menurut Ensiklopedi Indonesia, jurnalistik adalah bidang profesi yang mengusahakan penyajian informasi tentang kejadian atau kehidupan sehari-hari (pada hakikatnya dalam bentuk penerangan, penafsiran dan pengkajian) secara berkala, dengan menggunakan sarana-sarana penerbitan yang ada. Secara harfiah, jurnalistik artinya kewartawanan atau hal-hal pemberitaan. Pengertian istilah jurnalistik juga dapat ditinjau dari tiga sudut pandang, di antaranya adalah:

1. Harfiah

Artinya, jurnalistik (*journalistic*) artinya kewartawanan atau kepenulisan. Kata dasarnya “jurnal” (*journal*), artinya laporan atau catatan. Asal muasal kata

jurnalistik berasal dari bahasa Yunani Kuno, “du jour” yang berarti hari. Maksudnya, kejadian hari ini yang diberitakan dalam lembaran tercetak.

2. Konseptual/Teoritis

Secara konseptual, jurnalistik dapat dipahami dari tiga sudut pandang yaitu yang pertama disebut proses. Sebagai proses, jurnalistik adalah aktivitas mencari, mengolah, menulis dan menyebarluaskan informasi kepada publik melalui media massa. Aktivitas ini biasanya dilakukan oleh wartawan (jurnalis). Kedua adalah teknik. Teknik yang dimaksud dalam jurnalistik adalah keahlian atau keterampilan (*skill*) menulis karya jurnalistik (berita, artikel dan lain-lain) termasuk keahlian dalam pengumpulan bahan penulisan seperti peliputan peristiwa (reportase) dan wawancara. Terakhir yaitu sebagai ilmu. Jurnalistik adalah bidang kajian mengenai pembuatan dan penyebarluasan informasi (peristiwa, opini, pemikiran dan lain-lain) melalui media massa. Jurnalistik juga termasuk dalam ilmu terapan yang dinamis dan terus berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta dinamika pada masyarakat itu sendiri. Jurnalistik termasuk dalam bidang kajian ilmu komunikasi, yakni ilmu yang mengkaji proses penyampaian pesan, gagasan, pemikiran atau informasi kepada orang lain dengan maksud memberitahu, mempengaruhi atau tujuan tertentu.

3. Praktis

Secara praktis, jurnalistik adalah proses pembuatan informasi atau berita (*news processing*) dan menyebarluaskan melalui media massa. Dari pengertian

jurnalistik secara praktis ini, dapat dilihat terdapat empat komponen dalam dunia jurnalistik. Empat komponen tersebut yaitu :

a. Informasi

Informasi adalah pesan, ide, laporan atau pemikiran. Dalam dunia jurnalistik, informasi yang dimaksud adalah *news* (berita) dan *views* (opini).

b. Penyusunan Informasi

Informasi yang disajikan pada sebuah media massa tentu harus dibuat atau disusun terlebih dahulu. Penyusunan berita menjadi tugas dari bagian redaksi (Editorial Department). Mulai dari Redaktur pelaksana hingga wartawan.

c. Penyebarluasan Informasi

Penyebarluasan informasi yakni informasi yang sudah dikemas dalam bentuk media massa (cetak) diserahkan kepada bagian distribusi agar tersebar luas kepada masyarakat.

d. Media Massa

Media massa adalah sarana komunikasi massa (*channel of mass communication*). Komunikasi massa sendiri artinya proses penyampaian pesan, gagasan atau informasi kepada orang banyak (publik) secara serentak (<https://eprints.unm.ac.id/10353/1/Jurnalistik%20Olahraga%20%28Wahyudin%20%28%29.pdf> diakses pada 10 Juli 2020, pukul 08:25).

Jurnalistik memiliki berbagai fungsi. Fungsi dalam Jurnalistik menurut Muhtadi (1999: 28), hadirnya kegiatan jurnalistik di masyarakat memiliki fungsi yang harus dipenuhi, yaitu:

a. Fungsi menyiarkan informasi

Pers berfungsi melayani kebutuhan masyarakat akan informasi tentang peristiwa yang terjadi, kenyataan sosial yang berkembang, gagasan dan pikiran orang yang sedang ramai diperbincangkan, isu yang sedang dibicarakan orang banyak dan lain-lain.

b. Fungsi mendidik

Memberikan pengetahuan melalui pesan-pesan media yang dapat mengubah pola pikir, sikap dan perilaku publik. Media telah berhasil memainkan salah satu fungsinya sebagai saluran politik yang efektif dalam melakukan Pendidikan sosial, politik, moral dan berbagai arti kehidupan lainnya secara massal.

c. Fungsi menghibur

Secara umum media massa memang memiliki fungsi menghibur, secara khusus pers juga bersifat menghibur dengan membuat materi-materi yang lebih bersifat hiburan dengan maksud mengimbangi berita-berita berat serta tulisan yang menuntut pemikiran.

d. Fungsi mempengaruhi

fungsi mempengaruhi menjadi fungsi terpenting dalam pers. Surat kabar berusaha mempengaruhi audiensnya melalui artikel-artikel, tajuk rencana dan karikatur-karikatur. Daya persuasi pers dalam mempengaruhi massa juga dilakukan dengan mengangkat tulisan yang mengandung aspek manusiawi (*human interest*).

2.5 Jurnalistik *Online*

Perkembangan internet membuat efek baru pada dunia jurnalistik, yaitu munculnya jurnalistik *online*. Media *online* menjadi pilihan masyarakat dalam mengakses berita daripada media lain seperti radio, televisi atau media cetak yang kini mulai ditinggalkan. Jurnalistik *online* (*online journalism*)-disebut juga *cyber journalism*, jurnalistik internet dan jurnalistik web (*web journalism*)-merupakan “generasi baru” jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak, seperti surat kabar) dan jurnalistik penyiaran (*broadcast journalism*-radio dan televisi) (Romli, 2018: 15).

Kelebihan berita yang ditulis dalam media *online* adalah biasanya tulisannya lebih sedikit daripada media lain, namun singkat dan jelas. Waktu ditayangkannya pun lebih cepat dan faktual karena sangat mudah dalam meng-*update* berita. Dalam (Wendratama, 2017: 7) kelebihan lain media *online* dijelaskan dapat menyampaikan liputan yang lebih panjang dan mendalam daripada media cetak. Selain itu, media *online* sangat membuka partisipasi khalayak terhadap liputan, terutama hubungannya dengan media sosial.

Dalam buku *Jurnalistik Online* (Romli, 2018:17) Paul Bradshaw dalam “*Basic Principle of Online Journalism*” (onlinejournalismblog.com) menyebutkan, ada lima prinsip dasar jurnalistik *online* yang disingkat BA-S-I-C, yakni *Brevity, Adaptability, Scannability, Interactivity, Community and Conversation*.

a. Keringkasan (*Brevity*)

Berita *online* dituntut untuk bersifat ringkas untuk menyesuaikan kehidupan manusia dan tingkat kesibukannya yang semakin tinggi. Dewasa ini khalayak semakin disibukkan dengan berbagai rutinitas, sehingga hanya memiliki sedikit waktu untuk membaca dan segera ingin mendapatkan informasi. Maka, jurnalisme *online* sebaiknya berisi tulisan yang ringkas. Hal ini juga sesuai dengan salah satu kaidah bahasa jurnalistik KISS, yaitu *Keep It Short and Simple*.

b. Kemampuan beradaptasi (*Adaptability*)

Wartawan *online* dituntut agar mampu menyesuaikan diri di tengah kebutuhan preferensi publik. Adanya kemajuan teknologi, jurnalis dapat menyajikan berita dengan berbagai cara seperti menyediakan format suara (audio), video, gambar dan lain-lain dalam suatu berita.

c. Dapat dipindai (*Scannability*)

Untuk memudahkan audien, situs-situs terkait dengan jurnalistik *online* hendaknya memiliki sifat dapat dipindai. Hal ini dibutuhkan agar pembaca tidak perlu merasa terpaksa dalam membaca informasi atau berita.

d. Interaktivitas (*Interactivity*)

Timbal balik dari khalayak kepada jurnalis dalam jurnalisme *online* sangat dimungkinkan dengan adanya akses yang semakin luas. Pembaca dibiarkan menjadi pengguna. Hal ini semakin penting karena audiens merasa dirinya dilibatkan. Maka mereka akan semakin dihargai dan senang membaca berita yang ada.

e. Komunitas dan percakapan (*Community and Conversation*)

Media *online* memiliki peran yang lebih besar daripada media cetak atau media konvensional lainnya, yaitu sebagai penjaring komunitas. Jurnalis *online* juga harus memberikan jawaban atau timbal balik kepada publik sebagai balasan atas interaksi yang dilakukan oleh khalayak.

Jurnalistik *online* dicirikan sebagai praktik jurnalistik yang mempertimbangkan berbagai format media untuk menyusun isi liputan. Terjadinya interaksi sangat memungkinkan antara jurnalis dan khalayak dan menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber-sumber *online* lainnya.

Kemampuan interaktivitas jurnalistik *online* dianggap mampu meruntuhkan aturan lama tradisi jurnalistik, bahwa “kebenaran faktual” terletak pada praktik jurnalistik karena hanya wartawan yang tahu dan memutuskan informasi seperti apa yang dibutuhkan oleh khalayak. Kebenaran faktual, objektivitas dan imparialitas tidak lagi dibangun dalam ruang senyap editor, namun dipertukarkan antara jurnalis dan khalayak.

2.6 Virus Corona

Corona virus atau virus *corona* merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan infeksi saluran pernapasan atas ringan hingga sedang, seperti penyakit flu. Banyak orang terinfeksi virus ini, setidaknya satu kali dalam hidupnya. Namun, beberapa jenis virus *corona* juga bisa menimbulkan penyakit yang lebih serius, seperti:

1. Middle East Respiratory Syndrome (MERS-CoV).
2. Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS-CoV).
3. Pneumonia.

SARS muncul pada November 2002 di Tiongkok, menyebar ke beberapa negara lain. Mulai dari Hongkong, Vietnam, Singapura, Indonesia, Malaysia, Inggris, Italia, Swedia, Swiss, Rusia, hingga Amerika Serikat. Epidemik SARS yang berakhir hingga pertengahan 2003 itu menjangkiti 8.098 orang di berbagai negara. Setidaknya 774 orang mesti kehilangan nyawa akibat penyakit infeksi saluran pernapasan berat tersebut. Sampai saat ini terdapat tujuh *corona virus* (HCoV) yang telah diidentifikasi, yaitu:

1. HCoV-229E.
2. HCoV-OC43.
3. HCoV-NL63.
4. HCoV-HKU1.
5. SARS-COV (yang menyebabkan sindrom pernapasan akut).

6. MERS-COV (sindrom pernapasan Timur Tengah).
7. COVID-19 atau dikenal juga dengan *Novel Coronavirus* (menyebabkan wabah pneumonia di kota Wuhan, Tiongkok pada Desember 2019 dan menyebar ke negara lainnya mulai Januari 2020). Indonesia sendiri mengkonfirmasi adanya kasus *Covid 19* dari Maret 2020. (<https://www.halodoc.com/kesehatan/coronavirus>, diakses pada 11 Juni 2020 pukul 09:15)

Gejala umum berupa demam $\geq 38^{\circ}\text{C}$, batuk kering, dan sesak napas. Jika ada orang yang dalam 14 hari sebelum muncul gejala tersebut pernah melakukan perjalanan ke negara terjangkit, atau pernah merawat/kontak erat dengan penderita *COVID-19*, maka terhadap orang tersebut akan dilakukan pemeriksaan laboratorium lebih lanjut untuk memastikan diagnosisnya.

Seperti penyakit pernapasan lainnya, *Covid-19* dapat menyebabkan gejala ringan termasuk sakit tenggorokan, pilek, batuk dan demam. Sekitar 80% kasus dapat pulih tanpa perlu perawatan khusus. Walaupun angka kematian penyakit ini masih rendah (sekitar 3%), namun bagi orang yang berusia lanjut dan orang-orang dengan kondisi medis tertentu (seperti diabetes, penyakit jantung dan tekanan darah tinggi) mereka biasanya lebih rentan menjadi sakit parah. Melihat perkembangan hingga saat ini, lebih dari 50% kasus memberi konfirmasi angka kesembuhan meningkat.

Proses terinfeksi penderitanya dari *COVID-19* karena virus ini menyebar melalui tetesan kecil (*droplet*) dari hidung atau mulut pada saat batuk atau bersin.

Droplet tersebut kemudian jatuh pada benda di sekitarnya kemudian ada orang lain yang menyentuhnya. Maka orang tersebut dapat terinfeksi *COVID-19*. Atau bisa juga seseorang terinfeksi *Covid-19* ketika tanpa sengaja menghirup *droplet* penderita. Hal inilah yang menyebabkan penyebaran virus menjadi sangat cepat dan disebut sebagai pandemi.

Waktu yang diperlukan sejak tertularnya seseorang pada *Covid-19* hingga muncul gejala disebut masa inkubasi. Saat ini, diketahui masa inkubasi virus tersebut diperkirakan 1-14 hari. Perkiraan ini dapat berubah sesuai perkembangan kasus. Sampai saat ini belum ada vaksin yang mencegah infeksi virus *corona*. Namun setidaknya ada beberapa cara yang bisa dilakukan untuk mengurangi risiko terjangkitnya virus ini. Beberapa upaya yang dapat dilakukan yaitu :

1. Sering mencuci tangan dengan sabun air selama 20 detik hingga bersih.
2. Hindari menyentuh wajah, hidung atau mulut saat tangan dalam keadaan kotor atau belum dicuci.
3. Hindari kontak langsung atau berdekatan dengan orang sakit.
4. Mensterilkan permukaan benda yang sering atau akan digunakan.
5. Tutup hidung dan mulut ketika bersin dengan tisu, kemudian cuci tangan hingga bersih.
6. Menggunakan masker dan segera berobat ke fasilitas kesehatan ketika mengalami gejala penyakit saluran napas.

Gambar 2.1

Gejala dan proses penularan Covid-19



Sumber : <https://www.halodoc.com/kesehatan/coronavirus>

2.7 Analisis Isi

Secara umum analisis isi kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Analisis isi ditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak (*manifest*), dan dilakukan secara objektif, valid, reliabel, dan dapat direplikasi (Eriyanto, 2015: 15).

Menurut Eriyanto dalam bukunya Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, ciri khas dari analisis isi adalah:

a. Objektif

Salah satu ciri penting dari analisis isi adalah objektif. Penelitian dilakukan untuk mendapatkan gambaran dari suatu isi secara apa adanya, tanpa adanya campur tangan dari peneliti. Penelitian menghilangkan bias, keberpihakan, atau kecenderungan tertentu dari peneliti. Analisis isi memang menggunakan manusia (*human*), tetapi ini harus dibatasi sedemikian rupa sehingga subjektivitas ini tidak muncul. Hasil dari analisis isi adalah benar-benar mencerminkan isi dari suatu teks, dan bukan akibat dari subjektivitas (keinginan, bias, atau kecenderungan tertentu) dari peneliti. Ada dua aspek penting dari objektivitas, yakni validitas dan reliabilitas.

b. Sistematis

Analisis isi selain objektif, juga harus sistematis. Sistematis ini bermakna, semua tahapan dan proses penelitian telah dirumuskan secara jelas, dan sistematis.

c. *Replicable*

Salah satu ciri penting dari analisis isi yaitu ia harus *replicable*. Penelitian dengan tujuan tertentu dapat diulang dengan menghasilkan temuan yang sama pula. Hasil dari analisis isi sepanjang menggunakan bahan dan teknik yang sama, harusnya juga menghasilkan temuan yang sama. Temuan yang sama ini berlaku untuk peneliti yang berbeda, waktu yang berbeda, dan konteks yang berbeda.

d. Isi yang tampak (*Manifest*)

Ada perbedaan di antara para ahli dalam melihat apakah analisis isi hanya melihat isi yang tampak (manifes) ataukah juga dapat dipakai untuk melihat isi yang tidak tampak (latent). Menurut Neuendorf dan Krippendorff yang dikutip dari Eriyanto dalam bukunya Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, menyatakan bahwa analisis isi dapat dipakai untuk melihat semua karakteristik dari isi, baik yang tampak ataupun tidak tampak. Adapun Barelson dan Holsti yang dikutip dari Eriyanto dalam bukunya Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, menilai bahwa analisis isi hanya dapat dipakai untuk menyelidiki isi yang tampak. Dari kedua

pendapat tersebut, Eriyanto berpendapat bahwa analisis isi hanya dapat dipakai untuk melihat isi yang tampak (*manifest*) saja. Analisis isi tidak dapat dipakai untuk menilai isi yang tidak tampak (*latent*). Sebab pertama, analisis isi harus dibedakan dari penelitian lain yang juga meneliti mengenai isi, seperti semiotika, *framing*, wacana, naratif, dan hermeneutik. Ciri khas dari analisis isi kuantitatif ialah ia hanya dapat dipakai untuk meneliti pesan yang tampak. Kedua, aspek penting dari analisis isi ialah harus objektif-intersubjektif, reliabel, valid, dan *replicable*.

e. Perangkuman (*Summarizing*)

Ciri lain dari analisis isi yaitu ditujukan untuk membuat perangkuman. Analisis isi umumnya dibuat untuk membuat gambaran umum karakteristik dari suatu isi/pesan. Analisis isi sebaliknya tidak berpretensi untuk menyajikan secara detail satu atau beberapa kasus isi. Analisis isi dapat dikategorikan sebagai penelitian yang bertipe nomotetik yang ditujukan untuk membuat generalisasi dari pesan, dan bukan penelitian jenis (*idiographic*) yang umumnya bertujuan membuat gambaran detail dari suatu fenomena.

f. Generalisasi

Analisis isi tidak hanya bertujuan untuk melakukan perangkuman tetapi juga berpretensi untuk melakukan generalisasi. Ini terutama jikalau analisis isi menggunakan sampel. Hasil dari analisis isi dimaksudkan

untuk memberikan gambaran populasi. Analisis isi tidak dimaksudkan untuk menganalisis secara detail satu demi satu kasus (Eriyanto, 2015: 16- 30).

Uraian di atas dapat disimpulkan bahwa analisis isi dapat didefinisikan sebagai suatu teknik atau metode penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi isi dari sebuah teks. Analisis Isi mempunyai ciri khas yaitu sifatnya yang objektif, sistematis, *replicable*, *manifest* (isi yang tampak), dapat dirangkum serta dapat digeneralisasi.

2.8 Infografis/Infografik

Nuning Kurniasih dalam jurnalnya yang berjudul “Komunikasi, Informasi dan Perpustakaan di Era Global” mengatakan bahwa Infografis (*Infographics*) merupakan singkatan dari *Information + Graphics*. Infografis merupakan visualisasi data, gagasan, informasi atau pengetahuan melalui bagan, grafis, jadwal dan lainnya agar data, gagasan, informasi atau pengetahuan dapat disajikan lebih dari sekedar teks dan memiliki dampak visual yang cukup kuat dan lebih menarik. Dengan demikian akan menggugah kesadaran pembacanya untuk memahami data, gagasan, informasi atau pengetahuan lebih cepat dan tepat.

Adapun tujuan dibuatnya infografis adalah :

1. Untuk mengkomunikasikan pesan yang kompleks menjadi lebih sederhana.
2. Dapat mempresentasikan informasi lebih singkat dan mudah dipahami.

3. Dapat menjelaskan data lebih mudah.
4. Dapat memonitor secara periodik setiap parameter perubahan.

Pada jurnal yang ditulis oleh Nuning Kurniasih yang merupakan dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran, Krum mengatakan bahwa tujuan infografis adalah sama dengan *public speaking*. Tujuan dari infografis dapat dibagi menjadi tiga kategori yaitu untuk menginformasikan, menghibur dan mempersuasi *audiens* sehingga *audiens* memberikan perhatian, menyempatkan untuk membaca, menyimpulkan dan melakukan aksi sesuai apa yang ada di dalam infografis.

Nuning pada jurnalnya mengatakan bahwa terdapat tiga elemen infografis, yaitu :

1. Material, berupa data, informasi atau pengetahuan yang akan menjadi materi atau isi dalam infografis. Tanpa materi berupa data, informasi atau pengetahuan, infografis tidak akan bisa dibuat.
2. Kreator berupa perangkat lunak (*software*) yang akan mendukung pembuatan sebuah infografis.
3. Elemen visual berupa koding warna, grafis dan ikon yang akan dipergunakan dalam infografis. Elemen visual ini harus sesuai dengan isi, tujuan dan target *audience* dari dibuatnya infografis ini.

Artacho-Ramírez, Diego-Mas, & Alcaide Marzal mengatakan dalam jurnal yang ditulis oleh Nuning bahwa terdapat pula jenis-jenis dari infografis, yaitu :

1. Infografis yang berdasarkan pada Statistik (*Statistical Based*)
Infografis yang berdasarkan pada statistik mencakup diagram, bagan, grafis, tabel dan daftar yang dapat meninjau informasi statistik.
2. Infografis yang berdasarkan pada Jadwal (*Timeline Based*)
Infografis yang berdasarkan pada jadwal menunjukkan urutan kejadian dari waktu ke waktu dan juga memungkinkan *audiens* memahami hubungan kronologis secara cepat. Tipe ini dapat ditunjukkan dalam bentuk tabel, paragraf tahun demi tahun, dsb.
3. Infografis yang berdasarkan pada proses (*Process Based*) atau dapat dipergunakan juga untuk menjelaskan tentang ruang kerja, pabrik atau kantor sehingga pembaca memahami ruang terbatas secara praktis.
4. Infografis yang berdasarkan pada lokasi atau geografi. Dengan mempergunakan *Geographic Information System*, peta dapat dipertimbangkan sebagai cara terbaik untuk menunjukkan infografis berdasarkan geografi. Ada banyak notasi GIS yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi jalan, kereta, tempat wisata, rumah sakit, bandara, dsb. Selain notasi, hal penting lainnya yang harus diperhatikan adalah penggunaan skala atau rasio yang tepat.

2.9 Infografis Editorial

Bentuk paling awal infografis Editorial modern pertama kali muncul secara mencolok pada abad ke 19, infografis editorial dapat juga disebut sebagai jurnalisme data. Jason Lankow, Josh Ritchie dan Ross Crooks (2014:114) mengatakan infografis editorial adalah infografis yang menggunakan dan memasukkan unsur-unsur pendekatan naratif dalam pengaplikasiannya.

Infografis Editorial dirancang sebagai alat yang memiliki daya pikat massal yang menempatkan produser konten (dalam hal ini merek) sebagai sumber informasi dalam suatu industri atau tentang suatu topik. Infografis editorial harus mampu untuk mengangkat topik-topik yang menarik dan cakupan yang luas. Semakin lebar dan semakin menarik sebuah topik, makin besar potensi infografis untuk mewabah seperti virus dan makin besar pula peluangnya untuk terdistribusi secara luas.

Infografis editorial jika dilaksanakan dengan benar dapat memberikan nilai tambah dalam kehidupan pembaca, entah melalui informasi yang disampaikan atau dengan cara menghibur *audiens* dengan tampilan infografis yang memikat, ilustratif dan memanjakan mata. Namun ketika infografis dikerjakan dengan buruk, maka para pembaca akan menganggap sebuah infografis editorial yang diciptakan dianggap sebagai upaya licik produser konten (dalam hal ini merek) untuk menjual sesuatu kepada orang yang barangkali tidak pernah menginginkannya. Maka hal yang perlu menjadi perhatian dalam memproduksi sebuah infografis editorial adalah memikirkan dan memberikan konsep secara matang mengenai pengalaman seperti apa yang nantinya ingin diberikan oleh

sebuah merek kepada para *audiens* nya, baik kepada para *audiens* yang sudah ada (pelanggan) maupun kepada orang-orang yang berpeluang untuk menjadi *audiens* baru (calon pelanggan).

Infografis Editorial dapat digunakan sebagai sebuah pendekatan yang tepat dan memikat yang mampu menyediakan informasi yang tak hanya berguna tetapi juga sekaligus menghibur para pembaca (*audiens*).

Jason Lankow, Josh Ritchie dan Ross Crooks mengatakan bahwa infografis editorial terbaik umumnya cenderung muncul dari publikasi-publikasi yang menghargai perancangan, Memiliki identitas merek yang konsisten, dan setia kepada standar-standar jurnalistik tertinggi (Lankow, Jason., Josh Ritchie dan Ross Crooks, Infografis: Kedahsyatan cara bercerita visual, 2014:122).

Infografis editorial juga digunakan sebagai upaya pemasaran Konten untuk menarik pembaca-pembaca yang lebih luas. Hal mendasar pada infografis editorial adalah memikat pembaca, Mampu menyampaikan pesan dengan cepat, dan kemudahan untuk dibagikan ulang atau disebarluaskan kepada khalayak (Lankow, Jason., Josh Ritchie dan Ross Crooks, Infografis: Kedahsyatan cara bercerita visual, 2014, 126-127).

Proses produksi Infografis editorial menurut Jason Lankow, Josh Ritchie dan Ross Crooks (2014:128-135) yaitu:

1. Menentukan gagasan yang relevan dengan *audiens* yang dituju.
2. Melakukan riset dan penelitian untuk mendapatkan data berkualitas yang valid, akurat dan relevan.

3. Melakukan produksi *copywriting* dengan penuh integritas.
4. *Briefing* untuk mengkonsep sebuah rancangan berdasarkan sasaran dan konten
5. Desain, melalui desain yang ilustratif dan andal diharapkan pembaca mampu memahami masalah yang dijadikan subjek tanpa harus mencermati seluruh teks.

2.10 Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian mengenai analisis Infografis Katadata.co.id Tentang Dampak Virus *Corona (Covid-19)* Terhadap Perekonomian Indonesia Periode 30 April – 26 Juni, peneliti membandingkan dengan penelitian yang pernah ada. Ada beberapa penelitian yang dapat dijadikan acuan oleh peneliti.

1. Keberpihakan Media Massa Dalam Penyajian Berita (Analisis Isi Berita Perseteruan Gubernur Vs DPRD DKI Jakarta di Surat Kabar Harian Kompas Periode 1 – 31 Maret 2015)

Penelitian yang dilakukan oleh Bram Wasni Putra pada tahun 2015. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana kecenderungan penyajian berita Gubernur (Ahok) Vs DPRD DKI Jakarta dalam kisruh anggaran siluman APBD DKI Jakarta di surat kabar harian kompas selama bulan Maret tahun 2015. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi kuantitatif.

Hasil yang didapat dari penelitian Bram Wasni Putra adalah pemberitaan yang dilakukan oleh surat kabar harian kompas cenderung memihak Gubernur

DKI Jakarta (Ahok). Keberpihakan Surat Kabar Harian Kompas (memihak Gubernur DKI, Ahok) tersebut terwujud dalam tujuh buah unit analisis yang diolah oleh Bram, antara lain : topik berita, sumber berita, penempatan berita, asal berita, penggambaran Ahok, Penggambaran DPRD DKI, dan penggambaran dana siluman APBD DKI Jakarta

Persamaan antara penelitian tersebut diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis saat ini dengan judul Analisis Infografis Dampak Pandemi Virus *Corona (Covid-19)* terhadap Perekonomian Indonesia pada Portal Berita Katadata.co.id Periode 30 April – 26 Juni 2020 adalah sama-sama menggunakan pendekatan analisis isi dan menggunakan metode yang sama pula yaitu kuantitatif. Persamaan lainnya adalah tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana kecenderungan pemberitaan yang dilakukan oleh media.

Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bram Wasni Putra adalah subyek penelitian yaitu berupa media yang yang digunakan. Bram Wasni Putra memilih media cetak berupa surat kabar harian Kompas sedangkan penulis menggunakan media *online* berupa portal berita Katadata.co.id. Spesifikasi kasus penelitian yang diangkat juga berbeda, penelitian sebelumnya fokus pada keberpihakan media massa (surat kabar harian Kompas) dalam penyajian berita pada kasus persetujuan Gubernur DKI (Ahok) dengan DPRD DKI Jakarta. Sedangkan penelitian ini fokus pada dampak pandemi virus *corona (Covid-19)* terhadap perekonomian Indonesia pada portal berita Katadata.co.id periode 30 April – 26 Juni 2020.

2. Kecenderungan Pemberitaan Meikarta Dalam Portal Berita *Online* (Analisis Isi Kuantitatif Pada Laman Detik.com, Liputan6.com, Kompas.com periode 1 Agustus – 30 september 2017).

Penelitian merupakan penelitian yang dilakukan oleh Mochamad Luqman Hakim pada tahun 2017. Tujuan penelitian adalah ini untuk mengetahui dan mendeskripsikan kecenderungan jenis tulisan topik meikarta (berita publik atau *Advertorial*) dan mengetahui dan mendeskripsikan kecenderungan objektivitas pemberitaan Meikarta pada portal berita Detik.com, liputan6.com dan Kompas.com periode 1 Agustus – 30 September 2017. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi kuantitatif.

Hasil yang didapat dari penelitian Mochamad Luqman Hakim mengenai kecenderungan objektivitas pemberitaan Meikarta pada portal berita Detik.com, liputan6.com dan Kompas.com periode 1 Agustus – 30 September 2017 adalah topik Meikarta dalam portal berita tersebut disajikan dalam bentuk *Advertorial* dan berita publik. Kemudian hasil untuk kecenderungan objektivitas pemberitaan tentang Meikarta dalam portal berita Detik.com, Liputan6.com dan Kompas.com, ketiga portal berita tersebut secara serempak cenderung tidak objektif dan berpihak kepada kepentingan Lippo Group dalam pemberitaan Meikarta.

Persamaan antara penelitian tersebut diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis saat ini dengan judul Analisis Infografis Dampak Pandemi Virus *Corona (Covid-19)* terhadap Perekonomian Indonesia pada Portal Berita Katadata.co.id Periode 30 April – 26 Juni 2020 adalah sama-sama menggunakan

pendekatan analisis isi dan menggunakan metode yang sama pula yaitu kuantitatif. Persamaan lainnya adalah tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana kecenderungan pemberitaan yang dilakukan oleh media.

Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mochamad Luqman Hakim adalah subyek penelitian yaitu berupa media yang yang digunakan. Mochamad Luqman Hakim memilih media *online* berupa portal berita Detik.com, Kompas.com dan Liputan6.com sedangkan penulis menggunakan media *online* berupa portal berita Katadata.co.id. Spesifikasi kasus penelitian yang diangkat juga berbeda, penelitian sebelumnya fokus untuk mengetahui dan mendeskripsikan kecenderungan jenis tulisan topik meikarta (berita publik atau *Advertorial*) serta mengetahui dan mendeskripsikan kecenderungan objektivitas pemberitaan Meikarta. Sedangkan penelitian ini mencukupkan fokus pada bagaimana kecenderungan pemberitaan dampak pandemi virus *corona (Covid-19)* terhadap perekonomian Indonesia pada portal berita Katadata.co.id periode 30 April – 26 Juni 2020 saja.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah jenis penelitian analisis isi deskriptif. Eriyanto (2015: 47) mengatakan bahwa analisis isi deskriptif merupakan analisis isi yang digunakan dengan tujuan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan atau suatu teks tertentu. Analisis isi ini tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu atau hubungan di antara variabel. Analisis isi semata-mata digunakan hanya untuk mendeskripsikan, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan yang ada.

Pada penelitian saat ini penulis menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan analisis isi kuantitatif. Menurut Barelson dalam Eriyanto (2015: 15), analisis isi adalah suatu teknik penelitian yang dilakukan secara objektif, sistematis dan deskripsi kuantitatif dari isi komunikasi yang tampak (*manifest*). Eriyanto (2015:15) mengungkapkan analisis isi kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi

Beberapa prinsip pokok untuk analisis isi yaitu yang pertama obyektivitas, penelitian ini akan memberikan hasil yang sama apabila dilakukan oleh orang lain. Kedua, prinsip sistematis di mana konsistensi dalam penentuan kategori yang dibuat mampu mencakup semua isi yang dianalisis agar pengambilan keputusan

yang berat dapat dihindari. Ketiga, kuantitatif yang bertujuan agar penelitian ini menghasilkan nilai-nilai yang bersifat numeral atas frekuensi isi tertentu yang dicatat dalam penelitian. Keempat adalah *manifest* di mana isi yang muncul bersifat apa adanya, artinya bukan yang dirasa atau dinilai oleh peneliti namun apa yang benar-benar terjadi (Eriyanto, 2015: 15-17).

3.2 Konsep Analisis Isi

Analisis isi menurut Eriyanto (2015:11) merupakan salah satu metode utama dari ilmu komunikasi. Hal ini dikarenakan metode analisis isi merupakan metode penelitian yang mempelajari isi media (surat kabar, radio, film dan televisi) sehingga peneliti dapat mempelajari isi, karakteristik pesan dan perkembangan (tren) dari suatu isi. Analisis isi juga dipakai untuk mempelajari isi semua konteks komunikasi baik komunikasi antar pribadi, kelompok maupun organisasi asalkan terdapat dokumen-dokumen di dalamnya.

Max Weber mengatakan bahwa analisis isi (Eriyanto, 2015: 15) adalah sebuah metode penelitian dengan menggunakan seperangkat prosedur untuk membuat inferensi yang valid dari teks. Sedangkan Budd dalam Kriyantono (2012: 232) menjelaskan bahwa analisis isi adalah suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih.

Riffe, Lacy dan Fico dalam (Eriyanto, 2015:15) turut memberikan pandangannya mengenai analisis isi dengan pandangan bahwa analisis isi adalah

pengujian yang sistematis dan dapat di replikasi dari simbol-simbol komunikasi, di mana simbol ini diberikan nilai numerik berdasarkan pengukuran yang valid, dan analisis menggunakan metode statistik untuk menggambarkan isi komunikasi, menarik kesimpulan dan memberikan konteks, baik produksi ataupun konsumsi.

Wimmer dan Dominic dalam Kriyantono (2012: 234) menyebutkan tujuan analisis isi sebagai berikut:

1. Menggambarkan isi komunikasi (*describing communication content*), yaitu mengungkap kecenderungan yang ada pada isi komunikasi.
2. Menguji hipotesis tentang karakteristik pesan (*testing hypotheses of message characteristic*). Dalam hal ini peneliti berusaha menghubungkan karakteristik tertentu dari komunikator (sumber) dengan n karakteristik pesan yang dihasilkan.
3. Membandingkan isi media dengan dunia nyata (*comparing media content to the "real world"*).
4. Memperkirakan gambaran media terhadap kelompok tertentu di masyarakat (*assessing the image of particular groups in society*).
5. Mendukung studi efek media massa (*establishing starting point for studies of media effects*).
6. Bermanfaat bagi praktisi humas. Humas dapat mengukur opini publik dengan cara melihat bagaimana kecenderungan pemberitaan media terhadap perusahaan.

Berdasarkan enam poin di atas, posisi peneliti berada pada poin pertama. Dimana penelitian ini memiliki tujuan untuk menggambarkan isi berita mengenai

infografis dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia pada portal berita Katadata.co.id periode 30 April – 26 Juni 2020.

Analisis isi memiliki dua jenis konsep yaitu analisis isi kuantitatif dan analisis isi kualitatif. Perbedaan kedua konsep penelitian ini adalah pada analisis isi kualitatif digunakan untuk menjelaskan hal-hal yang tersirat (*latent*), misalnya ideologi apa yang ada dibalik suatu berita. Dalam perkembangan ilmu komunikasi, metode analisis isi kualitatif berkembang menjadi beberapa varian metode, antara lain: analisis *framing*, analisis wacana dan semiotik (Kriyantono, 2012: 51). Sedangkan pada analisis isi kuantitatif lebih memfokuskan pada isi komunikasi yang tampak (*tersurat/ manifest/ nyata*).

Peneliti memilih menggunakan konsep analisis isi kuantitatif sebab penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana isi infografis dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia pada portal berita Katadata.co.id periode 30 April – 26 Juni 2020.

3.3 Sumber Data

Data pokok dalam penelitian ini adalah infografis mengenai dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia yang dimuat oleh portal berita Katadata.co.id pada periode 30 April sampai dengan 26 Juni 2020.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh oleh peneliti langsung dari sumbernya pada saat melaksanakan penelitian. Data primer dalam penelitian ini adalah informasi yang disampaikan dalam berupa data-data

yang disajikan dalam bentuk infografis mengenai dampak pandemi virus *corona (Covid-19)* terhadap perekonomian Indonesia yang dimuat oleh portal berita Katadata.co.id pada periode 30 April sampai dengan 26 Juni 2020.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh oleh peneliti secara tidak langsung yang berasal dari luar objek penelitian. Data sekunder diperoleh dari studi pustaka, yakni data yang diperoleh dari buku-buku, catatan-catatan, dokumen dan lainnya. Data-data tersebut digunakan sebagai landasan teori yang memiliki keterhubungan dengan masalah yang diteliti oleh peneliti.

3.4 Objek Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah infografis mengenai dampak pandemi virus *corona (Covid-19)* terhadap perekonomian Indonesia yang dimuat oleh portal berita Katadata.co.id pada periode 30 April sampai dengan 26 Juni 2020.

3.5 Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan

sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti (Sugiyono, 2017:61).

Populasi dalam penelitian ini adalah infografis dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia yang dimuat oleh portal berita Katadata.co.id pada periode 30 April sampai dengan 26 Juni 2020. Pemilihan analisis infografis dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) pada portal berita Katadata.co.id dipilih dikarenakan Katadata.co.id merupakan sebuah perusahaan media, data dan riset *online* di bidang ekonomi dan bisnis. Perusahaan yang didirikan pada 1 April 2012 di Jakarta ini, dalam penyajian dan pengemasan beritanya selalu menyajikan berita, informasi dan data serta hasil riset secara mendalam dan sedetail mungkin dan ditujukan umumnya untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi para pemimpin bisnis dan pengambil kebijakan terkait, namun informasinya dikemas dan disajikan tetap secara lugas dan atraktif agar mudah dipahami. Karena itu, berita dan informasi tak hanya disajikan dalam bentuk teks, melainkan juga dalam tampilan visual yang memikat.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2017:62). Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik total sampling, yang berarti semua berita yang juga merupakan populasi akan dijadikan sampel. Total sampling dipilih dikarenakan jumlah populasi yang tidak terlalu banyak dan masih termasuk populasi yang homogen. Total sampling adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota

populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2017:67). Sampel dalam penelitian ini adalah informasi berupa data-data yang disajikan dalam bentuk infografis mengenai dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia yang dimuat oleh portal berita Katadata.co.id pada periode 30 April sampai dengan 26 Juni 2020. Berdasarkan periodisasi dalam kurun waktu tersebut peneliti telah memperoleh total jumlah sebanyak 14 buah infografis. Berikut merupakan tabel berita berupa infografis yang menjadi instrumen penelitian pada penelitian ini.

Tabel 3.1

14 Berita Instrument Penelitian

No..	Tanggal	Judul	Link Berita
1	30/4/2020 11.28 WIB	"Ancaman Krisis Ekonomi Akibat <i>Covid-19</i> "	https://katadata.co.id/infografis/2020/04/30/ancaman-krisis-ekonomi-akibat-Covid-19
2	1/5/2020 11.25 WIB	"Ancaman Kemiskinan Akibat Krisis <i>Covid-19</i> "	https://katadata.co.id/infografis/2020/05/01/ancaman-kemiskinan-akibat-krisis-Covid-19
3	7/5/2020 09.39 WIB	"Krisis Pangan Akibat <i>Covid-19</i> "	https://katadata.co.id/infografis/2020/05/07/krisis-pangan-akibat-Covid-19
4	18/5/2020 09.36 WIB	"Plus-Minus <i>Covid-19</i> terhadap Bisnis Digital"	https://katadata.co.id/infografis/2020/05/18/plus-minus-Covid-19-terhadap-bisnis-digital
5	20/5/2020 08.44 WIB	"E-Commerce Tumbuh di Tengah Pandemi <i>Covid-19</i> "	https://katadata.co.id/infografis/2020/05/20/e-commerce-tumbuh-di-tengah-pandemi-Covid-19
6	25/5/2020 09.58 WIB	"Dana Jumbo untuk BUMN di Tengah Pandemi"	https://katadata.co.id/infografis/2020/05/25/dana-jumbo-untuk-bumn-di-tengah-pandemi

7	8/6/2020 08.34 WIB	"Pro-Kontra Normal Baru di Pusat Perbelanjaan"	https://katadata.co.id/infografis/2020/06/08/pro-kontra-normal-baru-di-pusat-perbelanjaan
8	9/6/2020 11.14 WIB	"Badai <i>Covid-19</i> Hantam <i>Start-up</i> Global"	https://katadata.co.id/infografis/2020/06/09/badai-Covid-19-hantam-start-up-global
9	11/6/2020 09.27 WIB	"Memeses Wajah Pariwisata Era Normal Baru"	https://katadata.co.id/infografis/2020/06/11/memeses-wajah-pariwisata-era-normal-baru
10	20/6/2020 17.57 WIB	"Munculnya Kasus <i>Covid-19</i> dari Klaster Pasar"	https://katadata.co.id/infografis/2020/06/20/munculnya-kasus-Covid-19-dari-klaster-pasar
11	22/6/2020 08.05 WIB	"Potensi PHK Bisnis <i>Start-up</i> "	https://katadata.co.id/infografis/2020/06/22/potensi-phk-bisnis-startup
12	25/6/2020 13.10 WIB	"Mengobati UMKM dari Krisis <i>Covid-19</i> "	https://katadata.co.id/infografis/2020/06/25/mengobati-umkm-dari-krisis-Covid-19
13	25/6/2020 14.20 WIB	"Internet Penyelamat UMKM dari Krisis <i>Covid-19</i> "	https://katadata.co.id/infografis/2020/06/25/internet-penyelamat-umkm-dari-krisis-Covid-19
14	26/6/2020 08.05 WIB	"Proyeksi Suram Ekonomi Indonesia"	https://katadata.co.id/infografis/2020/06/26/proyeksi-suram-ekonomi-indonesia

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah bagaimana cara peneliti dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk melakukan penelitian. Teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Dokumentasi

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data dokumentasi yang bersumber dari berita-berita berupa infografis yang khusus mengenai dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia yang dimuat oleh portal berita Katadata.co.id pada periode 30 April sampai dengan 26 Juni 2020. Berita-berita berupa infografis itu nantinya akan dilakukan *screen capture* agar berita-berita berupa infografis tersebut dapat dianalisis oleh peneliti.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka juga dilakukan oleh penulis sebagai peneliti guna memperoleh teori-teori, pengetahuan dan pemahaman-pemahaman yang dapat mendukung proses yang diperlukan hingga terselesaikannya penelitian ini. Studi pustaka yang peneliti lakukan dapat melalui buku-buku literatur dan skripsi-skripsi terdahulu yang memiliki kesamaan tema ataupun topik dengan penelitian yang penulis garap.

3.7 Unit Analisis dan Kategorisasi

Unit analisis adalah satuan-satuan terkecil yang akan dianalisis, dapat berupa infografis, kata, ungkapan, kalimat, gambar, atau tema. Sedangkan unit analisis dalam penelitian ini adalah teks dan data yang telah divisualisasikan dalam bentuk infografis pada portal berita Katadata.co.id periode 30 April – 26 Juni 2020.

Tabel 3.2

Unit Analisis dan Unit Kategorisasi

No.	Unit Analisis	Kategori
1.	Sumber Informasi	Pemerintah
		Lembaga Berkompeten Bukan Pemerintah
		Kombinasi
2.	Dampak/Ancaman	Peningkatan Penduduk Miskin
		PHK (Pemutusan Hubungan Kerja)
		Defisit APBN
		Defisit Bahan Pangan
		Rasio Utang Meningkat
		Penurunan Pendapatan Pelaku Usaha
		Target Ekonomi Tak Tercapai
		Ekonomi Melemah
		Lain-lain
3.	Upaya Penanganan	Bantuan Langsung Tunai
		Bantuan Dana ke BUMN/Sektor Terdampak
		Lain-lain
4.	Infografis	Informatif
		Menarik Secara Visual
		Komprehensi
		Retensi
5.	Orientasi Infografis	Ilustratif
		Mencari Akar Masalah
		Menawarkan Solusi
		Memberikan Informasi
		Memberikan Edukasi

3.8 Definisi Operasional

1. Sumber Informasi

Sumber informasi merupakan tempat dari mana asalnya sebuah berita diperoleh, sumber informasi pada unit analisis ini, yaitu :

a. Pemerintah

Sumber informasi pemerintah adalah sumber informasi yang berasal dari pejabat pemerintah, suatu badan pemerintahan seperti kementerian dan lainnya yang memiliki wewenang atau kekuasaan dalam menjalankan pemerintahan, dalam hal ini seperti pejabat pemerintah berupa Menteri Keuangan pada Kementerian Keuangan, badan pemerintahan seperti BAPPENAS, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Kementerian Perdagangan, Kementerian BUMN, Badan Pusat Statistik dan Kementerian Koperasi dan UMKM.

b. Lembaga atau Organisasi yang Meneliti dan Menganalisis Permasalahan Keuangan dan Perekonomian.

Lembaga atau organisasi yang meneliti dan menganalisis permasalahan keuangan dan perekonomian adalah lembaga atau organisasi independen yang melakukan prakiraan dan menyusun suatu rekomendasi melalui penelitian dan analisis pada bidang keuangan atau perekonomian, seperti IMF, SMERU, *Core* Indonesia, EIU (*Economist intelligence unit*), INDEF dan lain sebagainya.

c. Kombinasi

Kombinasi sumber informasi merupakan sumber informasi yang merupakan kombinasi dari dua sumber informasi yang telah disebutkan diatas.

2. Dampak/Ancaman

Dampak atau ancaman disini adalah dampak atau ancaman apa saja yang diakibatakkn oleh pandemi virus *Corona (Covid-19)* pada perekonomian Indonesia, yaitu:

a. Peningkatan Penduduk Miskin

Pandemi virus *Corona (Covid-19)* berdampak pada peningkatan jumlah penduduk miskin.

b. PHK (Pemutusan Hubungan Kerja)

Pandemi virus *Corona (Covid-19)* berdampak pada terjadinya PHK (Pemutusan Hubungan Kerja).

c. Defisit APBN

Pandemi virus *Corona (Covid-19)* mengakibatkan defisit APBN

d. Defisit Bahan Pangan

Pandemi virus *Corona (Covid-19)* mengakibatkan defisit bahan pangan

e. Rasio Utang Meningkat

Pandemi virus *Corona (Covid-19)* mengakibatkan rasio utang meningkat.

f. Penurunan Pendapatan Pelaku Usaha

Pandemi virus *Corona (Covid-19)* mengakibatkan penurunan pendapatan para pelaku usaha.

g. Target Ekonomi Tak Tercapai

Pandemi virus *Corona (Covid-19)* berdampak pada tidak tercapainya target ekonomi yang telah ditetapkan sebelumnya.

h. Ekonomi Melemah

Pandemi virus *Corona (Covid-19)* berdampak pada melemahnya ekonomi suatu wilayah.

i. Lain-lain

Pandemi virus *Corona (Covid-19)* berdampak pada selain dari sektor yang telah disebutkan diatas.

3. Upaya penanganan

a. Bantuan Langsung Tunai

Pemerintah memberikan bantuan berupa dana tunai kepada masyarakat terdampak pandemi virus *corona (Covid-19)*.

b. Bantuan Dana ke BUMN/Sektor Terdampak

Pemerintah memberikan bantuan dana kepada BUMN dan sektor-sektor lain yang terdampak pandemi virus *corona (Covid-19)*.

c. Lain-lain

Pemerintah melakukan upaya penanganan pandemi virus *corona (Covid-19)* selain dari yang telah disebutkan diatas.

4. Infografis

a. Informatif

Infografis yang ditampilkan pada portal berita Katadata.co.id memiliki karakter visualisasi yang informatif.

b. Menarik Secara Visual

Infografis yang ditampilkan pada portal berita Katadata.co.id memiliki karakter visualisasi yang menarik atau memikat.

c. Komprehensi

Berita dalam bentuk infografis lebih mudah dan cepat dipahami dan didefinisikan dengan karakteristik-karakteristik visualnya yang ilustratif yang mengkombinasikan bentuk naratif dengan bentuk visual seperti simbol-simbol, bentuk-bentuk tertentu, gambar, diagram, bagan, visualisasi dengan warna beragam dan semacamnya.

d. Retensi

Tampilan visualisasi infografis yang disajikan oleh portal berita Katadata.co.id membantu *audience* dalam mengingat berbagai informasi, alur naratif dan data dari berita yang disampaikan.

e. Ilustratif

Tampilan olahan visualisasi infografis yang digunakan oleh portal berita Katadata.co.id mampu menyampaikan, menjelaskan dan mewakili (mengilustrasikan) berbagai himpunan data dan naratif yang kompleks menjadi visualisasi berita yang memudahkan sekaligus mempercepat daya tangkap khalayak dalam memahami isi berita.

5. Orientasi Infografis

a. Mencari akar masalah

Infografis pada berita berorientasi pada pencarian akar masalah dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia

b. Menawarkan solusi

Infografis pada berita berorientasi untuk menawarkan solusi untuk bagaimana menangani dan menentukan langkah yang perlu diambil dalam menyikapi dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia.

c. Memberikan informasi

Infografis pada berita berorientasi untuk memberikan informasi perihal dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia

d. Memberikan edukasi

Infografis pada berita berorientasi untuk memberikan edukasi kepada khalayak mengenai dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia.

3.9 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis isi deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sebagai metode yang sistematis analisis isi mengikuti suatu proses - proses tertentu dalam pengaplikasiannya. Adapun

langkah - langkah analisis isi deskriptif dalam penelitian sebagaimana dikutip dalam Kriyantono, (2006: 167) ini adalah sebagai berikut:

1. Mendefinisikan populasi penelitian dan menentukan jumlah sampel penelitian dengan menggunakan teknik total sampling.
2. Langkah selanjutnya yang penting dalam analisis isi adalah menentukan unit analisis. Unit analisis adalah apa yang akan diobservasi, dicatat dan dianggap sebagai data, memisahkan menurut batas-batasnya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya. Unit analisis penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu unit sampling dan unit pencatatan dimana unit pencatatan penelitian ini termasuk dalam jenis unit analisis sintaksis.
3. Menentukan dan menggunakan penilai tambahan (*intercoder*) selain dari peneliti untuk mengurangi bias dan subjektivitas peneliti dalam analisis penelitian.
4. Mencatat frekuensi kemunculan unit analisis sintaksis yang sudah ditetapkan dalam kategori dan sudah ditetapkan dalam definisi operasional. Pencatatan ini dilakukan oleh peneliti dan *coder* lainnya dengan menggunakan lembar koding (*coding sheet*) yang dibuat berdasarkan kategori dan indikator yang sudah ditetapkan dalam definisi operasional.
5. Setelah mengkode semua isi berita ke dalam lembar *coding* yang telah disusun peneliti lalu menghitung reliabilitas dari hasil *coding*.
6. Tahap selanjutnya adalah menggunakan tabel distribusi frekuensi. Salah satu cara yang sering dipakai dalam analisis data adalah frekuensi

distribusi relatif, dimana data dibagi dalam beberapa kelompok dan dinyatakan atau diukur dalam presentasi. Dari setiap tabel diberikan penjelasan dalam bentuk uraian yang disusun sistematis. Kegunaan dari distribusi frekuensi adalah membantu peneliti untuk mengetahui bagaimana distribusi frekuensi dari data penelitian. Data hasil penelitian ini akan diolah secara statistik deskriptif kuantitatif. Teknik analisis untuk pengukuran digunakan berdasarkan pendekatan kuantitatif dilihat dari frekuensi absolut akan jumlah persentase kejadian dari variabel yang akan ditampilkan dalam angka.

7. Interpretasi data hasil penelitian. Membandingkan hasil tabel frekuensi distribusi dibandingkan dengan dasar teori yang dijadikan acuan dalam penelitian. Kegiatan ini berusaha mencari makna lebih luas dari hasil data yang telah dikumpulkan untuk nantinya akan diambil suatu kesimpulan akhir dari penelitian.
8. Penarikan kesimpulan dari hasil analisis peneliti dengan *intercoder*.

3.10 Reliabilitas

Analisis isi haruslah dilakukan secara objektif dan menggunakan alat ukur yang valid dan harus memiliki reliabilitas (keandalan) yang tinggi. Reliabilitas merupakan hal yang sangat penting dalam analisis isi. Seperti yang dikatakan oleh Kaplan dan Goldsen (Eriyanto, 2015:282) mereka mengatakan bahwa pentingnya reliabilitas terletak pada jaminan yang diberikannya bahwa data yang diperoleh independen dari peristiwa, instrumen atau orang yang mengukurnya. Data yang

reliabel, menurut definisi, adalah data yang tetap konstan dalam seluruh variasi pengukuran.

Reliabilitas menilai sejauh mana alat ukur dan data yang dihasilkannya menggambarkan variasi yang ada dalam gejala sebenarnya. Krippendorff dalam Eriyanto (2015:282) mengatakan bahwa alat ukur yang reliabel seharusnya melahirkan hasil yang sama dari serangkaian gejala yang sama, tanpa tergantung pada keadaan. Reliabilitas berguna untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan oleh peneliti dapat dipercaya dan mampu menghasilkan temuan atau karakteristik yang sama ketika penelitian dilakukan oleh orang yang berbeda.

Pada penelitian kali ini penulis menggunakan desain reliabilitas reproduksibilitas (*reproducibility*). Reliabilitas reproduksibilitas (Eriyanto, 2015:285) adalah drajat sejauh mana sebuah alat ukur dapat menghasilkan temuan yang sama dalam berbagai keadaan yang berbeda, di lokasi yang berbeda-beda, dan menggunakan pengkode yang berbeda. Reliabilitas reproduksibilitas bukan hanya membandingkan antar waktu (dalam melihat konsistensi) tetapi juga membandingkan antar orang yang berbeda.

Reliabilitas reproduksibilitas (Eriyanto, 2015:286) sering juga disebut sebagai *intercoder reliability* atau reliabilitas antar-pengkode. Reliabilitas antar-pengkode memang dilihat dari beberapa pengkode yang hasilnya kemudian diperbandingkan satu sama lain. Reliabilitas ini menggunakan “tes-tes”. Dua atau lebih pengkode diminta untuk mengkode sebuah isi teks, dan kemudian hasilnya

diperbandingkan. Reliabilitas ini pada dasarnya ingin melihat persamaan dan perbedaan hasil dari alat ukur dari pengkode yang berbeda.

Intercoder reliability dalam melakukan perhitungannya membutuhkan dua atau lebih orang *coder*. Masing-masing *coder* nantinya akan diberikan alat ukur (lembar *coding*) dan diminta untuk menilai sesuai dengan petunjuk dalam lembar *coding*. Nantinya hasil dari pengisian *coder* itulah yang akan diperbandingkan, dilihat berapa persamaan dan berapa pula perbedaannya.

Dalam melakukan pengujian dan melakukan penghitungan derajat reliabilitas apakah data (alat ukur) yang digunakan dalam analisis ini layak, maka peneliti menggunakan rumus formula Holsti yaitu (Eriyanto, 2015:290) sebagai berikut :

$$\text{Reliabilitas Antar-Coder} = \frac{2M}{N1+N2}$$

Keterangan : M = Jumlah *coding* yang sama (Disetujui oleh masing-masing *coder*)

N1 = Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 1

N2 = Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 2

Reliabilitas bergerak antara 0 hingga 1, dimana 0 berarti tidak ada satupun yang disetujui oleh *coder* dan 1 berarti persetujuan sempurna diantara para *coder*. Makin tinggi angka, semakin tinggi pula angka reliabilitasnya. Dalam formula Holsti, angka reliabilitas minimum yang ditoleransi adalah 0,7 atau 70%. Jika

hasil perhitungan menunjukkan angka reliabilitas diatas 0,7 berarti alat ukur ini benar-benar reliabel. Jika di bawah 0,7 berarti alat ukur (*coding sheet*) bukan alat yang reliabel. Sama dengan persentase persetujuan, reliabilitas Holsti ini juga harus dipakai untuk semua kategori yang digunakan.

Pada penelitian ini penulis menggunakan unit analisis sintaksis (*syntactic units*). Unit analisis sintaksis adalah unit analisis yang menggunakan elemen atau bagian bahasa dari suatu isi. Elemen bahasa ini sangat tergantung pada jenis teks. Untuk bahasa tertulis (berita, iklan baris, novel, buku pelajaran, kitab suci), unit bahasa ini dapat berupa kata, ayat, kalimat dan anak kalimat. Dalam unit sintaksis, peneliti menghitung frekuensi dari unit bahasa (kata, kalimat) yang ada dalam teks (Eriyanto, 2015:71)

3.11 Validitas

Eriyanto (2015:259) mengungkapkan bahwa validitas merupakan suatu hal yang sangat penting dalam analisis isi, hal ini dikarenakan temuan-temuan dalam analisis isi didasarkan pada alat ukur yang dipakai. Validitas memastikan apakah alat ukur yang dipakai oleh peneliti sah (valid) dan karenanya dapat menjamin bahwa temuan-temuan dalam penelitian juga dihasilkan dari pengukuran yang tepat.

Krippendorff dalam Eriyanto (2015:259) mengungkapkan arti penting validitas ini dikatakan sebagai kualitas hasil penelitian yang membawa seseorang untuk meyakini bahwa fakta-fakta yang ada tidak dapat ditentang. Ia mengukur

apa yang didesain untuk diukur, dan kita menganggap analisis isi valid sejauh inferensinya didasarkan atas dasar pembuktian yang dicapai secara independen. Validitas menjamin bahwa temuan-temuan penelitian (analisis isi) harus diambil secara serius dalam membangun teori-teori ilmiah atau membuat keputusan mengenai masalah-masalah praktis.

Tabel 3.3

Hasil Validitas Pengkoding 1 (CR 1) dan Pengkoding 2 (CR 2) pada Portal Berita

Katadata.co.id

No	Unit Analisis	CR 1	CR 2
1	Sumber Informasi	1	1
2	Tipe Liputan	0.92	1
3	Sifat Berita	1	1
4	Jenis Berita	1	0.92
5	Dampak/Ancaman	0.92	1
6	Upaya Penanganan	1	0,92
7	Infografis	0.92	0.92
8	Orientasi Infografis	0.92	0.92

Sumber: Data Olahan Penulis

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Objek Penelitian

4.1.1 Profil Portal Berita Katadata.co.id

Kebebasan pers dan gelombang Era digital Menghadirkan ribuan bahkan jutaan informasi dan data setiap harinya. Katadata.co.id hadir sejak April 2012 sebagai portal media di bidang ekonomi dan bisnis. Beragam sektor diulas mulai dari finansial, energi, pangan, hingga industri kreatif dan digital. Artikel mendalam dan komprehensif dengan Sajian infografis yang menarik menjadi karakter utama dari Katadata.co.id. Metta Dharmasaputra merupakan orang yang menjabat sebagai *Chief executive officer* dari perusahaan media Katadata.co.id. Katadata.co.id menghadirkan berita dan berbagai informasi berkualitas yang berbasis data dan riset. Katadata.com menyajikan informasi dan berita secara mendalam namun dengan tampilan yang atraktif dan mudah dimengerti.

Katadata.co.id merupakan salah satu portal berita yang ada di Indonesia yang merupakan perusahaan media, data dan riset *online* yang memiliki acuan utama pada bidang ekonomi dan bisnis. Perusahaan media yang berdiri pada 1 April 2012 di Jakarta ini memiliki motto yaitu “*Simplicity is the Ultimate Sophistication*” yang merupakan kalimat yang pernah diucapkan oleh Leonardo da Vinci. Tim dari portal berita ini merupakan para jurnalis dan orang-orang yang

berpengalaman dalam melakukan riset dan penelitian pada bidang energi, finansial, makro ekonomi, perdagangan dan infrastruktur.

Di Indonesia, penggunaan data dalam karya jurnalistik sudah dimulai oleh Majalah Prisma, Harian Kompas, dan Majalah Tempo puluhan tahun yang lalu. Tim penelitian dan pengembangan Harian Kompas, misalnya, mulai melakukan *polling* Pemilu pada 1970 an. Hingga penulisan ini, baik Tempo maupun Kompas masih mempraktikkan hal tersebut dengan struktur organisasi yang sama: tim riset dan tim redaksi.

Sementara itu, praktik jurnalisme data awalnya tidak diadopsi oleh media-media daring di Indonesia. Jurnalisme data dianggap bertentangan dengan “ruh” jurnalisme daring yang mengedepankan kecepatan. Padahal, proses pengumpulan dan analisis data membutuhkan waktu yang lebih lama. Alhasil, keduanya pun bentrok. Namun, pesimisme ini ditantang oleh media baru Katadata.co.id yang berdiri pada 2012. Katadata.co.id punya tim redaksi dan tim data. Tim redaksi murni melakukan reportase lapangan dan penulisan berita, sementara tim data mengolah data menjadi berbagai bentuk, baik dalam grafik yang muncul di dalam narasi berita, atau dalam rubrik khusus seperti Analisis dan Bicara Data. Tim data tidak dituntut untuk mewawancarai narasumber dan melakukan proses reportase. Meski terpisah, keduanya kerap bekerja sama dan mengawinkan liputan lapangan dengan analisis data. Lebih jauh, Katadata.co.id punya portal agregasi data, yakni Databoks, yang mengkompilasi beragam data dari berbagai sumber dan menyajikannya dalam bentuk grafik interaktif.

<https://www.remotivi.or.id/amatan/505/cerita-pakai-data-bukan-asal-bicara>,

diakses pada tanggal 17 Agustus 2020 pukul 01:58 WIB).

Databoks adalah portal data statistik ekonomi dan bisnis yang merupakan bagian dari Katadata, perusahaan riset dan media *online* (katadata.co.id) yang berdiri sejak 2012. Databoks dibuat dengan tujuan memudahkan perusahaan, pelaku bisnis, periset, pelajar, pemerintah dan media untuk mencari dan mengolah data ekonomi dan bisnis secara cepat. Visual grafik Databoks didesain untuk berbagai keperluan, seperti presentasi, pembuatan laporan dan memperkuat pemberitaan di media.

Portal data ini didesain agar mudah digunakan bagi siapa saja. Cukup dengan mengetik nama data yang ingin ditemukan di kolom pencarian, kemudian, para pengguna bisa mengunduh grafik yang ditampilkan ke dalam format pdf ataupun png sehingga mudah untuk dijadikan bahan presentasi maupun laporan. Selain itu, Databoks menyediakan *embed code* sehingga bagi para blogger atau pengguna lainnya, bisa langsung memasang grafik yang diinginkan ke blog atau website yang dimiliki.

Pada tanggal 9 Mei 2017, Databoks menyediakan kanal khusus dengan nama Dataset. Kanal ini dibuat khusus untuk memuat data-data umum yang dimiliki oleh pemerintah dan swasta. Dalam halaman detail terdapat fasilitas *download* serta referensi sumber. Dataset yang ditampilkan ini bukan merupakan data yang diproduksi oleh Katadata Indonesia. Data bersumber langsung dari pemilik data seperti Bank Indonesia, Badan Pusat Statistik, Kementerian Energi

Sumber Daya Mineral, Kementerian Perdagangan, Kementerian Pertanian maupun sumber lain dari lingkungan pemerintah dan lembaga swasta.

Sumber data resmi "Satu Data Indonesia" antara lain dapat dikunjungi melalui situs <http://data.go.id>. Di tingkat daerah, ketersediaan "*Open Data*" juga tersedia dalam beberapa situs data pemerintah daerah lainnya. Databoks dan Dataset hadir, sebagai inisiatif Katadata untuk menggabungkan data-data umum yang tersebar dalam berbagai format baik *hardcopy* maupun *softcopy* seperti txt, pdf, tabel *html*, maupun presentasi dan diubah menjadi format digital yang dapat dibaca oleh mesin seperti *kml*, *kmz*, *json*, *csv*, dan lainnya. Dengan demikian, diharapkan kesukaran dalam mengolah data dapat dikurangi dan pemanfaatan data oleh masyarakat umum menjadi lebih baik serta dapat diakses dengan cepat dan dapat berdaya guna bagi publik (<https://databoks.katadata.co.id/about>, diakses pada tanggal 17 Agustus 2020 pukul 02:38 WIB).

4.1.2 Nilai Portal Berita Katadata.co.id

Katadata *Holdings* adalah media *online*, firma riset dan agensi kreatif terkemuka di Indonesia, yang mengkhususkan diri dalam bisnis dan ekonomi. Katadata.co.id menawarkan berita, informasi, data, dan penelitian yang mendalam dengan cara yang menarik dan lugas agar lebih mudah dipahami. Katadata.co.id memiliki nilai 4 (empat) - *I*, yang terdiri dari *Independent*, *In-depth*, *Insightful*, dan *Intelligible*.

1. *Independent* (Independen)

It is our commitment to verifiable facts, ethical reporting, and impartial works that makes us valuable (komitmen kami terhadap fakta yang dapat diverifikasi, pelaporan etis, dan pekerjaan tidak memihak yang membuat kami berharga).

2. *Insightful* (berwawasan)

We offer unique insight and news perspective. Our products become a reference for policymakers, business players, and opinion leaders (kami menawarkan wawasan dan perspektif berita yang unik. Produk kami menjadi rujukan bagi pembuat kebijakan, pelaku bisnis, dan pemimpin opini).

3. *In-depth* (Mendalam)

Three main characteristics of our coverage — based on facts, data-driven, and research-based — is a guarantee of quality journalism, that separate us from the crowds (tiga karakteristik utama liputan kami - berdasarkan fakta, berbasis data, dan berbasis penelitian - adalah jaminan jurnalisme berkualitas, yang memisahkan kami dari keramaian).

4. *Intelligible* (jelas)

We simplify complex matters without losing any of its essences. “Simplicity is the highest level of sophistication” is our motto (kami menyederhanakan masalah kompleks tanpa kehilangan esensi apa pun “kesederhanaan adalah tingkat kecanggihan tertinggi” adalah moto kami)

(<https://advertising.katadata.co.id/>, diakses pada tanggal 17 Agustus 2020
pukul 03:46 WIB)

4.1.3 Struktur Tim/Organisasi Portal Berita Katadata.co.id

TABEL 4.1

JAJARAN DIREKTUR PORTAL BERITA KATADATA.CO.ID

JABATAN	NAMA
<i>Chief Executive Officer</i>	Metta Dharmasaputra
<i>Chief Content Officer</i>	Heri Susanto
<i>Chief Operating Officer</i>	Ade Wahyudi

TABEL 4.2
TIM EDITORIAL PORTAL BERITA KATADATA.CO.ID

JABATAN	NAMA
Penanggung Jawab	Metta Dharmasaputra
Pimpinan Redaksi	Yura Syahrul
Redaktur Eksekutif	Muchamad Nafi
Redaktur Pelaksana	Aria Wiratama Yudhistira, Yuliawati
Redaktur	Ameidyo Daud Nasution, Agustiyanti, Agung Jatmiko, Desy Setyowati, Ekarina, Febrina Ratna Iskana, Happy Fajrian, Martha Ruth Thertina, Muhammad Ahsan Ridhoi, Pingit Aria Mutiara Fajrin, Safrezi Fitra, Sorta Marthalena
Reporter	Agatha Olivia Victoria, Cindy Mutia Annur, Dimas Jarot Bayu Prakoso, Dwi Hadya Jayani, Fahmi Ahmad Burhan, Ihya Ulum Aldin, Lidwina Tanuhardjo, Muchammad Egi Fadliansyah, Rizky Alike, Tri Kurnia Yunianto, Verda Nano Setiawan, Yosepha Debrina Ratih Pusparisa
<i>Social Media Engagement</i>	Nur Farida Ahniar (<i>Lead</i>), Nur Barokah, Rachma Layalia Ghassani
<i>Digital Engagement</i>	Haykal Fasha Gusti, Prilia Qiftyah Budiandari

TABEL 4.3
TIM MULTIMEDIA PORTAL BERITA KATADATA.CO.ID

JABATAN	NAMA
<i>Corporate Creative Director</i>	Lambok E. Martin Hutabarat
Kepala Multimedia	Dede Ariwibowo
Pengembangan Multimedia	Donang Wahyu Setyo Widati
Produser	Dini Apriliana, Ratri Kartika Widya
Editor Video	M. Arfi Mustakim, Praiseglory Collien Sanggor
<i>Videografer</i>	Febuantoro Anggara Muckthi, Wahyu Dwi Jayanto
Desain Grafis	Dani Nurbiantoro, Pretty Juliasari Zulkarnain
<i>Motion Grapher</i>	Suryo Kuncoro Adi
Illustrator	Joshua Parningotan Siringo Ringo, Timothy Adry Emanuel
<i>Photographer</i>	Adi Maulana Ibrahim

TABEL 4.4
TIM PREMIUM CONTENT PORTAL BERITA KATADATA.CO.ID

JABATAN	NAMA
<i>Lead Editor and Business Development</i>	Amal Ihsan Hadian
<i>Content Specialist</i>	Hari Widowati
<i>Translator</i>	Moh. Arsyad Paripurna

TABEL 4.5
TIM KATADATA *INSIGHT CENTER*

JABATAN	NAMA
<i>Vice President Strategic & Business Development</i>	David Liputra Herlambang
<i>Research Director</i>	Mulya Amri
<i>Head</i>	Stevanny Limuria
<i>Quantitative Research</i>	Vivi Sumanti (<i>Lead</i>), Amalia Afifah, Laksamana Yuda Citra Handika
<i>Data Analyst</i>	Lulu Mahdiyah Sandjadirja, Nazmi Haddyat Tamara, Puspa Indah
<i>Researcher</i>	Jamalianuri, Risanti Delphia S. Simatupang
<i>Databoks Content</i>	Doddy Rosadi

TABEL 4.6
TIM SISI+ KATADATA.CO.ID

JABATAN	NAMA
<i>Vice President</i>	Marah Andikha

TABEL 4.7
TIM SALES & MARKETING KATADATA.CO.ID

JABATAN	NAMA
<i>Sales</i>	Desy Safina (Lead), Abdallah Ardayasa, Amelia Agustine, Astrid Yanuarizqi, Danur Regian, Dara Krisna Albitya, Firmaniah Asghariani, Lulus Yoga Nugroho, Raden Roro Meldyana Annisa, Tommy Januarto
<i>Telemarketing</i>	Cristy Wijaya
<i>Strategic Planner</i>	Askar Abdul Faattaah
<i>Marketing</i>	Aliefaini Pryanisa, Ferdhinand Akbar, Priantama Wahyu Nugroho
<i>Admin</i>	Nensiana Ervani, Yudita Saskia

TABEL 4.8**TIM RESEARCH & CONTENT STRATEGIST KATADATA.CO.ID**

JABATAN	NAMA
<i>Head</i>	Padjar Iswara
<i>Research Strategist</i>	Sapto Pradityo (Lead), Alfons Yoshio Hartanto, Anshar Dwi Wibowo, Arie Mega Prastiwi, Arofatin Maulina Ulfa, Dini Hariyanti, Fitria Nurhayati, Hanna Farah Vania, Jeany Hartriani, Melati Kristina Andriarsi
<i>Creative Content</i>	Muhamad Yana (Lead), Aris Luhur Setiawan, Arief K. Rachmad Laksono, Cicilia Sri Bintang Lestari, Nunik Septiyanti, Very Anggar Kusuma, Wahyu Risyanto
<i>Producer</i>	Desi Dwi Jayanti (<i>Lead</i>), Richard Lioe

TABEL 4.9**TEAM DATA & TECHNOLOGY KATADATA.CO.ID**

JABATAN	NAMA
<i>Vice President</i>	Fandy Djayasaputra
<i>Information & Technology</i>	Bayu Satria Maulana (Lead), Arif Firmansyah, Aditya Budi Fauzi, Bayu Mahdhani, Bayu Puguh Yuhartono, Christine Sani, Donny Faturrachman, Firman Firdaus, Heri Nurwanto, Maulana, Mariana Garcia, Ulil Albab
<i>Data Management</i>	Agus Dwi Darmawan, Enda Ibrena Ginting, Fakhri Kurniawan, Ibnu Muhammad, Sherly Karina, Viva Budy Kusnandar

TABEL 4.10***TEAM BUSINESS SERVICE KATADATA.CO.ID***

JABATAN	NAMA
<i>Vice President</i>	Yenny Bachtiar
<i>Human Capital</i>	Martdiana Helda Pietersz, Adinda Rizkianasari
<i>Procurement & GA</i>	Devia Winda Kemur, Nur Fadilah Hidra
<i>Legal</i>	Huri Rama Sanjaya Damopolii
<i>Finance</i>	Andre Wahyu SWS (Lead), Ayu Deviana, Fadlly, Farin Novrica, Heni Noviani

4.1.4 Situs-situs Katadata.co.id

1. Katadata *Insight Center* (KIC)



GAMBAR 4.1 Logo Katadata *Insight Center* (KIC)

(Sumber: <https://kic.katadata.co.id/>, 2020)

Katadata *Insight Center* (KIC) adalah salah satu unit bisnis Katadata yang berspesialisasi dalam melakukan penelitian dan analitik data, memberikan wawasan mendalam untuk membantu para pebisnis untuk memahami bisnisnya sendiri dalam pengambilan keputusan yang tepat dan lebih baik. Penelitian-penelitian yang dilakukan oleh Katadata *Insight center* (KIC) dirancang secara eksklusif untuk memenuhi kebutuhan spesifik para pebisnis kecil-menengah atau perusahaan global. Katadata *Insight Center* (KIC) dapat diakses pada link berikut: <https://kic.katadata.co.id/>.

2. *D-Insights*



Gambar 4.2 Logo *D-Insights*

(sumber: <https://dinsights.katadata.co.id>, 2020)

D-Insights adalah layanan konten langganan premium dari Katadata. Kami memberikan update dan tren terkini, khususnya dalam bisnis, ekonomi, pasar, energi dan politik kepada pelanggan kami *D-Insight* dapat diakses pada *link* : <https://dinsights.katadata.co.id/>.

3. Databoks



Gambar 4.3 Logo Databoks

(Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>, 2020)

Databoks adalah portal data statistik ekonomi dan bisnis yang merupakan bagian dari Katadata, perusahaan riset dan media *online* (katadata.co.id) yang berdiri sejak 2012. Databoks dibuat dengan tujuan memudahkan perusahaan, pelaku bisnis, periset, pelajar, pemerintah dan media untuk mencari dan mengolah data ekonomi dan bisnis secara cepat. Visual grafik Databoks didesain untuk

berbagai keperluan, seperti presentasi, pembuatan laporan dan memperkuat pemberitaan di media. Databoks.co.id dapat diakses pada *link* berikut ini :

<https://databoks.katadata.co.id/>.

4.1.5 Logo Portal Berita Katadata.co.id



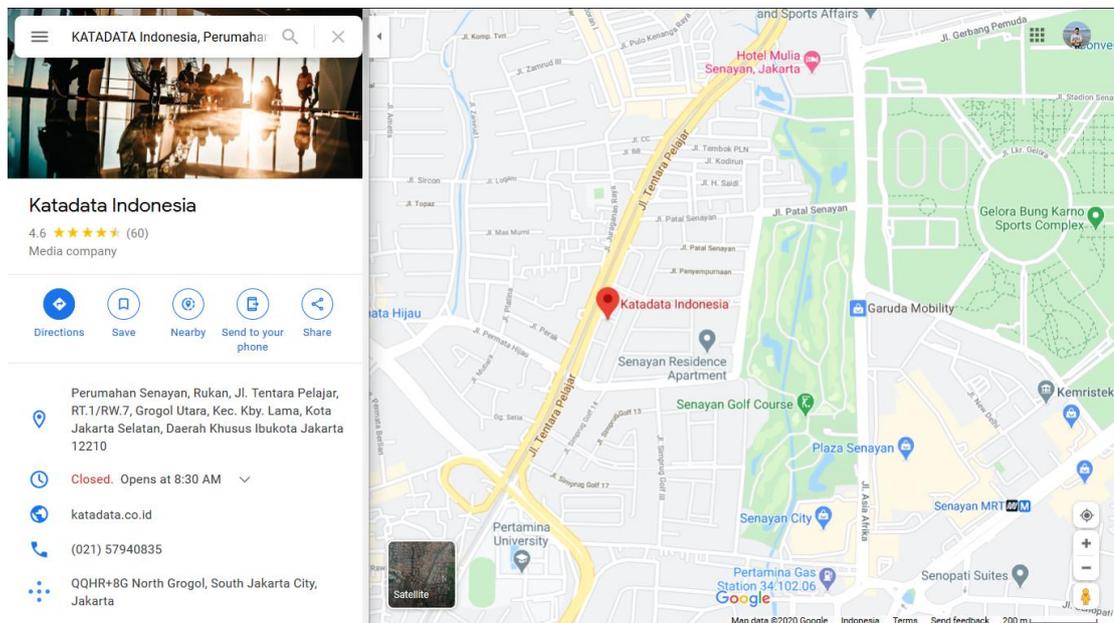
Gambar 4.4

Logo Portal Berita Katadata.co.id

(Sumber: <https://katadata.co.id/>, 2020)

4.1.6 Alamat Redaksi Portal Berita Katadata.co.id

PT. Katadata Indonesia



Gambar 4.5 Detail Lokasi Alamat Katadata.co.id dilihat dari *Google Maps*

(Sumber: <https://www.google.com/maps/place/Katadata+Indonesia/@-6.221654,106.791308,14z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x70f586a0bb5a5897!8m2!3d-6.2216537!4d106.7913079?hl=en-US>, diakses pada tanggal 20 Agustus 2020 pukul 05.21 WIB)

Permata Senayan Blok D No. 31, Jl. Tentara Pelajar, Jakarta, Indonesia, 12210

Telepon: +6221 5794 0835

Email: info@katadata.co.id

4.2 Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana infografis pada portal berita Katadata.co.id menyampaikan berita/informasi terkait dampak pandemi virus *Corona* (Covid-19) terhadap perekonomian Indonesia. Jurnalisme data berupa infografis yang dimaksudkan penulis adalah semua pemberitaan jurnalisme data dalam bentuk infografis mengenai dampak pandemi virus *Corona* terhadap perekonomian Indonesia yang diterbitkan/unggah oleh portal berita *online* Katadata.co.id pada periode 30 April sampai dengan 26 Juni 2020.

Pemilihan topik ini menjadi penelitian yang menarik dan pantas untuk dibahas dikarenakan pandemi virus *Corona* yang terjadi tak hanya mengubah berbagai macam aspek dalam kehidupan masyarakat tetapi juga memberikan bermacam-macam dampak di berbagai sektor seperti sektor ekonomi, pendidikan, kesehatan dan lain sebagainya. Pada penelitian ini penulis mengkhususkan diri untuk melihat bagaimana dampak pandemi virus *Corona* khusus pada sektor ekonomi. Tentunya banyak berbagai jenis media mulai dari media elektronik, media *online* dan media cetak yang memproduksi berita terkait pandemi dengan berbagai aspek, dampak dan sudut pandang.

Katadata.co.id menjadi portal berita yang mengkhususkan dirinya sebagai media yang menyajikan pemberitaan mengenai perekonomian dan perkembangan bisnis. Katadata.co.id menyajikan isi berita yang kaya akan data yang bersumber dari analis dan pihak yang memang berkompeten di bidangnya sehingga menghasilkan jurnalisme data yang akurat dan faktual.

Berikut ini penulis akan memaparkan hasil penelitian dan analisis dari 14 berita jurnalisme data berupa infografis mengenai dampak pandemi virus *Corona* terhadap perekonomian Indonesia pada portal berita Katadata.co.id dengan menggunakan periode waktu penerbitan mulai dari 30 April sampai dengan 26 Juni 2020. Pembahasan berdasarkan pada frekuensi pemunculan dan kategorisasi yang ada pada unit analisis yaitu dimensi sumber informasi, tipe liputan berita, sifat berita, jenis berita, dampak/ancaman pandemi, upaya penanganan, infografis dan orientasi infografis. Peneliti untuk memenuhi syarat reliabilitas menggunakan pengkoding lain selain dari peneliti sendiri untuk menghitung dan mendapatkan *Coefficient Reliability* (CR) dengan prosedur sebagai berikut:

1. Penulis sebagai pengkoding pertama memilih pengkoding kedua dan ketiga sebagai alat perbandingan. Pengkoding kedua adalah mahasiswa dengan Konsentrasi Jurnalistik Program Studi Ilmu Komunikasi (IK) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta yang saat ini juga sedang melakukan proses menyelesaikan penelitian terkait media *online*. Pengkoding ketiga adalah lulusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan (IESP) pada Fakultas Ekonomi di Universitas Jenderal Soedirman yang saat ini merupakan salah satu staf PPIC di salah satu perseroan terbatas di Jawa Barat . Kedua pengkoding tersebut dipilih karena memiliki pengetahuan tentang analisis isi, jurnalistik, perekonomian dan bisnis.
2. Sebelum mengisi lembar koding, pengkoding kedua dan pengkoding ketiga telah dijelaskan terlebih dahulu mengenai konsep dari unit-unit analisis dan kategorisasi yang telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti (penulis).

3. Pengkoding kedua dan pengkoding ketiga diberikan infografis-infografis mengenai dampak pandemi virus *corona* terhadap perekonomian Indonesia pada portal berita Katadata.co.id periode 30 April sampai dengan 26 Juni 2020.
4. Hasil pengukuran pengkoding pertama dibandingkan dengan hasil pengukuran pengkoding kedua dan ketiga. Penyusun dan pengkoding lain menghasilkan *Coefficient Reability* (CR) yang dinyatakan telah memenuhi syarat kepercayaan yang telah dinyatakan oleh Laswell yaitu apabila lebih dari 0,7.

4.3 Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian pada portal berita Katadata.co.id periode 30 April sampai dengan 26 Juni 2020 mengenai dampak pandemi virus *Corona* terhadap perekonomian Indonesia diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.11

Jumlah Berita Berupa Infografis Dampak Pandemi Virus *Corona* Terhadap Perekonomian Indonesia Pada Portal Berita Katadata.co.id Periode 30 April-26 Juni 2020

No.	Nama Portal Berita	Jumlah Berita
1	Katadata.co.id	14 berita

Tabel di atas memperlihatkan bahwa sampling atau jumlah total berita pada portal berita katadata.co.id adalah 14 buah berita. Total berita tersebut merupakan hasil riset yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Setelah mengklasifikasi berita dengan fokus yang telah peneliti tetapkan sebelumnya,

akhirnya terdapat 14 buah berita yang sesuai dengan topik dampak pandemi virus *Corona* terhadap perekonomian Indonesia.

4.3.1 Hasil Penelitian Unit Analisis Sumber Informasi

Sumber informasi merupakan tempat atau asal dari mana suatu informasi atau data berasal. Sumber informasi dapat dikatakan sebagai pihak yang menjadi sumber dari informasi atas suatu peristiwa tertentu. Narasumber adalah orang atau lembaga atau suatu badan yang memiliki kompetensi atau berkompeten dalam memberikan informasi dan fakta-fakta aktual terkait suatu peristiwa. Narasumber dalam penelitian ini yaitu meliputi pemerintah (Kementerian Keuangan, Kementerian BUMN, BPS, Kementerian Koperasi dan UMKM, BAPPENAS, Kementerian Perdagangan), Lembaga atau Organisasi yang Meneliti dan Menganalisis Permasalahan Keuangan dan Perekonomian (IMF, EIU, ADB, *World Bank*, *Core* Indonesia, Smeru, Redseer, FAO, Indef, BI, *Trading Economics Investor Daily*, *Layoffs*), *Food Safety Tech*, Tempo, Kompas, Katadata, Ikatan Pedagang Pasar Indonesia, Forbes, Katadata *Isight Center*, Kumparan, Detik, *Business Times*, Cnn Indonesia, Gaikindo, Asi, *Fyi*, *Nikkei Asian Review* dan lain-lain.

Unit analisis ini bertujuan untuk mengetahui siapakah narasumber atau sumber informasi yang paling banyak muncul dalam pemberitaan terkait dampak pandemi virus *Corona* terhadap perekonomian Indonesia. Unit analisis ini juga bertujuan untuk mengetahui sejauh mana Katadata.co.id dalam menyampaikan berita dengan kualitas jurnalistik data yang baik bagi para pembacanya. Hasil

penelitian mengenai unit analisis narasumber portal berita Katadata.co.id dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.12

Analisis Berita Berdasarkan Sumber Informasi pada Portal Berita Katadata.co.id periode 30 April – 26 Juni 2020

Sumber Informasi	April		Mei		Juni		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Pemerintah	-	-	-	-	1	7,14	1	7,14
Lembaga/Organisasi	-	-	2	14,28	4	28,57	6	42,86
Kombinasi	1	7,14	3	21,42	3	21,42	7	50
Jumlah	1	7,14	5	35,71	8	57,15	14	100

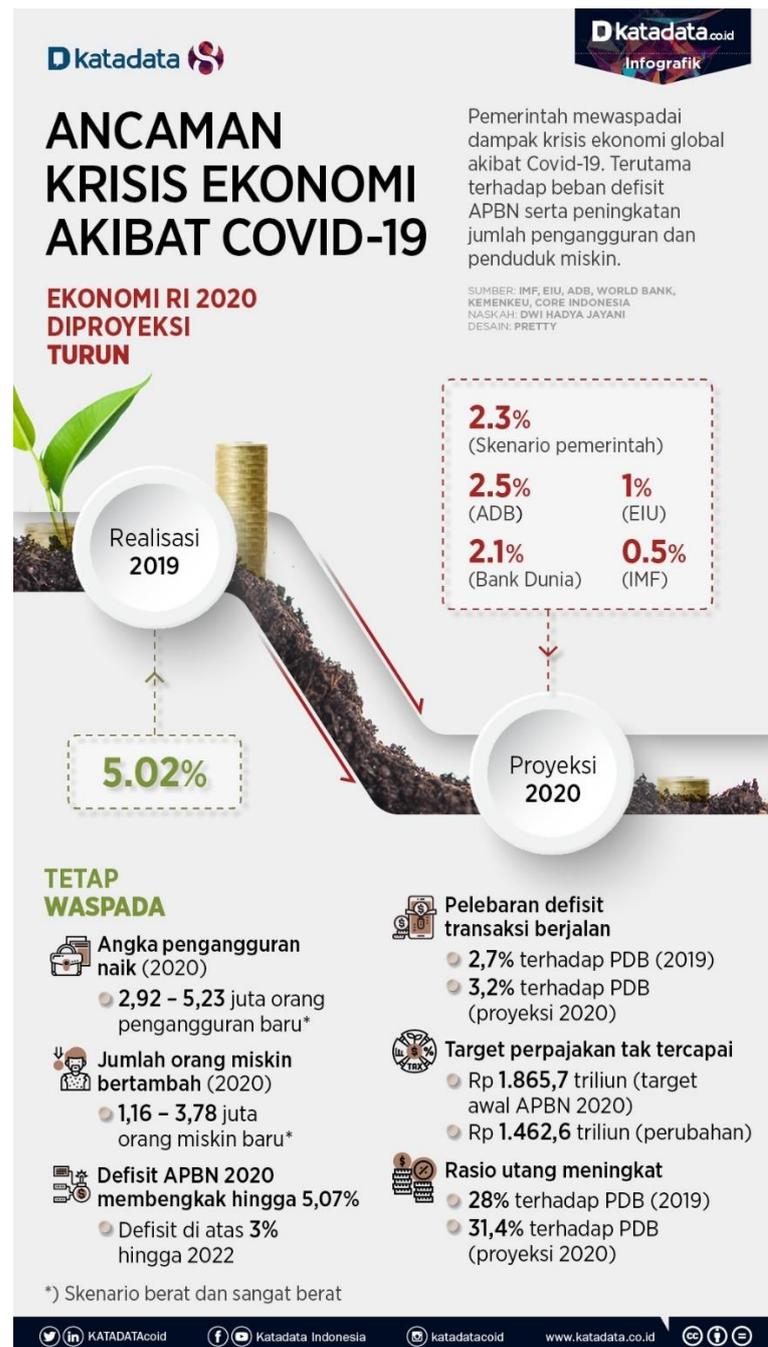
Sumber: Data primer olahan penulis

Pemberitaan yang berimbang adalah pemberitaan yang tidak hanya menggunakan satu sumber informasi namun minimal lebih dari satu, yaitu dua sumber informasi. Hal ini dianggap perlu karena untuk menyajikan suatu pemberitaan yang tidak hanya berdasarkan pada satu sisi saja, melainkan dilihat dari beberapa sudut pandang dan persepsi. Sumber jurnalisme data terbanyak pada penelitian ini adalah kombinasi, dengan perolehan hitungan sebanyak 50%. Kemudian disusul oleh sumber informasi lembaga/organisasi yang berkompeten dalam bidang keuangan dan bisnis dengan perolehan hitungan 42.86% dan 7.14% untuk sumber informasi berasal/bersumber hanya dari pemerintah saja.

Berikut contoh berita infografis yang menggunakan sumber informasi kombinasi pada portal berita Katadata.co.id :

Gambar 4.6

Infografis dengan Sumber Informasi Kombinasi



Sumber: <https://katadata.co.id/infografis/2020/04/30/ancaman-krisis-ekonomi-akibat-Covid-19>, diakses pada tanggal 20 Juli 2020 pukul 12:35 WIB.

4.3.2 Hasil Penelitian Unit Analisis Dampak/Ancaman

Unit analisis dampak/ancaman merupakan dampak atau ancaman apa saja yang muncul, yang sedang terjadi dan akan terjadi di kemudian hari akibat dari terjadinya pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia pada portal berita Katadata.co.id periode 30 April hingga 26 Juni 2020. Dampak dan ancaman yang ditampilkan pada hasil penelitian unit analisis pada kategorisasi ini dapat menjadi indikator-indikator dampak pandemi terhadap perekonomian di Indonesia.

Hasil dari penelitian kategorisasi unit analisis dampak/ancaman yang timbul akibat pandemi terhadap perekonomian Indonesia dapat dilihat seperti pada tabel berikut :

Tabel 4.13
Analisis Berita Berdasarkan Dampak/Ancaman pada Portal Berita
Katadata.co.id periode 30 April – 26 Juni 2020

Dampak/Ancaman	April		Mei		Juni		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%
			F					
Peningkatan Penduduk Miskin	-	-	1	7.14	-	-	1	7.14
PHK (Pemutusan Hubungan Kerja)	-	-	-	-	3	21.42	3	21.43
Defisit APBN	1	7.14	-	-	-	-	1	7.14
Defisit Bahan Pangan	-	-	1	7.14	-	-	1	7.14
Rasio Utang Meningkat	-	-	1	7.14	-	-	1	7.14
Penurunan Pendapatan Pelaku Usaha	-	-	1	7.14	2	14.28	3	21.43
Target Ekonomi Tak Tercapai	-	-	-	-	1	7.14	1	7.14
Ekonomi Melemah	-	-	-	-	1	7.14	1	7.14
Lain-lain	-	-	1	7.14	1	7.14	2	14.30
Jumlah	1	7.14	5	35.71	8	57.15	14	100

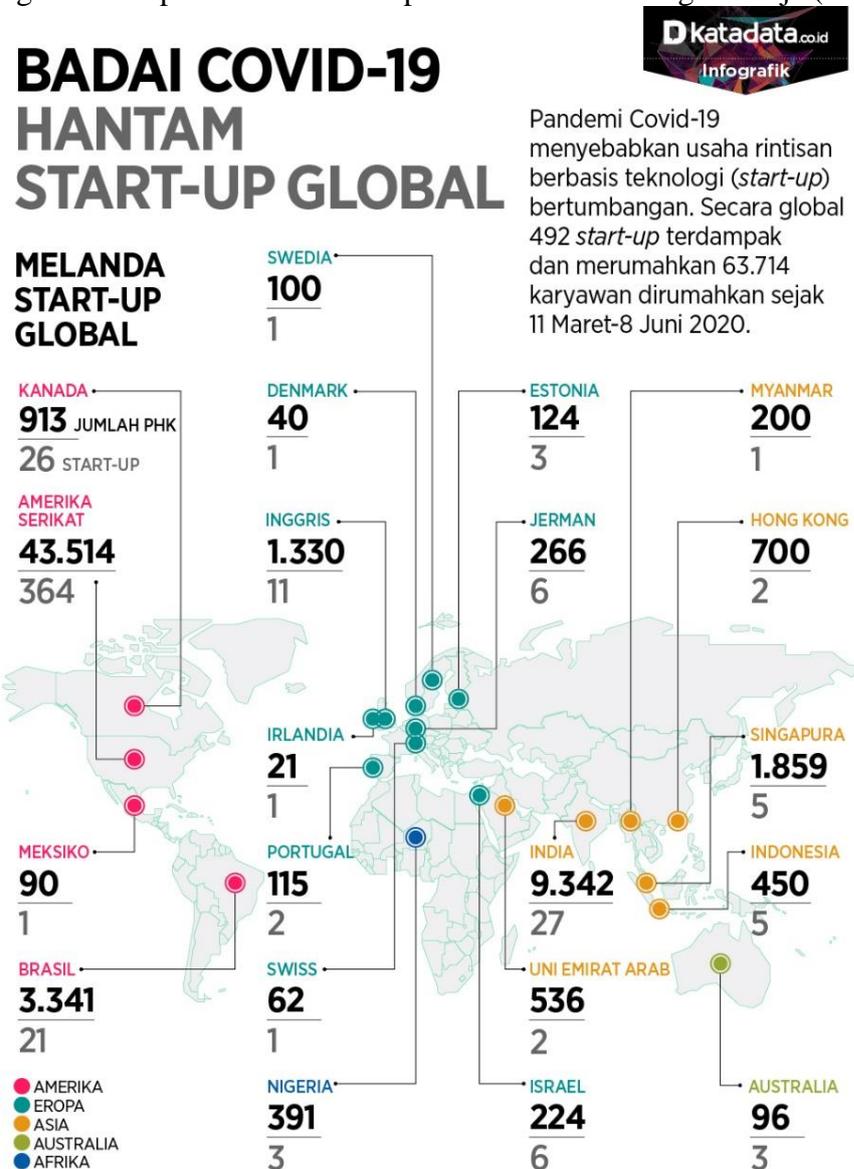
Sumber: Data primer olahan penulis

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia yang dimuat

oleh portal berita Katadata.co.id periode 30 April hingga 26 Juni dari 100% total pemberitaannya berisi sejumlah 21.43% untuk pemutusan hubungan kerja (PHK), 21.43% untuk terjadinya penurunan pendapatan para pelaku usaha, 7.14% peningkatan jumlah penduduk miskin, 7.14% defisit APBN, 7.14% defisit bahan pangan, 7.14% rasio utang meningkat, 7.14% target ekonomi tak tercapai, 7.14% ekonomi Indonesia melemah dan sejumlah 14.30% untuk dampak/ancaman yang lain-lainnya dari dampak ekonomi yang telah disebutkan diatas.

Berikut merupakan jurnalisme data berupa infografis yang menampilkan dampak/ancaman pemutusan hubungan kerja (PHK) yang terjadi akibat pandemi virus *corona (Covid-19)* yang terjadi di Indonesia:

Gambar 4.7
Infografis Dampak/Ancaman berupa Pemutusan Hubungan Kerja (PHK)



Pandemi Covid-19 menyebabkan usaha rintisan berbasis teknologi (*start-up*) bertumbangan. Secara global 492 *start-up* terdampak dan merumahkan 63.714 karyawan dirumahkan sejak 11 Maret-8 Juni 2020.

5 SEKTOR START-UP DENGAN PHK TERBESAR



SUMBER: LAYOFFS.FYI | PENULIS: YOSEPHA PUSPARISA | DESAIN: DANI NURBIANTORO

Berdasarkan dari infografis diatas pandemi virus *corona (Covid-19)* sejak kurun waktu 11 Maret hingga 8 Juni 2020 menyebabkan sejumlah 450 jumlah pemutusan hubungan kerja dari lima usaha rintisan berbasis teknologi (*start-up*) di Indonesia. Lima sektor dengan PHK terbesar yaitu terjadi pada bidang transportasi, perjalanan, retail, keuangan dan makanan.

4.3.3 Hasil Penelitian Unit Analisis Upaya Penanganan

Kategorisasi unit analisis upaya penanganan merupakan upaya atau langkah apa saja yang dilakukan oleh pihak-pihak terkait dalam menangani, merespon ataupun menindaklanjuti dampak pandemi virus *corona (Covid-19)* terhadap sektor-sektor terdampak pandemi yang dimuat oleh portal berita Katadata.co.id periode 30 April-26 Juni 2020 dengan format jurnalisme data berupa infografis.

Hasil dari penelitian berdasarkan upaya penanganan yang dilakukan oleh pihak terkait pada portal berita katadata.co.id dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.14
Analisis Berita Berdasarkan Upaya Penanganan pada Portal Berita
Katadata.co.id periode 30 April – 26 Juni 2020

Upaya Penanganan	April		Mei		Juni		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Bantuan Langsung Tunai	-	-	1	7.14	-	-	1	7.14
Bantuan Dana Ke BUMN/Sektor Terdampak	-	-	1	7.14	2	14.28	3	21.42
Lain-lain	1	7.14	3	21.42	6	42.85	10	71.44
Jumlah	1	7.14	5	35.71	8	57.15	14	100

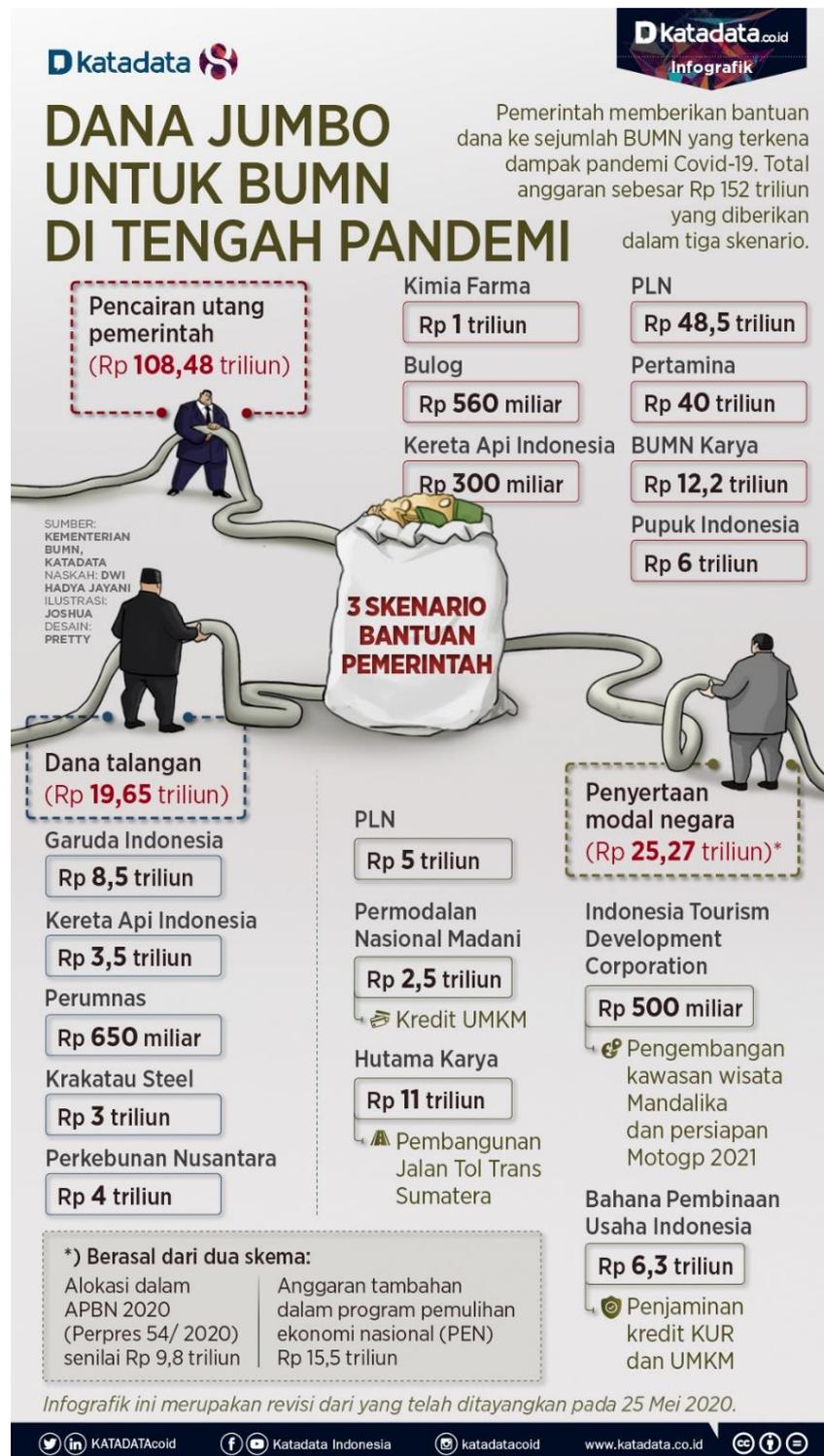
Sumber: Data primer olahan penulis

Berdasarkan dari tabel diatas dapat diketahui hasil penelitian dari kategorisasi upaya penanganan yang bersumber pada berita berupa jurnalisme data yang di muat oleh portal berita Katadata.co.id periode 30 April hingga 26 Juni 2020, menunjukkan bahwa terdapat 71.44% upaya lain-lain, 21.42% untuk upaya bantuan dana ke BUMN atau sektor terdampak dan 7.14% untuk bantuan langsung tunai kepada masyarakat terdampak.

Berikut merupakan gambar infografis yang menunjukkan upaya penanganan bantuan dana kepada BUMN atau sektor terdampak yang dimuat oleh portal berita Katadata.co.id :

Gambar 4.8

Infografis dengan Unit Analisis Upaya Penanganan Bantuan Dana Ke BUMN/Sektor
Terdampak



Sumber : <https://katadata.co.id/infografis/2020/05/25/dana-jumbo-untuk-bumn-di-tengah-pandemi>, diakses pada tanggal 20 Juli 2020 pukul 12:58 WIB.

Infografis yang telah ditampilkan tersebut merupakan infografis yang berisikan salah satu bentuk upaya penanganan yang dilakukan pemerintah dalam

menghadapi pandemi yang semakin berdampak buruk pada perekonomian Indonesia, yaitu pemerintah menyiapkan dana khusus untuk membantu BUMN yang terdampak pandemi. Pemerintah menyiapkan dana sejumlah Rp. 152 triliun yang diberikan dengan tiga skenario, pertama yaitu pencairan utang pemerintah yang akan diberikan kepada Kimia Farma, Bulog, PT. KAI, PLN, Pertamina, BUMN Karya dan Pupuk Indonesia. Skenario kedua yaitu dengan dana talangan yang akan diberikan kepada Garuda Indonesia, Kereta Api Indonesia, Perumnas, Krakatau *Steel* dan Perkebunan nusantara. Ketiga yaitu penyertaan modal negara yang akan diberikan kepada PLN, Permodalan Nasional Madani, Hutama Karya, Indonesia *Tourism Development Corporation* dan Bahana Pembinaan Usaha Indonesia.

4.3.4 Hasil Penelitian Unit Analisis Infografis

Unit analisis Infografis merupakan sajian berita berupa jurnalisme data yang telah didesain sedemikian rupa yang berisi kumpulan data-data faktual yang bersumber dari sumber-sumber berkompeten agar suatu fakta-fakta rumit dan membutuhkan waktu untuk dipahami menjadi sajian pemberitaan yang lebih mudah untuk dicerna dan lebih cepat untuk dimengerti oleh para khalayak atau audiens tujuan dari Katadata.co.id. Perlu diketahui, infografis memiliki beberapa karakteristik yaitu sebagai berikut :

- a. Informatif

Infografis yang ditampilkan pada portal berita Katadata.co.id memiliki karakter visualisasi yang informatif. Menarik Secara Visual, Infografis yang ditampilkan pada portal berita Katadata.co.id memiliki karakter visualisasi yang menarik atau memikat.

b. Menarik Secara Visual

Infografis yang ditampilkan pada portal berita Katadata.co.id memiliki karakter visualisasi yang menarik atau memikat.

c. Komprehensi

Berita dalam bentuk infografis lebih mudah dan cepat dipahami dan didefinisikan dengan karakteristik-karakteristik visualnya yang ilustratif yang mengkombinasikan bentuk naratif dengan bentuk visual seperti simbol-simbol, bentuk-bentuk tertentu, gambar, diagram, bagan, visualisasi dengan warna beragam dan semacamnya.

d. Retensi

Tampilan visualisasi infografis yang disajikan oleh portal berita Katadata.co.id membantu audience dalam mengingat berbagai informasi, alur naratif dan data dari berita yang disampaikan.

e. Ilustratif

Tampilan olahan visualisasi infografis yang digunakan oleh portal berita Katadata.co.id mampu menyampaikan, menjelaskan dan mewakili (mengilustrasikan) berbagai himpunan data dan naratif yang kompleks menjadi visualisasi berita yang memudahkan sekaligus mempercepat daya tangkap khalayak dalam memahami isi berita.

Pada sajian infografis yang dipublikasi oleh portal berita Katadata.co.id kemungkinan setiap infografis memiliki setiap dari berbagai karakteristik yang telah disebutkan diatas, karakteristik yang peneliti dan pengkoding satu dan pengkoding dua ambil adalah karakteristik yang paling menonjol dari setiap karakteristik yang ada pada sajian infografis tersebut.

Berikut merupakan hasil penelitian dari Sajian jurnalisme data berupa infografis yang disajikan oleh portal berita Katadata.co.id terkait dampak pandemi virus *corona (Covid-19)* terhadap perekonomian Indonesia periode 30 April hingga 26 Juni 2020 :

Tabel 4.15

**Analisis Berita Berdasarkan Infografis pada Portal Berita Katadata.co.id
periode 30 April – 26 Juni 2020**

Infografis	April		Mei		Juni		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Informatif	1	7.14	-	-	2	14.28	3	21.43
Menarik Secara Visual	-	-	1	7.14	1	7.14	2	14.28
Komprehensi	-	-	2	14.28	2	14.28	4	28.58
Retensi	-	-	1	7.14	1	7.14	2	14.28
Ilustratif	-	-	1	7.14	2	14.28	3	21.43
Jumlah	1	7.14	5	35.71	8	57.15	14	100

Sumber: Data primer olahan penulis

Berdasarkan sajian data pada tabel 4.18 diatas, dapat dilihat bahwa unit analisis dengan kategorisasi infografis dengan karakteristik menarik secara visual mendominasi sajian infografis yang tayang pada portal berita katadata.co.id sejumlah 28.58% dari total jumlah karakteristik 100%. Kemudian di posisi kedua terdapat dua karakteristik yang mendapatkan hasil sama, yaitu karakteristik informatif dan ilustratif yang masing-masing tayang sejumlah 21.43% dan di peringkat ketiga terdapat karakteristik menarik secara visual dan retensi yaitu sejumlah 14.28%.

Berikut merupakan salah satu contoh infografis dengan karakteristik ilustratif terkait dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian

Indonesia yang telah diterbitkan oleh portal berita Katadata.co.id periode 30 April sampai dengan 26 Juni 2020:

Gambar 4.9

Infografis Katadata.co.id dengan Karakteristik Ilustratif



Sumber : <https://katadata.co.id/infografis/2020/06/11/memoles-wajah-pariwisata-era-normal-baru>, diakses pada tanggal 20 Juli 2020 pukul 13:15 WIB.

Infografis tersebut di atas memberikan ilustratif terkait tentang dukungan pemerintah yang berisikan stimulus pemerintah pusat dan program pemulihan stimulus pemerintah pusat yang berisikan tentang kompensasi pajak hotel atau restoran kemudian insentif tiket ke 10 Destinasi wisata kemudian hibah pariwisata yang semua itu disajikan dengan data yang ilustratif kemudian untuk program pemulihan terdapat sertifikasi CHS yang ditampilkan dengan Simbol ilustratif seperti infografis di atas dan promosi melalui media digital elektronik, cetak, serta revitalisasi destinasi wisata juga menggunakan simbol yang cukup ilustratif.

Berikutnya, ketika infografis menampilkan keadaan pariwisata yang terpuruk infografis tersebut menampilkan jumlah turis asing dengan penurunan yang kemudian di ilustrasikan dengan bentuk koper dan simbol ilustratif lainnya yang kemudian jumlah penumpang penerbangan diilustrasikan dengan kursi penumpang pesawat dan kemudian tingkat Hunian kamar hotel di ilustrasikan dengan tempat tidur hotel yang nyaman. Selanjutnya yaitu di sebelah kanan bawah dari infografis juga terlihat berbagai jenis destinasi wisata yang terdapat di Indonesia mulai dari candi Borobudur, pantai, air terjun dan lain-lain sebagainya.

4.3.8 Hasil Penelitian Unit Analisis Orientasi Infografis

Orientasi infografis merupakan hal penting bagi berita, karena orientasi infografis adalah kumpulan kalimat atau argumen yang nantinya akan menggiring atau mengarahkan para pembaca untuk dibawa pada inti pokok dari suatu berita yang telah disajikan.

Unit analisis ini akan menjabarkan bagaimana orientasi pemberitaan jurnalisme data portal berita katadata.co.id dalam memaparkan fakta, data dan analisis yang telah diperoleh dari sumber-sumber berkompeten pada setiap infografis terkait dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia yang terbit mulai dari 30 April sampai dengan 26 Juni 2020.

Hasil dari penelitian berdasarkan kategorisasi orientasi infografis pada portal berita Katadata.co.id, dapat diperhatikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.16

Analisis Berita Berdasarkan Orientasi Infografis pada Portal Berita Katadata.co.id periode 30 April – 26 Juni 2020

Orientasi Infografis	April		Mei		Juni		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Mencari Akar Masalah	-	-	-	-	1	7.14	1	7.14
Menawarkan Solusi	-	-	3	21.42	1	7.14	4	28.57
Memberikan Informasi	1	7.14	2	14.28	5	35.71	8	57.15
Memberikan Edukasi	-	-	-	-	1	7.14	1	7.14
Jumlah	1	7.14	5	35.71	8	57.15	14	100

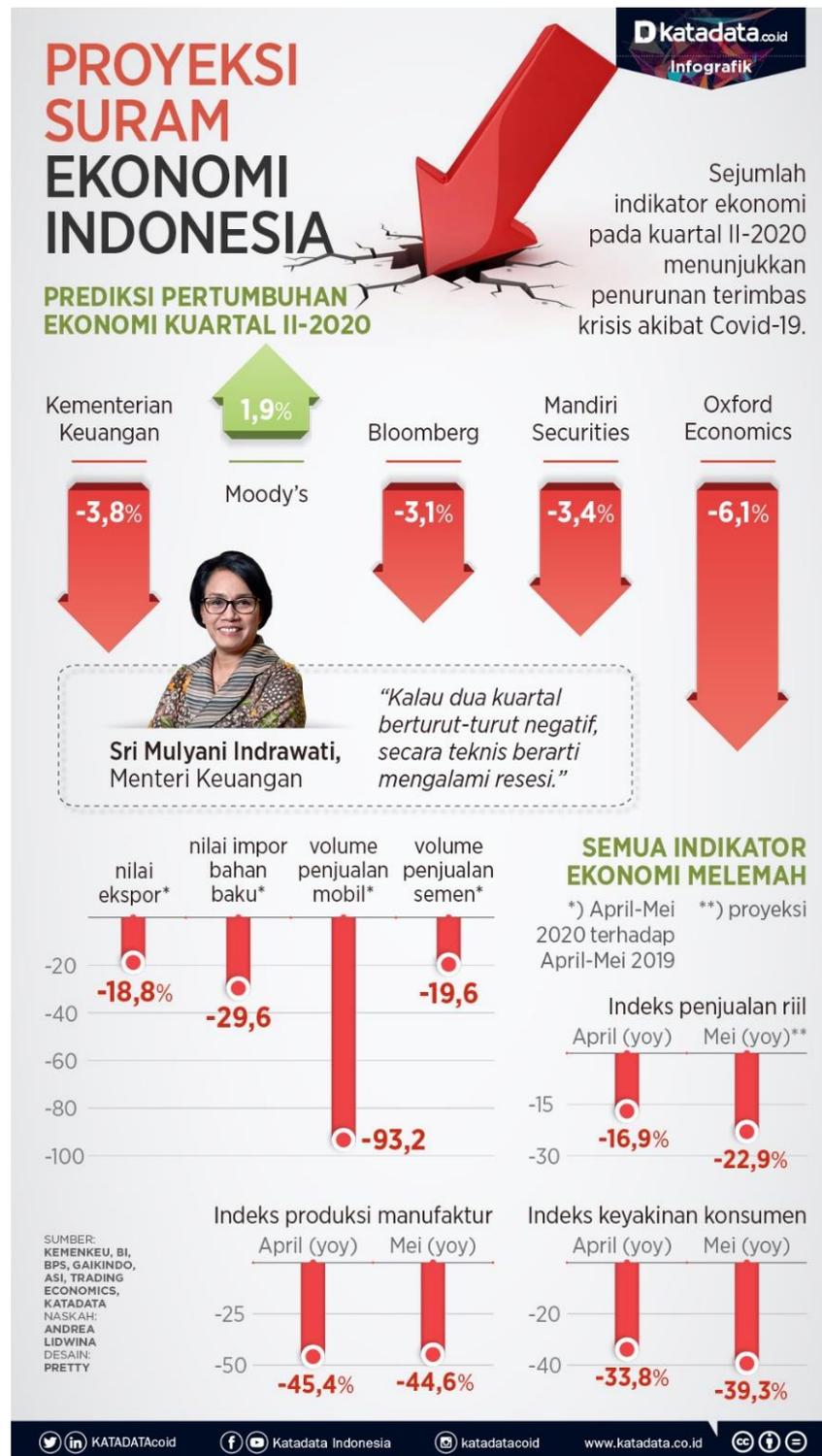
Sumber: Data primer olahan penulis

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui hasil bahwa orientasi infografis pada portal berita Katadata.co.id yang terbit pada periode 30 April hingga 26 Juni 2020, menunjukkan bahwa Katadata.co.id menyajikan orientasi infografis sejumlah 57.15% untuk pemberitaan yang memberikan informasi, 28.57% untuk menawarkan solusi dan masing-masing 7.14% untuk orientasi infografis yang mencari akar masalah dan orientasi infografis yang memberikan edukasi.

Berikut merupakan contoh salah satu jurnalisme data berupa infografis yang memberikan informasi terkait dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia yang telah diterbitkan oleh portal berita Katadata.co.id periode 30 April sampai dengan 26 Juni 2020:

Gambar 4.10

Infografis dengan Orientasi Infografis Memberikan Informasi



Sumber: <https://katadata.co.id/infografis/2020/06/26/proyeksi-suram-ekonomi-indonesia>, diakses pada tanggal 20 Juli 2020 pukul 13:40 WIB.

Berita berupa infografis diatas merupakan contoh berita yang menggunakan orientasi memberikan informasi yang cukup mendalam. Hal ini dapat dilihat dari infografis tersebut yang menginformasikan terkait prediksi proyeksi ekonomi Indonesia kedepan di kuartal ke II tahun 2020 dari berbagai sumber seperti Kementerian Keuangan, *Moody's*, Bloomberg, Mandiri Sekuritas dan *Oxford Economics*. Sri Mulyani yang menjabat sebagai menteri keuangan mengungkapkan bahwa perekonomian Indonesia akan mengalami resesi jika mengalami pertumbuhan negatif dua kuartal secara berturut-turut. Selain itu juga terdapat informasi mengenai indikator-indikator perekonomian yang mengalami pelemahan.

4.4 Pembahasan

Berdasarkan langkah-langkah proses analisis data dan juga penelitian yang telah penulis lakukan, dapat diambil sebuah gambaran yang jelas pada masalah yang dibahas dan diteliti. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan metode analisis isi dan menggunakan dua orang pengkoder yang telah penulis pilih dengan kriteria yang penulis anggap mumpuni dan berkompeten. Berdasarkan hasil pengujian validitas, didapatkan hasil yaitu seperti pada tabel berikut :

Tabel 4.17

Hasil Validitas Pengkoding 1 (CR 1) dan Pengkoding 2 (CR 2) pada Portal Berita Katadata.co.id

No	Unit Analisis	CR 1	CR 2
1	Sumber Informasi	1	1
2	Dampak/Ancaman	0.92	1
3	Upaya Penanganan	1	0,92
4	Infografis	0.92	0.92
5	Orientasi Infografis	0.92	0.92

Sumber: Data Olahan Penulis

Reliabilitas bergerak antara 0 hingga 1, dimana 0 berarti tidak ada satupun yang disetujui oleh *coder* dan 1 berarti persetujuan sempurna diantara para *coder*. Makin tinggi angka, semakin tinggi pula angka reliabilitasnya. Pada formula Holsti, angka reliabilitas minimum yang ditoleransi adalah 0,7 atau 70%. Jika hasil perhitungan menunjukkan angka reliabilitas diatas 0,7 berarti alat ukur ini benar-benar reliabel. Jika di bawah 0,7 berarti alat ukur (*coding sheet*) bukan alat yang reliabel.

Berdasarkan pada tabel diatas, telah didapatkan hasil bahwa alat ukur yang digunakan oleh peneliti sah (valid) sehingga temuan-temuan dalam analisis ini didasarkan pada alat ukur yang telah memenuhi syarat dan berada diatas skor minimal validitas yang telah ditentukan dengan perhitungan rumus sebelumnya. Oleh karena itu dapat dikatakan juga bahwa temuan-temuan dalam penelitian ini

dihasilkan dari pengukuran yang tepat. Arti penting dari validitas ini dapat dikatakan sebagai kualitas hasil penelitian yang membawa seseorang untuk meyakini bahwa fakta-fakta yang ada tidak dapat ditentang. Analisis yang penulis lakukan dengan menggunakan validitas yang telah diuji sekali lagi dapat dikatakan valid, dikarenakan penulis mengukur apa yang didesain untuk diukur dan menggunakan inferensi yang didasarkan atas dasar pembuktian yang dicapai secara independen.

Pandemi virus *corona* (*Covid-19*) telah ditetapkan oleh pemerintah sebagai bencana nasional pada Sabtu 14 Maret 2020 dan semenjak itu Indonesia memasuki masa darurat bencana non-alam. Setelah pemerintah mengumumkan hal tersebut, pemerintah menghimbau kepada setiap masyarakat untuk mengisolasi diri dan mengurangi kegiatan berkumpul dan beraktivitas di luar rumah. Pembatasan aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat juga memberikan berbagai dampak yang salah satunya yaitu berpengaruh pada aktivitas bisnis yang kemudian berimbas pada perekonomian. Badan Pusat Statistik (BPS) mengatakan bahwa perekonomian Indonesia pada kuartal I yaitu 2.97 persen, kuartal II 2020 minus 5.32 persen. Menteri keuangan Sri Mulyani Indrawati mengatakan pada kuartal III, perekonomian Indonesia akan mengalami kontraksi hingga minus 2.9 persen.

Portal berita Katadata.co.id merupakan perusahaan media, data dan riset *online* yang mengkhususkan diri pada bidang ekonomi dan bisnis. Perusahaan ini menyajikan berita, informasi, data, dan hasil riset secara mendalam bagi kepentingan para pemimpin bisnis dan pengambil kebijakan yang karakteristik

pemberitaan dikemas secara lugas dan atraktif agar mudah dipahami publik atau setiap pembacanya. Portal berita Katadata.co.id tak hanya menyajikan berita atau informasi dalam bentuk teks saja, melainkan juga dalam tampilan visual yang memikat seperti yang ditampilkan pada pemberitaan jurnalisme data berupa infografis.

Dengan kata lain, Katadata.co.id berupaya menyederhanakan persoalan yang rumit, tanpa harus kehilangan esensinya. *"Simplicity is the Ultimate Sophistication,"* seperti kata Leonardo da Vinci, yang dijadikan motto oleh perusahaan ini. Tim Katadata terdiri dari para jurnalis dan periset berpengalaman di bidang energi, finansial, makro ekonomi, perdagangan dan infrastruktur.

Pada setengah dasawarsa terakhir ini, ada peningkatan dalam jumlah pada publikasi yang menggunakan konten *grafis* untuk menggantikan fitur-fitur tradisional yang berbasis tekstual. Merambahnya konten infografis pada berbagai macam portal berita salah satunya juga merupakan bentuk upaya yang dilakukan oleh para perusahaan media untuk memuaskan para khalayaknya serta sebagai cara jitu untuk menarik pembaca baru.

Infografis dengan berbagai bentuk dan desain visualisasinya yang menarik kini telah memungkinkan kita untuk mendapatkan wawasan dan memahami sesuatu dengan lebih cepat dan efisien. Pada masa keterbukaan informasi dengan visualisasi yang sangat variatif pada saat ini, khalayak tak hanya membutuhkan suatu bentuk informasi yang aktual dan faktual, namun juga membutuhkan suatu bentuk informasi berupa berita yang mudah dan efisien untuk dipahami dan

memiliki data yang terpampang jelas dengan visualisasi yang menarik guna mempercepat khalayak dalam memahami isi atau maksud dari sebuah karya jurnalisme yang disebarluaskan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana infografis dan kecenderungan pemberitaan/penyampaian informasi yang disajikan dalam bentuk infografis terkait dampak pandemi virus *corona* (*Covid* -19) terhadap perekonomian Indonesia. Berikut merupakan hasil dari penelitian yang telah peneliti lakukan :

1. Analisis Infografis Berdasarkan Sumber Informasi pada Portal Berita Katadata.co.id periode 30 April – 26 Juni 2020

Pemberitaan yang berimbang adalah pemberitaan yang tidak hanya menggunakan satu sumber informasi namun minimal lebih dari satu, yaitu dua sumber informasi. Hal ini dianggap perlu karena untuk menyajikan suatu pemberitaan yang tidak hanya berdasarkan pada satu sisi saja, melainkan dilihat dari beberapa sudut pandang dan persepsi. Sumber jurnalisme data terbanyak pada penelitian ini adalah kombinasi, dengan perolehan hitungan sebanyak 50%. Kemudian disusul oleh sumber informasi lembaga/organisasi yang berkompeten dalam bidang keuangan dan bisnis dengan perolehan hitungan 42.86% dan 7.14% untuk sumber informasi berasal/bersumber hanya dari pemerintah saja. Narasumber dalam penelitian ini yaitu meliputi pemerintah (Kementerian Keuangan, Kementerian BUMN, BPS, Kementerian Koperasi dan UMKM, BAPPENAS, Kementerian Perdagangan), Lembaga atau Organisasi yang

Meneliti dan Menganalisis Permasalahan Keuangan dan Perekonomian (IMF, EIU, ADB, *World Bank*, *Core Indonesia*, Smeru, Redseer, FAO, Indef, BI, *Trading Economics Investor Daily*, *Layoffs*), *Food Safety Tech*, Tempo, Kompas, Katadata, Ikatan Pedagang Pasar Indonesia, Forbes, Katadata *Isight Center*, Kumparan, Detik, *Business Times*, CNN Indonesia, Gaikindo, Asi, *Fyi*, dan *Nikkei Asian Review*.

2. Analisis Infografis Berdasarkan Dampak/Ancaman pada Portal Berita Katadata.co.id periode 30 April – 26 Juni 2020

Unit analisis dampak/ancaman merupakan dampak atau ancaman apa saja yang muncul, yang sedang terjadi dan akan terjadi di kemudian hari akibat dari terjadinya pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia pada portal berita Katadata.co.id periode 30 April hingga 26 Juni 2020. Dampak dan ancaman yang ditampilkan pada hasil penelitian unit analisis pada kategorisasi ini dapat menjadi indikator-indikator dampak pandemi terhadap perekonomian di Indonesia.

Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah peneliti lakukan dapat diambil kesimpulan bahwa dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia yang dimuat oleh portal berita Katadata.co.id periode 30 April hingga 26 Juni dari 100% total pemberitaannya berisi sejumlah 21.43% untuk pemutusan hubungan kerja (PHK), 21.43% untuk terjadinya penurunan pendapatan para pelaku usaha, 7.14% peningkatan jumlah penduduk miskin, 7.14% defisit APBN, 7.14%

defisit bahan pangan, 7.14% rasio utang meningkat, 7.14% target ekonomi tak tercapai, 7.14% ekonomi Indonesia melemah dan sejumlah 14.30% untuk dampak/ancaman yang lain-lainnya dari dampak ekonomi yang telah disebutkan di atas.

3. Analisis Infografis Berdasarkan Upaya Penanganan pada Portal Berita Katadata.co.id periode 30 April – 26 Juni 2020

Kategorisasi unit analisis upaya penanganan merupakan upaya atau langkah apa saja yang dilakukan oleh pihak-pihak terkait dalam menangani, merespon ataupun menindaklanjuti dampak pandemi virus *corona (Covid-19)* terhadap sektor-sektor terdampak pandemi yang dimuat oleh portal berita Katadata.co.id periode 30 April-26 Juni 2020 dengan format jurnalisme data berupa infografis.

Berdasarkan hal itu dapat diketahui hasil penelitian dari kategorisasi upaya penanganan yang bersumber pada jurnalisme data yang dimuat oleh portal berita Katadata.co.id periode 30 April hingga 26 Juni 2020, menunjukkan bahwa terdapat 71.44% upaya lain-lain, 21.42% untuk upaya bantuan dana ke BUMN atau sektor terdampak dan 7.14% untuk bantuan langsung tunai kepada masyarakat terdampak.

4. Analisis Infografis Berdasarkan Karakteristik Infografis pada Portal Berita Katadata.co.id periode 30 April – 26 Juni 2020

Infografis memiliki beberapa karakteristik yaitu sebagai berikut :

a. Informatif

Infografis yang ditampilkan pada portal berita Katadata.co.id memiliki karakter visualisasi yang informatif. Menarik Secara Visual, Infografis yang ditampilkan pada portal berita Katadata.co.id memiliki karakter visualisasi yang menarik atau memikat.

b. Menarik Secara Visual

Infografis yang ditampilkan pada portal berita Katadata.co.id memiliki karakter visualisasi yang menarik atau memikat.

c. Komprehensi

Berita dalam bentuk infografis lebih mudah dan cepat dipahami dan didefinisikan dengan karakteristik-karakteristik visualnya yang ilustratif yang mengkombinasikan bentuk naratif dengan bentuk visual seperti simbol-simbol, bentuk-bentuk tertentu, gambar, diagram, bagan, visualisasi dengan warna beragam dan semacamnya.

d. Retensi

Tampilan visualisasi infografis yang disajikan oleh portal berita Katadata.co.id membantu audience dalam mengingat berbagai informasi, alur naratif dan data dari berita yang disampaikan.

e. Ilustratif

Tampilan olahan visualisasi infografis yang digunakan oleh portal berita Katadata.co.id mampu menyampaikan, menjelaskan dan mewakili (mengilustrasikan) berbagai himpunan data dan naratif yang

kompleks menjadi visualisasi berita yang memudahkan sekaligus mempercepat daya tangkap khalayak dalam memahami isi berita.

Berdasarkan sajian data yang berhasil peneliti dapatkan, dapat diketahui hasil akhir bahwa infografis dengan karakteristik menarik secara visual mendominasi sajian infografis yang tayang pada portal berita katadata.co.id periode 30 April - 26 Juni yaitu sejumlah 28.58% dari total frekuensi penayangan 100%.

Kemudian di posisi kedua terdapat dua karakteristik yang mendapatkan hasil sama, yaitu karakteristik informatif dan karakteristik ilustratif yang masing-masing tayang dengan jumlah frekuensi sebanyak 21.43% dan pada peringkat selanjutnya terdapat karakteristik menarik secara visual dan karakteristik retensi dengan perolehan persentase penayangan masing-masing sejumlah 14.28%.

5. Analisis Infografis Berdasarkan Orientasi Infografis pada Portal Berita Katadata.co.id periode 30 April – 26 Juni 2020

Orientasi infografis merupakan salah satu hal terpenting bagi suatu karya jurnalisme berupa berita, karena orientasi infografis merupakan kumpulan kata berupa kalimat atau argumen yang nantinya berguna untuk menggiring atau mengarahkan para pembaca pada inti pokok dari berita yang disajikan.

Orientasi infografis akan memaparkan bagaimana dalam hal ini pada portal berita katadata.co.id dalam memaparkan fakta, data dan

menyajikan analisis yang telah diperoleh dari sumber-sumber berkompeten pada setiap infografis terkait dampak pandemi yang terjadi terhadap perekonomian di Indonesia.

Berdasarkan penelitian dan analisa data yang telah penulis lakukan, dapat diketahui fakta bahwa orientasi infografis pada portal berita Katadata.co.id yang terbit pada periode 30 April hingga 26 Juni 2020, menunjukkan bahwa Katadata.co.id menyajikan orientasi infografis sejumlah 57.15% untuk pemberitaan yang memberikan orientasi informasi, 28.57% untuk orientasi menawarkan solusi dan masing-masing 7.14% untuk orientasi mencari akar masalah dan orientasi yang memberikan edukasi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis isi yang telah penulis lakukan kesimpulan dari penelitian yang berhasil peneliti dapat mengungkapkan hal-hal sebagai berikut ini:

1. Katadata.co.id menggunakan sumber informasi kombinasi. Sumber informasi kombinasi yang digunakan yaitu sumber informasi pemerintah (Kementerian Keuangan, Kementerian BUMN, BPS, Kementerian Koperasi dan UMKM, BAPPENAS dan Kementerian Perdagangan) dan sumber informasi lembaga/organisasi yang memiliki fokus pada bidang ekonomi, bisnis dan keuangan (IMF, EIU, ADB, *World Bank*, *Core Indonesia*, *SMERU Research*, *Redseer*, *FAO*, *INDEF*, *BI*, *Trading Economics Investor Daily* dan lain sebagainya).
2. Katadata.co.id menampilkan berbagai bentuk dampak dan ancaman yang diakibatkan dari terjadinya pandemi virus *corona (Covid-19)* terhadap sektor perekonomian Indonesia, yaitu; peningkatan penduduk miskin, pemutusan hubungan kerja (PHK), defisit APBN, defisit bahan pangan, rasio utang yang meningkat, penurunan pendapatan para pelaku usaha, target ekonomi yang tak tercapai, ekonomi melemah dan ancaman resesi.
3. Katadata.co.id menampilkan upaya penanganan yang dilakukan oleh pihak terkait dalam hal ini pemerintah yaitu berupa bantuan langsung

tunai kepada masyarakat terdampak, bantuan dana ke BUMN/sector terdampak pertama, dengan skenario pencairan utang pemerintah yang akan diberikan kepada Kimia Farma, Bulog, PT. KAI, PLN, PERTAMINA, BUMN Karya dan Pupuk Indonesia. Kedua, skenario dana talangan kepada Garuda Indonesia, PT. KAI, Perumnas, Krakatau *Steel* dan Perkebunan Nusantara. Ketiga, skenario penyertaan modal negara kepada PLN, Permodalan Nasional Madani, Hutama Karya, Indonesia *Tourism Development Corporation* dan Bahana Pembinaan Usaha Indonesia yang berasal dari dua skema yaitu alokasi dalam APBN 2020 (Perpres 54/2020) dan anggaran tambahan dalam program pemulihan ekonomi nasional (PEN).

4. Katadata.co.id dalam sajian infografis pada jurnalisme datanya memiliki karakteristik dominan yaitu komprehensi. Komprehensi merupakan infografis yang ditampilkan lebih mudah dan cepat dipahami dan didefinisikan dengan karakteristik visualnya yang ilustratif yang mengkombinasikan bentuk-bentuk naratif dengan bentuk-bentuk visual seperti simbol-simbol, bentuk-bentuk tertentu, gambar, diagram, bagan, visualisasi warna beragam dan lainnya). Kemudian informatif dan ilustratif (karakteristik yang peneliti, menarik secara visual pengkodean satu dan pengkodean dua adalah karakteristik yang paling menonjol).
5. Katadata.co.id memiliki dominasi orientasi infografis berupa memberikan informasi yang mendalam. Pada sajian pemberitaan yang

mendalam ini, Katadata.co.id berupaya untuk menyajikan pemberitaan yang tak hanya penting, namun juga mendalam agar jurnalisme datanya dapat dijadikan salah satu referensi bagi para pelaku bisnis dan bagi mereka yang memerlukan dalam melihat perkembangan ekonomi yang terjadi secara detail.

Secara garis besar, portal berita Katadata.co.id berusaha untuk menyajikan pemberitaan yang mendalam dengan berbagai narasumber berkompeten yang menjadi sumber informasinya. Perusahaan media ini fokus untuk menjadi portal berita yang mampu menghasilkan pemberitaan/sajian informasi dengan sajian data yang terdiri dari berbagai sumber kompeten, analisa mendalam, dan kumpulan data-data konkret. Katadata.co.id juga menjadi media yang dapat dikatakan memenuhi kaidah jurnalistik, dikarenakan menggunakan dominan tipe liputan dua sisi yang menghadirkan berbagai narasumber dalam menyajikan topik pemberitaan yang diangkat. Selanjutnya, Katadata.co.id juga berusaha menampilkan informasi atau sajian data yang kompleks menjadi suatu bentuk pemberitaan yang mudah untuk dipahami dan didefinisikan dengan menyajikan jurnalisme data dengan tampilan ilustratif yang atraktif dan komprehensif dalam bentuk visualisasi yang memikat seperti yang terdapat pada infografis yang disajikannya.

5.2 Saran

Berdasarkan pada penelitian mendalam yang telah penulis lakukan, maka penulis yang dalam hal ini juga sebagai peneliti ingin memberikan beberapa masukan dan saran kepada portal berita Katadata.co.id dan beberapa pihak tertentu lainnya, yaitu sebagai berikut :

1. Memang membutuhkan waktu dan proses dalam menyajikan pemberitaan yang mendalam, namun akan menjadi pemberitaan yang semakin ideal lagi bagi pembaca yang menjadi target *audiens* ketika infografis yang mendalam disajikan dengan kurun waktu yang lebih cepat (aktual).
2. Katadata.co.id diharapkan dapat menyajikan infografis dengan kuantitas yang lebih dari yang telah disajikan sebelumnya, namun tetap dengan karakteristik berita yang penting dan mendalam.
3. Diharapkan Katadata.co.id mampu memberikan pemberitaan yang lebih berimbang dengan menyajikan sajian jurnalisme data dengan narasumber berlatar belakang yang lebih bervariasi namun tetap berkompeten misalnya yaitu juga menjadikan para pelaku utama ekonomi langsung yakni baik dari para pelaku ekonomi kreatif, pengusaha UMKM dan pelaku usaha dari berbagai sektor lainnya sebagai sumber informasi.
4. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah diharapkan bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian mengenai analisis isi jurnalisme data pada suatu portal berita terkait bagaimana infografis dan

kecenderungan pemberitaan/penyampaian informasi yang disajikan dapat memilih topik yang tajam dan mampu peka terhadap isu terkini yang sedang dialami dan dihadapi oleh berbagai pihak yang berada di sekitar lingkungan terdekat dan dapat menggunakan penelitian kualitatif seperti analisis *framing* serta melakukan observasi dan wawancara untuk hasil yang lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, H. 2010. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Eriyanto. 2015, *Analisis Isi :Pengantar metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Engelbertus, Wendratama, *Jurnalisme; Panduan Membuat Konten Online Yang Berkualitas dan Menarik*, Bentang Pustaka, Yogyakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Kusumaningrat, Hikmat, Purnama Kusumaningrat. 2018. *Jurnalistik : Teori dan Praktik*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Lankow, Jason, Josh Ritchie dan Rosee Crooks. 2014. *Infografis ; kedahsyatan Cara Bercerita Visual*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Mondry, 2016. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*, Ghalia Indonesia, Bogor
- M.Romli, Asep Syamsul. 2018. *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*, Nuansa Cendekia, Bandung
- Muhtadi, Asep Saeful. 1999. *Jurnalistik (Pendekatan Teori dan Praktik)*. PT LOGOS Wacana Ilmu, Jakarta

Nasrullah, Rulli. *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*, 2014, Prenada Media, Jakarta

Sugiyono, 2017, *Statistika Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung

Suprpto, 2009, *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*, Media Pressindo, Yogyakarta.

Vera, Nawiroh, 2016 *Komunikasi Massa : Media, Internet, Television, Radio, Newspaper, Magazines*, Ghalia Indonesia, Bogor

SUMBER INTERNET

<https://dunia.tempo.co/read/1299207/diduga-asal-usul-virus-corona-pasar-satwa>

[liar-wuhan-ditutup/full&view=ok](#), diakses pada tanggal 1 Juni 2020 pukul 14:42 WIB

[https://katadata.co.id/infografis/2020/04/30/ancaman-krisis-ekonomi-akibat-Covid-](https://katadata.co.id/infografis/2020/04/30/ancaman-krisis-ekonomi-akibat-Covid-19)

[19](#), diakses pada tanggal 20 Juli 2020 pukul 12:35 WIB.

[https://katadata.co.id/infografis/2020/05/01/ancaman-kemiskinan-akibat-krisis-](https://katadata.co.id/infografis/2020/05/01/ancaman-kemiskinan-akibat-krisis-Covid-19)

[Covid-19](#), diakses pada tanggal 20 Juli 2020 pukul 12:40 WIB.

<https://katadata.co.id/infografis/2020/05/07/krisis-pangan-akibat-Covid-19>, diakses

pada tanggal 20 Juli 2020 pukul 12:45 WIB.

[https://katadata.co.id/infografis/2020/05/18/plus-minus-Covid-19-terhadap-bisnis-](https://katadata.co.id/infografis/2020/05/18/plus-minus-Covid-19-terhadap-bisnis-digital)

[digital](#), diakses pada tanggal 20 Juli 2020 pukul 12:50 WIB.

[https://katadata.co.id/infografis/2020/05/20/e-commerce-tumbuh-di-tengah-pandemi-](https://katadata.co.id/infografis/2020/05/20/e-commerce-tumbuh-di-tengah-pandemi-Covid-19)

[Covid-19](#), diakses pada tanggal 20 Juli 2020 pukul 12:55 WIB.

<https://katadata.co.id/infografis/2020/05/25/dana-jumbo-untuk-bumn-di-tengah-pandemi>, diakses pada tanggal 20 Juli 2020 pukul 12:58 WIB.

<https://katadata.co.id/infografis/2020/06/08/pro-kontra-normal-baru-di-pusat-perbelanjaan>, diakses pada tanggal 20 Juli 2020 pukul 13:02 WIB.

<https://katadata.co.id/infografis/2020/06/09/badai-Covid-19-hantam-start-up-global>, diakses pada tanggal 20 Juli 2020 pukul 13:12 WIB.

<https://katadata.co.id/infografis/2020/06/11/memoles-wajah-pariwisata-era-normal-baru>, diakses pada tanggal 20 Juli 2020 pukul 13:15 WIB.

<https://katadata.co.id/infografis/2020/06/20/munculnya-kasus-Covid-19-dari-klaster-pasar>, diakses pada tanggal 20 Juli 2020 pukul 13:20 WIB.

<https://katadata.co.id/infografis/2020/06/22/potensi-phk-bisnis-startup>, diakses pada tanggal 20 Juli 2020 pukul 13:35 WIB.

<https://katadata.co.id/infografis/2020/06/25/mengobati-umkm-dari-krisis-Covid-19>, diakses pada tanggal 20 Juli 2020 pukul 13:40 WIB.

<https://katadata.co.id/infografis/2020/06/25/internet-penyelamat-umkm-dari-krisis-Covid-19>, diakses pada tanggal 20 Juli 2020 pukul 13:35 WIB.

<https://katadata.co.id/infografis/2020/06/26/proyeksi-suram-ekonomi-indonesia>, diakses pada tanggal 20 Juli 2020 pukul 13:40 WIB.

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/infographic>, diakses pada 23 Juli 2020 pukul 05.01 WIB

<https://www.google.co.id/amp/s/kbbi.web.id/berita.html>, diakses pada 23 Juli 2020 pukul 22.40 WIB

<http://jurnal.staiba.ac.id/index.php/Al-Hikmah/article/download/13/11>, diakses pada

23 Juli 2020 pukul 22.29 WIB

[https://health.grid.id/read/352080682/14-fakta-Covid-19-yang-jarang-diketahui-](https://health.grid.id/read/352080682/14-fakta-Covid-19-yang-jarang-diketahui-baca-supaya-tidak-termakan-hoax-dan-parno?page=all)

[baca-supaya-tidak-termakan-hoax-dan-parno?page=all](https://health.grid.id/read/352080682/14-fakta-Covid-19-yang-jarang-diketahui-baca-supaya-tidak-termakan-hoax-dan-parno?page=all), diakses pada

tanggal 12 Agustus pukul 21.44 WIB.

[https://kumparan.com/kumparanbisnis/dahlan-iskan-bicara-soal-ekonomi-](https://kumparan.com/kumparanbisnis/dahlan-iskan-bicara-soal-ekonomi-indonesia-yang-kolaps-ditinju-corona-1tOAlxBi3aU)

[indonesia-yang-kolaps-ditinju-corona-1tOAlxBi3aU](https://kumparan.com/kumparanbisnis/dahlan-iskan-bicara-soal-ekonomi-indonesia-yang-kolaps-ditinju-corona-1tOAlxBi3aU), diakses pada tanggal

15 Mei 2020 pukul 14:41 WIB.

[https://www.antarafoto.com/foto-cerita/v1588072349/dwwwak-pandemi-Covid-](https://www.antarafoto.com/foto-cerita/v1588072349/dwwwak-pandemi-Covid-19-terhadap-ekonomi-indonesia)

[19-terhadap-ekonomi-indonesia](https://www.antarafoto.com/foto-cerita/v1588072349/dwwwak-pandemi-Covid-19-terhadap-ekonomi-indonesia), diakses pada tanggal 16 Mei 2020 pukul

21:46 WIB.

[https://eprints.unm.ac.id/10353/1/Jurnalistik%20Olahraga%20%28Wahyudin%29](https://eprints.unm.ac.id/10353/1/Jurnalistik%20Olahraga%20%28Wahyudin%29.pdf)

[.pdf](https://eprints.unm.ac.id/10353/1/Jurnalistik%20Olahraga%20%28Wahyudin%29.pdf) diakses pada 10 Juli 2020, pukul 08:25.

<https://www.halodoc.com/kesehatan/coronavirus>, diakses pada 11 Juni 2020

pukul 09:15.

<https://tirto.id/bagaimana-Covid-19-mengubah-ekonomi-indonesia-asean-fWjv>,

diakses pada 12 Agustus 2020 pukul 15:43 WIB.

<https://www.remotivi.or.id/amatan/505/cerita-pakai-data-bukan-asal-bicara>,

diakses pada tanggal 17 Agustus 2020 pukul 01:58 WIB.

<https://databoks.katadata.co.id/about>, diakses pada tanggal 17 Agustus 2020 pukul

02:38 WIB.

<https://advertising.katadata.co.id/>, diakses pada tanggal 17 Agustus 2020 pukul 03:46 WIB.

<https://kic.katadata.co.id/>, diakses pada tanggal 18 Agustus 2020 pukul 20:00 WIB.

<https://dinsights.katadata.co.id>, diakses pada tanggal 18 Agustus 2020 pukul 20:10 WIB.

<https://databoks.katadata.co.id/>, diakses pada tanggal 18 Agustus 2020 pukul 20:18 WIB.

<https://katadata.co.id/>, diakses pada tanggal 18 Agustus 2020 pukul 20:27 WIB.

<https://www.google.com/maps/place/Katadata+Indonesia/@6.221654,106.791308,14z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x70f586a0bb5a5897!8m2!3d6.2216537!4d106.7913079?hl=en-US>, diakses pada tanggal 20 Agustus 2020 pukul 05.21 WIB.

JURNAL

Nuning Kurniasih, *Komunikasi, Informasi dan Perpustakaan di Era Global*, 2016, Jatinangor.

Tutik Sriyati, *Pemanfaatan Infografis oleh Perpustakaan Indonesia*, 2019

SKRIPSI

Bram Wasni Putra, 2015, Keberpihakan Media Massa Dalam Penyajian Berita (Analisis Isi Berita Perseteruan Gubernur Vs DPRD DKI Jakarta di Surat Kabar Harian Kompas Periode 1 – 31 Maret 2015). Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Mochamad Luqman Hakim, 2019, Kecenderungan Pemberitaan Meikarta Dalam Portal Berita *Online* (Analisis Isi Kuantitatif Pada Laman Detik.com, Liputan6.com, Kompas.com periode 1 Agustus – 30 september 2017). Surabaya. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Lembar *Coding*

CODING SHEET

ANALISIS INFOGRAFIS DAMPAK PANDEMI VIRUS *CORONA (COVID-19)* TERHADAP PEREKONOMIAN INDONESIA PADA PORTAL BERITA KATADATA.CO.ID PERIODE 30 APRIL – 26 JUNI 2020

Nama : _____

Judul berita : _____

Tanggal pengisian : _____

No.	Unit penelitian	Nomor kategori
1.	Sumber Informasi/Narasumber	
2.	Dampak/Ancaman	
3.	Upaya Penanganan	
4.	Infografis	
5.	Orientasi Infografis	

PETUNJUK CODING SHEET

1) Sumber Informasi/Narasumber: (Boleh pilih satu)

1. Pemerintah

Sumber informasi pemerintah adalah sumber informasi yang berasal dari pejabat pemerintah, suatu badan pemerintahan seperti kementerian dan lainnya yang memiliki wewenang atau kekuasaan dalam menjalankan pemerintahan, dalam hal ini seperti pejabat pemerintah berupa Menteri Keuangan, badan pemerintahan seperti Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Kementerian Keuangan dan Kementerian BUMN.

2. Lembaga atau Organisasi yang Meneliti dan Menganalisis Permasalahan Keuangan dan Perekonomian.

Lembaga atau organisasi yang meneliti dan menganalisis permasalahan keuangan dan perekonomian adalah lembaga atau organisasi independen yang melakukan prakiraan dan menyusun suatu rekomendasi melalui penelitian dan analisis pada bidang keuangan atau perekonomian, seperti IMF, SMERU, Core Indonesia, EIU (*Economist intelligence unit*), INDEF dan bahkan juga berupa perusahaan media.

3. Kombinasi

Kombinasi sumber informasi merupakan sumber informasi yang merupakan kombinasi dari dua sumber informasi yang telah disebutkan diatas.

2) Dampak/Ancaman (boleh pilih satu)

1. Peningkatan Penduduk Miskin

Pandemi virus *Corona (Covid-19)* berdampak pada peningkatan jumlah penduduk miskin.

2. PHK (Pemutusan Hubungan Kerja)

Pandemi virus *Corona (Covid-19)* berdampak pada terjadinya PHK (Pemutusan Hubungan Kerja).

3. Defisit APBN

Pandemi virus *Corona (Covid-19)* mengakibatkan defisit APBN

4. Defisit Bahan Pangan

Pandemi virus *Corona (Covid-19)* mengakibatkan defisit bahan pangan.

5. Rasio Utang Meningkat

Pandemi virus *Corona (Covid-19)* mengakibatkan rasio utang meningkat.

6. Penurunan Pendapatan Pelaku Usaha

Pandemi virus *Corona (Covid-19)* mengakibatkan penurunan pendapatan para pelaku usaha.

7. Target Ekonomi Tak Tercapai

Pandemi virus *Corona (Covid-19)* berdampak pada tidak tercapainya target ekonomi yang telah ditetapkan sebelumnya.

8. Ekonomi Melemah

Pandemi virus *Corona (Covid-19)* berdampak pada melemahnya ekonomi suatu wilayah.

9. Lain-lain

Pandemi virus *Corona (Covid-19)* berdampak pada selain dari sektor yang telah disebutkan diatas.

3) Upaya Penanganan (boleh pilih satu)

1. Bantuan Langsung Tunai

Pemerintah memberikan bantuan berupa dana tunai kepada masyarakat terdampak pandemi virus *corona (Covid-19)*.

2. Bantuan Dana ke BUMN/Sektor Terdampak

Pemerintah memberikan bantuan dana kepada BUMN dan sektor-sektor lain yang terdampak pandemi virus *corona (Covid-19)*.

3. Lain-lain

Pemerintah melakukan upaya penanganan pandemi virus *corona (Covid-19)* selain dari yang telah disebutkan diatas.

4) Infografis (boleh pilih satu)

1. Informatif

Infografis yang ditampilkan pada portal berita Katadata.co.id memiliki karakter visualisasi yang informatif.

2. Menarik Secara Visual

Infografis yang ditampilkan pada portal berita Katadata.co.id memiliki karakter visualisasi yang menarik atau memikat.

3. Komprehensi

Berita dalam bentuk infografis lebih mudah dan cepat dipahami dan didefinisikan dengan karakteristik-karakteristik visualnya yang ilustratif yang mengkombinasikan bentuk naratif dengan bentuk visual seperti simbol-simbol, bentuk-bentuk tertentu, gambar, diagram, bagan, visualisasi dengan warna beragam dan semacamnya.

4. Retensi

Tampilan visualisasi infografis yang disajikan oleh portal berita Katadata.co.id membantu *audience* dalam mengingat berbagai informasi, alur naratif dan data dari berita yang disampaikan.

5. Ilustratif

Tampilan olahan visualisasi infografis yang digunakan oleh portal berita Katadata.co.id mampu menyampaikan, menjelaskan dan mewakili (mengilustrasikan) berbagai himpunan data dan naratif yang kompleks menjadi visualisasi berita yang memudahkan sekaligus mempercepat daya tangkap khalayak dalam memahami isi berita.

5) Orientasi Infografis (boleh pilih satu)

1. Mencari akar masalah

Infografis pada berita berorientasi pada pencarian akar masalah dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia

2. Menawarkan solusi

Infografis pada berita berorientasi untuk menawarkan solusi untuk bagaimana menangani dan menentukan langkah yang perlu diambil dalam menyikapi dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia.

3. Memberikan informasi

Infografis pada berita berorientasi untuk memberikan informasi perihal dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia

4. Memberikan edukasi

Infografis pada berita berorientasi untuk memberikan edukasi kepada khalayak mengenai dampak pandemi virus *corona* (*Covid-19*) terhadap perekonomian Indonesia.

LAMPIRAN 2 Tabel Hasil Uji Reliabilitas dan Biodata pengkoding

Tabel 1

Sumber Informasi/Narasumber

No.	KATEGORI	N1	N2	M	N2	M
1	Pemerintah	1	1	1	1	1
2	Lembaga/Organisasi	6	6	6	6	6
3	Kombinasi	7	7	7	7	7
4	Jumlah	14	14	14	14	14

CR Peneliti dan Pengkoding 1

$$\begin{aligned}
 CR &= \frac{2M}{N1+N2} \\
 &= \frac{2(14)}{14+14} \\
 &= \frac{28}{28} \\
 &= 1
 \end{aligned}$$

CR Peneliti dan Pengkoding 2

$$\begin{aligned}
 CR &= \frac{2M}{N1+N2} \\
 &= \frac{2(14)}{14+14} \\
 &= \frac{28}{28} \\
 &= 1
 \end{aligned}$$

Tabel 2

Dampak/ancaman

No.	KATEGORI	N1	N2	M	N2	M
1	Peningkatan Penduduk Miskin	1	1	1	1	1
2	PHK (Pemutusan Hubungan Kerja)	3	4	3	3	3
3	Defisit APBN	1	1	1	1	1
4	Defisit Bahan Pangan	1	1	1	1	1
5	Rasio Utang Meningkat	1	1	1	1	1
6	Penurunan Pendapatan Pelaku Usaha	3	2	2	3	3
7	Target Ekonomi Tak Tercapai	1	1	1	1	1
8	Ekonomi Melemah	1	1	1	1	1
9	Lain-lain	2	2	2	2	2
11	Jumlah	14	14	13	14	14

CR Peneliti dan Pengkoding 1

$$\begin{aligned}
 CR &= \frac{2M}{N1+N2} \\
 &= \frac{2(13)}{14+14} \\
 &= \frac{26}{28} \\
 &= 0,92
 \end{aligned}$$

CR Peneliti dan Pengkoding 2

$$\begin{aligned}
 CR &= \frac{2M}{N1+N2} \\
 &= \frac{2(14)}{14+14} \\
 &= \frac{28}{28} \\
 &= 1
 \end{aligned}$$

Tabel 3
Upaya Penanganan

No.	KATEGORI	N1	N2	M	N2	M
1	Bantuan Langsung Tunai	1	1	1	2	1
2	Bantuan Dana ke BUMN/Sektor Terdampak	3	3	3	2	2
3	Lain-lain	10	10	10	10	10
4	Jumlah	14	14	14	14	13

CR Peneliti dan Pengkoding 1

$$\begin{aligned} \text{CR} &= \frac{2M}{N1+N2} \\ &= \frac{2(14)}{14+14} \\ &= \frac{28}{28} \\ &= 1 \end{aligned}$$

CR Peneliti dan Pengkoding 2

$$\begin{aligned} \text{CR} &= \frac{2M}{N1+N2} \\ &= \frac{2(13)}{14+14} \\ &= \frac{26}{28} \\ &= 0,92 \end{aligned}$$

Tabel 4
Infografis

No.	KATEGORI	N1	N2	M	N2	M
1	Informatif	3	3	3	3	3
2	Menarik Secara Visual	2	3	2	2	2
3	Komprensensi	4	4	4	5	4
4	Retensi	2	1	1	2	2
5	Ilustratif	3	3	3	2	2
6	Jumlah	14	14	13	14	13

CR Peneliti dan Pengkoding 1

$$\begin{aligned} \text{CR} &= \frac{2M}{N1+N2} \\ &= \frac{2(13)}{14+14} \\ &= \frac{26}{28} \\ &= 0,92 \end{aligned}$$

CR Peneliti dan Pengkoding 2

$$\begin{aligned} \text{CR} &= \frac{2M}{N1+N2} \\ &= \frac{2(13)}{14+14} \\ &= \frac{26}{28} \\ &= 0,92 \end{aligned}$$

Tabel 5
Orientasi Infografis

No.	KATEGORI	N1	N2	M	N2	M
1	Mencari Akar Masalah	1	1	1	1	1
2	Menawarkan Solusi	4	3	3	3	3
3	Memberi Informasi	8	9	8	8	8
4	Memberi Edukasi	1	1	1	2	1
5	Jumlah	14	14	13	14	13

CR Peneliti dan Pengkoding 1

$$\begin{aligned}
 CR &= \frac{2M}{N1+N2} \\
 &= \frac{2(13)}{14+14} \\
 &= \frac{26}{28} \\
 &= 0,92
 \end{aligned}$$

CR Peneliti dan Pengkoding 2

$$\begin{aligned}
 CR &= \frac{2M}{N1+N2} \\
 &= \frac{2(13)}{14+14} \\
 &= \frac{26}{28} \\
 &= 0,92
 \end{aligned}$$

Keterangan Biodata Pengkoding I

Nama Lengkap : Sofhia Ayu Tiara
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Yogyakarta, 18 Juli 1995
Alamat : Perum Yadara Blok III/22 Babarsari, Depok, Sleman,
DIY
Agama : Islam
No. Telepon : 0877-7629-3474
Email : sofiayutiara18@gmail.com

Riwayat Pendidikan

2000 : TK An-Nur 3
2002-2007 : SD N 1 Maguwoharjo
2007-2010 : SMP N 3 Depok
2010-2013 : SMA N 1 Depok
2013-2020 : Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Keterangan Biodata Pengkoding II

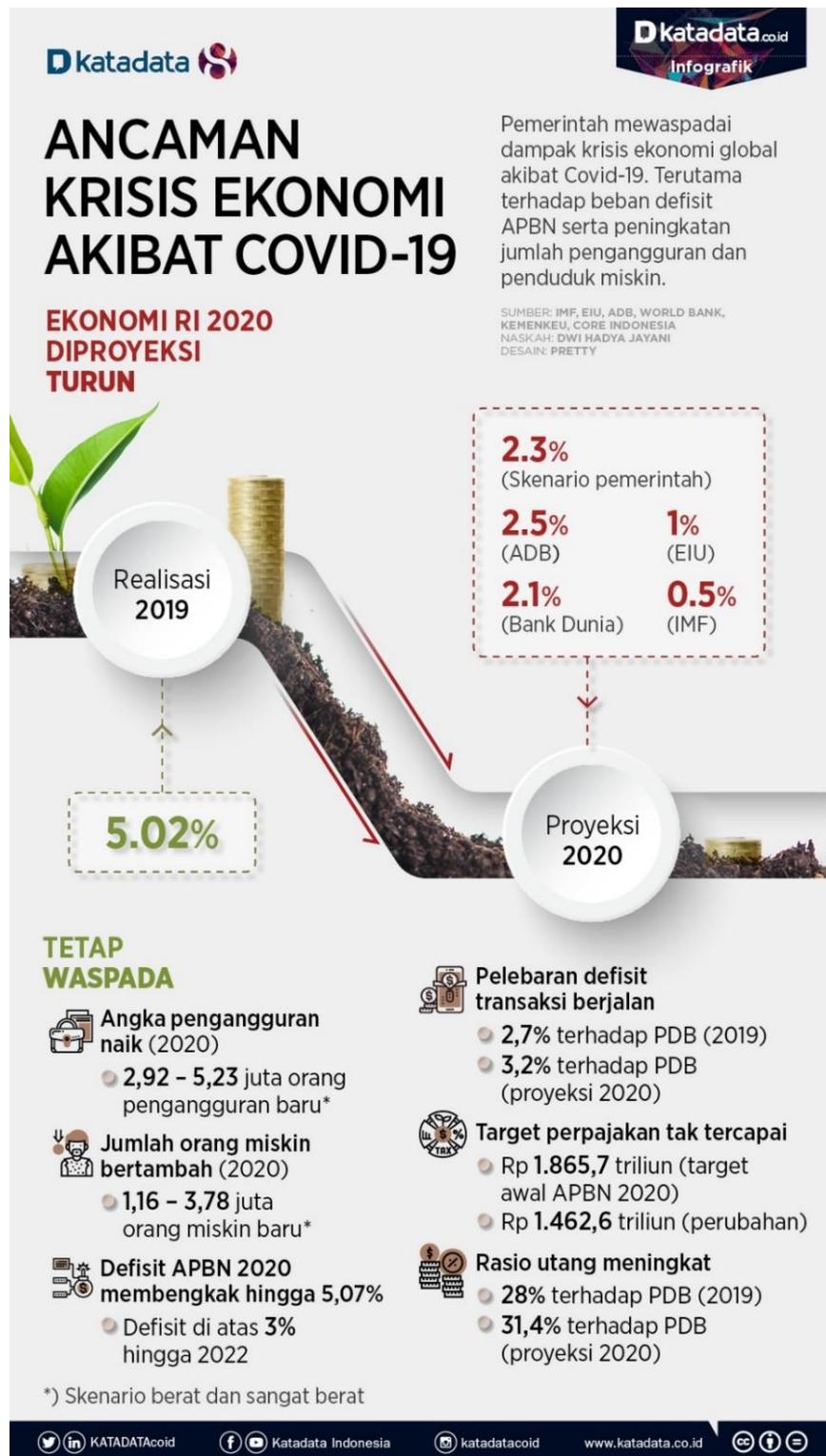
Nama Lengkap : Widya Maylirizka
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Indragiri Hulu, 8 Mei 1995
Alamat : Jl. Pembangunan VII No. 52 Tuk, Pekiringan, Kesambi,
Cirebon.
Agama : Islam
No. Telepon : 0823-1968-0202
Email : wimayrizka@gmail.com

Riwayat Pendidikan

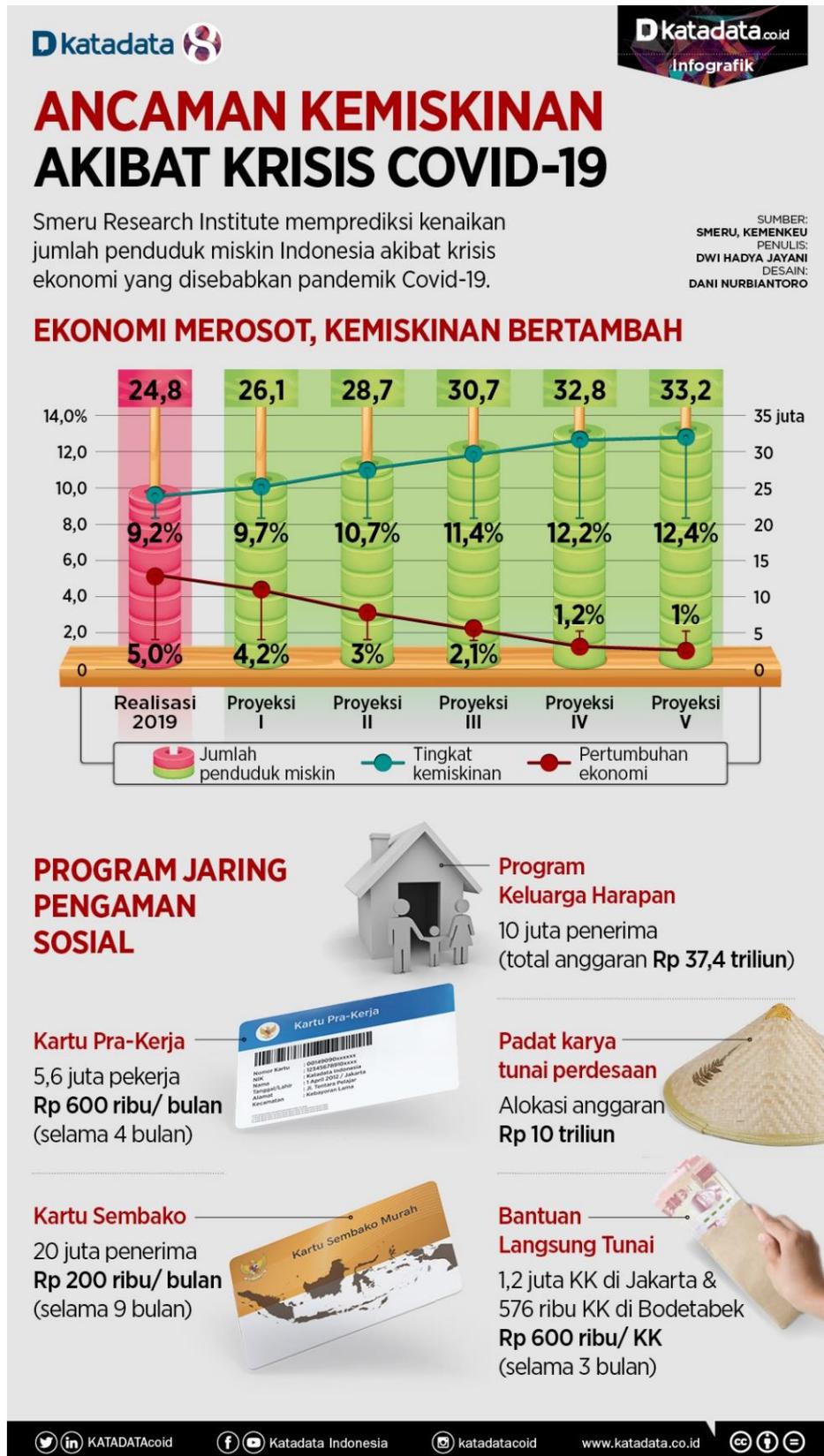
2000 : TK Muhammadiyah Kec. Lirik
2001-2006 : SD N 008 Rejosari, Kec. Lirik
2007-2010 : SMP N 1 Lirik
2010-2013 : SMA N 1 Lirik
2013-2017 : Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas
Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman Purwakarta

LAMPIRAN 3 Infografis Katadata.co.id periode 30 April – 26 Juni 2020

Gambar Infografis 1



Gambar Infografis 2



Gambar Infografis 3




KRISIS PANGAN AKIBAT COVID-19

DEFISIT BAHAN PANGAN

BAWANG PUTIH

31

Provinsi



GULA PASIR

30



Presiden Joko Widodo mengakui ketersediaan bahan pangan di sejumlah provinsi mengalami defisit. Hal ini disebabkan terhambatnya pasokan impor lantaran *lockdown* dan pembatasan sosial di sejumlah negara.

CABAI BESAR

23



TELUR AYAM

22



JAGUNG

11



BERAS

7



PENYEBAB MASALAH PANGAN

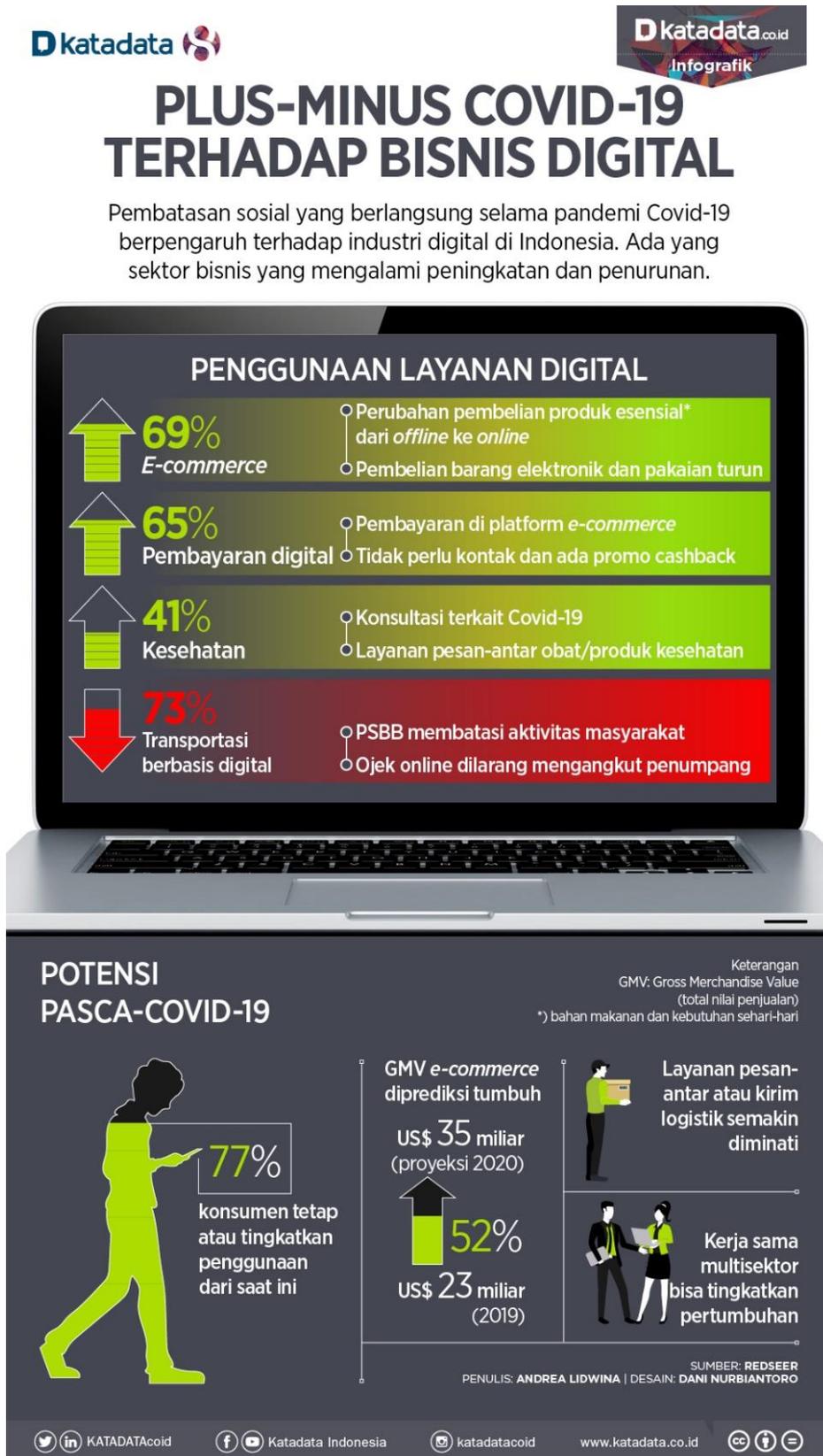
- Pembatasan ekspor beras
 - Vietnam (pasok **9,01%** beras impor 2019)
 - India (pasok **1,6%** beras impor 2019)
 - Thailand (pasok **20,9%** beras impor 2019)
- Pergeseran musim tanam
- Persoalan cuaca, musim hujan di beberapa daerah
- Kelancaran distribusi pupuk

STRATEGI MITIGASI

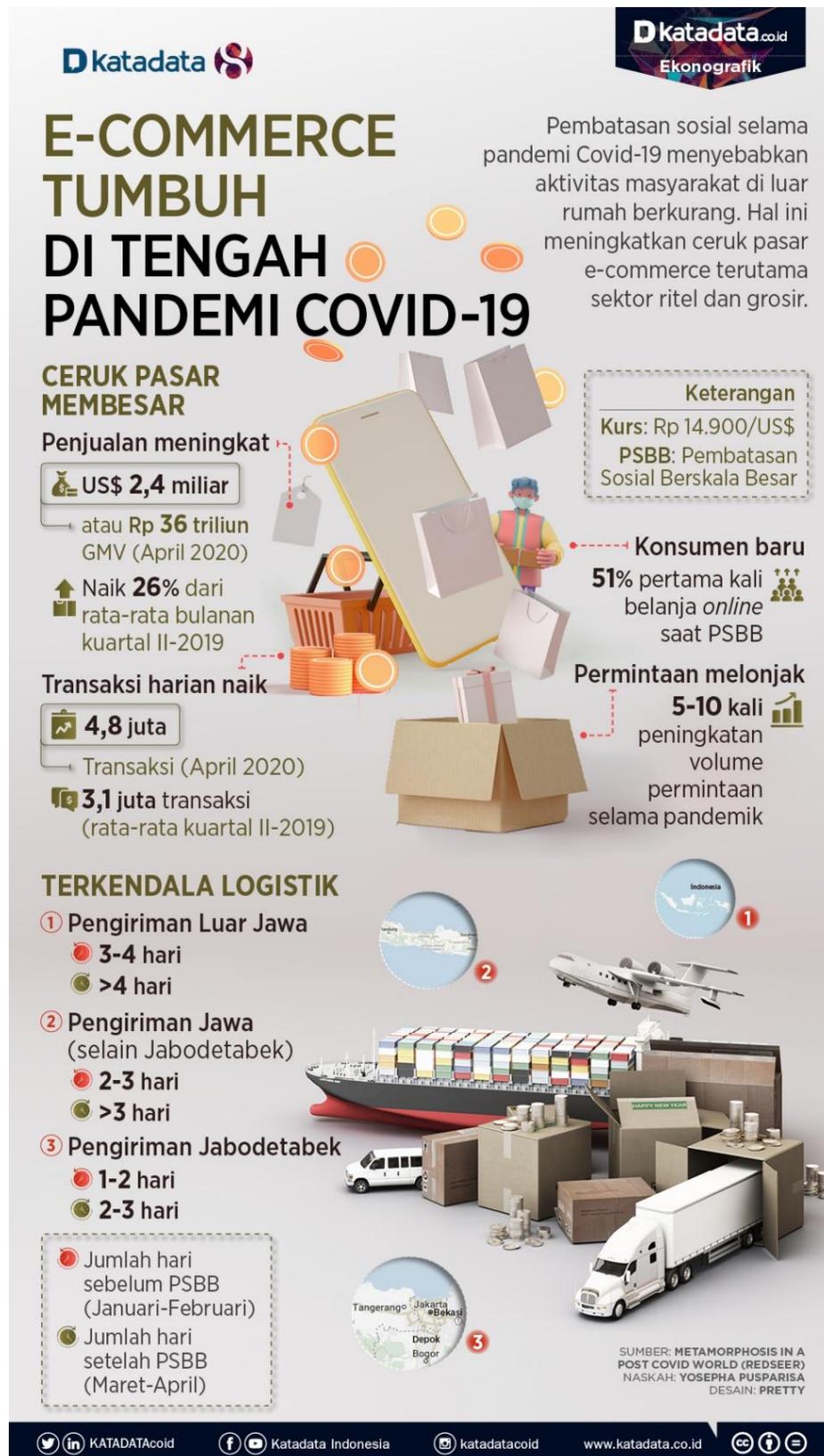
- Relaksasi KUR pertanian
- Pembukaan lahan sawah BUMN
- Subsidi logistik dari daerah surplus ke defisit
- Optimalisasi pasar mitra tani (dipasok langsung dari petani)
- Kerja sama dengan mitra jasa distribusi
- Optimalisasi pekarangan dan lahan rumah tangga

SUMBER: FAO, CORE INDONESIA, INDEF, CNN INDONESIA, INVESTOR DAILY, FOOD SAFETY TECH, BPS, TEMPO, KOMPAS
PENULIS: DWI HADYA JAYANI
DESAIN: DANI NURBIANTORO

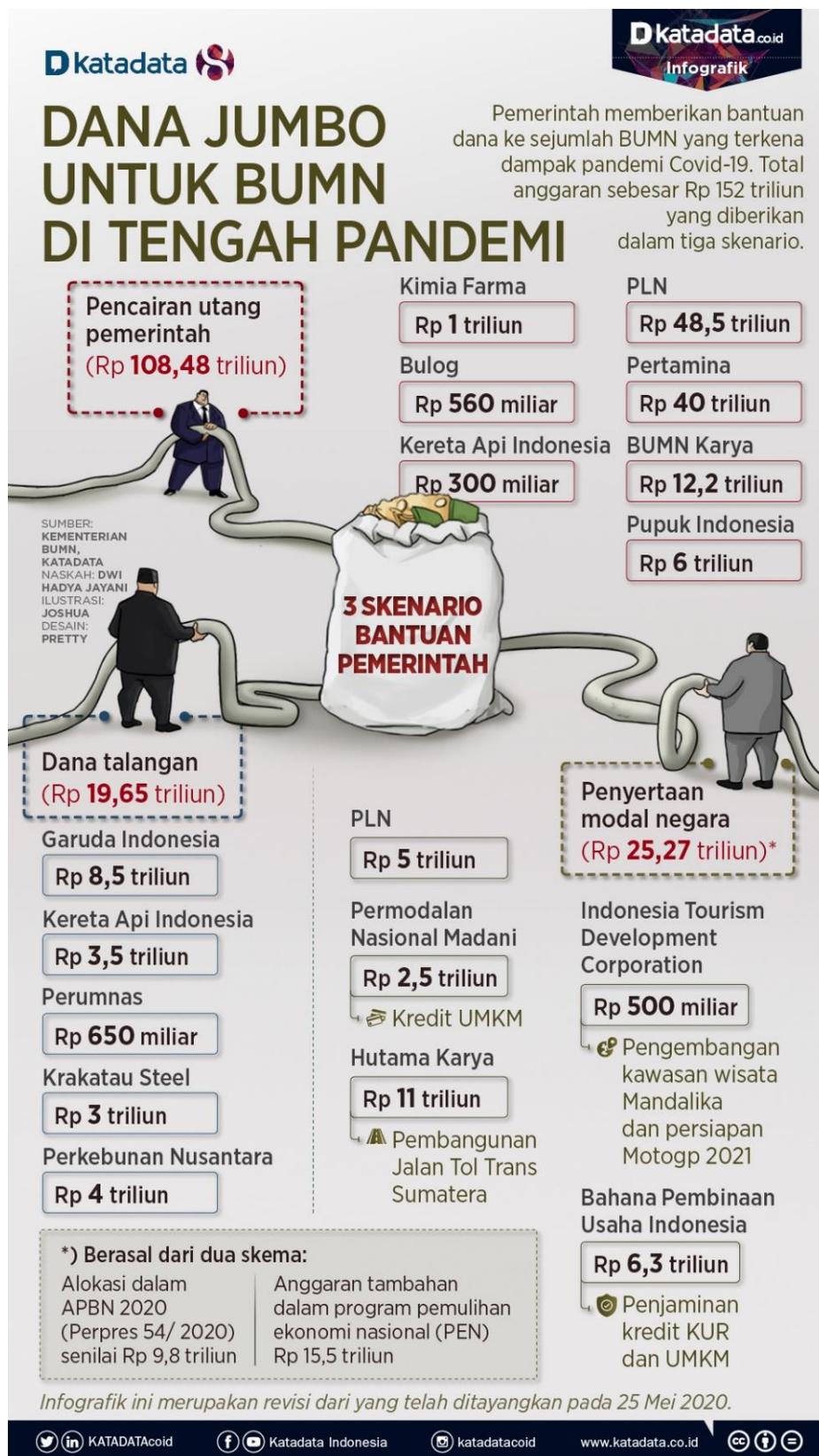
Gambar Infografis 4



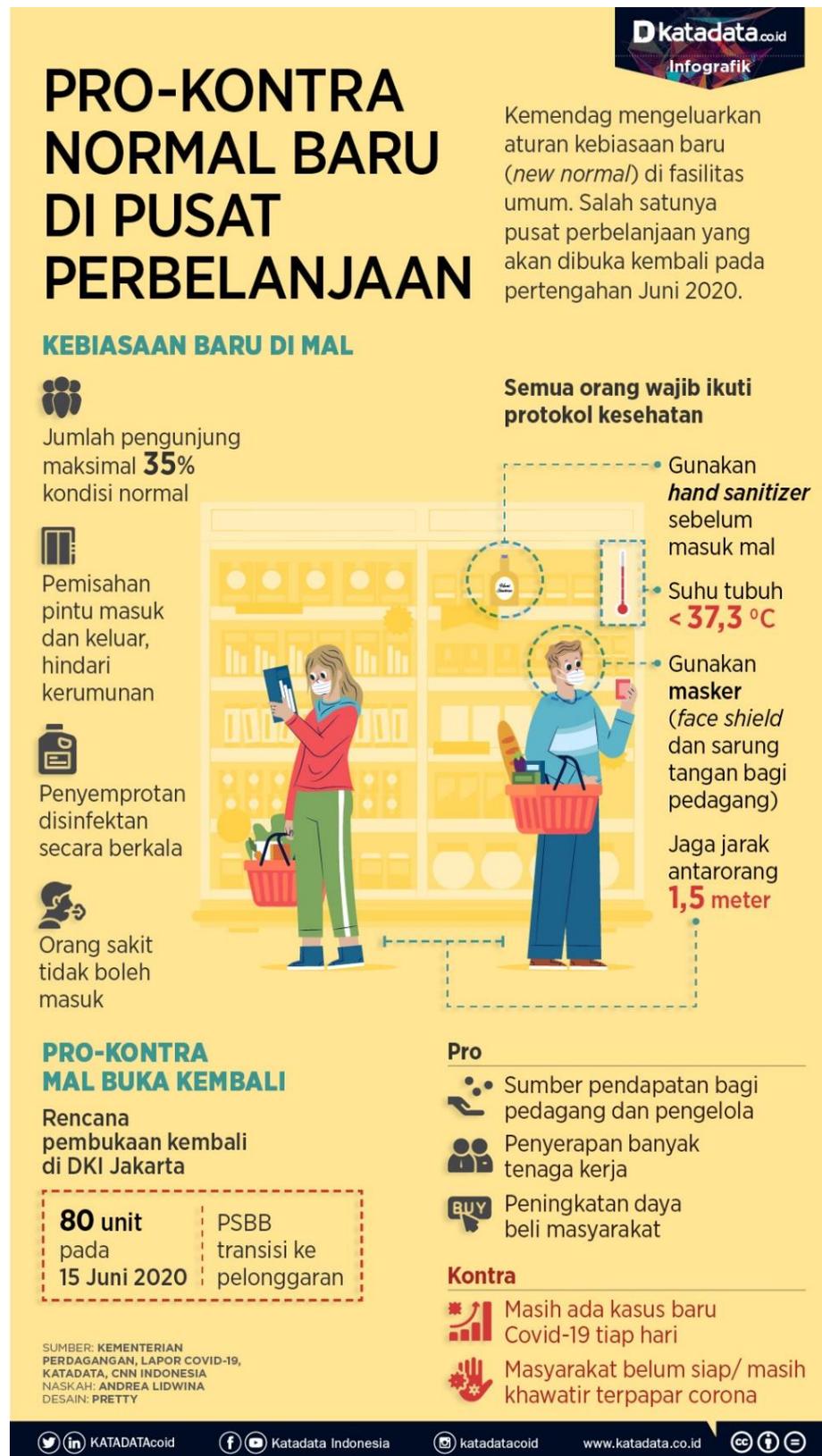
Gambar Infografis 5



Gambar Infografis 6



Gambar Infografis 7



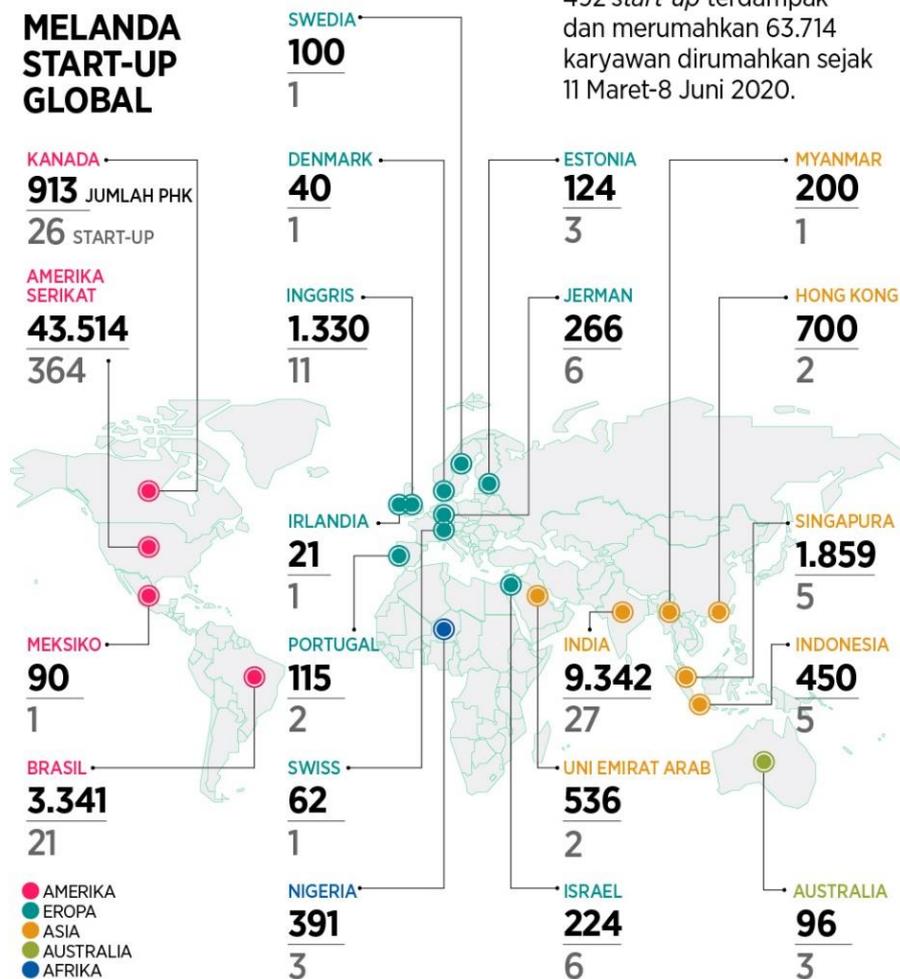
Gambar infografis 8

BADAI COVID-19 HANTAM START-UP GLOBAL



Pandemi Covid-19 menyebabkan usaha rintisan berbasis teknologi (*start-up*) bertumbangan. Secara global 492 *start-up* terdampak dan merumahkan 63.714 karyawan dirumahkan sejak 11 Maret-8 Juni 2020.

MELANDA START-UP GLOBAL



5 SEKTOR START-UP DENGAN PHK TERBESAR

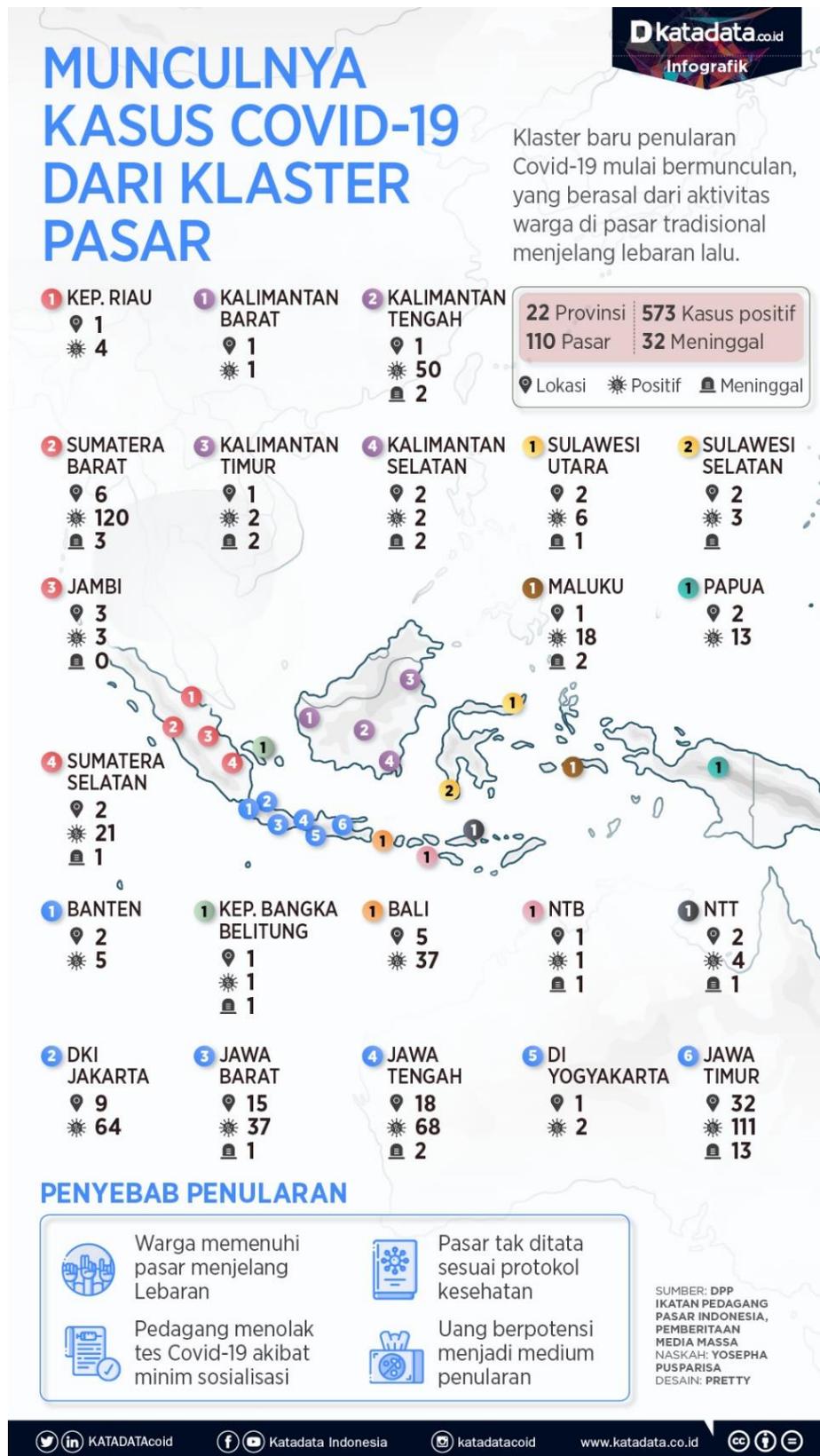


SUMBER: LAYOFFS.FYI | PENULIS: YOSEPHA PUSPARISA | DESAIN: DANI NURBIANTORO

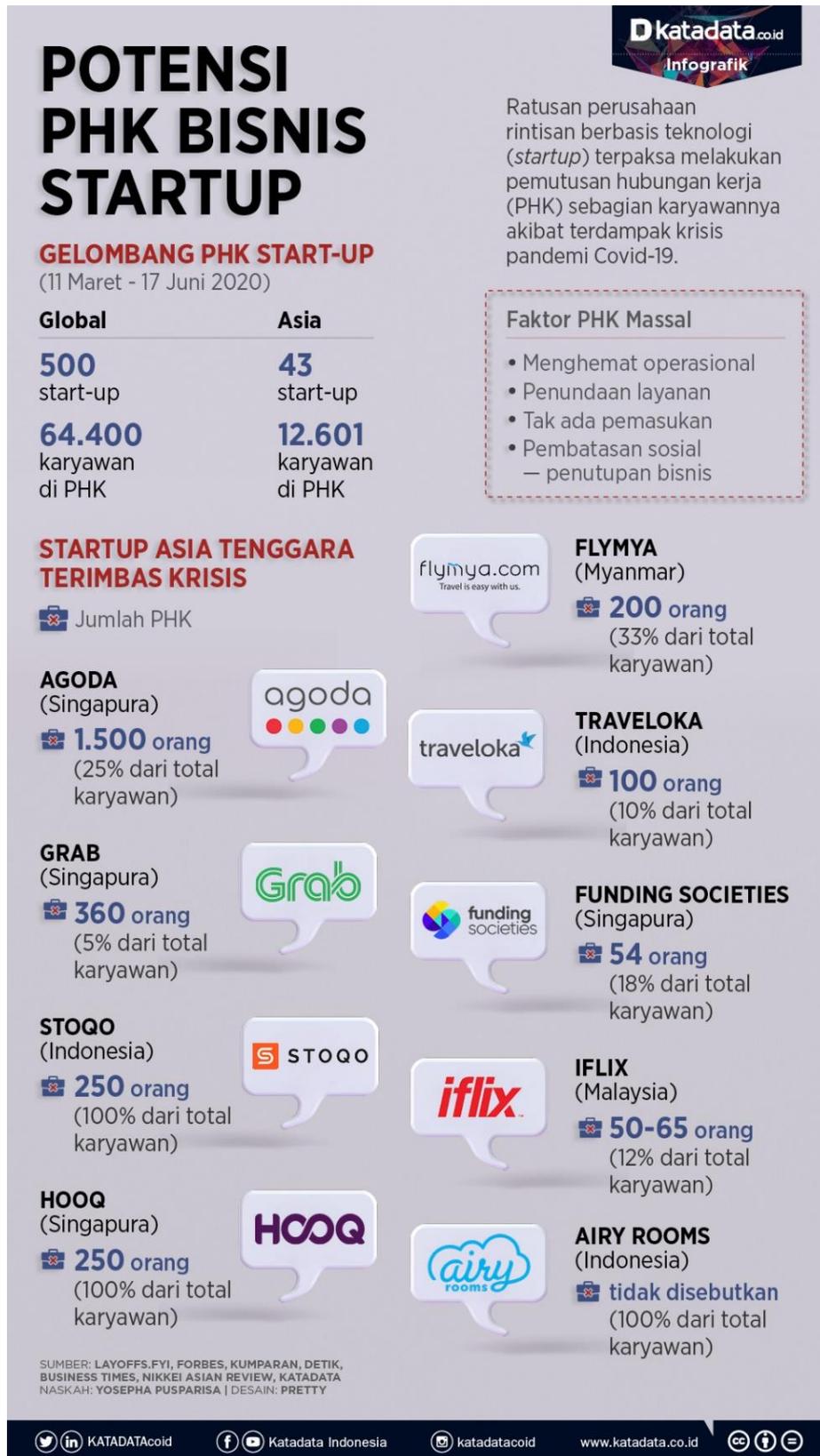
Gambar Infografis 9



Gambar Infografis 10



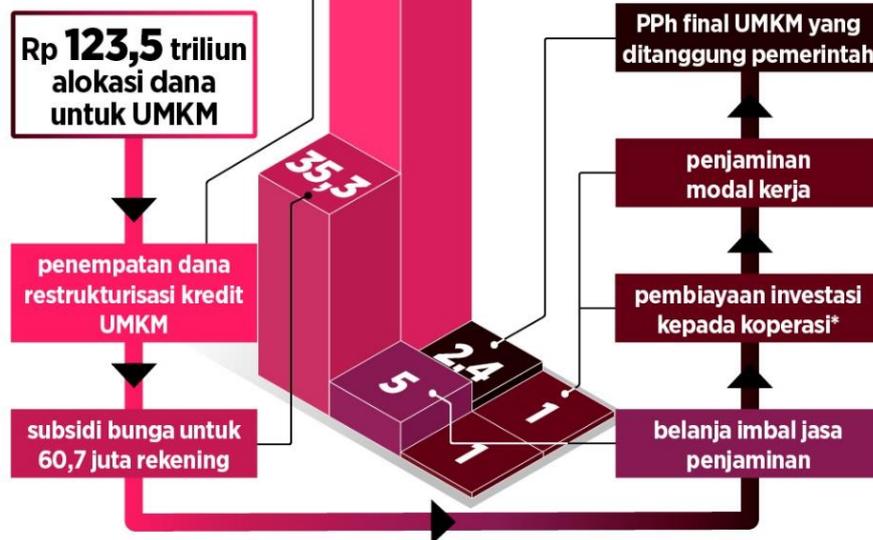
Gambar Infografis 11



Gambar Infografis 12

MENGOBATI UMKM DARI KRISIS COVID-19

PROGRAM PEMULIHAN UMKM



DAMPAK COVID-19 TERHADAP UMKM

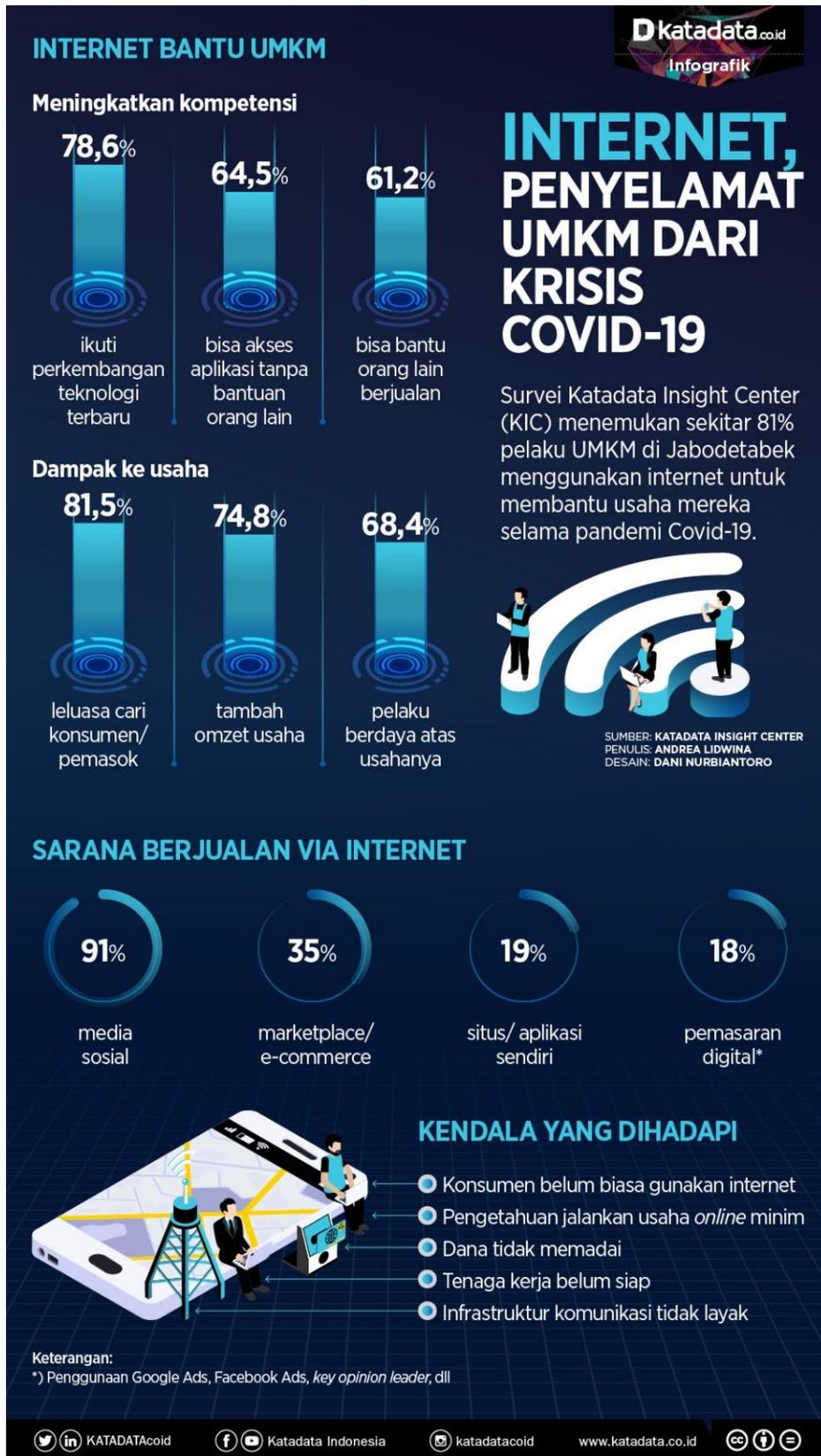


UMKM DI INDONESIA (2018)

- 57,3% kontribusi terhadap PDB
Rp 476,8 triliun per bulan
Rp 15,7 triliun per hari
- 99,99% (64,2 juta) unit usaha Indonesia adalah UMKM
- Mempekerjakan 116 juta orang (97% dari total pekerja)

SUMBER:
KEMENTERIAN KOPERASI
DAN UKM, BAPPENAS,
KEMENKEU, KATADATA
PENULIS:
DWI HADYA JAYANI
DESAIN:
DANI NURBIANTORO

Gambar Infografis 13



Gambar Infografis 14

