



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**KECENDERUNGAN AGENDA SETTING : TRENDING TOPIK
TWITTER TERHADAP SITUS BERITA ONLINE (*JPNN.COM*
& *RMOL.ID*) SELAMA PERIODE PENETAPAN HASIL
PEMILU PRESIDEN 2019**

TESIS

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

OLEH :

YUDID ANDRI SETIYAWAN

55217120041

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**KECENDERUNGAN AGENDA SETTING : TRENDING TOPIK
TWITTER TERHADAP SITUS BERITA ONLINE (*JPNN.COM*
& *RMOL.ID*) SELAMA PERIODE PENETAPAN HASIL
PEMILU PRESIDEN 2019**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program pascasarjana

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
OLEH :
YUDID ANDRI SETIYAWAN

55217120041

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

ABSTRACT

The development of technology in the mass media industry has developed very rapidly both in quantity and quality. Various forms of media that have developed have created a serious debate about the agenda in the public discussion in general in society and the role of mass media in contributing to social problems. The use of computer technology and information systems has created new media such as online media (.com) and social media, which in turn creates its own audience, one of the characteristics of new audiences is interaction in cyberspace. News produced by the media and the interests or needs of the public have a pretty close relationship to editorial decisions, have experienced a shift, they indicate that the current phenomenon is not about what issues the media will convey to the public, but rather what issues are being addressed. think audiences to convey to the media. This research will examine the intermedia relationship between agenda setting between digital mainstream media, namely the online news site JPNN.com and RMOL.id, to the hashtag trending topic on Twitter during the determination of 2019 Election results between 20-26 May 2019. Hypothesis submitted in the research This is a positive reciprocal relationship between JPNN.com's online media headlines and RMOL.id on the hashtag trending topic on Twitter. The results of the study cannot prove the hypothesis that there is a reciprocal relationship between the agenda of online news sites and Twitter. The two online news sites have not yet made Twitter as the main reference source for news, Twitter and other social media are currently only used as media to promote news links and their web portal.

Keywords : *Agenda Setting; Online Media; Twitter; Presidential Election.*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi pada industri media massa telah berkembang sangat pesat baik secara kuantitas maupun secara kualitas. Berbagai macam bentuk media yang berkembang telah menciptakan perdebatan yang serius mengenai agenda yang di perbincangkan publik secara umum di masyarakat dan peran media massa dalam berkontribusi terhadap masalah sosial. Pemanfaatan teknologi komputer dan sistem informasi telah menciptakan adanya media baru seperti media online (.com) dan sosial media yang pada akhirnya menciptakan khalayak tersendiri, salah satu karakteristik khalayak baru adalah interaksi di media siber. Berita yang diproduksi oleh media dan kepentingan atau kebutuhan publik memiliki keterkaitan yang cukup erat terhadap keputusan redaksi, telah mengalami pergeseran, mereka mengindikasikan bahwa fenomena saat ini adalah bukan mengenai isu-isu apa yang akan disampaikan media kepada khalayak, namun menjadi isu-isu apa yang khalayak pikirkan untuk disampaikan kepada media. Penelitian ini akan meneliti hubungan timbal balik intermedia agenda setting antara media mainstream digital yaitu situs berita online *JPNN.com* dan *RMOL.id* terhadap *hashtag trending topic* di twitter selama masa penetapan hasil Pemilu 2019 antara tanggal 20 - 26 Mei 2019. Hipotesa yang diajukan pada penelitian ini adalah terdapat hubungan timbal balik yang positif antara tajuk berita media online *JPNN.com* dan *RMOL.id* terhadap *hashtag trending topic* di twitter. Hasil dari penelitian tidak dapat membuktikan hipotesis bahwa terdapat hubungan timbal balik antara agenda situs berita online dan twitter. Kedua situs berita online belum menjadikan twitter sebagai referensi utama sumber berita, twitter dan sosial media yang lain saat ini masih hanya menjadi media untuk mempromosikan link berita dan web portalnya.

Kata Kunci: Agenda Setting; Media Online; Twitter; Pemilu Presiden.



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama : Yudid Andri Setiyawan
NIM : 55217120041
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Media Industri & Bisnis
Judul : Kecenderungan Agenda Setting : Trending Topik Twitter
Terhadap Situs Berita Online (RMOL.id & JPNN.com)
Selama Periode Penetapan Hasil Pemilu Presiden 2019

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 08 Februari 2020
Pembimbing,

Dr. Suraya, M.Si



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

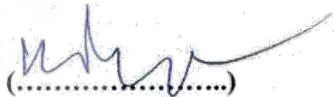
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

Judul : Kecenderungan Agenda Setting : Trending Topik Twitter
Terhadap Situs Berita Online (RMOL.id & JPNN.com)
Selama Periode Penetapan Hasil Pemilu Presiden 2019
Nama : Yudid Andri Setiyawan
NIM : 55217120041
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Media Industri & Bisnis
Tanggal : 30 Januari 2020

Jakarta, 08 Februari 2020

Mengetahui,

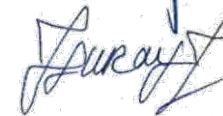
Ketua Sidang
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si


(.....)

Penguji Ahli
Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si


(.....)

Pembimbing
Dr. Suraya, M.Si


(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

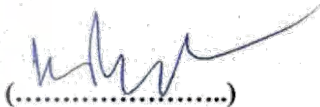
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Kecenderungan Agenda Setting : Trending Topik Twitter
Terhadap Situs Berita Online (RMOL.id & JPNN.com)
Selama Periode Penetapan Hasil Pemilu Presiden 2019
Nama : Yudid Andri Setiyawan
NIM : 55217120041
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Media Industri & Bisnis
Tanggal : 30 Januari 2020

Jakarta, 08 Februari 2020

Mengetahui,

Ketua Sidang
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



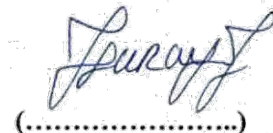
(.....)

Penguji Ahli
Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si



(.....)

Pembimbing
Dr. Suraya, M.Si



(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Judul : Kecenderungan Agenda Setting : Trending Topik Twitter
Terhadap Situs Berita Online (RMOL.id & JPNN.com)
Selama Periode Penetapan Hasil Pemilu Presiden 2019
Nama : Yudid Andri Setiyawan
NIM : 55217120025
Program : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Media Industri & Bisnis
Tanggal : 8 Februari 2020

Mengesahkan,
Pembimbing,

Dr. Suraya, M.Si

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**Direktur
Program Pascasarjana**

(Prof. Dr.-Ing. Mudrik Alaydrus)

**Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi**

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)

PERNYATAAN PENGECEKAN SIMILARITY

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya Ilmiah yang ditulis oleh:

Nama : Yudid Andri Setiyawan
NIM : 55217120041
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : Kecenderungan Agenda Setting : Trending Topik Twitter Terhadap Situs Berita Online (RMOL.id & JPNN.com) Selama Periode Penetapan Hasil Pemilu Presiden 2019

Telah dilakukan similarity check dengan sistem Turnitin, pada hari Senin, tanggal 13 Februari 2020 dengan hasil similarity index sebesar 22% (dua puluh dua persen).

Demikian surat pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 13 Februari 2020

Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A. Md



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Kecenderungan Agenda Setting : Trending Topik Twitter Terhadap Situs Berita Online (RMOL.id & JPNN.com) Selama Periode Penetapan Hasil Pemilu Presiden 2019
Nama : Yudid Andri Setiyawan
NIM : 55217120041
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Media Industri & Bisnis
Tanggal : 30 Januari 2020

Merupakan hasil studi pustaka dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Magister Ilmu Komunikasi, Program Pascasarjana, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 08 Februari 2020



(Yudid Andri Setiyawan)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: Kecenderungan Agenda Setting : Trending Topik Twitter Terhadap Situs Berita Online (RMOL.id & JPNN.com) Selama Periode Penetapan Hasil Pemilu Presiden 2019. Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini mengkaji tentang relevansi teori agenda setting dalam penerapannya di era internet dan media kontemporer, dengan melihat kecenderungan topik agenda media online dan media sosial.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Direktur Program Pascasarjana, Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, dan seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Ilmu Komunikasi yang selalu mendorong untuk menyelesaikan studi tepat pada waktunya.
3. Dr. Suraya, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan. Terima kasih atas segala kesabaran dan bimbingannya, semoga menjadi amal ibadah ibu kelak.
4. Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si sebagai dosen penguji sidang akhir, yang telah memberi masukan dan koreksi terhadap penulisan Tesis sehingga

hasilnya semakin baik dan memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya.

5. Orang tua dan keluarga tercinta, Mambim yang senantiasa memberikan dukungan dan do'a bagi penulis, Bimo, Qila, dan Sakti anak-anakku yang selalu memberi semangat dan inspirasi.
6. Jawapostv yang telah memberikan kesempatan untuk saya melanjutkan studi S2 dan kepada tim CDI Jopi, Doni, Argo, Tasya yang banyak membantu dalam menyelesaikan studi ini agar dapat selesai tepat pada waktunya.
7. Rekan-rekan satu angkatan 32 Pascasarjana; Mba Wiwin Setianingsih, Mas Yossi Adityawarman, Listia Wahyuningtyas, Om Bernaldi M. Pamuntjak Hanonsari Paramita, Muhemi, Clara Siahainenia, Dara Aulia Rachmat, Rio Pambudi Dalimunte, Nana Sukriyana, Avi Cenna Isnaini, Ridoni Daniel, Dede Munajad, Hadi Pranoto, Ahmad Sulthon, Cecep Sopandi, Dessy Stela Legal Hudhar, Oke Dany Ferdian, Sudrajat, Azhar Putri Pangesti, Fadli Laksono, Heriwawan, Rahmat Tunny, Dian Tri Cahyani, Ken Norton Hutasoit, Gesuryawan, Irma Kusumawati. Terima Kasih telah menjadi teman seperjuangan memberikan warna dan cerita selama penulis mencari ilmu di kampus tercinta.

Yudid Andri Setiyawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	
1.2.1 Identifikasi Masalah	8
1.2.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	
1.3.1 Maksud Penelitian	9
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	
1.4.1 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.2 Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teori	
2.2.1 Tinjauan Komunikasi/Pengertian Komunikasi.....	22
2.2.2 Komunikasi Massa	24
2.2.3 Pengertian Agenda Setting	27
2.2.4 Level Kedua Agenda Setting.....	32
2.2.5 Ekonomi Media	34
2.2.6 Dinamika Twitter Dalam Ruang Redaksi.....	39
2.2.7 Media Berita Online	44
2.3 Kerangka Pemikiran.....	47
2.4 Hipotesis	48
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian	55
3.2 Jenis Penelitian.....	56
3.3 Variabel Penelitian	
3.3.1 Definisi Konsep.....	58
3.3.2 Operasionalisasi Konsep	58
3.4 Unit Analisis	59

3.5 Jenis dan Sumber Data.....	61
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.7 Uji Validitas dan Realibilitas	63
3.8 Teknik Analisis Data.....	66
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	
4.1.1 Rakyat Merdeka Online (RMOL.id)	70
4.1.2 Jawa Pos News Network (JPNN.com)	71
4.2 Hasil Penelitian	
4.2.1 Frekuensi Tema Berita	72
4.2.2 Nilai Hubungan Antar Media	81
4.2.3 Hubungan Timbal Balik Kecenderungan Antar Media	84
4.3 Pembahasan.....	98
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
4.4 Kesimpulan	104
4.5 Saran	
4.5.1 Saran Akademis.....	108
4.5.2 Saran Praktis.....	109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	114
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matrik Tabel penelitian terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Konsep.....	59
Tabel 4.1 Frekuensi isu pada Media Online JPNN.com	77
Tabel 4.2 Frekuensi isu pada Media Online RMOL.id.....	78
Tabel 4.3 Frekuensi isu pada Media Sosial Twitter.....	79
Tabel 4.4 Hubungan Korelasi antara tema agenda JPNN.com dan Twitter.....	82
Tabel 4.5 Hubungan Korelasi antara tema agenda RMOL.id dan Twitter.....	83
Tabel 4.6 Cross Lagged Coorelation antara JPNN.com dan Twitter.....	87
Tabel 4.7 Cross Lagged Coorelation antara RMOL.id dan Twitter.....	92



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi Gerbner.....	25
Gambar 2.2 Model Komunikasi Meletzke.....	26
Gambar 2.3 Jumlah Pengguna Twitter di Dunia.....	41
Gambar 2.4 Kota Dengan Jumlah Kicauan Twitter Terbanyak Di Dunia	41
Gambar 2.5 Peran Twitter Di Newsroom	43
Gambar 2.6 Twitter Dalam Proses Pemberitaan	44
Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 3.1 Cross Lagged Panel.....	66



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1
- Lampiran 2
- Lampiran 3
- Lampiran 4
- Lampiran 5

