

## Komparasi Tiga Bingkai Media sebagai Implementasi *Precede-Proceed* untuk Kegiatan Game Lokal Kreasi Indonesia 2020

Rustono Farady Marta<sup>1</sup>, Johannes Kurniawan<sup>2</sup>, Laurencia Steffanie Mega Wijaya Kurniawati<sup>3</sup>,  
Nurlina Bangun<sup>4</sup>, Cholifah<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Satya Negara Indonesia,  
Jln. Arteri Pondok Indah No.11, Jakarta Selatan 12240 Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Perhotelan, Akademi Pariwisata Bunda Mulia,  
Jln. Lodan Ancol No.2, Jakarta Utara 14430 Indonesia

<sup>3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bunda Mulia  
Jln. Jalur Sutera Barat Kav.7-9, Tangerang 15143 Indonesia

<sup>4,5</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jakarta,  
Jln. Raya Lenteng Agung No.32, Jakarta Selatan 12610 Indonesia

Email: rustono.farady@usni.ac.id<sup>1\*</sup>; jkurniawan@bundamulia.ac.id<sup>2</sup>; 11981@lecturer.ubm.ac.id<sup>3</sup>;  
nurlinabangun22@gmail.com<sup>4</sup>; cholifahmahfud94@gmail.com<sup>5</sup>

\*Corresponding author

### Abstract

*The use of online-based technology and communication is in the public spotlight considering the constant increase in internet users in the world. The study is aimed at looking at healthy living learning strategies with the theme of preventing COVID-19 held by the policy of Ministry of Tourism and Creative Economy through online media with information frames according to the interests of different institutions. This study uses the Precede Proceed Green Lawrence theory and the Entman framing analysis method to show the planning of presenting information through Tirta.id, Agi.or.id, and Jakpusnews.dunia-rakyat.com which are able to provide persuasion to the public in theory, especially parents of children. The interesting discovery in this study is that the three of them are still able to provide information to support the goals of the Ministry of Tourism and Creative Economy regarding their appreciation of online games for today's children and efforts to socialize the importance of cleanliness to maintain body health by obeying applicable health protocols. The recommendation from this research is directed to online media communicators so they can continue to prioritize educational activities such as Gelora Event 2020 and information regarding the introduction of the COVID-19 virus and its prevention, as well as writers of further scientific papers in order to develop research, especially on online media that continues to prioritize educational activities and information regarding the introduction of the COVID-19 virus and its prevention, such as several online games that are presented in the three news portals above.*

**Keywords:** Entman Framing; Media; Precede-Proceed; Game Online

### Abstrak

Pemanfaatan teknologi dan komunikasi berbasis daring tengah menjadi sorotan publik, mengingat semakin meningkatnya jumlah pengguna internet di dunia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pembelajaran hidup sehat dengan tema pencegahan COVID-19 yang diadakan oleh Kemenparekraf melalui media daring dengan bingkai informasi sesuai kepentingan institusi yang berbeda-beda. Studi yang dikonduksi akan menggunakan Teori *Precede Proceed* dari Green Lawrence dan metode analisis *framing* Entman untuk memperlihatkan perencanaan penyajian informasi melalui Tirta.id, Agi.or.id, dan Jakpusnews.pikiran-rakyat.com yang diharapkan mampu memberikan persuasi kepada masyarakat khususnya orang tua kepada anak. Hal menarik yang tampak dalam data penelitian ini adalah ketiganya tetap mampu memberikan informasi mendukung tujuan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengenai apresiasinya terhadap permainan daring bagi anak masa kini dan upaya dalam sosialisasi pentingnya kebersihan untuk menjaga kesehatan tubuh dengan taat protokol kesehatan yang berlaku. Penelitian ini memberikan rekomendasi kepada komunikator media digital agar media daring dapat terus mengedepankan kegiatan edukatif seperti acara Gelora 2020 serta informasi mengenai pengenalan virus COVID-19 dan pencegahannya, serta kepada penulis karya ilmiah selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian terutama pada media daring yang terus mengedepankan kegiatan edukatif serta informasi mengenai pengenalan virus COVID-19 dan pencegahannya seperti beberapa permainan daring yang dibawakan dalam tiga portal berita diatas.

**Kata kunci:** Entman Framing; Media daring; Precede-Proceed; Game Online

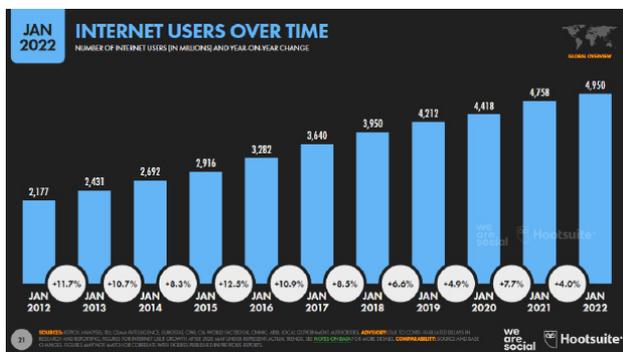
**Pendahuluan**

Negara Indonesia merupakan salah satu kawasan dengan minat konsumtif tinggi terhadap gawai atau telepon seluler. Kasus tersebut terlihat dari data 3 tahun terakhir yakni tercapainya 30% kenaikan penjualan gawai berbasis produksi Cina (Fensi & Christian, 2018). Pengguna ponsel dan penetrasinya terhadap sosial media pula terlihat meningkat dengan pencapaian 142% dari total populasi masyarakat Indonesia 262 juta jiwa (Databoks, 2017). Komoditas ini mencerminkan pentingnya digitalisasi di Indonesia dan penetrasinya kedalam masyarakat. Pengguna ponsel pintar dan internet yang meningkat secara konstan membutuhkan kebijakan dari masyarakat untuk memilah informasi yang mereka terima di internet.

Gambar 1 memperlihatkan bahwa pengguna internet di dunia hampir mencapai 5 milyar pada tahun 2022. Terlihat pula 4.7 milyar penduduk pengguna aktif internet pada tahun 2021 (We Are Social, 2021). Penetrasi digitalisasi di Indonesia juga diprediksi akan terus meningkat hingga tahun 2025. Kasus tersebut memperkuat urgensi pemahaman masyarakat akan penggunaan media digital untuk meningkatkan kualitas hidup (Chinmi et al., 2020). Gambar 2 mencerminkan penetrasi ponsel pintar di Indonesia akan terus menyebar kedalam masyarakat.

Mengacu data sebelumnya dan melakukan pendataan lebih lanjut, diperkirakan hingga 2025 akan ada 89,2% populasi masyarakat Indonesia telah bergantung pada gawai, bahkan beberapa diantaranya telah beralih sebagai pengguna aktif media sosial (Christian et al., 2019). Konvergensi digital di generasi milenium ketiga dan peningkatan jumlah warga digital menimbulkan kesenjangan internet sebagai sarana komunikasi massa. Transformasi komunikasi massa tidak dapat dihindari dari penggunaan metode konvensional menjadi digital (Novianti & Choiriyati, 2014). Urgensi digitalisasi dalam komunikasi massa akan diadaptasi bagi seluruh instansi yang terlibat

Para pengguna aktif sosial media ini sebagian besar merupakan remaja generasi Z dan generasi milenial (Rihhadatul'aisyi et al., 2021; Supratman, 2018). Merujuk pada pengguna aktif internet yang dari terus meningkat seiring perkembangan zaman, beragam inovasi pun terus berkembang dengan munculnya bentuk media yang sesuai dengan kebutuhan dan dapat menjangkau masyarakat dengan skala yang besar (Tjajadi et al., 2021). Teknologi internet telah digunakan sebagian besar masyarakat Indonesia, dan terlihat dampak negatif serta positifnya, termasuk *game online*. Banyak sekali isu-isu mengenai dampak negatif dari penggunaan



Gambar 1. Pengguna Internet di Dunia pada Januari 2022  
Sumber: We Are Social (2022)



Gambar 2. Penetrasi Ponsel Pintar di Indonesia  
Sumber: Databoks (2020)

gawai pada anak salah satunya (Damayanti et al., 2020) permainan daring sehingga tak heran masyarakat Indonesia yang memiliki peran sebagai orangtua, banyak sekali membatasi anaknya dalam bermain *game online*, padahal apabila penggunaannya di kontrol dengan baik, permainan ini dapat menjadi proses belajar anak.

Pembelajaran dan media pembelajaran tak akan terpisah dari peran penting dalam menyampaikan pesan dan informasi. Distribusi informasi ditunjang melalui saluran dan media pembelajaran, baik konvensional maupun digital. Proses ini akan lebih berbahaya jika tidak dieksekusi secara maksimal, sehingga dapat menimbulkan hal yang tidak berkorelasi dengan pelajaran terkait (Ramansyah, 2015). Pendidikan dan pengasuhan yang diberikan kepada anak memiliki makna bagi individu masing-masing bukan hanya secara fisik, memberikan pengalaman psikis dan sosial merupakan bentuk pembelajaran dan kontrol anak (Yulion, 2013). Dalam proses pembelajaran pada anak yakni nilai sopan dan kesantunan yang diberikan keluarga dan berlaku dalam lingkungan sosial dapat diwariskan turun-temurun sesuai perkembangan masyarakat (Yoga et al., 2015).

Perkembangan informasi dan teknologi komunikasi ibarat pedang yang memiliki dua pisau, dapat meningkatkan efektivitas kerja dan dapat menjadi ancaman bagi masyarakat ataupun sektor yang masih terus mengikuti pola konvensional (Junaidi, 2016). Teknologi Pendidikan memiliki disiplin ilmu yang memberikan warna menarik bagi cara belajar anak agar dapat diterima secara efektif dan menyenangkan (Pratama & Haryanto, 2018). Seiring berkembangnya zaman, hingga saat ini anak balita pun memasuki masa dimana dirinya familiar dengan teknologi seperti bermain daring menonton *youtube*, penggunaan media sosial dalam rangka eksistensi diri, dan melakukan *selfie* (Supratman, 2018). Merangkul pembelajaran pada anak, serta kegiatan pemasaran didalamnya, muncul

strategi *fun learning* yang bersifat edukatif serta pembentukan karakter, sehingga pembelajaran dengan permainan daring dapat dilakukan seiring pembelajaran yang direncanakan diterima dengan baik dan benar (Aprilianto & Mariana, 2018), bahkan dalam periode pandemi COVID-19 ini, proses pembelajaran daring yang memiliki strategi menyenangkan bagi anak merupakan tujuan yang ingin diperoleh tenaga pengajar serta Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (kemenparekraf).

Sejak munculnya permainan daring pertama kali di Indonesia pada tahun 2001 yaitu *Nexia online* telah mengalami perkembangan pesat. Pemain *game online* di Indonesia juga bertumbuh secara konstan dan mencakup seluruh usia khususnya anak generasi Z dan Milenial yang memiliki literasi tersendiri terhadap media secara alamiah, seiring bertambahnya jumlah pengguna internet. Salah satu contoh utama dalam pembentukan virtualisasi dalam *games* adalah *game online* (Triastuti et al., 2017).

Pemain pada *game online* tidak dibatasi letak geografis (Hanum, 2015). Secara kreatifitas memunculkan pengetahuan serta wawasan baru dan menjadi hiburan seperti permainan daring yang membuat ketertarikan siswa ataupun peserta didik termotivasi belajar. Tujuan belajar sambil bermain ini diterapkan oleh banyak permainan daring khususnya pada anak usia dini seperti: Educa Studio dengan aplikasi Mari Belajar (MARBEL) kebiasaan baru terkait protokol kesehatan yang saat ini kerap dimarakkan oleh pemerintah setiap negara termasuk Indonesia (Studio, 2020). Hal ini perlu didukung oleh fasilitas yang telah diberikan sekolah agar memupuni untuk penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (Briandana et al., 2020; Tatminingsih, 2017).

Tahun Ekonomi Kreatif dicetuskan pemerintah tahun 2009 dengan Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 sebagai bukti tertulis dari kebijakan tersebut. Transformasi Kementerian Pariwisata menjadi Kementerian

Pariwisata dan Ekonomi Kreatif terdapat dibawah Kementerian Perdagangan secara implisit. Melihat kecenderungan generasi saat ini, Kemenparekraf ingin memajukan *game* lokal menjadi sarana informasi yang mudah dipahami oleh masyarakat khususnya bagi anak. Program GELORA (*Game* Lokal Kreasi Indonesia) yang diselenggarakan Oktober 2020 lalu, membuat beberapa inovasi permainan yang diperlombakan dengan tema penanganan pandemi COVID-19.

Pengembangan ide *game* ini merupakan strategi pembelajaran bagi anak yang bertujuan membangun kebiasaan sehat dengan tertib protokol kesehatan serta sebagai penunjang meningkatnya kompetensi anak khususnya usia dini karena didalamnya menambah pengetahuan anak dan memberikan stimuli pada otak anak agar meniru gerakan dan permainan yang diperagakan secara virtual (Burhaein, 2017). Kompetisi ini pula menjadi sorotan media daring dengan beragam sudut pandang yang memberikan *feedback* di masyarakat. Bergabungnya internet dengan kemajuan dunia informasi menjadi sebuah warna baru dibandingkan media konvensional (Han & Goleman, Daniel; Boyatzis, Richard; Mckee, 2019). Pandemi COVID-19 menyebabkan sebagian besar sendi kehidupan lumpuh. Indonesia juga menerima dampak negatif dari pandemi (Prasetyo et al., 2020). Wabah penyakit non alami tersebut masih tersebar ke seluruh dunia. Efek yang ditimbulkan juga masif, salah satunya berupa transformasi aktifitas konvensional menjadi digital (Harita et al., 2020; Setiawan et al., 2021).

Wabah COVID-19 mengharuskan pemerintah Indonesia untuk menanggulangi fenomena global. Salah satu langkah mitigasi penyebaran virus terdapat dari keputusan Presiden berupa instruksi Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) (Marta et al., 2020). Kebijakan ini membatasi aktifitas masyarakat dan mengajak mereka untuk tidak melakukan aktifitas yang tidak diperlukan selama diluar. Pembatasan aktifitas juga terjadi di dunia kerja pada perawalan pandemi COVID-19 mengingat tingginya jumlah kasus positif di Indonesia (Radhitya et al., 2020).

Adanya pandemi sangat berpengaruh terhadap kegiatan sehari-hari masyarakat seperti kesehatan, ekonomi, dan sosial (Marta et al., 2020). Dampak ini memberikan permasalahan terhadap beragam sektor di Indonesia dan buruknya adanya pemberhentian sementara dalam sejumlah sektor, seperti ekonomi, budaya, politik, dan wirausaha (Walakula, 2020). Tingkat kesadaran akan pentingnya *survive* bersama perlu ditekankan dan dibangkitkan melalui media massa sebagai perpanjangan tangan pemerintah.

Media massa bukanlah sesuatu yang independen melainkan memiliki beragam kepentingan dalam setiap informasi yang diberikan, seperti kepentingan pemilik modal, ekonomi, citra diri media, atau kepentingan eksternal institusi media (Suprobo et al., 2016). Posisi ini membuat lembaga komunikasi yang bertugas sebagai produksi dan distribusi informasi sekaligus menjadi lembaga kemasyarakatan dan bisnis (Zahara, 2020). Media massa dianggap oleh sejumlah pihak sebagai sarana pengendalian kekuasaan yang baik karena kapabilitas media massa untuk mengarahkan perhatian, mempengaruhi pilihan, perilaku dan membangun sejumlah perspektif baru, pemaknaan khalayak serta mempengaruhi opini publik bahkan dapat mengubah perhatian terhadap fenomena tertentu (Amali, 2017).

Media massa memiliki keunikan dalam menarasikan sebuah berita. Media membangun sebuah perspektif komunikator melalui makna berita yang ditayangkan (Harry et al., 2021). Struktur berita terdiri dari bagaimana fenomena dikabarkan oleh media, baik konvensional maupun digital dengan menonjolkan pokok informasi tertentu, menuturkan berita yang dianggap menarik, dan mengkonstruksikan narasi berita untuk memudahkan khalayak mengingat fenomena kehidupan dari kemasam yang menonjolkan keberpihakan media (Suprobo et al., 2016). Hal tersebut membuat media massa menciptakan ideologi mereka melalui narasi berita untuk mencerminkan ciri khas media. Ciri khas media ini juga menggambarkan tujuan dari media tersebut didirikan (Sukri & Yesicha, 2017).

Cara tersendiri dalam mengemas dan memberikan informasi realitas yang sama pun dapat menghasilkan berita berbeda-beda, mekanisme ini termasuk konsep *framing* yang digunakan dalam acuan penulisan (Desiana, 2016). *Framing* bertujuan dapat menyajikan setiap berita kepada masyarakat dengan sajian berbeda, membantu wartawan menulis serta menyeleksi isu, menentukan fakta yang akan diikutsertakan dalam penulisan berita yang dapat mempengaruhi konteks sosial ditengah masyarakat (Adriana Patricia Muñoz Zapata, 2011). Proses ini pula sering dibuat sebagai pengecualian informasi tertentu yang dapat membentuk interpretasi bagi *audience* atau mengacu pada cara penyajian masalah tertentu seperti kata narkoba yang sering dikemas dengan kata ‘obat-obatan terlarang’ pada beberapa media (Foley et al., 2019). Secara esensial ada dua unsur utama dalam pemikiran Robert Entman terkait *framing* media yaitu: seleksi dan penonjolan atau penekanan kata yang dapat memberikan makna berbeda, menarik dan diingat audiens (Gaio, 2015; Syam et al., 2020).

Terdapat sejumlah figur cendekiawan ternama yang menggunakan paradigma kritis dalam penelitian komunikasi, contoh utamanya berupa Akhavan Majid dan Robert N. Entman. Mereka menuturkan analisis *framing* sebagai hasil dari konstruksi narasi dan distribusi berita yang menyampaikan informasi tentang fenomena dari sudut pandang nilai dari sineas komunikator (Maulany & Abdullah, 2019; Sya & Marta, 2019). Gagasan ini kemudian di implementasikan menjadi analisis media massa dimana teks media dapat dipahami setiap maknanya, informasi yang di produksi pula dapat diterima oleh publik (Foley et al., 2019).

Entman menggambarkan ilustrasi proses seleksi serta mengindikasi aspek tertentu dalam produksi kenyataan yang dibangun oleh media yang dibagi menjadi empat elemen: *define problems* (memberikan penjelasan mengenai masalah yang terjadi, dan menentukan akan

dilihat dari sudut pandang tertentu serta kemampuan menggambarkan realitas sosial atau peristiwa yang kerap terjadi), *diagnose causes* (menerka-nerka penyebab masalah atau awal dari peristiwa tertentu melalui kemampuan setiap media mengekspresikan gaya penulisan dalam jurnalisme murni tanpa acuan sastra atau bahasa formal), *make moral judgement* (memberikan pelajaran atau nilai yang diperoleh dari realitas dalam berita, secara spesifik mampu menonjolkan moral yang diperoleh dari pemikiran sederhana serta menjalankan fungsi sebagai media), *treatment recommendation* (solusi yang ditawarkan untuk mengatasi masalah dalam berita yang dapat menjembatani pemikiran media menemukan jalur termudah diterima ditengan masyarakat) (Gaio, 2015). Perspektif komunikasi dalam *framing* memberikan arahan terhadap sebuah metode analisis media yang digunakan sebagai alat konstruksi ideologi, seperti pemilihan tokoh yang memunculkan perspektif dan kepercayaan audiens terhadap informasi yang dikemas (Solihin & Kurnia, 2017).

Pada penelitian ini menjelaskan secara detail mengenai cara penyampaian dan pengemasan setiap portal berita yang berbeda namun memiliki tujuan yang sama yakni menjadi perpanjangan tangan pemerintah untuk melakukan edukasi mengenai urgensi menjaga higenitas dan kesehatan tubuh khususnya sejakusia dini.

### Metode Penelitian

Penelitian yang mencatat tiga portal berita *online* sebagai objek dan Kemenparekraf menjadi subjek dalam penelitian ini menggunakan deskripsi kualitatif mendalam yang dikaitkan dengan realitas sosial (Handayani et al., 2015), tak hanya itu, studi literatur digunakan sebagai data primer dan sekunder yang dapat menunjang keabsahan setiap data dalam penelitian, dengan teknik analisis *framing* Robert Entman, dan komparasi yang dilakukan melalui tiga media daring yang bertujuan untuk memperlihatkan sudut pandang berita setiap media dengan

memberikan uraian terhadap empat elemen yakni: sudut pandang masalah, menjelaskan bagaimana dan penyebab terjadi, nilai moral yang dapat ditemukan, rekomendasi penyelesaian yang diambil (Marta et al., 2020). Data faktual dalam berita merupakan hasil konstruksi realitas dari sineas ideologi komunikator sendiri, bukan merupakan kenyataan yang riil (Hendriyani, 2013). Paradigma Konstruksionis dalam penelitian ini memiliki posisi yang dapat membangun pandangan tersendiri baik isu ditengah masyarakat ataupun terhadap media penghasil berita (Kholik, 2015). Melalui kutipan tiga berita dengan tema pengembangan ide *game* yang diadakan oleh Kemenparekraf dalam *event* Gelora 2020 yakni: Tirto.id dengan judul ‘Yuk, Main Game Sambil Belajar Tentang COVID-19’, Agi.or.id dengan judul ‘Kemenparekraf Umumkan 10 Game Pemenang Program Gelora 2020’, dan Jakpusnews.pikiran-rakyat.com dengan judul ‘Ini 10 Game COVID-19 Pemenang Program Gelora 2020, Udah Bisa Unduh di *Playstore* Gratis’. Ketiga artikel berita yang terpublikasi di media digital menjadi ruang lingkup penelitian ini.

Penelitian ini sendiri hanya memaparkan peristiwa atau mencari serta menjelaskan hubungan antara analisis menggunakan landasan teori *Precede Proceed* Lawrence Green yang mengkaji pengaruh perilaku kesehatan yang disebabkan faktor individu dan lingkungan dengan *PRECEDE (Predisposing, Reinforcing, Enabling, Constructs in, Educational/ Ecological, Diagnosis, Evaluation)* dan *PROCEED (Policy, Regulatory, Organizational, Constructs in, Educational, Environmental, Development)* (Fitriani et al., 2020) sebagai penilaian kebutuhan informasi kesehatan yang diperlukan masyarakat yang dapat menciptakan kerangka pikir konseptual baru mengenai pentingnya kesehatan (Lestari et al., 2021), dapat digunakan pula sebagai perancang dan evaluasi upaya promosi kesehatan yang dalam penelitian ini menggunakan pemanfaatan

teknologi komunikasi dan informasi mengenai kebijakan pemerintah tentang edukasi pada anak mengenai protokol kesehatan menggunakan strategi *fun learning* yang disukai anak saat ini (Lumampauw et al., 2021).

Kepentingan khusus model perencanaan *precede-proceed* terletak dari peranan teori tersebut dalam menciptakan rerangka konseptual yang memandu konstruksi intervensi dan evaluasinya (Binkley & Johnson, 2013). Model pembelajaran dengan teori ini pun memberikan pendidikan kesehatan yang mempertimbangkan latar belakang kehidupan individu dalam lingkungan sosialnya yang memberikan hasil kualitas hidup atau perilaku seseorang dan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya suatu perilaku dilakukan individu (Ririanty, 2014; Tunurrohmin et al., 2019). *Precede-proceed* menjadi teknik yang komprehensif karena program ini merupakan hibriditas perspektif dari objek penelitian dan pemegang kebijakan dari sebuah pemecahan masalah (Andrianys et al., 2017).

Kajian media menggunakan teori ini memperlihatkan strategi pengiriman informasi kesehatan yang dilakukan media agar mudah dimengerti serta menarik perhatian masyarakat agar dapat mempengaruhi perilaku kehidupan kesehatan masyarakat (Harry et al., 2021). Faktor pendukungnya dengan memainkan peran penting ataupun mencari faktor terdekat di lingkungan sosialnya seperti memanfaatkan *game* edukatif bagi anak yang di promosikan oleh pemilik peran penting di Indonesia yakni Kemenparekraf (Menayang & Marta, 2020).

Teknik analisis yang digunakan berupa Analisis Framing dari Entman untuk mengidentifikasi perspektif artikel berita dari media digital. Penelitian ini memiliki tiga artikel berita dengan topik yang serupa, yakni acara edukatif terkait pandemi COVID-19 (Junaidi, 2016). Analisis Framing dari Entman akan membantu penulis dalam menggali perspektif komunikator dari artikel berita digital yang berbeda.

Tabel 1. Tiga Media daring bertema *Event* Gelora 2020

Tirto.id (24/10)	Agi.or.id (13/10)	Jakpusnews.pikiran-rakyat.com (9/10)
'Yuk, Main Game Sambil Belajar Tentang COVID-19' (Azis, 2020)	'Kemenparekraf Umumkan 10 Game Pemenang Program Gelora 2020' (ANWARI, 2020)	'Ini 10 Game COVID-19 Pemenang Program Gelora 2020, Udah Bisa Unduh di Playstore Gratis' (Murdy, 2020)

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis *framing* memperhatikan isi berita dan *point of view* dari media melalui cara penyampaian informasi, seleksi realitas sosial yang dilakukan, pemilihan kata sebagai representasi fakta (Zahara, 2020). Dalam penelitian ini uraian teks pada media daring diterapkan menurut elemen yang diungkapkan oleh Entman terkait *define problem*, *diagnose causes*, *make moral adjustment*, dan *treatment recommendation*. Keempat elemen ini diuraikan untuk melihat cara kerja tiga media, khususnya melihat konstruksi bingkai berita untuk fakta yang sama pada sidang pembaca. Terdapat tiga media, yang menjadi sorotan utama riset ini antara lain: jakpusnews.pikiran.rakyat.com; Agi.or.id; dan Tirto.id terkait berita Gelora 2020 di Era Pandemi COVID-19 yang diadakan pada Bulan Oktober.

Tabel 1 merupakan nama portal berita beserta judul dan tanggal tayang pada media daring. Terlihat dari penyajian judul berita, media masing-masing memiliki tujuan tertentu dengan penekanan beberapa kata yang disampaikan baik baku maupun tidak baku digunakan dalam bahasa Indonesia yang baik dan benar, seperti Tirto.id diawali dengan kata 'Yuk' yang merupakan ajakan bagi pembaca untuk bermain sambil belajar. Pada judul berita Agi.or.id kalimat 'umumkan 10 game pemenang' menjadi *highlight* sebagai inti berita, dan Jakpusnews.pikiran-rakyat.com menekankan pada kalimat 'udah bisa unduh di *playstore* gratis' yang merupakan ajakan tersirat sekaligus promosi pemenang Gelora 2020. Ketiga portal berita daring ini memberikan makna dan segmentasi audiens

asaran yang secara garis besar sama, namun memiliki daya tarik yang berbeda serta membuat pembaca menjadi ingin tahu letak keberbedaan diantara ketiganya (Yusriyah et al., 2020).

Komparasi ketiga media berita daring tersebut terdapat pada perbedaan formulasi judul pada tema yang sama. Tirto.co.id menggunakan formulasi judul yang membujuk khalayak dalam menggunakan aplikasi tentang COVID-19. Bujukan tersebut dibuktikan dengan penggunaan kata "Yuk" sebagai ajakan sineas komunikator dalam mendorong perilaku pembaca (Samiaji et al., 2022). Agi.or.id memformulasikan berita game dalam pandemi COVID-19 melalui Gelora 2020 sebagai hal yang resmi diliputi oleh media berita. Agi.or.id meliputi sepuluh game yang memenangi program Gelora 2020 yang didukung oleh pemerintah dalam mempromosikan belajar daring selama pandemi (Mudhita et al., 2021).

Jakpusnews.pikiranrakyat.com justru memberikan kesan yang serupa dengan Agi.co.id terkait game pembelajaran daring selama pandemi COVID-19, dengan perbedaan kata "Udah bisa unduh di *Playstore* gratis" sebagai ajakan sineas komunikator. Perbedaan kata tersebut cukup mengubah konteks judul menjadi campuran peliputan resmi dengan komunikasi persuasif dari Jakpusnews (Susilo et al., 2021). Khalayak penerima pesan dari Jakpusnews dapat mencerna informasi terkait permainan yang berpihak pada kemenangan di ajang program Gelora 2020. Selain itu, tersurat pula ajakan dari komunikator untuk menggunakan aplikasi tersebut dari media digital, upaya intensif dalam menyampaikan ajakannya secara lugas dalam bentuk kalimat pendek kepada sidang pembaca.

Tabel 2. Uraian berdasarkan *Framming* Entman Berita Tirto.id

Teknik	Materi Berita tirto.id
<i>Define Problems</i>	Judul 'Yuk, Main Game Sambil Belajar Tentang COVID-19' memberikan kesan ajakan atau himbauan yang disajikan media bagi pembaca.
<i>Diagnose Causes</i>	Memberikan pilihan bagi pembaca khususnya untuk orang tua dalam pemilihan game lokal yang memberikan edukasi bagi anak, saran dari Kemenparekraf
<i>Make Moral Judgements</i>	Himbauan kepada orang tua untuk membantu anak dalam memilih game yang dapat menghibur serta memberikan edukasi mengenai pentingnya penggunaan protokol kesehatan.
<i>Treatment</i>	Tirto.id memberikan 10 pilihan game edukatif bagi anak yang sekaligus
<i>Recommendation</i>	artikel ini mengikuti kampanye COVID-19.

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Uraian pada Tabel 2 berdasarkan 4 elemen analisis *framing* Entman, terlihat ajakan pembaca untuk menggunakan permainan edukatif serta himbauan kepada orang tua untuk mengarahkan anaknya sebagai pengguna *game* lokal Indonesia yang membantu anak mengerti dan memiliki kebiasaan baru mengenai hidup sehat pencegahan penyebaran sekaligus kampanye COVID-19.

Berita pada *agi.or.id* memberikan penekanan pada pencapaian prestasi melalui karya anak bangsa dan menonjolkan pencapaian serta apresiasi Indonesia terhadap pemenang program Gelora 2020 yang diadakan Kemenparekraf. Media ini pula melengkapi berita yang diangkat dengan promosi 10 aplikasi permainan terkait dengan menyertakan *link* unduhan. Hal ini tampak jelas bahwa maksud dari pemberitaan adalah memberikan informasi sekaligus bentuk apresiasi kepada para pemenang lomba pengembangan permainan daring dengan strategi edukasi pencegahan COVID-19.

Berbeda dengan media lainnya, AGI merupakan Asosiasi Game Indonesia, sehingga berita yang diambil pun lebih menekankan dan memberikan seleksi informasi yang berfokus pada kemenangan 10 permainan daring terpilih, bukan pada tujuan *event* Gelora 2020 mengadakan perlombaan pengembangan ide permainan terkait edukasi mengenai COVID-19.

Terlihat pada uraian berita dalam tautan *jakpusnews.pikiran-rakyat*, selain penyederhanaan bahasa agar mudah untuk dipahami, seleksi informasi dan penekanan

Tabel 3. Uraian berdasarkan *Framming* Entman Berita Agi.or.id

Teknik	Materi Berita <i>agi.or.id</i>
<i>Define Problems</i>	'Kemenparekraf Umumkan 10 Game Pemenang Program Gelora 2020,' judul ini memperlihatkan <i>agi.or.id</i> membawakan informasi pencapaian prestasi bagi game lokal Indonesia yang mewujudkan ide pengembangan permainan terkait penanganan wabah COVID-19.
<i>Diagnose Causes</i>	Berita ini memberikan informasi bagi institusi terkait kemenangan dari <i>event</i> Gelora 2020 yang diadakan Kemenparekraf selama kurang lebih satu bulan.
<i>Make Moral Judgements</i>	Dari berita ini pula dapat diperoleh informasi mengenai pengembangan game lokal Indonesia yang dapat menjadi rekomendasi masyarakat dalam bermain daring.
<i>Treatment</i>	<i>agi.or.id</i> memberikan 10 pemenang Gelora 2020 sekaligus deskripsi singkat permainan yang diharapkan dapat menarik perhatian pembaca
<i>Recommendation</i>	untuk menggunakan game tersebut.

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

yang menjadi fokus media ini ialah strategi Kemenparekraf dalam pemanfaatan teknologi untuk bekerjasama dengan kreator Indonesia dalam mengembangkan permainan daring bertema belajar dan pencegahan COVID-19 yang mengedukasi anak. Media ini pula memberikan pesan sederhana tentang pentingnya menjaga kesehatan dan memiliki pengetahuan lebih mengenai pandemi atau wabah yang sedang terjadi.

Dari hasil analisis *Framing* Robert Entman pada Tabel 4, terlihat ketiga media memiliki sudut pandang berita yang berbeda, *event* Gelora 2020 yang diadakan oleh Kemenparekraf dengan tema pengembangan ide permainan mengenai pencegahan penyebaran COVID-19 pada media Tirto.id menghimbau pembaca dapat menggunakan sepuluh permainan yang direkomendasikan agar anak dapat teredukasi mengenai langkah penting menjaga kesehatan agar terhindar dari virus, selain itu himbauan ini pula diperuntukkan bagi orang tua agar dapat memberikan rekomendasi permainan yang mendidik anaknya secara kognitif serta psikomotorik (Fauzi & Fasta, 2020).

Berbeda dengan fokus informasi yang dibawakan dalam *agi.or.id* mengenai deretan pemenang *event* Gelora 2020, berita ini tidak menyinggung tujuan dari diselenggarakannya acara tersebut, namun hanya berfokus pada apresiasi terhadap karya Anak Bangsa mengenai *game* lokal dan 'menjual' setiap aplikasi *game* dengan menyertakan *link* untuk mengunduh.

Tabel 4. Uraian berdasarkan Framming Entman Berita jakpusnews.pikiran-rakyat.com

Teknik	Materi Berita jakpusnews.pikiran-rakyat.com
<i>Define Problems</i>	Judul 'Ini 10 Game COVID-19 Pemenang Program Gelora 2020, Udah Bisa Unduh di Playstore Gratis' memaparkan bahasa yang mudah di mengerti pembaca, sehingga diharapkan menjadi lebih dekat dengan masyarakat. Isi berita pula didukung dengan beragam opini dari tokoh publik yang kredibel seperti direktur industri film, televisi, dan animasi Kemenparekraf Bapak Syaifullah.
<i>Diagnose Causes</i>	Informasi berupa kutipan hasil wawancara tokoh publik, didukung dengan deskripsi permainan pemenang Gelora 2020 secara singkat dengan fokus perlawanan setiap permainan terhadap pencegahan COVID-19.
<i>Make Moral Judgements</i>	Selain menjadi media promosi bagi pemenang Gelora 2020, berita ini memberikan edukasi secara tidak langsung kepada pembaca mengenai pentingnya memutus rantai penyebaran COVID-19 melalui deskripsi setiap permainan yang dipaparkan.
<i>Treatment Recommendation</i>	Jakpusnews.pikiran-rakyat juga berharap pesan sederhana yang diberikan dapat diterima masyarakat serta membantu dalam tindak pencegahan COVID-19.

Sumber: Olahan Peneliti (2021)

Pada berita ketiga jakpusnews.pikiran-rakyat.com berfokus pada kepentingan distribusi informasi dapat diterima dengan efektif oleh sidang pembaca, terbukti dengan penggunaan bahasa non formal pada judul dan beberapa isi berita dengan selipan bahasa sehari-hari. Media ini menganggap, dengan bahasa yang sederhana, informasi akan sampai kepada pembaca dengan baik dan benar. Informasi yang diberikan pula mengenai tujuan *event* Gelora 2020 diadakan Kemenparekraf, yang pula secara tersirat memberikan sarana promosi bagi para pemenang dengan menyertakan *link* unduhan, serta memberikan saran bagi pembaca untuk mengedepankan permainan daring lokal karya anak Indonesia.

Jika ditinjau dari cara penyampaian hasil analisis yang dilakukan berdasarkan 4 elemen uraian Entman berita ketiga portal ini berpihak kepada pemerintah yang mendukung pengembangan ide melalui perlombaan, bahkan membantu memberikan promosi terhadap instansi terkait di dalamnya (Farida et al., 2020). Kajian mengenai perkembangan teknologi informasi dalam pendekatan *framing* melalui media daring tergolong temuan baru, karena mediumnya mewakili keinginan individu untuk mengembangkan sistem informasi secara

komunal dan personal (Novianti & Choiriyati, 2014). Riset seputar perkembangan teknologi informasi dalam pendekatan media massa banyak dijumpai, bahkan menjadi peningkatan secara konstan. Sejalan dengan itu, media pun kerap berinovasi menjadi mudah dijangkau, dekat dengan audiens, murah, dan tanpa batasan.

Medium portal berita *online* merupakan salah satunya, bahkan kelebihan dari *new media* ini ialah adanya *feedback* yang dapat diterima oleh media dari audiens dengan cepat dan dekat, berbeda dengan media konvensional. Terbitnya berita dari 3 media tersebut, masing-masing memiliki cara produksi, seleksi, serta sudut pandang yang berbeda, namun memiliki satu tujuan yakni memberikan informasi bagi pembaca (Septiarysa et al., 2021). Penulis melihat komunikator dari konten media menggunakan ideologi yang berbeda dari peliputan topik yang serupa. Ketiga portal konten berita menunjukkan keberpihakan mereka terhadap pemerintah dari narasi yang berbeda.

Berkenaan dengan *Precede Proceed theory* Lawrence Green, dari ketiga media diatas, terlihat 2 diantaranya dianggap dapat memenuhi tujuan Kemenparekraf mengenai strategi edukasi mengenal dan tindak pencegahan COVID-19 melalui pemanfaatan teknologi komunikasi

dengan *event* Gelora 2020, karena media *tirto.id* dan *jakpusnews.pikiran-rakyat.com* dianggap memenuhi kebutuhan informasi kesehatan, yakni dengan memberikan saran kepada masyarakat mengenai aktivitas ditengah pandemi khususnya yang baik bagi anak, bahkan saran tersebut diperkuat dengan opini dari tokoh publik direktur industri perfilman, media televisi, animasi hingga komunikasi visual lainnya Kemenparekraf Bapak Syaifullah, sedangkan pada berita di media *agi.or.id* perlu adanya evaluasi mengenai fokus pemberitaan yang belum memenuhi kebutuhan informasi tindak pencegahan dan mengenal COVID-19 sesuai tujuan dari Kemenparekraf.

### **Simpulan**

*Event* Gelora 2020 yang diharapkan dapat menjadi solusi meningkatnya tingkat konsumtif karya anak bangsa khususnya pemanfaatan teknologi dan komunikasi, beralih menjadi saluran edukatif bagi anak mengenai tindak pengenalan, serta pencegahan penyebaran COVID-19 dengan strategi *fun learning* yang diterapkan. Tujuan dari perlombaan ini belum seluruhnya dapat ditemukan pada 3 portal berita terkait. Pada fungsi media sebagai sarana edukatif bagi masyarakat, jika digunakan teori *precede proceed* mengenai strategi pembelajaran mengenai pentingnya kebersihan serta cara menjaga kesehatan tubuh melalui media komunikasi massa, dua dari tiga berita termasuk didalamnya, karena hal ini sekaligus mendukung tujuan diselenggarakannya *event* Gelora 2020 mengenai pengembangan ide permainan daring anak bertema pembelajaran virus COVID-19 serta pencegahannya yang diharapkan mampu memberikan stimuli pada perilaku anak mengenai pentingnya tertib protokol kesehatan.

Dua media diantaranya *Tirto.id* dan *Jakpusnews.pikiran-rakyat.com* karena selain memberikan informasi serta apresiasi terhadap permainan hasil anak bangsa, media ini pula membahas akan pentingnya mengetahui penyebaran dan pencegahan virus COVID-19.

Berbeda dengan berita yang diangkat pada *Agi.or.id* yang berfokus pada apresiasi terhadap 10 pemenang *event* Gelora 2020, namun tak heran, karena media selalu meringkai informasi menurut latar belakang institusi terkait, *Agi* (Asosiasi Game Indonesia) pun melakukan seleksi informasi menurut fungsi dan institusi yang melatarbelakangi media ini yang fokus pada perkembangan permainan daring Indonesia khususnya pada anak.

Dalam konstruksi sebuah berita setiap media pasti memiliki beragam aturan yang mengikat tergantung pada kepentingan institusi masing-masing, sehingga memiliki pandangan berbeda dalam pemberitaan. Memberikan informasi yang aktual, jelas, dan informatif merupakan kewajiban media yang tidak boleh terlupakan. Penyajian berita yang baik akan menimbulkan timbal balik dari audiens yang baik pula. Mengacu pada penjelasan sebelumnya, maka sebaiknya seleksi informasi hanya dilakukan pada berita yang dianggap masih diragukan kebenarannya untuk menghindari penyebaran *hoax* atau berita palsu. Di sisi lain, informasi yang ada pada penelitian ini terkait *event* Gelora 2020 sebaiknya tidak menghiraukan tujuan acara diselenggarakan oleh Kemenparekraf yang mengedepankan edukatif serta informasi mengenai pengenalan virus COVID-19 dan pencegahannya. Seringkali media selalu mendefinisikan informasi yang diperoleh sebagai waktu yang tepat untuk reformasi industri penyiaran, bukan mengacu pada *feedback* ataupun pemenuhan informasi yang dibutuhkan masyarakat.

### **Ucapan Terima Kasih**

Peneliti ingin mengungkapkan apresiasi kepada semua lembaga yang berkontribusi dalam studi ini, diantaranya Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Satya Negara Indonesia (LPPM-USNI), Program Studi Perhotelan serta Direktorat Penelitian, Pengembangan, dan Pemberdayaan kepada Masyarakat Universitas Bunda Mulia

(P3M-UBM), juga Fakultas Ilmu Komunikasi - Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jakarta (FIKOM-IISIP Jakarta) yang berkolaborasi dalam proses penyusunan hasil penelitian ini. Utamanya anggaran penunjang kegiatan dan operasionalisasi penelitian ini, sehingga pada akhirnya dapat memberi kontribusi berarti bagi penyaluran pesan efektif terkait peran penting pengelolaan konten media daring yang mengemas kegiatan permainan daring sebagai potensi wisata kreatif kepada khalayak pembaca, terutama masyarakat Indonesia.

### Daftar Pustaka

- Adriana Patricia Muñoz Zapata, L. C. C. (2011). Konstruksi Realitas. In *Phys. Rev. E*.
- Amali, S. (2017). Analisis Isi Berita Program Kominfo pada Surat Kabar Daerah. *Balai Pengkajian Dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BP2KI) Manado*.
- Andrianys, I., Kadar, K., & Massi, N. (2017). Precede-proceed education model to health literacy's patient with hypertension in pattingalloang makassar. *Indonesia Contemporary Nursing Journal*, 1(2), 110–117.
- Anwari, F. N. (2020). *Kemenparekraf Umumkan 10 Game Pemenang Program Gelora 2020 — Asosiasi Game Indonesia*. <https://www.agi.or.id/>.
- Aprilianto, A., & Mariana, W. (2018). Permainan Edukasi (Game) Sebagai Strategi Pendidikan Karakter. *Nazhruna: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(1), 139–158. <https://doi.org/10.31538/nzh.v1i1.47>
- Azis, I. (2020). *Yuk, Main Game Sambil Belajar Tentang COVID-19 - Tirto*. <https://tirto.id/>.
- Binkley, C. J., & Johnson, K. W. (2013). Application of the Precede-Proceed Planning Model in Designing an Oral Health Strategy. *Journal of Theory and Practice of Dental Public Health*, 1(3), 1–18.
- Briandana, R., Pribadi, E., & Balaya, S. (2020). Mapping the Convergence Trends of Television Broadcasting Media in Indonesia. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(02), 147. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i02.2120>
- Burhaein, E. (2017). Aktivitas Fisik Olahraga untuk Pertumbuhan dan Perkembangan Siswa SD. *Indonesian Journal of Primary Education*, 1(1), 51. <https://doi.org/10.17509/ijpe.v1i1.7497>
- Chinmi, M., Marta, R. F., Haryono, C. G., Fernando, J., & Goswami, J. K. (2020). Exploring online news as comparative study between Vendatu at India and Ruangguru from Indonesia in COVID-19 pandemic. *Journal of Content, Community and Communication*, 10(6), 167–176. <https://doi.org/10.31620/JCCC.06.20/13>
- Christian, M., Mulia, U. B., & Utara, J. (2019). Telaah Keniscayaan Iklan di Kanal Youtube sebagai Perilaku Khalayak di Kalangan Milenial. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 5(2), 141–158.
- Damayanti, E., Ahmad, A., Bara, A., Islam, U., & Alauddin, N. (2020). Dampak Negatif Penggunaan Gadget. *Jurnal Perempuan Dan Anak*, 4(1), 1–22.
- Databoks. (2017). Pengguna Ponsel Indonesia Mencapai 142% dari Populasi. In *Databoks.Katadata.Co.Id*.
- Databoks. (2020). *Pengguna Smartphone diperkirakan Mencapai 89% Populasi pada 2025*. *Databoks.Katadata.Co.Id*.
- Desiana. (2016). Analisis Framing Berita Serangan ISIS di Paris pada Surat Kabar Harian Waspada, SIB dan Analisa. *Al-Balagh*, 1(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Farida, F., Zuklaiha, Z., & Putro, H. E. (2020). Desentralisasi Wisata Religi Indonesia melalui City Branding Wisata Kabupaten Bangkalan Madura. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6, 224–234. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30813/bricolage.v6i02.2149>

- Fauzi, E. P., & Fasta, F. (2020). Modern Muslimah in Media : A Study of Reception Analysis in “Saliha” Program on NET TV. *Aspiration Journal*, 1(November), 135–162. <http://www.aspiration.id/index.php/asp/article/view/19/28>
- Fensi, F., & Christian, M. (2018). Determinan Citra Merek Pada Iklan Produk Gawai “Vivo” Berdasarkan Aspek “Celebrity Endorser.” *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 4(02), 163. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v4i02.1659>
- Fitriani, Farisni, T. N., Syahputri, V. N., Lestary, L. A., & Helmyati, S. (2020). Implementing precede-proceed model toward the mothers’ perception on the importance of feeding of home-made complementary food to wasting and stunting toddlers. *Current Research in Nutrition and Food Science*, 8(2), 489–495. <https://doi.org/10.12944/CRNFSJ.8.2.14>
- Foley, K., Ward, P., & McNaughton, D. (2019). Innovating Qualitative Framing Analysis for Purposes of Media Analysis Within Public Health Inquiry. *Qualitative Health Research*, 29(12), 1810–1822. <https://doi.org/10.1177/1049732319826559>
- Gaio, A. M. S. M. C. D. (2015). Analisis Framing Robert Entman Pada Pemberitaan Konflik KPK Vs POLRI di Vivanews.co.id dan Detiknews.com. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, Vol. 4, No(3), 451–455.
- Han, E. S., & goleman, daniel; boyatzis, Richard; Mckee, A. (2019). Analisis Framing Robert N Entman pada Berita Kecelakaan Pesawat Air Asia QZ8501 di Media Online Detik.com. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Handayani, D. N., Sudrajat, R. H., & Imran, A. I. (2015). Analisis Isi Visual Iklan dan Strategi Kreatif Kategori Print Ad Pemenang Gold, Silver dan Bronze Citra Pariwisata 2015. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 6(1), 1–14.
- Hanum, K. (2015). Aktivitas Game Online Siswa SD (Kelas 3-6) (Studi Deskriptif Di Warnet Kelurahan Gunung Anyar Kota Surabaya). *AntroUnairdotNet*, 4(2), 137–146.
- Harita, F. M., Sadono, T. P., Sya, M., Fernando, J., & Goswami, J. K. (2020). Traveloka as the Ultimate Workplace for Millennial Graduates in Information and Technology. *ASPIRATION Journal*, 1(November), 163–181. <http://aspiration.id/index.php/asp/article/view/17>
- Harry, H., Marta, R. F., & Briandana, R. (2021). Memetakan Tautan Budaya Lasem melalui Dokumenter Net. Biro Jawa Tengah dan MetroTVNews. *ProTVF*, 5(2), 227–246. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/ptvf.v5i2.33411>
- Hendriyani, H. (2013). Analisis Isi: Sebuah Pengantar Metodologi yang Mendalam dan Kaya dengan Contoh. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 2(1), 63–65. <https://doi.org/10.7454/jki.v2i1.7832>
- Junaidi, J. (2016). Trends and Problems of Information and Communications Technology (ICT) in Indonesia from the Perspective of Media Framing. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 71–79. <https://doi.org/https://doi.org/10.31315/jik.v14i2.2143>
- Kholik, D. I. (2015). Bingkai Berita Media Indonesia tentang Terpilihnya Susilo Bambang Yudhoyono sebagai Ketua Umum Partai Demokrat (Analisis Framing Pada Pemberitaan Media Indonesia). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 1(2).
- Lestari, R., Septiarysa, L., Marta, R. F., Agung, H., & Murfianti, F. (2021). Digitizing the Meaning of Enthusiasm in #generasiberanipahit through Morris Semiotics. *Jurnal Kata: Penelitian Tentang Ilmu Bahasa Dan Sastra*, 5(2), 297–309. <https://doi.org/10.22216/kata.v5i2.456>
- Lumampauw, A., Marta, R. F., Nugroho, Y., Sandel, T. L., & Lie, S. (2021). The Art of Honing the Conscience through Bukalapak Ads: Barongsai Indonesia, Juara Hati Membangun Bangsa. *International Journal of Visual and Performing*

- Arts*, 3(1), 9–21. <https://doi.org/https://doi.org/10.31763/viperarts.v3i1.342>
- Marta, R. F., Prasetya, A. A., Laurensia, B., Stevani, S., & Syarnubi, K. L. (2020). Imbalance Identity in E-Sports News Intersectionality on Covid-19 Pandemic Situation. *Jurnal ASPIKOM*, 5(2), 206. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v5i2.769>
- Maulany, S. P., & Abdullah, A. (2019). Pemberitaan film A Man Called Ahok dan film 212 di media online. *ProTVF*, 3(2), 155. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i2.22940>
- Menayang, A. P., & Marta, R. F. (2020). Branding of North Sulawesi tourism through the hexagon of competitive identity. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(2), 410. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i2.2474>
- Mudhita, S., Setiawan, S., Kurniawati, L. S. M. W., Marta, R. F., & Chinmi, M. (2021). Komparasi Efektifitas Komunikasi pada Bimbingan Belajar Konvensional dengan Ruang Guru di Masa Pandemi COVID-19. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 49. <https://doi.org/10.33021/exp.v4i1.1346>
- Murdy, D. (2020). *Ini 10 Game Covid-19 Pemenang Program Gelora 2020, Udah Bisa Unduh di Play store Gratis - Jakpus News*. [jakpusnews.Pikiran-Rakyat.Com](http://jakpusnews.Pikiran-Rakyat.Com).
- Novianti, D., & Choiriyati, W. (2014). Kajian Weblog sebagai Desentralisasi Informasi Ditinjau dari Perspektif Komunikasi Massa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 198. <https://doi.org/10.31315/jik.v10i2.3746>
- Prasetyo, D. W., Hidayat, E., Marta, R. F., Kurniawati, L. S. M. W., & Chinmi, M. (2020). Patron-Client Relationship between Village Heads and Their Residents during the COVID-19 Pandemic. *Jurnal Mimbar*, 36.
- Pratama, U. N., & Haryanto, H. (2018). Pengembangan game edukasi berbasis android tentang domain teknologi pendidikan. *Jurnal Inovasi Teknologi Pendidikan*, 4(2), 167–184. <https://doi.org/10.21831/jitp.v4i2.12827>
- Radhitya, T. V., Nurwati, N., & Irfan, M. (2020). Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Kekerasan dalam Rumah Tangga. *KOLABORASI RESOLUSI KONFLIK*, 2(2), 111–119. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/jkrk.v2i2.29119>
- Ramansyah, W. (2015). Pengembangan Education Game (Edugame) Berbasis Android Pada Mata Pelajaran Bahasa Inggris Untuk Peserta Didik Sekolah Dasar. *Jurnal Ilmiah Edutic*, 2(November), 1–9.
- Rihhadatul'aisyi, N., Muthmainnah, S., Zahra, H. P., Putri, T. W., & Febrian, F. T. (2021). Efek Twitter di Masa Pandemi COVID-19 pada Sikap dan Perilaku. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(2), 205–220. <https://doi.org/https://doi.org/10.31315/jik.v19i2.4178>
- Ririanty, M. (2014). Komunikasi Kesehatan Program Family Fikder dakan Oebabggykabgab TB ditinjau dari Teori Precede-Proceed. *Jurnal IKESMA*, 10(2), 10.
- Samiaji, A., Bahrudin, M., Harry, H., & Hidayat, E. (2022). Nation Branding Construction and Public Diplomacy from @america in Muslim Community of Indonesia. *Medium Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, 9(1), 276–290. [https://doi.org/https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(2\).8836](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(2).8836)
- Septiarysa, L., Marta, R. F., & Agung, H. (2021). Anotasi Rasa Empati selama Pandemi COVID-19 pada Konten Digital Pariwisata Youtube Rosalia Indah. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(5), 451–468. <https://doi.org/https://doi.org/10.25139/jkp.v5i5.4125>
- Setiawan, J. H., Caroline, C., & Muharman, D. (2021). Content Analysis of Reader Comments about COVID-19 on Media Aggregator Line Today. *ASPIRATION Journal*, 2(1), 51–70. <http://aspiration.id/index.php/asp/article/view/22>
- Social, W. A. (2022). *Data Pengguna Internet di Dunia*. We Are Social. <https://www.receh.in/2022/02/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia.html>

- Solihin, M., & Kurnia, N. (2017). Pemaknaan Konflik Pabrik Semen Kendeng dalam Framing Media Berita. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 15*(1), 16–27.
- Studio, E. (2020). *Marbel Kebiasaan Baru for Android - APK Download*.
- Sukri, A., & Yesicha, C. (2017). Analisis Framing Berita Di Surat Kabar Riau Pos Dan Tribun Pekanbaru. *Jurnal Komunikasi Global, 6*(2), 220–238.
- Supratman, L. P. (2018). Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 15*(1), 47–60. <https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1243>
- Suprobo, T., Siahainenia, R., & Sari, D. K. (2016). Analisis framing media online dalam pemberitaan profil dan kebijakan menteri Susi Pudjiastuti. *Cakrawala, 5*(1), 119–138.
- Susilo, D., Hidayat, E., & Marta, R. F. (2021). Village public innovations during COVID19 pandemic in rural areas: Phenomena in Madura, Indonesia. *Cogent Social Sciences, 7*(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2021.1905919>
- Sya, M., & Marta, R. F. (2019). Alignment Frame Construction by Three Online Newspapers on the Slogan of Bangka Belitung Islands. *Jurnal Studi Komunikasi, 3*(November), 332–354. <https://doi.org/10.25139/jsk.3i3.1701>
- Syam, M. T., Makmur, Z., & Nur, A. (2020). Social Distance Into Factual Information Distance about COVID-19 in Indonesia Whatsapp Groups. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 18*(3), 269. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3684>
- Tatminingsih, S. (2017). Dampak Penggunaan Tik Terhadap Perilaku Anak Usia Dini: Studi Kasus Pada Anak Usia 4-7 Tahun. *Jurnal Pendidikan, 18*(1), 42–52. <https://doi.org/10.33830/jp.v18i1.281.2017>
- Tjajadi, O. P., Marta, R. F., & Engliana, E. (2021). Women's Resistance on Instagram Account @singlemomsindonesia. *JHSS Journal of Humanities and Social Studies, 5*(2), 111–115. <https://doi.org/https://doi.org/10.33751/jhss.v5i2.3710>
- Triastuti, E., Andrianto, D., & Nurul, A. (2017). Kajian Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Anak Dan Remaja. In *Puskakom UI*.
- Tunurrohmin, Z., Soemanto, R., & Pamungkasari, E. P. (2019). Path Analysis on the Determinants of Depression Symptom in Elderly: A Precede Proceed Model. *Journal of Epidemiology and Public Health, 4*(4), 351–360. <https://doi.org/10.26911/jepublichealth.2019.04.04.10>
- Walakula, Y. benony. (2020). Analisis Eksistensi Pariwisata Indonesia di Tengah Situasi Pandemi Corona Virus Disease (Covid19). *Noumena, 1*(1), 47–52.
- We Are Social, H. (2021). *Instagram, Media Sosial Favorit Generasi Z di Dunia*. Databoks. Katadata.Co.Ids. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/14/instagram-media-sosial-favorit-generasi-z-di-dunia>
- Yoga, D. S., Suarmini, N. W., & Prabowo, S. (2015). Peran Keluarga Sangat Penting dalam Pendidikan Mental, Karakter Anak serta Budi Pekerti Anak. *Jurnal Sosial Humaniora, 8*(1), 46. <https://doi.org/10.12962/j24433527.v8i1.1241>
- Yulion, M. M. (2013). Memahami Komunikasi Pengasuhan Anak dalam Extended Family. *Jurnal Interaksi Online, 66*, 37–39.
- Yusriyah, K., Fatoni, A., & Mansyur, M. A. (2020). Communication Networks Analysis on Information Dissemination of the Moving of Capital City From Jakarta to East Kalimantan. *Aspiration Journal*.
- Zahara, E. N. (2020). Framing Edukasi Body Positivity Versi Pesohor sebagai Upaya Penggeseran Nilai Kesusilaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 18*(2), 208. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i2.3503>