

AGENDA MEDIA DAN AGENDA PUBLIK MENGENAI PEMILU 2024
(Agenda Media dan Agenda Publik Mengenai Pemilu 2024 Pada Masyarakat
Pulau Jawa di Lima Media *Online* Indonesia)

Skripsi



Disusun Oleh:
Shannon Ad Dawya
NRP. 1423019086

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA

2023

SKRIPSI

AGENDA MEDIA DAN AGENDA PUBLIK MENGENAI PEMILU 2024
(Agenda Media dan Agenda Publik Mengenai Pemilu 2024 Pada Masyarakat
Pulau Jawa di Lima Media *Online* Indonesia)

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



Disusun Oleh:
Shannon Ad Dawya
NRP. 1423019086

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA

2023

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Shannon Ad Dawya

NRP : 1423019086

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

**AGENDA MEDIA DAN AGENDA PUBLIK MENGENAI PEMILU 2024
(Agenda Media dan Agenda Publik Mengenai Pemilu 2024 Pada Masyarakat
Pulau Jawa di Lima Media *Online* Indonesia)**

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 12 Juni 2023

Penulis



Shannon Ad Dawya

NRP. 1423019086

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI


**AGENDA MEDIA DAN AGENDA PUBLIK MENGENAI PEMILU 2024
(Agenda Media dan Agenda Publik Mengenai Pemilu 2024 Pada Masyarakat
Pulau Jawa di Lima Media *Online* Indonesia)**


Oleh:

Shannon Ad Dawya

NRP.1423019086

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom. ()
NIDN. 0725058704

Pembimbing II : Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si. ()
NIDN. 0726126602

Surabaya, 12 Juni 2023



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada: Senin, 12 Juni 2023

Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Komunikasi,



Dewan Penguji:

1. Ketua : Brigitta Revia, S.I.Kom., M. Med.Kom. ()
NIDN. 0715108953
2. Sekretaris : Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom. ()
NIDN. 0725058704
3. Anggota : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom. ()
NIDN. 0713099401
4. Anggota : Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si. ()
NIDN. 0726126602

SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Shannon Ad Dawya
NRP : 1423019086
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Tahun Lulus : 2023

Dengan ini SETUJU skripsi saya, dengan judul:

AGENDA MEDIA DAN AGENDA PUBLIK MENGENAI PEMILU 2024
(Agenda Media dan Agenda Publik Mengenai Pemilu 2024 Pada Masyarakat
Pulau Jawa di Lima Media Online Indonesia)

Untuk dipublikasikan / ditampilkan di Internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta yang berlaku.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi skripsi saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 12 Juni 2023

Penulis



Shannon Ad Dawya

NRP. 1423019086

HALAMAN PERSEMBAHAN

Teruntuk orang-orang yang senantiasa memberikan semangat, dan menjadi rumah
untukku pulang:

Mommie, Poppie, dan adik-adik Sofhie, Sulthan, Shalwa

Terima kasih.

Surabaya, 12 Juni 2023

Shannon Ad Dawya

KATA PENGANTAR

Terima kasih kepada Tuhan Yesus atas segala kasih, karunia dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Selesainya penulisan skripsi ini berkat bantuan, dukungan, dan doa dari banyak pihak. Maka penulis tidak lupa untuk berterima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam pembuatan skripsi penulis.

Terima kasih kepada:

1. Kepada Mommie, Poppie, dan ketiga adik penulis, Sofhie, Sulthan, dan Shalwa. Terima kasih atas dukungan dan doa yang tiada henti.
2. Kepada Dosen Pembimbing Skripsi Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom. dan Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si.. yang telah mendampingi penulis dari awal hingga akhir. Terima kasih, Bu Intan dan Pak Nanang, atas masukan dan semangatnya.
3. Terima kasih kepada *Roommates in Rome*, Gaby dan Sandra, atas semangat dan dukungannya selama pengerjaan skripsi ini.
4. Terima kasih kepada teman-teman pejuang 4 tahun: Janice Clarissa, Karel Sebastian, Fani Wongkar, Priske Noto Siswo, Bryan Panji, dan Heni Cahyani, atas suka duka yang dilalui dan kenangan yang dibagi bersama.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Dalam	i
Surat Pernyataan Originalitas	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Surat Pernyataan Persetujuan Publikasi	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	viii
BAB I Pendahuluan	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	10
I.3 Tujuan Penelitian	11
I.4 Batasan Masalah	11
I.5 Manfaat Penelitian	11
I.5.1 Manfaat Akademis	11
I.5.2 Manfaat Praktis	11
I.5.3 Manfaat Sosial	12
BAB II Tinjauan Pustaka	13
II.1 Penelitian Terdahulu	13
II.2 Kerangka Teori	18
II.2.1 Teori <i>Agenda Setting</i>	18
II.2.2 Agenda Media	23
II.2.3 Agenda Publik	25
II.2.4 Opini Publik	26
II.2.5 Pemberitaan Media <i>Online</i>	27
II.2.6 Analisis Isi	30
II.2.7 Berita Politik	33
II.3 Nisbah Antar Konsep	35
II.4 Bagan Kerangka Konseptual	36
BAB III Metode Penelitian	37

III.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
III.2	Metode Penelitian	38
III.2.1	Metode Analisis Isi	38
III.2.2	Metode Survei	38
III.3	Identifikasi Variabel Penelitian.....	39
III.4	Definisi Konseptual.....	40
III.4.1	Agenda Media	40
III.4.2	Agenda Publik.....	40
III.5	Definisi Operasional	41
III.5.1	Definisi Operasional Analisis Isi	41
III.5.2	Definisi Operasional Survei	42
III.6	Populasi dan Sampel	46
III.7	Teknik Penarikan Sampel	47
III.8	Teknik Pengumpulan Data.....	50
III.9	Data Nominal	52
III.10	Teknik Validitas dan Reliabilitas	52
III.10.1	Validitas Metode Analisis Isi.....	52
III.10.2	Reliabilitas Metode Analisis Isi	53
III.11	Teknik Analisis Data.....	54
III.11.1	Teknik Analisis Data Metode Analisis Isi	54
III.11.2	Teknik Analisis Data Metode Survei	55
BAB IV	Hasil Penelitian dan Pembahasan	56
IV.1	Gambaran Subjek Penelitian	56
IV.1.1	Masyarakat Pulau Jawa	56
IV.1.2	Detik.com	58
IV.1.3	Kompas.com	59
IV.1.4	Pikiran-rakyat.com.....	59
IV.1.5	Tribunnews.com.....	60
IV.1.6	Suara.com.....	61
IV.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	62
IV.2.1	Uji Validitas Metode Analisis Isi.....	62
IV.2.2	Uji Reliabilitas Metode Analisis Isi	62

IV.2.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Metode Survei	67
IV.3	Hasil Penelitian dan Pembahasan	68
IV.3.1	Hasil Penelitian dan Pembahasan Agenda Media	74
IV.3.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan Agenda Publik.....	84
IV.4	Kesesuaian Agenda Media dan Agenda Publik	108
BAB V	Kesimpulan dan Saran	115
V.1	Kesimpulan	115
V.2	Saran.....	116
V.2.1	Saran Akademis	116
V.2.2	Saran Praktis	117
Lampiran	121

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Media <i>Online</i> Terpopuler Juni-Agustus 2022	6
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel III.1 Definisi Operasional Analisis Isi	41
Tabel III.2 Definisi Operasional Survei	42
Tabel IV.1 Validitas Konstruk	59
Tabel IV.2 Reliabilitas antara peneliti dengan intercoder A.....	63
Tabel IV.3 Reliabilitas antara peneliti dengan intercoder B	65
Tabel IV.4 Pemberitaan Pemilu 2024 di Lima Media Online Indonesia.....	69
Tabel IV.5 Dimensi <i>Visibility</i> Pada Tahapan Agenda Media	71
Tabel IV.6 Dimensi <i>Audience Salience</i> Pada Tahapan Agenda Media	72
Tabel IV.7 Dimensi <i>Valence</i> Pada Tahapan Agenda Media.....	76
Tabel IV.8 Tabel Kategori Topik Pemberitaan Pada Tahapan Agenda Media...	102
Tabel IV.9 Tabel Kategori Topik Pemberitaan Pada Tahapan Agenda Publik ..	103

DAFTAR DIAGRAM

Diagram IV.1 Pertanyaan Saringan.....	79
Diagram IV.2 Pertanyaan Pendukung 1.....	80
Diagram IV.3 Pertanyaan Pendukung 2.....	81
Diagram IV.4 Usia Responden	82
Diagram IV.5 Provinsi Tempat Tinggal	84
Diagram IV.6 Jenis Kelamin.....	85
Diagram IV.7 Pendidikan Terakhir.....	86
Diagram IV.8 Profesi Saat Ini.....	87
Diagram IV.9 Frekuensi Membaca Pemberitaan	89
Diagram IV.10 Membaca Pemberitaan Kanal/Kata Kunci Sebagai Prioritas.....	90
Diagram IV.11 Rata-rata Jumlah Jam Membaca Pemberitaan Dalam 1 Hari	91
Diagram IV.12 Pemberitaan Pada Kanal Khusus/Kata Kunci Sebagai Pemberitaan Penting	94
Diagram IV.13 Topik Pemberitaan Pemilu 2024 Penting (primer)	95
Diagram IV.14 Topik Pemberitaan Pemilu 2024 Penting (sekunder)	97
Diagram IV.15 Perasaan Senang Setelah Mendapat Informasi	99
Diagram IV.16 Topik Pemberitaan Pemilu 2024 Sesuai yang Dibutuhkan	100
Diagram IV.17 Topik Pemberitaan Pemilu 2024 Mempengaruhi Pola Pikir	107
Diagram IV.18 Topik Pemberitaan Pemilu 2024 Mempengaruhi Keputusan Ikut Memilih dalam Pemilu 2024.....	108
Diagram IV.19 Topik Pemberitaan Pemilu 2024 Mempengaruhi Keputusan Memilih Capres dan Cawapres dalam Pemilu 2024	109
Diagram IV.20 Topik Pemberitaan Pemilu 2024 Mempengaruhi Keputusan Memilih Partai Politik dalam Pemilu 2024.....	110
Diagram IV.21 Topik Pemberitaan Pemilu 2024 Mempengaruhi Keputusan Memilih Anggota Legislatif Politik dalam Pemilu 2024.....	111

DAFTAR BAGAN

Bagan II.1 Bagan Kerangka Konseptual.....	36
-------------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Koding Peneliti.....	117
Lampiran 2 Lembar Koding <i>Coder A</i>	151
Lampiran 3 Lembar Koding <i>Coder B</i>	183
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	215
Lampiran 5 Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner.....	221
Lampiran 6 Pemberitaan Detik.com (23/02/23).....	256
Lampiran 7 Pemberitaan Kompas.com (23/02/23)	266
Lampiran 8 Pemberitaan Pikiran-rakyat.com (23/02/23).....	272
Lampiran 9 Pemberitaan Tribunnews.com (23/02/23)	273
Lampiran 10 Pemberitaan Suara.com (23/02/23)	278

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan teori *agenda setting* yang terdiri dari agenda media, agenda publik, dan agenda kebijakan. Namun penelitian ini hanya menggunakan agenda media dan agenda publik dimana agenda media memengaruhi agenda publik melalui proses yang perlahan namun meningkat secara pasti (Dearing & Rogers, 1996, p. 62). Problematika yang sering terjadi ketika Pemilu apabila dilihat dari isu *agenda setting* adalah adanya perbedaan antara topik yang diusung oleh media dengan topik yang dianggap penting oleh publik. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Terdapat dua metode yang digunakan yaitu metode analisis isi dan metode survei.

Hasil dari penelitian ini yaitu agenda media sesuai dengan agenda publik, dimana lima media *online* di Indonesia dan masyarakat Pulau Jawa menganggap penting topik pemberitaan bakal calon presiden dan wakil presiden Pemilu 2024. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa media dan publik melihat pemberitaan Pemilu 2024 dan Pemilu itu sendiri sebagai sebuah kontestasi politik dan tidak terfokus pada gagasan atau ide yang diusung oleh aktor-aktor politik yang berpartisipasi dalam Pemilu. Dimensi agenda media yaitu dimensi *visibility* dan *valence*, serta dimensi dari agenda publik yaitu dimensi *familiarity* dan *favorability*, menggambarkan dengan baik masing-masing dimensi melalui hasil yang ditunjukkan pada penelitian ini.

Kata kunci: Agenda setting, Pemberitaan, Analisis isi, Survei

ABSTRACT

This study uses agenda setting theory which consists of the media agenda, public agenda, and policy agenda. However, this research only uses the media agenda and the public agenda where the media agenda influences the public agenda through a process that slowly but steadily increases (Dearing & Rogers, 1996, p. 62). The problem that often occurs during elections when viewed from the issue of agenda setting is that there is a difference between the topics conveyed by the media and topics that are considered important by the public. The approach used in this research is a quantitative approach with a descriptive research type. There are two methods used, which are the content analysis method and the survey method.

The result of this study is that the media agenda is in accordance with the public agenda, where five online media in Indonesia and the people of Java Island consider it important to report on the future presidential and vice-presidential candidates for the 2024 election. Thus, these results show that the media and the public see the news about the 2024 election and the election itself as a political contestation and is not focused on plans or ideas that are carried out by political actors participating in elections. Then the dimensions of the media agenda, namely the dimensions of visibility and valence, as well as the dimensions of the public agenda, namely the dimensions of familiarity and favorability, illustrate each dimension well through the results shown in this study.

Keywords: Agenda setting, News, Content analysis, Survey