

Efek *Agenda Setting* Media Online Terhadap Mahasiswa

Udi Rusadi¹ ¹Staf pengajar IISIP Jakarta

Abstrak

Studi tentang efek pengaturan media online masih dianggap baru sejalan dengan awal penggunaan jaringan internet sebagai platform media komunikasi. Tinjauan literatur menjelaskan bahwa studi tentang efek agenda pengaturan media online saat ini sama dengan studi media tradisional, karena pengembangan media berita online masih terkait dengan media tradisional. Artikel ini berisi hasil pemeriksaan efek dari agenda pengaturan media online, yaitu detik.com, untuk siswa IISIP Jakarta. Hasilnya menyimpulkan bahwa agenda isu media nasional online memengaruhi agenda publik, mengkonfirmasi hasil tinjauan pengaturan agenda studi di era digital.

The study of the effects of setting an online media is still considered new in line with the beginning of the use of the internet network as a communication media platform. Past studies show that studies of the effects of online media agenda setting today are the same as traditional media studies, because the development of online news media is still related to traditional media. This article contains the results of an examination of the effects of an online media setting agenda, namely detik.com, to students of IISIP Jakarta. The results concluded that the agenda of online national media issues influence public agenda, confirming the results of agenda setting in the digital age.

Key Words: *Agenda setting, online media*

Pendahuluan

Dunia komunikasi mengalami perubahan dalam berbagai aspek sejak teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan melakukan proses konvergensi antar konten, komunikasi dan telekomunikasi. Konten komunikasi menjadi lebih mudah, cepat dan berkualitas sampai kepada publiknya. Proses komunikasi tidak saja tidak bersifat linier tetapi memungkinkan terjadinya proses interaktif dan kolaboratif. Khalayak tampak semakin individual dan memiliki kedaulatan penuh dalam mengakses dan memaknai isi komunikasi.

Teori-teori komunikasi melakukan

penyesuaian atau melakukan proses pengembangan formula atau melakukan proses kolaborasi, agar teori tersebut bisa bertahan. Salah satu teori efek media massa yang juga melakukan proses tersebut adalah teori agenda setting yang lahir pada tahun 1970-an. Dilihat dari fase perkembangan teknologi, dewasa ini masuk pada era 2.0, dimana ciri pada era ini, ialah terjadinya konvergensi, sebagaimana digambarkan di atas. Permasalahannya bagaimana teori agenda setting masih bertahan pada era dunia 2.0. Weaver (2015), dalam pengantar buku *Agenda Setting in 2.0 World*, menjelaskan bahwa adanya

¹ Alamat: IISIP Jakarta, Jl. Raya Lenteng Agung No. 32, Jakarta Selatan, Telepon 0251-9671330, E-mail: renjana@iisip.ac.id

kritik yang berlebihan tentang peranan internet dalam mempengaruhi agenda publik. Dalam prosesnya sampai saat ini *media on line* masih menggunakan sumber yang sama dengan media tradisional, sehingga agenda *media on line* dengan media tradisional memiliki kesamaan. Selain itu, adanya kesalahan pemahaman dari para penulis bahwa penelitian agenda setting tidak saja pada fokus isu nasional sebagaimana Mc Comb melakukan penelitian pada tahap awal. Dalam perkembangan penelitian agenda setting mencakup juga isu-isu lokal. Dalam konteks ini, studi studi agenda setting bisa memfokuskan pada isu-isu yang dikembangkan oleh media online yang prosesnya lebih desentralisasi, dengan mengangkat isu-isu lokal dalam konteks para uses penggunaannya.

Trans (2015) melakukan *review* terhadap 26 hasil penelitian yang mengeksplorasi agenda setting online. Ia menemukan hampir 70 % penelitian yang dilakukan berkaitan dengan hubungan antar agenda setting media, yaitu menguji hubungan antar agenda media tradisional dengan media online. Studi lain memfokuskan pada konsekuensi agenda setting terhadap sikap masyarakat, yaitu menguji efek agenda setting isu tsunami di Asia terhadap peningkatan dukungan untuk mengurangi *global warming*. Beberapa studi lain, ialah mengeksplorasi pengaruh rentang waktu berita yang berlansung selama 24 jam terhadap rentang efek (*effect span*) yang terjadi pada khalayak.

Dari tinjauan tersebut menunjukkan masih jarang penelitian yang dilakukam langsung bagaimana pengaruh media online terhadap agenda publik. Bebarapa permasalahan yang bisa memberikan persoalan dalam konteks efek tadi ialah, karakteristik stimulan media *online* dan juga karakteristik khalayak dalam mengakses dan mempersepsi isinya.

Dari karakteristik stimulan, konten media *online* merupakan konten yang bertumbuh tidak sebagaimana media tradisional yang memberikan gambaran informasi yang tuntas dalam satu hari. Sedangkan media *online*, informasi yang dimuat tidak lengkap dan satu

tulisan, tapi bertumbuh dalam satu hari atau lebih. Sebagaimana pernyataan Weaver di atas bahwa antar media tradisional dengan media online terjadi proses *sharing* yang bisa mempengaruhi agenda khalayak yang berbeda. Dari sisi khalayak, membanjirnya informasi melalui media internet memberikan banyak pilihan dalam proses seleksinya, yang kemungkinan memberikan efek yang berbeda. Permasalahannya ialah bagaimana pengaruh agenda media terhadap agenda publik tentang isu nasional.

Pada penelitian ini akan dilakukan pengujian efek *agenda setting* media *online* terhadap agenda publik yang terkait isu nasional. Apakah prioritas isu yang ditonjolkan di media online menjadi prioritas isu oleh publik. Penelitian dilakukan terhadap salah satu media online, yaitu Detik.com dan publiknya ialah mahasiswa. Secara teoritis, penelitian ini akan memberikan gambaran bagaimana sebenarnya efek agenda setting media online dalam konteks isu nasional, apakah memperkuat hipotesis agenda setting pada media tradisional.

2. Kerangka Teoritis.

Tentang perkembangan teori agenda setting, McComb (1993) sebagai penemunya, dalam tulisannya yang melaporkan syposium 25 tahun penelitian agenda setting yang menyebutnya sebagai proses evolusi. Fase pertama merupakan studi awal agenda setting yang hanya menguji keterkaitan antara agenda media dengan agenda masyarakat berdasarkan pengukuran isu yang ditonjolkan media media dengan isu yang dinilai penting oleh masyarakat. Fase kedua perkembangan studi-studi agenda setting merupakan replikasi teori agenda setting aslinya dan mempelajari faktor-faktor kontigensi atau factor menentukan efek agenda setting tersebut menguat. Faktor yang berpengaruh berasal dari isu itu sendiri sebagai stimulan dan faktor khalayak yang mengakses media. Fase ketiga ialah studi-studi yang mengarah pada dua domen. Pertama mempejari karakteristik kandidat yang dilaporkan media dan pilihan pemilihnya dan kedua fokus pada agenda yang

lebih luas meliputi agenda perhatian personal terhadap semua aspek politik seperti isu-isu politik, dan kandidat. Pada perkembangan keempat penelitian memfokuskan pada pada sumber agenda media, yaitu mempelajari berbagai hal yang mempengaruhi terbentuknya agenda media.

Perkembangan penelitian tersebut menunjukkan adanya integrasi dengan area penelitian lainnya, misalnya ketika penelitian agenda setting berada fase yang meneliti faktor-faktor yang menentukan efek agenda setting, pertanyaan penelitian ialah “Siapa yang menentukan agenda media dan dalam kondisi bagaimana”. Untuk menjawabnya memerlukan ilmu pengetahuan lainnya, seperti jurnalisme, organisasi media dan khalayak media. Dalam konteks ini, untuk menjawab siapa yang menentukan isi media akan memerlukan penjelasan dari sumber-sumber teori-teori dari berbagai perspektif. Teori sosiologi dari perspektif Marxis dan teori teori ekonomi politik media diperlukan untuk menjelaskan faktor struktur media dan faktor-faktor agency yang mempengaruhi keputusan isi media. Shoemaker dan Reese (1996) mengemukakan lingkaran hirarki yang yang mempengaruhi berita dari yang paling dalam ialah individu jurnalis, kemudian organisasi media, rutinitas kerja, faktor eksternal dan yang paling luar adalah ideologi.

Jika dihubungkan dengan level agenda setting, hirarki efek maka agenda setting pada level pertama hanya ternasuk pada tahapan kognitif. Dari sisi media para jurnaslis dalam proses produksi media tahap pertama melakukan pilihan pada objek apa atau siapa yang akan dimuat dalam media, kemudian jurnalis menempatkan posisi objek tersebut dalam media sehingga memiliki kejelasan posisinya. Setelah itu kemudian media memuat hal hal yang berkaitan dengan objek tersebut berupa deskripsi yang menunjukkan sikap jurnalis atau media.

Agenda setting dimensi atau level kedua memfokuskan pada pertanyaan *How to thing about* yang berbeda dengan *agenda setting*

level pertama yang fokusnya membahas *What to thing about*. Pilihan pada objek bagi media dengan pertimbangan agar berita tersebut diperhatikan sedangkan pilihan terhadap karakter yang diangkat merupakan upaya agar berita tersebut dipikirkan oleh khalayak dan membetuk pemikiran khalayak terhadap kandidatnya. Fase teori agenda setting yang ketiga memfokuskan pada efek jaringan agenda isu di media yang mempengaruhi jaringan agenda isu dalam fikiran khalayak.

Sebuah bahan berita untuk mencapai titik akhir menjadi sebuah laporan di media melalui sebuah proses. Artinya bahan berita tersebut mengalami proses difusi melalui tahapan managerial sebuah berita, yang masing-masing memiliki peranan yang menentukan bagaimana bentuk dan isi akhir sebuah bahan berita. Dengan demikian agenda setting media sebenarnya melalui proses *gatekeeping* sejak bahan berita diliput sampai dilaporkan melalui proses newsroom. Variasi proses ini dan factor siapa yang mementingkan berita akan mengarahkan agenda media. Dalam konteks ini maka setiap media bisa memuat isinya yang berbeda, yang mendorong berkembangnya penelitian agenda antar media.

Dilihat dari genre isi media juga bervariasi yang kemungkinan karakteristiknya berbeda, bahasan ini merupakan area jurnalisme. Setiap bentuk isi media, misalnya *hard news* atau *soft news*, tajuk rencana atau feature berita memiliki karakteristik dalam mengartikulasikan peristiwa dan pendapat dan bagi khalayak akan memberikan nilai penonjolan atau penekanan tertentu sebagai nilai yang dianggap penting. Dalam konteks ini khalayak tertentu bisa dipengaruhi oleh bentuk konten tertentu yang berbeda dengan khalayak lainnya.

Penelitian ini berkaitan dengan efek agenda setting level pertama melalui media *online*, artinya efek agenda *setting* yang memasuki era digital, yang tentunya memiliki karakteristik atau mempunyai implikasi dalam proses penyusunan agenda media maupun penyusunan agenda publik.

Efek agenda setting (McComb: 1981),

media merupakan salah satu teori dari teori efek media massa yang menjelaskan bahwa media memiliki kekuatan dalam mempengaruhi khalayaknya dalam menempatkan posisi isu yang disampaikan media dalam “kepala” khalayaknya. Penekanan isu dalam struktur isi media akan mempengaruhi penilaian khalayaknya terhadap kadar kepentingan sebuah isu.

Oleh karena itu ada dua lokus utama tempat penelitian efek agenda setting yaitu media dan khalayak dan ada tiga elemen penelitian agenda setting. Dengan demikian ada tiga konsep utama dalam penelitian agenda setting yaitu isu atau isi media, agenda media dan agenda khalayak.

Konsep mengenai isu dalam penelitian-penelitian agenda *setting* sering menggunakan kata kata case, isu, topik dan digunakan secara bergantian dengan diberikan pengertian yang sama. Kuncinya isu merujuk pada informasi yang banyak diberikan perhatian baik oleh media maupun oleh publik. Kemungkinan merupakan suatu yang dipertentangkan atau kontroversial atau mungkin tidak, dan hanya merupakan suatu yang dianggap perlu diketahui oleh publik luas, walau pun tidak kontroversial.

Konsep agenda isu media merupakan isu yang mendapat perhatian media sehingga merupakan sebuah agenda. Bentuk perhatian media terhadap sebuah isu bervariasi tergantung pada jenis media dalam mengartikulasikannya. Posisi isu dalam media telah terstruktur dalam susunan agenda, mana yang penting dan kurang penting dan urutan prioritas. Untuk media surat kabar, sebuah berita bisa diletakkan di halaman pertama, kedua, ketiga dan seterusnya. Suatu berita bisa ditempatkan di posisi atas di sebuah halaman atau ditengah atau di bawah.

Konsep agenda publik yaitu penilaian yang penting bagi publik tentang suatu isu. Dalam penelitian terdahulu kepada responden ditanyakan, isu apa yang dihadapi negara saat ini. Ada tiga konsep penelitian agenda publik, yaitu agenda intrapersonal, interpersonal, agenda berdasarkan pembicaraan

dalam komunitas (*perceived community salience*). Untuk yang pertama agenda masing masing pribadi responden (*personal agenda*), yaitu apa yang pandangan responden sebagai pribadi terhadap suatu isu. Pada penelitian yang lalu, untuk mengujinya pertama Responden diminta mengidentifikasi isu apa yang dihadapi diawasa ini oleh negara saat ini ? Kemudian mereka ditanyakan isu yang manakah yang dinilai penting secara personal. Sedangkan untuk mengetahui fase interpersonal dengan menyatakan isu manakah yang paling sering sering dibicarakan dengan pihak lain. Sedangkan untuk konsep yang ketiga, biasanya kepada mereka ditanyakan, apa saja yang mereka bicarakan dengan orang lain, dan apa saja yang biasanya orang lain bicarakan dengan mereka.

Dengan munculnya media baru dalam realitasnya sekarang tidak serta merta menghilangkan media dengan *platform* konvensional. Tanpanya perkembangan mengalami proses integrasi dengan memunculkan model bisnis baru seperti *e-paper*, *portal berita* dan media digital. Demikian juga di bidang media radio berkembang apa yang disebut *podcasting* dan *radio streaming*. Di bidang media televisi berkembang *tv streaming*, siaran televisi berbasis internet protokol (*IPTV*).

Dari sisi khalayak, perkembangan teknologi ini memungkinkan masyarakat menyesuaikan waktunya dalam usaha mengakses informasi. Masyarakat bisa menyesuaikan sendiri waktunya untuk mengikuti media, apakah pada *reel time* atau ditunda pada waktu tertentu sesuai waktu yang tersedia. Media yang berbasis internet dewasa ini ikut memproduksi berita baik secara lembaga maupun perorangan, yaitu media sosial baik dalam kategori *microblog* maupun *macroblog*.

Dalam prosesnya berita yang merupakan sebuah genre konten komunikasi yaitu teks yang menyampaikan fakta dan peristiwa yang memiliki nilai penting bagi pembaca. Berita diproduksi media berdasarkan proses pencarian, editing dan publikasi baik melalui media cetak maupun media

lainnya termasuk media sosial. Dalam era media konvensional media berita memiliki nilai aktual dengan jarak waktu atau waktu tunda (*delay*) antara saat pendapat diungkapkan dan terjadinya peristiwa dengan saat khalayak menerima informasi yang cukup panjang. Hal ini berbeda dengan media baru, jarak antar peristiwa dan pendapat dengan khalayaknya sangat singkat, bahkan nyaris tanpa beda atau *real time*. Kedua karakteristik tersebut akan membedakan pola akses masyarakat kedua kategori media tersebut yaitu media konvensional dan media baru berbasis internet.

Menurut Bruner (1998) dalam He and Zu (2009), ada tiga model praktis media online : (1) *the brochureware* model dimana komunikasi online hanyalah sebuah transpalansi dari bahan tercetak *of line*. (2) model *show-biz* dimana komunikator menggunakan teknik yang mewah (*fancy*) untuk melibatkan pembaca yang mungkin tidak ada hubungannya dengan pesan utama (3). Model penggunaan *utility* dimana interaktivitas berjalan nyata dan pelayanan yang cepat dan berguna disediakan.

Fenomena jurnalisme dalam era konvergensi memiliki beberapa konsekuensi. Karam (2009: 112-113), mengkaji jurnalisme di era masyarakat informasi. Ada tiga skenario baru yang berhubungan yaitu a). Dengan terbangunnya masyarakat informasi maka tercipta peluang setiap orang dapat menyampaikan dan menerima informasi. b). Teknologi konvergensi dalam jurnalisme menjadikan sirkulasi informasi jurnalistik di internet terjadi memiliki kecepatan yang sama dan segera dengan fenomena sosial terjadi; c). Kekurangan informasi yang spesifik menciptakan kebutuhan informasi yang berkaitan dengan kebutuhan akan data, interpretasi yang beranekaragam dan mendunia dalam area yang tidak dipertimbangkan oleh setiap media pada umumnya. Secara khusus hal ini mendorong perlunya segmentasi editorial, keanekaragaman tema, sumber, kepemilikan dan narasi.

Dalam kondisi tersebut, proses terjadi peningkatan dalam systems komunikasi global dan regional yang semakin kompleks dalam menetapkan arah membuat tema, spesialisasi

linguistik, segmentasi alat komunikasi, publik, budaya dan variasi geografis. Dalam waktu yang sama hambatan teknologi semakin mudah dialihkan oleh beragam segmen sosial atau bahkan oleh individu yang mengirim dan menerima informasi apapun baik menggunakan kata-kata atau gambar (Karam, 2009: 113).

Berangkat dari fenomena media online dewasa ini yang memiliki keterkaitan dengan media tradisional dan juga isi media online dianggap sebagai stimulus maka hipotesis teoritis yang diganggu dalam penelitian ini ialah, ada korelasi positif antara prioritas isu nasional di media online dengan prioritas isu menurut publik.

Metode Penelitian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini masih menggunakan metode penelitian sebagaimana digunakan pada penelitian agenda setting media tradisional. Diawali oleh penelitian analisis isi, untuk menemukan prioritas isu nasional, setelah itu hasilnya digunakan untuk meneliti agenda publik, apakah isu yang ditonjolkan media merupakan isu yang dinilai penting oleh publik dan apakah prioritasnya sama atau tidak. Secara bertahap penelitian dilakukan sebagai berikut:

- a. **Penelitian agenda media.** Kategori isu yang diteliti ialah kategori tunggal yaitu isu nasional, yang definisikan isu yang memiliki implikasi kepada kepentingan publik nasional, walaupun isu tersebut secara geografis terkadi pada konteks lokal. Jenis isu yang dikoding ialah semua isu yang muncul dalam media selama satu minggu yaitu dari tanggal 20 sampai dengan 26 Juni 2016. Dari sejumlah isu yang terpilih hanya lima yang akan dijadikan pengukuran efek agenda setting. Unit analisis yang digunakan ialah tema berita, artinya hanya akan dilihat berdasarkan judul beritanya, dengan asumsi bahwa judul berita mencerminkan isi beritanya. Unit pengukuran ialah frekuensi kemunculan berita tersebut.
- b. **Penelitian agenda publik.** Kepada publik, diberikan kuisioner yang memuat isu-isu hasil analisis isi dan diminta untuk memberikan urutan prioritas isu yang dinilai penting,

yang pengukurannya pada tingkat agregat, artinya prioritas diukur berdasarkan prioritas keseluruhan responden.

c. Time frame, dilakukan untuk mengurangi efek rentangan penelitian agenda media maka time lag direduksi dengan cara waktu pengukuran agenda publik dilakukan pada hari terakhir penelitian agenda media.

Responden dipilih secara acidental sampling dari masing-masing jurusan mahasiswa IISIP Jakarta, jurusan Humas, Jurnalistik, sebanyak 50 mahasiswa. Analisis pengujian efek agenda setting dilakukan dengan menggunakan Spearman's rho, pada signifikansi 0,05.

4. Hasil penelitian dan Pembahasan

1. Identitas Responden

Responden yang terilih dalam penelitian ini terdiri dari 63, 6 % laki-laki dan 36, 4 % perempuan, tersebar dalam empat jurusan yaitu jurusan Humas, Periklanan, Jurnalistik dan Manajemen Media, dengan jumlah yang hampir sama 20 persen lebih.

2. Penggunaan media online dan media sosial

Konsep media online dalam penelitian ini ialah termasuk dalam kategori media berita yang

didistribusikan melalui platform jaringan internet. Dalam penelitian ini yang dimaksud ialah detik.com. Para mahasiswa yang menjadi responden ini, seluruhnya sudah biasa menggunakan media online termasuk detik.com.

Frekuensi penggunaannya, secara keseluruhan yang paling banyak dalam satu hari antara 7 sampai 12 kali, dalam sekali menggunakan dalam kesempatan wawancara dengan mereka bisa menghabiskan waktu 10 sampai 15 menit. Polanya ialah dengan melihat topik-topiknya terlebih dahulu, setelah ada yang menarik kemudian membaca isinya.

Selain media online, responden juga biasa menggunakan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Whatsup, lime dan sejenisnya, Dilihat dari frekuensinya tampak para responden cukup tinggi menggunakan media sosial. Dari data tabel 5, terlihat ada yang menggunakan media sosial sebanyak 30 kali, artinya jika dalam sekali penggunaan menggunakan waktu

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden
n : 55

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
laki-laki	35	63.6
perempuan	20	36.4
Total	55	100.0

Tabel 2. Jurusan Perkuliahan Mahasiswa
n : 55

Jurusan	Frekuensi	%
Humas	11	20.0
Iklan	20	36.4
Jurnalistik	13	23.6
Med kom	11	20.0
Total	55	100.0

Tabel 3. Penggunaan Media Online
n : 55

	Frekuensi	Persen
Menggunakan	55	100.0
Tidak menggunakan	0	0
Total	55	100.0

Tabel 4. Frekuensi Penggunaan Media Sosial
N: 55

Penggunaan dalam satu hari	Frekuensi	%
1	7	12.7
2	14	25.5
3	12	21.8
4	5	9.1
5	6	10.9
6	1	1.8
10	7	12.7
12	1	1.8
20	2	3.6
Total	55	100.0

Tabel 5. Frekuensi Penggunaan Media Sosial
N: 55

	Frequency	Percent
1	1	1.8
2	10	18.2
3	2	3.6
4	3	5.5
5	10	18.2
6	3	5.5
7	1	1.8
8	3	5.5
9	1	1.8
10	12	21.8
15	1	1.8
20	4	7.3
30	4	7.3
Total	55	100.0

Tabel 6. Rangking Isu Menurut Media Online Publik
N: 55

Isu Nasional	Rangking Media	Skore
Reskab	15	3
Angeline	21	1
UKPK	20	2
Dana Aspirasi	5	4
Dahlan Iskan	4	5

30 menit, maka lebih separuh hari digunakan untuk menggunakan media sosial.

3. Efek agenda setting.

Agenda setting level 1, memberikan penjelasan bahwa agenda yang diproduksi oleh media akan mempengaruhi agenda publik. Oleh karena itu, untuk mengetahui apakah media telah mempengaruhi agenda publik, tahap pertama dilakukan penelitian terhadap agenda media, dalam hal ini media *on line*. Dengan mengikuti prosedur penelitian analisis isi, dilakukan penelitian terhadap isi media online. Penelitian ditujukan untuk mengetahui ranking isu nasional.

Dengan meneliti topik topik berita dan menghitunnya ditemukan lima isu yang menonjol, yaitu Isu Resfufel Kabinet, Pembunuhan terhadap

Tabel 7 . Ranking Isu Nasional Menurut Responden
N : 55

	Reskab	Angline	UUKPK	Dana aspirasi	Dashlan Iskan
Responden	55	55	55	55	55
Rata-rata	3.05	2.35	2.80	2.95	3.84
Jumlah	168	129	154	162	211
Skore rangking*	4	1	2	3	5

*Penilaian atas sangat penting mulai dari skore terkecil

Tabel 8 : Korelasi antar agenda Media dengan Agenda Publik
N : 55

Isu Nasional	Rangking Publik	Skor	Rangking Media	Skor	Spearman Rank Corelation
Resufel kabinet	168	4	15	3	R: 0,9
Pembunuhan Angeline	129	1	21	1	SignificantLevel
Revisi UU KPK	154	2	20	2	0, 037
Dana Aspirasi	162	3	5	4	
Dahlan Iskan	211	5	4	5	

Anggelin, Revisi UU KPK, dana aspirasi, dan kasus Dahlan Ikssan. Hasilnya dapat dilihat pada tabel 6.

Korelasi antara rangking isu menurut media dan responden menunjukkan korelasi positif yang kuat 0,9 dan signifikan pada level 0, 037.

Data Tabel 8 menunjukkan media online telah mempengaruhi publiknya secara *significant* tentang isu nasional yang ditonjolkannya terhadap persepsi pembacanya. Apa yang dinilai penting oleh media online ternyata dinilai penting juga oleh pembacanya.

Temuan penelitian ini mengukuhkan teori agenda setting level pertama yang penelitiannya berbasis media tradisional yaitu media cetak dan penyiaran. Media on line atau blog media berita juga ternyata memberikan efek yang sama sebagai mana efek media tradisional. Kaitan antara kekuatan media tradisional dan media online, diteliti oleh Marcus Messner & Marcia Watson Distaso(2008), bahwa ada proses yang cycle, berita-berita media tradisional dijadikan sumber oleh blogs berita yang kemudian diperluas oleh buzzer. Sehingga agenda setting media tradisional diperkuat oleh media online. Sebaiknya, berita media blogs dijadikan sumber media tradisional, terutama yang dipandang

memiliki kredibilitas yang tinggi. Untuk masa depan media online atau blog berita akan yang berkualitas akan menjadi bagian dari kekuatan media tradisional. Temuan ini, antinya memberikan informasi bahwa kekuatan media online sama dengan kekuatan media tradisional dalam mempengaruhi agenda publik, Artinya tidak saja memberikan dukungungan terhadap media tradisional tetapi bisa berpengaruh secara mandiri, Kemungkinan ada keterkaitan antara media tradisional dan bagaimana kontribusi terhadap media tradisional atau sebaliknya, akan menjadi isu yang menarik untuk diteliti.

Pada fenomena di Indonesia dewasa ini tumbuh blog-blog berita yang memanfaatkan isi media meantream, diolah dengan pertimbangan agar menarik dan diakses dengan motivasi komersial atau motivasi politis idelogis, sehingga muncul berita provokatif dan hoax, maka penguatan efek agenda setting bisa menimbulkan efek yang negatif yang menjauhkan dari relitas.

Sebagaimana perkembangan teori agenda setting yang dikaitkan dengan teori-teori efek media yang lain, seperti *cultivion theory, uses and gratifaication* dan *spiral salince*, studi *setting* media online, dengan menintegrasikan dengan teori tadi akan memberikan kejelasan, apakah realitas yang digambarkan media online akan mendorong gambaran realitas pada persepsi khakayaknya, akan bisa memenuhi kebutuhan khalayak serta bisa mengubah opini mereka.

Penutup

Penelitian agenda setting yang ditemukan tahun 1970-an mengalami perkembangan baik dari aspek lingkup atau level mapun aspek lingkungannya. Dari levelnya berkembang mulai dari level pertama yang fokusnya pada efek tentang isu yang dinilai penting atau *what to think about*, berlanjut ke level ke dua mempertanyakan atribut agenda setting atau yang memepertanyakan *how to thing about* kemudian yang ketiga tentang jaringan isu. Studi ini berkaitan dengan level pertama dengan fokus pada media *online*.

Studi efek agenda setting media *online* masih dianggap baru sejalan dengan mulainya

pengunaan jaringan internet sebagai flatform media komunikasi. Kajian litelatur bahwa studi-studi agenda setting media online dewasa ini sama saja dengan studi media tradisional, karena perkembangan media berita online masih berelasi dengan media trasidisional. Hasil penelitian yang menyimpulkan bahwa agenda isu nasional media online mempengaruhi media publik, mengukuhkan hasil tinjauan rerhadap studi agenda setting di era digital.

Mengacu pada perkembangan level teori agenda setting, masih banyak kekosongan penelitian efek agenda setting media online, yang perlu diteliti yaitu studi pada level ke dua dan ketiga. Kiranya perlu ada penelitian lain yang memfokuskan ke arah isu. Selain itu perlu juga dikembangkan dengan menambah variabel lainnya yang berkitan dengan karakteristik stimulus media online atau media sosial serta karakteristik khalayak media baru yang memiliki independency, kedaulatan dalam mengakses dan memaknai serta sebagai komunitas berjejaring.

Daftar Pustaka

- E. McCombs, Maxwell. 1993. *The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas*, Journal of Communication 43(2), Spring. 0021-9916/93
- Karam, J.Castilhos.2009.. Journalism in the age of the informations cociety, Journalism 10:109
- Mc Combs, Maxwel E.1981.The Agenda Setting Approach, dalam Nimno dkk (ed). Handbook of Political Communication, Beverly Hill: Sage Publication
- Messner, Marcus & Distaso, Marcia W. 2008. The Souirse Cyle. Juornalism Study. Publish On line, 24 April 2008
- Tran, Hai. 2015. Online Agenda Setting: A New Frontier for Theory, in Agenda Setting in a 2.0 World, Johnson, Thomas J. New York : Routledge
- Weaver, David.H.2015. Itroudction buku Agenda Setting in a 2.0 World, Johnson, Thomas J. New York : Routledge