

IDENTIFIKASI AGENDA SETTING DALAM PRODUKSI BERITA DETIK.COM “PSSI LURUSKAN TUDINGAN SHIN TAE-YONG SOAL TAK BOOKING LAPANGAN”

Henggriyan Kestiyoyuni

Program Universitas Al-Azhar Indonesia Jl. Ssisingamangaraja No.2, RT.2/RW.1, Kecamatan Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12110

Email: henggriyankesti92@gmail.com

Abstract

The media and agenda setting have a close relationship, where the media highlight news areas that are considered important and then stimulate individuals to focus on that news compared to other news. The purpose of this study is to identify the agenda setting in the news production of detik.com “PSSI Luruskan Tudingan Shin Tae-yong soal Tak Booking Lapangan”. This study uses analytical techniques to see how the media create an agenda where there is news according to the framing, interests and roles of the media. News about PSSI and Shin Tae Yong's news about the field booking problem. This research uses agenda setting theory as the basis. Then this study uses descriptive nature to describe the problem and explanation of the research. and literature study to search the data. The research method used is qualitative with literature as a source of data. The results of the research show that the description in the production of the news includes the most prominent attribute in the public's mind, namely PSSI trying to straighten out the accusations made by Shin Tae-yong. In this case, PSSI chose detik.com which has greater traffic and credibility compared to similar online media. In turn, this second level substantive agenda setting, detik.com tries to attract the public's emotional and affective attitude towards PSSI's image.

Keywords: *Agenda setting, Media online, Jurnalisme olahraga; Production; News*

Abstract

Media dan agenda setting memiliki hubungan erat, dimana media menyoroti area berita yang dianggap penting dan kemudian merangsang individu untuk memfokuskan berita tersebut dibandingkan dengan berita lainnya. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi agenda setting dalam produksi berita detik.com “PSSI Luruskan Tudingan Shin Tae-yong soal Tak Booking Lapangan”. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan sumber data studi pustaka. Penelitian ini menggunakan teknik analisis untuk melihat bagaimana media membuat agenda setting terdapat pemberitaan sesuai framing, kepentingan dan peran media. Pemberitaan tentang pemberitaan PSSI dan Shin Tae Yong mengenai permasalahan pembooking lapangan. Penelitian ini menggunakan teori agenda setting sebagai landasannya. Kemudian penelitian ini menggunakan sifat deskriptif untuk mendeskripsikan masalah dan penjelasan pada penelitian dan studi pustaka untuk pencarian datanya. Hasil penelitian diketahui deskripsi dalam produksi berita tersebut mencakup atribut yang paling menonjol di benak publik, yaitu PSSI berusaha meluruskan tudingan yang disampaikan oleh Shin Tae-yong. Dalam hal ini, PSSI memilih detik.com yang memiliki traffic dan kredibilitas yang lebih besar dibandingkan dengan media online serupa. Pada gilirannya, substantif agenda setting tingkat kedua ini, detik.com berusaha menarik emosional dan afektif publik terhadap citra PSSI.

Keywords: *Agenda setting; Online media; Sports journalism; Produksi; Berita*

©2022 The authors and Komunika. All rights reserved.

Article Information:

Received August 05, 2022, Revised December 27, 2022, Accepted December 27, 2022

1. Pendahuluan

Komunikasi massa merupakan sumber kajian potensial yang memiliki bidang bahasan yang cukup luas dan mendalam, dan juga didukung oleh teori yang lumayan banyak jumlahnya. Hal ini bisa dipahami sebab ilmu komunikasi yang kita kenal sekarang ini, merupakan proses evaluasi panjang dari ilmu komunikasi massa, yang awalnya hanya dikenal sebagai ilmu media massa atau ilmu pers yang juga merupakan hasil elaborasi dari ilmu publisistik (ilmu persurat-kabaran) yang berpusat di Jerman dan ilmu Jurnalistik yang berbasis di AS (Arifin, 2006: 10). Dalam tinjauan komunikasi massa, paling tidak teori-teori yang muncul dapat dikelompokkan ke dalam 4 (empat) bidang, yaitu teori-teori awal komunikasi massa, pengaruh komunikasi massa terhadap individu, pengaruh komunikasi massa terhadap masyarakat dan budaya, dan audiens pengaruhnya terhadap komunikasi massa (Liliweri, 2011: 884-892).

Dewasa ini media memiliki tanggung jawab dan pengaruh yang sangat besar bagi masyarakat di suatu negara. Pengaruh globalisasi dan kemajuan teknologi telah memungkinkan berbagai bentuk komunikasi untuk memperoleh informasi tentang apa yang sedang terjadi di dunia. Kebanyakan orang menggunakan informasi yang telah didapatkan dari media untuk membuat keputusan yang memengaruhi gaya hidup dan keputusan besar yang memengaruhi kesehatan, pendidikan, atau pekerjaan yang dijalani. Oleh karena itu dapat diketahui bahwa media memiliki tanggung jawab yang besar dalam menyediakan informasi yang akurat yang akan mempengaruhi keputusan dan persepsi masyarakat karena informasi yang diberikan oleh media mempengaruhi sikap, perilaku dan pemikiran masyarakat. Teori Agenda Setting misalnya, masih saja sangat relevan hingga saat ini sekalipun dengan catatan-catatan tertentu harus dibubuhkan di sana, seperti pada masyarakat dan budaya seperti apa, atau pada kondisi kapan, dan seterusnya.

Lingkungan media memiliki berbagai lebih banyak sumber media, yang memungkinkan penyesuaian konsumsi media sesuai dengan kepentingan audiens individu, dimana hal ini dapat mengancam kemampuan lama media massa untuk membentuk agenda publik (Chaffee & Metzger, 2001). Dalam hal ini, terkadang berita yang tersedia untuk publik bergantung pada kemampuan agenda setting yang tergantung pada iklim politik, sejarah daerah dan kebijakan yang mengontrol media di suatu daerah.

Editor berita, jurnalis dan perusahaan media massa memutuskan isu-isu penting yang harus disorot dan kemudian dipublikasikan kepada masyarakat. *Agenda building* tersebut berkaitan erat dengan agenda setting dan berfokus pada isu-isu penting yang menentukan pembentukan kebijakan oleh pemerintah dan pemangku kepentingan di industri swasta. Berkaitan dengan teori *agenda setting*, media bertanggung jawab menggunakan perannya sebagai pemberi informasi publik untuk menentukan apa yang penting dan layak diberitakan dan menyajikannya kepada publik (Wanta, 1997).

Agenda setting adalah proses media massa menyajikan isu-isu tertentu secara sering dan menonjol sehingga sebagian besar masyarakat mulai menganggap isu-

isu tersebut lebih penting daripada yang lain Coleman et al. (2009) dalam Wahl-Jorgensen dan Hanitzsch (2009). Kata setting atau yang dipadankan ke dalam Bahasa Indonesia dalam bentuk kata kerja (verb) dalam istilah “mengeset” diartikan sebagai pekerjaan menata, mengatur (tentang rambut, susunan huruf dalam mesin cetak, dan sebagainya): sudah menjadi kebiasaannya, ia mengeset rambut setiap pergi ke pesta, adapun orang yang mengerjakan pekerjaan mengeset dikatakan sebagai seorang “pengeset”.

Sementara itu, jika kata mengeset diubah menjadi kata “pengesetan” artinya menjadi “pengaturan” (http://adiprakosa.blogspot.co.id/2013/01/te-ori-agenda-setting_1823.html, 03.15). Berdasarkan pengertian secara etimologi di atas, maka pengertian agenda setting dapat dipahami sebagai pengaturan atau penyusunan agenda/acara/kegiatan. Hal ini sesuai dengan istilah yang dikemukakan oleh beberapa ahli komunikasi Indonesia sebagai penentuan atau penyusunan agenda. Lihat misalnya terjemahan dari pendapat Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss dalam Hamdan (2009: 415).

Agenda *setting theory* (teori penyusunan agenda) mulai dirintis sejak tahun 1968, ketika berlangsungnya penelitian tentang kampanye pemilihan presiden Amerika Serikat. Penelitian ini berhasil menemukan hubungan yang tinggi antara penekanan berita dengan bagaimana berita itu dinilai tingkatannya oleh pemilih yang kemudian menjadi hipotesis teori agenda setting. Meningkatkan nilai penting topik tersebut bagi khalayak (Nuruddin, 2007: 195).

Adapun pengertian agenda setting dalam istilah komunikasi menurut Maxwell E. McCombs dan Donald L. Shaw percaya bahwa media massa memiliki kemampuan untuk mentransfer hal yang menonjol yang dimiliki sebuah berita dari news agenda mereka kepada public agenda. Pada saatnya, media massa mampu membuat apa yang penting menurutnya, menjadi penting pula bagi masyarakat (Nuruddin, 2007: 195). Menurut Bernard C. Cohen agenda setting theory adalah teori yang menyatakan bahwa media massa berlaku merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa. Dikemukakannya bahwa “pers mungkin tidak berhasil banyak waktu dalam menceritakan orang-orang yang berfikir, tetapi berhasil mengalihkan para pemirsa dalam berpikir tentang apa” (Baran & Dennis, 2007: 13).

Foss mengemukakan bahwa agenda setting theory adalah teori yang menyatakan bahwa media membentuk gambaran atau isu yang penting dalam pikiran. Hal ini terjadi karena media harus selektif dalam melaporkan berita. Saluran berita sebagai penjaga gerbang informasi membuat pilihan tentang apa yang harus dilaporkan dan bagaimana melaporkannya. Apa yang masyarakat ketahui pada waktu tertentu merupakan hasil dari penjagaan gerbang oleh media (Littlejohn & Foss, 2009: 416). Syukur Kholil mengutip pendapat Samsudin A. Rahim mengemukakan bahwa agenda setting adalah peran media massa yang mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi pendapat dan perilaku masyarakat.

Adapun agenda yang dapat ditentukan oleh media massa adalah dipikirkan oleh masyarakat; 1) Menentukan fakta yang harus dipercayai oleh masyarakat; 2) Menentukan penyelesaian terhadap suatu masalah; 3) Menentukan tumpuan perhatian terhadap suatu masalah; 4) Menentukan apa yang perlu diketahui dan dilakukan masyarakat (Kholil, 2007: 36). Stephen W. Littlejohn mengatakan, agenda setting beroperasi dalam tiga bagian sebagai berikut: a) Agenda media itu sendiri harus diformat. Proses ini akan memunculkan masalah bagaimana agenda media itu terjadi pada waktu pertama kali. Agenda media dalam banyak hal memengaruhi atau berinteraksi dengan agenda publik atau kepentingan isu tertentu bagi publik. Pernyataan ini memunculkan pertanyaan, seberapa besar kekuatan media mampu memengaruhi agenda publik dan bagaimana publik itu melakukannya. Agenda publik memengaruhi atau berinteraksi ke dalam agenda kebijakan. Agenda kebijakan adalah pembuatan kebijakan publik yang dianggap penting bagi individu (Littlejohn & Foss, 2007: 416-417).

Di Indonesia, contoh fungsi agenda setting dalam pemberitaan media dan membawa pengaruh signifikan terhadap khalayak cukup banyak terjadi. Di Aceh misalnya, media mengcover penumpasan Gerakan Aceh Merdeka (GAM) sebelum Agustus 2005 atau perundingan GAM-RI setelah MoU Helsinki. Demikian juga berita seputar pemberantasan korupsi, makelar kasus (markus), makelar pajak, maupun agenda lainnya berhasil mempengaruhi publik kita (Nuruddin, 2007: 196). Dua asumsi dasar yang paling mendasari penelitian tentang penentuan agenda setting adalah: 1) masyarakat pers dan mass media tidak mencerminkan kenyataan, mereka menyaring dan membentuk isu, 2) konsentrasi media massa hanya pada beberapa masalah masyarakat untuk ditayangkan sebagai isu-isu yang lebih penting daripada isu-isu lain (Littlejohn & Foss, 2007: 416).

Menurut Little John dalam buku *Theories of Human Communication*, agenda setting function melibatkan 3 proses linier, yaitu pertama, prioritas isu tersebut dibahas di media, atau agenda media. Kedua, agenda media berinteraksi atau mempengaruhi dengan dengan apa yang dipikirkan public, atau public agenda. Terakhir, agenda public berinteraksi atau mempengaruhi terhadap pengambil keputusan. Kurt Lang dan Gladys menambahkan konsep agenda building yang merupakan proses di mana media, pemerintah dan khalayak (masyarakat) secara resiprokal mempengaruhi satu sama lain dalam wilayah kebijakan publik.

Contoh agenda setting yang terjadi di Indonesia ada beberapa. Pertama adalah Pemerintah menjamin dana nasabah di bank hingga Rp. 2 milyar. Sejak Senin lalu, bank komersial diizinkan memakai kredit lancarnya untuk jaminan mendapatkan bantuan keuangan jangka pendek dari Bank Indonesia.

Kemudian saat Presiden SBY mengeluarkan dan memerintahkan 10 langkah yang harus ditempuh untuk menghadapi krisis keuangan. Kesepuluh langkah itu adalah: Pertama, terus memupuk optimisme dan kerjasama sehingga bisa menjaga kepercayaan masyarakat. Kedua, mempertahankan pertumbuhan ekonomi 6% antara lain dengan terus mencari peluang ekspor dan investasi serta

mengembangkan perekonomian domestik. Ketiga, mengoptimalkan APBN 2009, terus memacu pertumbuhan dengan tetap memperhatikan infrastruktur, alokasi penanganan kemiskinan, ketersediaan listrik serta pangan dan BBM. Keempat, kalangandunia usaha diminta tetap mendorong sektor riil agar dapat bergerak

Kelima, semua pihak diminta agar lebih kreatif menangkap peluang di masa krisis antara lain dengan mengembangkan pasardi negaranegara tetangga di kawasan Asia yang tidak secara langsung terkena pengaruh krisis keuangan. Keenam, menggalakkan kembali penggunaan produk dalam negeri sehingga pasar domestik bertambah kuat. Ketujuh, perkuat kerjasama lintas sektor antar pemerintah, Bank Indonesia, dunia perbankan serta sektor swasta. Kedelapan, semua pihak diminta menghindari sikap egosentris dan memandang remeh masalah yang dihadapi. Kesembilan, berkaitan dengan tahun politik 2009, semua pihak diminta memiliki pandangan politik nonpartisan serta mengedepankan kepentingan rakyat di atas kepentingan golongan maupun pribadi, termasuk di dalam kebijakankebijakan politik. Kesepuluh, semua pihak diminta melakukan komunikasi yang tepat dan baik pada masyarakat, sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman apalagi penafsiran yang bertentangan.

Peran media dan agenda setting memiliki hubungan erat, dimana media menyoroti area berita yang mereka anggap penting dan hal ini merangsang individu untuk memfokuskan aspek-aspek tertentu dari berita tersebut dibandingkan dengan berita lainnya. Pada gilirannya, agenda setting dalam media massa dapat mempengaruhi agenda-agenda lainnya, seperti kebijakan publik atau agenda korporasi yang menentukan arah ekonomi, politik, sosial dan budaya, hingga sektor olahraga.

Salah satu pemberitaan dalam media massa di bidang olahraga yang memiliki pengaruh terhadap isu-isu yang dianggap penting oleh publik adalah pemberitaan detik.com yang berjudul “PSSI Luruskan Tudingan Shin Tae-yong soal Tak Booking Lapangan”. Konflik antara Persatuan Sepak Bola Seluruh Indonesia (PSSI) dan pelatih Tim Nasional (Timnas) Indonesia Shin Tae-yong diawali oleh kekecewaan Shin Tae-yong karena PSSI belum melakukan reservasi lapangan Stadion Madya. Akibatnya, Timnas Indonesia tidak dapat berlatih dan hanya melakukan latihan beban di hotel tempat Timnas menginap. Hal ini menarik perhatian netizen, dimana umumnya mereka menilai PSSI tidak becus mengurus organisasi. Dalam menanggapi masalah ini, PSSI kemudian melakukan klarifikasi terhadap tuduhan Shin Tae-yong dan netizen melalui media online. Ketika media membingkai dan menyoroti isu tertentu dalam berita, pemberitaan tersebut merangsang orang untuk lebih memikirkan isu tersebut dan mencari jawaban atau lebih banyak informasi. Berdasarkan uraian tersebut, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi agenda setting dalam produksi berita detik.com “PSSI luruskan tuduhan Shin Tae-yong soal tak booking lapangan”.

Agenda *setting theory* (teori penyusunan agenda) mulai dirintis sejak tahun 1968, ketika berlangsungnya penelitian tentang kampanye pemilihan presiden Amerika Serikat. Penelitian ini berhasil menemukan hubungan yang tinggi antara

penekanan berita dengan bagaimana berita itu dinilai tingkatannya oleh pemilih yang kemudian menjadi hipotesis teori agenda setting. Meningkatkan nilai penting topik tersebut bagi khalayak (Nuruddin, 2007: 195).

Hasil penelitian inilah yang kemudian menjadi fenomena utama bagi Maxwell McComb dan Donald L. Shaw dalam melahirkan teori agenda setting pada tahun 1972 (Lubis, 2007: 106). Yang dipublikasikan pertama kali dengan judul "The Agenda Setting Function of the Mass Media" *Public Opinion Quarterly* No. 37 (Bungin, 2006: 279). Sebagai ilmuwan yang pertama sekali menguji teori ini, Maxwell McComb dan Donald L Shaw kemudian menjadi tokoh utama dibalik teori ini, yang empat tahun setelah penelitiannya (1968-1972) baru mengumumkan ke publik, bahwa risetnya itu menguatkan hipotesis hingga keduanya sepakat menamakan teori tersebut sebagai agenda setting theories.

2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan teknik analisis untuk melihat bagaimana media membuat agenda setting terdapat pemberitaan sesuai framing, kepentingan dan peran media. Pemberitaan tentang pemberitaan PSSI dan Shin Tae Yong mengenai permasalahan pembooking lapangan. Penelitian ini menggunakan teori agenda setting sebagai landasannya dan menggunakan sifat deskriptif untuk mendeskripsikan kejadian atau masalah dari penelitian.

Menurut Timotius (2017), penelitian adalah penelusuran yang logis dan sistematis untuk informasi baru dan berguna tentang topik tertentu. Tindakan ini berupa penyelidikan untuk menemukan solusi untuk masalah ilmiah dan sosial melalui analisis yang obyektif dan sistematis. Hal ini meliputi pencarian pengetahuan, yaitu penemuan kebenaran yang tersembunyi tentang berbagai hal.

Adapun desain penelitian ini menggunakan studi pustaka. Menurut Zed (2004), penelitian studi pustaka adalah penelitian yang menggunakan sumber pustaka untuk mendapatkan datanya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa sumber dan buku sebagai referensi. Alasan penggunaan studi pustaka sendiri karena keterbatasan data dari lapangan, sehingga hanya dapat dikumpulkan dari berbagai referensi seperti studi literatur, buku, dan jurnal penelitian terdahulu.

3. Hasil dan Pembahasan

Terdapat beberapa faktor yang membedakan arus efek agenda setting. Salah satu faktor yang mendasar adalah sistem politik yang berlaku di negara yang bersangkutan. Negara yang memegang azas demokrasi yang luas, maka agenda akan bermula dari agenda publik. Sementara di negara yang menerapkan sistem otoriter, agenda kebijaksanaan akan lebih cenderung menerapkan agenda media dan agenda publik. Pada dasarnya, arus agenda dapat dipengaruhi oleh karakteristik sumber atau lembaga yang menciptakan isu, dan ciri-ciri isu itu sendiri. Jadi, adalah logis seperti apa yang dikatakan oleh Eldridge (1993), bahwa penetapan agenda oleh media tidaklah sesederhana yang kita bayangkan. Persoalan internal media misalnya, menyangkut pengelolaan pers itu sendiri. Media sarat akan muatan ideologi, politik, budaya, dan ekonomi (Stevenson,

1995). Oleh karena itu, isu-isu yang diagendakan oleh media massa tidak akan pernah bebas nilai. Pada saat mengemas isu yang bersumber dari agenda kebijaksanaan, agenda publik, atau agenda media, disadari atau tidak dan tersurat atau tersirat salah satu atau keseluruhan muatan ideologi, politik, budaya, dan ekonomi akan masuk ke dalam pengaruh pemberitaan. Apalagi kalau media itu berasal dari kepemilikan partai.

Hal ini merupakan hasil hubungan yang berkesinambungan dengan kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan khusus. Ini terjadi karena media bertindak sebagai penengah. Media melakukan seleksi, mengedit, mendramatiser, dan memberi penekanan peristiwa atau kejadian sesuai dengan kaidah dan aturan mereka. Pada penelitian ini peneliti akan meneliti dengan pendekatan penelitian yang digunakan yaitu kualitatif. Penelitian kualitatif berkaitan dengan fenomena kualitatif yang melibatkan kualitas untuk mendapatkan makna, merasakan, mendeskripsikan situasi, mengukur dan menimbang hal-hal dalam studi tentang substansi atau struktur. Menurut Marshall dan Rossman (2014), pendekatan kualitatif biasanya bergantung pada empat metode untuk mengumpulkan informasi: yang pertama berpartisipasi dalam pengaturan, mengamati secara langsung, kemudian mewawancarai secara mendalam, dan yang terakhir menganalisis dokumen dan budaya material. Dalam artikel ini, peneliti mengumpulkan informasi dengan menganalisis dokumen yang sudah diteliti sebelumnya dan berita online yang dapat dipercaya kebenarannya.

Keterkaitan agenda setting media massa dengan proses mengambil suatu keputusan dapat dilihat dalam konteks pembentukan pendapat umum (*public opinion*). Peranan media massa dalam mekanisme menghubungkan publik dengan pengambil kebijakan dianggap penting. Artinya masyarakat dilibatkan dalam proses pengambilan kebijakan dengan meminta pendapat mereka yang tercermin dalam tulisan artikel, kolom, bahkan surat pembaca, dan komentar masyarakat lainnya yang disajikan dalam media massa. Ini berarti media massa menjadi media yang bersifat demokrasi 24 di mana gradasi penting menurut pendapat masyarakat sebagaimana kategorisasi De George menjadi acuan media massa dalam menentukan tingkat kepentingan suatu isu.

Salah satu cara agar agenda media massa dapat menjangkau khalayak luas adalah melalui internet. Aliran komunikasi ini memberikan relevansi yang lebih besar untuk menyebarkan berbagai macam informasi, memperbesar audiens media, serta mempengaruhi masyarakat secara luas. Ketika media mbingkai dan menyoroti isu tertentu dalam berita, kegiatan ini dapat merangsang individu untuk memikirkan isu tersebut dan mencari jawaban atau lebih banyak informasi dari isu tertentu. Hal ini menyebabkan individu berusaha lebih keras untuk mengakses informasi di media untuk memperoleh informasi yang dapat mempengaruhi mereka untuk, serta membuat keputusan yang dirasa akan memberdayakan mereka.

Contoh lain dalam pemberitaan agenda setting. Tayangan berita di televisi. Ketika marak kasus kekerasan seksual pada anak, masyarakat menerima informasi tersebut sebagai gambaran dari realitas yang terjadi sesungguhnya

meski sebenarnya mereka tidak mengalami langsung. Informasi ini membuat masyarakat menyadari akan urgensi dari perkara tersebut dan lebih peka akan indikasi yang mengarah pada kasus itu. Tak jarang setelah ada satu kasus kekerasan seksual anak yang muncul dari satu daerah, kasus serupa pun terbongkar dari daerah lain. Hal ini menunjukkan bahwa media mempengaruhi pola pikir manusia, termasuk terhadap apa yang dianggap penting dan tidak. Informasi yang diangkat dalam media membuat manusia menganggap bahwa itu adalah hal yang penting dan layak untuk diperhatikan. Media dapat membuat apa yang tidak sebelumnya tidak begitu terlihat menjadi sorotan publik, baik hal itu memang benar-benar penting atau tidak.

Pada dasarnya berita yang ditayangkan di media memiliki sejarah dalam memengaruhi pandangan berbeda tentang isu-isu di berbagai bidang, seperti politik, lingkungan, sekolah, dan banyak bidang lainnya. Agenda setting adalah proses media massa dengan menyajikan isu-isu tertentu secara sering dan menonjol, sehingga sebagian besar masyarakat mulai menganggap isu-isu tersebut lebih penting daripada isu lainnya Coleman et al. (2009) dalam Wahl-Jorgensen & Hanitzsch (2009).

Semakin banyak isu tersebut diliput dan diterima suatu masalah, maka semakin penting isu tersebut bagi khalayak luas. Dalam hal ini, organisasi media saling berinteraksi satu sama lain dan mendiskusikan isu-isu yang menurut mereka harus disorot tergantung pada seberapa banyak mereka menyentuh aspek sosial-politik dan ekonomi kehidupan, serta pada nilai bisnis perusahaan. Salah satu isu media yang berpotensi kepada nilai bisnis berdasarkan teori agenda setting adalah produksi berita detik.com yang berjudul “PSSI Luruskan Tudingan Shin Tae-yong soal Tak Booking Lapangan”. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

PSSI Luruskan Tudingan Shin Tae-yong soal Tak Booking Lapangan

Randy Prasatya - Sepakbola

Sabtu, 28 Mei 2022 22:00 WIB

3 komentar

BACIKAN



Foto: ANTARA FOTO/Hafidz Mubarak A

Jakarta - Terjadi selisih paham antara Shin Tae-yong dan PSSI. Semua terjadi karena booking lapangan untuk latihan Timnas Indonesia.

Gambar 1. Produksi berita olahraga di detik.com

Pemberitaan media detik.com tentang konflik antara PSSI dengan Shin Tae-yong telah menjadi *headline news* di berbagai media *online* dan menjadi berita viral di kalangan pecinta sepak bola Tanah Air. Polemik kasus ini berawal ketika Shin Tae-yong menganggap PSSI belum melakukan reservasi lapangan Stadion Madya. Akibatnya, Timnas Indonesia tidak dapat berlatih sesuai dengan jadwal dan hanya melakukan latihan beban di hotel tempat Timnas menginap.

Di sisi lain pihak PSSI mengklarifikasi bahwa mereka sudah memesan lapangan untuk pukul 18.00-20.00 WIB, tetapi Shin Tae-yong kemudian mengajukan jadwal agar dipercepat menjadi 17.00 WIB. Permintaan Shin Tae-yong tersebut tidak dapat dipenuhi oleh PSSI karena pada waktu tersebut lapangan sedang digunakan oleh pihak lain. Media menganggap berita isu mengenai kesalahpahaman antara PSSI dan Shin Tae-yong menjadi agenda media yang potensial untuk dipublikasikan, terlebih lagi sebelumnya PSSI mendapatkan respon negatif dari netizen Indonesia.

Agenda setting memosisikan jurnalis dengan media massa sebagai kekuatan yang memiliki kapabilitas dalam membentuk opini publik dan mengemas pesan (*strategic framing*), sehingga informasi yang disajikan dapat optimal. Berdasarkan produksi berita di atas, dapat diketahui bahwa buletin berita yang disampaikan bertujuan untuk memberikan klarifikasi atas tuduhan Shin Tae-yong dimana PSSI dianggap belum melakukan reservasi lapangan Stadion Madya. Dalam hal ini, detik.com berupaya mengontrol informasi-informasi yang akan ditampilkan pada publik agar publik berpandangan bahwa PSSI sudah melakukan reservasi dan tuduhan Shin Tae-yong tidaklah benar. Hal ini dikarenakan *framing* dan atribut agenda setting memiliki perbedaan di antara perspektif komunikator dan audiensnya, termasuk dalam penggambaran topik dalam isi pesan di masing-masing pihak.

Jika ditinjau berdasarkan teori agenda setting yang berpotensi kepada nilai bisnis, dapat diketahui bahwa dalam membentuk isu, fokus PSSI adalah pada atribut atau karakteristik yang menggambarkan isu, orang, atau topik lain dalam berita dan nada atribut tersebut sebagaimana diteorikan dalam agenda setting tingkat kedua. Dampak dari agenda setting jenis ini adalah atribut dan nada yang digunakan media dalam deskripsinya adalah atribut yang paling menonjol di benak publik, yaitu PSSI berusaha meluruskan tuduhan yang disampaikan oleh Shin Tae-yong. Dalam hal ini, PSSI memilih detik.com yang memiliki *traffic* dan kredibilitas yang lebih besar dibandingkan dengan media *online* serupa. Perusahaan yang cenderung memiliki nama dalam agenda media akan lebih cenderung menonjol dalam agenda publik, begitu juga sebaliknya (Carroll & McCombs, 2003).

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, dapat dikemukakan bahwa agenda *setting theory* membicarakan tentang peran besar media massa dalam menentukan agenda orang-orang yang terkena informasi tersebut. Masyarakat menjadi terbiasakan dengan berita-berita yang disampaikan media, sehingga menjadi bahan pembicaraan dalam pergaulan sehari-hari. Berita atau informasi yang disampaikan media tersebut bukan saja hanya sebagai ilmu atau

pengetahuan bagi masyarakat, tetapi bahkan bisa mengubah gaya hidup, perilaku, ataupun sikap masyarakat. Agenda *setting theory* (teori penyusunan agenda) mulai dirintis sejak tahun 1968, ketika berlangsungnya penelitian tentang kampanye pemilihan presiden Amerika Serikat.

Penelitian ini berhasil menemukan hubungan yang tinggi antara penekanan berita dengan bagaimana berita itu dinilai tingkatannya oleh pemilih yang kemudian menjadi hipotesis teori agenda setting. Meningkatkan nilai penting topik tersebut bagi khalayak (Nuruddin, 2007: 195). Hasil penelitian inilah yang kemudian menjadi fenomena utama bagi Maxwell McComb dan Donald L. Shaw dalam melahirkan teori agenda setting pada tahun 1972 (Lubis, 2007: 106). Yang dipublikasikan pertama kali dengan judul "The Agenda Setting Function of the Mass Media" *Public Opinion Quarterly* No. 37 (Bungin, 2006: 279). Sebagai ilmuwan yang pertama sekali menguji teori ini, Maxwell McComb dan Donald L. Shaw kemudian menjadi tokoh utama dibalik teori ini, yang empat tahun setelah penelitiannya (1968-1972) baru mengumumkan ke publik, bahwa risetnya itu menguatkan hipotesis hingga keduanya sepakat menamakan teori tersebut sebagai *agenda setting theories*.

Agenda setting oleh media memiliki pengaruh yang besar bagi publik karena media mempengaruhi opini, sikap dan keputusan publik. Berbeda dengan agenda setting tingkat pertama yang berkaitan dengan pengaruh media terhadap objek yang menjadi pusat perhatian publik, agenda setting tingkat kedua berfokus pada bagaimana orang memahami hal-hal yang telah menarik perhatian mereka Coleman et al. (2009) dalam Wahl-Jorgensen dan Hanitzsch (2009). Dalam karakteristik substantif agenda setting tingkat kedua ini, detik.com berusaha menarik kualitas emosional dan afektif publik, baik yang bersifat positif, negatif, atau netral terhadap citra PSSI. Oleh karenanya agenda setting yang dilakukan pada pemberitaan detik.com dilakukan untuk mengadvokasi agenda yang sangat dibutuhkan yaitu memperbaiki citra PSSI, sehingga federasi dapat meningkatkan persepsi positif di benak masyarakat luas.

4. Kesimpulan

Pada dasarnya media memiliki pengaruh dalam menyajikan isu yang dikemas dalam produksi berita, yang kemudian dapat mempengaruhi persepsi publik. Salah satu pemberitaan dalam jurnalisme olahraga yang memiliki pengaruh terhadap isu-isu yang dianggap penting oleh publik adalah pemberitaan detik.com yang berjudul "PSSI Luruskan Tudingan Shin Tae-yong soal Tak Booking Lapangan". Jika ditinjau berdasarkan teori agenda setting, dapat diketahui bahwa isu media ini termasuk ke dalam agenda setting tingkat kedua. Agenda setting oleh media memiliki pengaruh yang besar bagi publik karena media mempengaruhi opini, sikap dan keputusan publik. Berbeda dengan agenda setting tingkat pertama.

Tujuannya adalah megindari godaa. Penelitian dalam tingkatan ini, PSSI menggunakan *gatekeeping* dan agenda setting untuk membentuk opini publik dan mengemas pesan (*strategic framing*) bahwa tudingan yang disampaikan Shin Tae-Yong adalah tidak benar dan federasi telah melakukan reservasi

sebelumnya. Berdasarkan uraian pembahasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa media online detik.com melalui jurnalisme olahraga tersebut dilakukan untuk menciptakan agenda yaitu memperbaiki citra PSSI, sehingga federasi dapat meningkatkan persepsi positif di benak masyarakat luas.

Namun ingin menunjukkan bahwa pemberitaan tentang krisis ekonomi Amerika telah membawa dampak yang besar terhadap perilaku khalayak. Ketika media menjadikan isu krisis sebagai pemberitaan, khalayak juga merespon hal yang sama. Hal ini membuktikan terbuktinya teori agenda setting dalam pemberitaan krisis ekonomi Amerika. Agenda setting dikembangkan oleh Maxwell C. McCombs, seorang profesor peneliti surat kabar juga sebagai direktur Pusat Penelitian komunikasi Universitas Syracuse USA, dan Donald L. Shaw, seorang profesor jurnalistik dari Universitas North Carolina. Sejak penelitian Lazarsfeld dan kawan-kawan di Erie County, 1946, kepercayaan terhadap efek komunikasi massa melemah di kalangan ilmuwan komunikasi.

5. Referensi

- Ardianto, E. (2017). *Komunikasi massa*. Simbiosis Rekatama Media.
- Baskin, A. (2016). *Jurnalistik televisi teori dan praktik*. Simbiosis Rekatama Media.
- Carroll, C. E., & McCombs, M. (2003). *Agenda-setting effects of business news on the public's images and opinions about major corporations*. *Corporate reputation review*, 6(1), 36-46.
- Chaffee, S. H., & Metzger, M. J. (2001). The end of mass communication?. *Mass communication & society*, 4(4), 365-379.
- D'Angelo, P., & Kuypers, J. A. (2016). *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives*. London: Routledge.
- Diaz, M. (2017). *Kebijakan redaksional situs berita Detik.com pada jejaring media sosial twitter*. Universitas Negeri Islam.
- Elfi, Y. R. (2018). *Teori agenda setting dalam komunikasi*. *Jurnal Komunikasi Simbolika*, 4(1).
- Felix, T. (2018). *Agenda media surat kabar (analisis isi surat kabar ibukota)*. *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, 7(3).
- Fikri, A. K. S., Ana, H., & Sunnah, D. R. (2021). *Konstruksi media online detik.com dan kompas.com terhadap vanuatu*. 9(1).
- Hapsari, I., & Wibowo, I. (2015). *Fanatisme dan agresivitas suporter klub sepak bola*. *Jurnal Psikologi*, 8(1).
- Morrison. (2018). *Managemen media penyiaran: Strategi mengelola radio dan televisi*. Kencana.
- Muda, I. *Jurnalistik televisi*. PT. Citra Aditya Bhakti.
- Muhammad, R. S., Maimon, H., & Justito, A. (2021). *Framing media online detik.com terhadap pemberitaan korban pengeroyokan oleh bobotoh*. 2(1).
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu komunikasi suatu pengantar*. Rosda.
- Musniyah, A. M. R. A. (2020, Juni). Analisis framing pemberitaan pembangunan pojok dilan pada media pikiran-rakyat.com dan News.Detik.Com/Jawabarat. *Common*, 65-77.
- Netty, D. K. (2017). *Agenda setting function (studi kasus krisis ekonomi dan global)*. *Jurnal Komunikasi*, 9(1).
- Nurudin. (2017). *Pengantar komunikasi massa*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Prasatya, R. (2022, May 28). *PSSI luruskan tudingan shin tae-yong soal tak booking lapangan*. detikcom. <https://sport.detik.com/sepakbola/liga-indonesia/d-6099892/pssi-luruskan-tudingan-shin-tae-yong-soal-tak-booking-lapangan>
- Pratama, R. L. (2022, May 27). *Shin Tae-yong sebut lapangan latihan timnas Indonesia belum di-booking, PSSI: Itu tidak benar*. KOMPAS.Tv. <https://www.kompas.tv/article/293222/shin-tae-yong-sebut-lapangan-latihan-timnas-indonesia-belum-di-booking-pssi-itu-tidak-benar>
- Romli, A. S. M. (2014). *Jurnalistik online: Panduan mengelola media online*. Nuansa Cendekia.
- Sahrul, G. (2016). *Peran media online detik.com di kalangan civitas akademika FDK UINAM*. Makassar. UIN Makassar.

- Sandra, A., & Saleh, A. (2018). Analisis berita pertanian koran kampus IPB dari perspektif agenda setting theory (kasus mahasiswa SKPM 2009 dan AGH 2008). *Jurnal Komunikasi Pembangunan, 11*(2).
- Santoso, D. H., & Lestari, R. D. (2018). Penerapan etika jurnalistik dalam pemberitaan politik di media online (studi kasus pemilihan gubernur DKI Jakarta). *Jurnal Pekommas, 203-212*
- Timotius, K. H. (2017). *Pengantar metodologi penelitian: Pendekatan manajemen pengetahuan untuk perkembangan pengetahuan*. Penerbit Andi.
- Tri Agustina, I. *Peran agenda setting media massa dalam kebijakan penetapan harga eceran tertinggi (het) beras oleh pemerintah*. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Politik, 7*(2).
- Wahl-Jorgensen, K., & Hanitzsch, T. (2009). *The handbook of journalism studies*. Routledge.
- Wanta, W. (1997). *The public and the national agenda: How people learn about important issues*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Zed, M. (2004). *Metode penelitian kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.