



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada sub bab ini, peneliti akan merangkum dan membandingkan dua penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, secara sederhana. Hal ini dilakukan karena dalam melakukan penelitian, peneliti tidak hanya mengacu pada teori maupun konsep, tetapi juga pada penelitian sejenis terdahulu.

Penelitian terdahulu pertama yaitu dari jurnal penelitian berjudul “PERAN MEDIA CETAK DALAM MENGAWAL KEBIJAKAN PUBLIK DI KOTA AMBON” oleh Said Lestaluhu. Penelitian terdahulu kedua yaitu jurnal penelitian berjudul “PERAN AGENDA SETTING MEDIA MASSA DALAM KEBIJAKAN PENETAPAN HARGA ECERAN TERTINGGI (HET) BERAS OLEH PEMERINTAH” oleh Tri Agustina dan Irwansyah.

Berikut adalah tabel 2.1 rangkuman sederhana kedua penelitian tersebut:

Peneliti, Asal, Tahun Hal-Hal Yang Direview	Peneliti I Said Lestaluhu Universitas Pattimura 2015	Peneliti II Tri Agustina, Universitas Pelita Harapan dan Irwansyah, Universitas Indonesia 2017
Judul Penelitian	Peran Media Cetak Dalam Mengawal Kebijakan Publik Di Kota Ambon	Peran Agenda Setting Media Massa Dalam Kebijakan Penetapan Harga Eceran Tertinggi

		(HET) Beras Oleh Pemerintah
Rumusan Masalah	Untuk mengetahui sampai sejauh mana peran media cetak dalam mengawal kebijakan publik di kota Ambon	Agenda setting media mempunyai peranan dalam penentuan kebijakan pemerintah dalam menetapkan HET beras. Beras merupakan kebutuhan pokok masyarakat Indonesia, maka isu apapun yang berkaitan dengan beras akan menimbulkan polemik
Teori	Teori Komunikasi Massa (Agenda Setting, Teori <i>Uses and Gratification</i> , Teori Jarum Suntik), Komunikasi Massa Bagi Masyarakat, Efek Komunikasi Massa, Teori Pers	Komunikasi Massa, Agenda Setting, Kebijakan Publik
Pendekatan Penelitian	Kualitatif	Kualitatif
Metodologi Penelitian	Analisa Deskriptif	Deskriptif
Hasil Penelitian	Peran media cetak dalam	Agenda setting media mempunyai peranan

	<p>menyampaikan informasi tentang kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah sudah dilakukan dengan baik, sehingga memberikan dampak terhadap perubahan sosial dalam bidang pendidikan dan lingkungan.</p>	<p>dalam penentuan kebijakan pemerintah dalam menetapkan HET beras. Pemberitaan media dari isu seputar beras plastik sampai terjadinya manipulasi terhadap kandungan beras yang dilakukan PT IBU mengakibatkan perlunya penanganan yang tepat tentang permasalahan beras.</p>
--	--	---

Tabel 2.1 Rangkuman Penelitian Terdahulu

Persamaan dari penelitian di atas adalah mempunyai ruang lingkup yang sama untuk diteliti yaitu peran media cetak dan kebijakan publik. Perbedaan ada pada objek yang diteliti, peneliti mengambil objek kebijakan publik di industri otomotif dan media bersegmentasi khusus. Peneliti akan menggunakan metode penelitian agenda setting dan manajemen media untuk mengetahui kebijakan redaksi tabloid OTOMOTIF dalam melakukan pemberitaan kebijakan insentif PPnBM.

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Agenda Setting

Agenda setting merupakan salah satu teori komunikasi massa. Dalam teori ini media memiliki efek yang kuat dalam mempengaruhi masyarakat akan suatu peristiwa. Sehingga apa yang dianggap penting oleh media maka penting juga bagi masyarakat.

Menurut Maxwell McCombs yang memperkenalkan teori tersebut, melalui pemilihan dan penayangan berita hari demi hari, editor dan direktur berita

memusatkan perhatian kita dan memengaruhi persepsi kita tentang isu-isu terpenting hari itu. Kemampuan untuk mempengaruhi penonjolan topik dalam agenda publik ini disebut sebagai peran *agenda-setting* media berita (2014 p. 10).

Masih menurut McCombs (2014 p. 10), surat kabar mengomunikasikan sejumlah isyarat tentang arti-penting relatif topik dalam agenda harian mereka. Seperti berita utama di halaman 1, halaman depan versus halaman dalam, ukuran judul berita, dan bahkan panjang cerita, semuanya mengomunikasikan pentingnya topik dalam agenda berita.

Namun, media cetak tentu memiliki batasan. Harian seperti koran Kompas dapat *update* berita mereka setiap hari. Sedangkan tabloid semacam tabloid OTOMOTIF yang menjadi subjek penelitian peneliti merupakan mingguan, sehingga beritanya tidak bisa tepat waktu

Seperti disebutkan oleh McCombs & Shaw (1991 p. 24), dua set faktor, setidaknya, mengurangi konsensus di antara media berita. Pertama, karakteristik dasar surat kabar, televisi, dan majalah berita berbeda. Surat kabar muncul setiap hari dan memiliki banyak ruang. Televisi setiap hari tetapi memiliki batasan waktu yang parah. Majalah berita muncul setiap minggu; berita karena itu tidak bisa "tepat waktu".

Oleh karena itu setiap pemberitaannya harus punya nilai lebih. Dalam hal ini tabloid OTOMOTIF mengedepankan *indepth reporting* dalam pembahasannya.

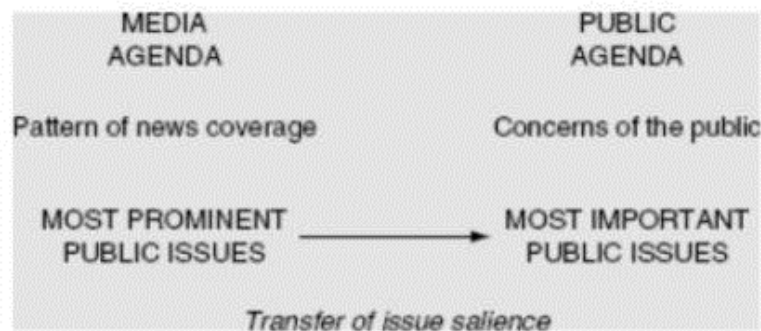
Namun, bagaimanapun yang menjadikan *agenda setting* semakin kuat adalah repetisi pemberitaan. Untuk semua media berita, pengulangan topik hari demi hari adalah pesan yang paling kuat dari semua tentang pentingnya (McCombs, 2014 p. 11).

Agenda setting yang diterapkan oleh media menjadi sukses apabila dapat membentuk opini publik. Menurut McCombs, publik menggunakan isyarat yang menonjol dari media untuk mengatur agenda mereka sendiri dan memutuskan isu mana yang paling penting. Kemudian seiring berjalannya waktu, isu-isu yang ditekankan dalam pemberitaan menjadi isu yang dianggap paling penting di

kalangan masyarakat. Selanjutnya agenda media berita sampai taraf tertentu kemudian menjadi agenda publik. Dengan kata lain, media berita mengatur agenda publik. Membangun isu penting ini di antara publik, menempatkan suatu isu atau topik dalam agenda publik sehingga menjadi fokus perhatian dan pemikiran publik – dan, mungkin, tindakan – merupakan tahap awal pembentukan opini publik (2014 p. 11).

Berkaitan dengan opini publik, isu yang terdapat dalam berita akan dianggap penting oleh publik dari waktu ke waktu. Hal tersebut merupakan penegasan utama teori *agenda-setting*. Dengan kata lain, agenda media menentukan agenda publik. Bertentangan dengan hukum konsekuensi minimal, ini adalah pernyataan tentang efek kausal yang kuat dari komunikasi massa pada publik – pengalihan isu yang diprioritaskan dari agenda media ke agenda publik (McCombs 2014 p. 15).

Seperti digambarkan oleh gambar 2.1, *agenda setting* adalah tentang transfer arti-penting, pergerakan isu dari agenda media ke agenda publik. (Maxwell McCombs, 2014, p. 3).



Gambar 2.1 Pergerakan Isu dari Agenda Media ke Agenda Publik

Sumber: McCombs (2014)

Dalam redaksi, editor atau pemimpin redaksi lah yang memiliki peran dalam menentukan *agenda-setting* media yang dipimpinnya tersebut. Seperti yang diutarakan oleh Robert E. Park (1922 dikutip dalam Dearing dan Rogers, 1996, p. 10). Dari semua peristiwa yang terjadi dan dicatat setiap hari oleh koresponden, reporter dan kantor berita, editor memilih item tertentu untuk publikasi yang dianggapnya lebih penting atau lebih menarik daripada yang lain.

2.3 Alur Penelitian

