

**PENGARUH AGENDA MEDIA KOMPAS.COM DAN AGENDA PUBLIK  
TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN MAHASISWA KOMUNIKASI  
TERHADAP PEMERINTAH**

**<sup>1</sup>Maulidin Putra Juliasmara<sup>1</sup>, <sup>2</sup>Edy Sudaryanto, <sup>3</sup>Beta Puspitaning Ayodya**

<sup>1</sup>pmaulidin@gmail.com

**Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**Jalan Semolowaru no. 45, Surabaya, 60116**

**ABSTRACT**

*The media has a big role to influence society. In addition to the provision of information, socialization of an idea and even the desire of certain groups to form public opinion on a particular problem, so that the media is often used as a tool and communication channels are right in communication and conflict, especially political conflict. This study aims to analyze the effect of the agenda setting through the media agenda Kompas.com and the public agenda on the level of student communication confidence in the government. The design of this study using a quantitative approach to the type of explanatory format research. Determination of selected sample is nonprobability sampling by using purposive sampling technique, using slovin so sample method which used 80 respondents. The analysis technique used multiple linear regression. The result of the research shows that 1) there is significant positive influence of variable of Media Agenda (X1) to trust (Y) with t-count value 4,778 with significance level  $0.000 < 0,05$  and 2) there is significant positive influence of variable of Public Agenda (X2) on trust (Y), with t-count value of 2.584 with significance level of  $0.012 < 0.05$ . The coefficient of determination of 65.1% means that Media Agenda (X1) and Public Agenda (X2) are able to contribute, while the rest of 34.9% is explained by other variables outside this research.*

**Keywords: Setting Agenda, Media Agenda, Public Agenda, Trust**

**ABSTRAK**

Media memiliki peran besar mempengaruhi masyarakat. Selain dalam rangka pemberian informasi, sosialisasi suatu gagasan bahkan keinginan kelompok tertentu untuk membentuk opini publik terhadap suatu masalah tertentu, sehingga media sering dijadikan alat dan saluran komunikasi yang jitu dalam komunikasi dan konflik terutama konflik politik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh agenda setting melalui agenda media Kompas.com dan agenda publik terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah. Rancangan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian format eksplanatori. Penentuan sampel yang dipilih adalah nonprobability sampling dengan menggunakan teknik sampling purposive, dengan menggunakan metode slovin makasampel yang digunakan sebanyak 80 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh positif signifikan variabel Agenda Media (X1) terhadap kepercayaan (Y) dengan nilai t-hitung sebesar 4,778 dengan taraf signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan 2) terdapat pengaruh positif signifikan variabel Agenda Publik (X2) terhadap kepercayaan (Y), dengan nilai t-hitung sebesar 2,584 dengan taraf signifikansi sebesar  $0,012 < 0,05$ . Koefisien determinasi sebesar 65,1% artinya variabel Agenda Media (X1) dan Agenda Publik (X2) mampu memberikan kontribusi, sementara sisanya sebesar 34,9% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

**Kata kunci : Agenda Setting, Agenda Media, Agenda Publik, Kepercayaan**

## 1. PENDAHULUAN

Sejauh ini media masa telah berkembang pesat sebagai akibat dari perkembangan teknologi komunikasi, hal ini diawali dari penemuan mesin cetak Gutenberg hingga era internet sekarang ini. Dalam era globalisasi, teknologi yang berkembang dapat memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi secara praktis dan efektif dengan mengikuti perkembangan zaman. Salah satu media yang masih bertahan di era teknologi adalah media cetak.

Media cetak telah banyak memberi kontribusi dalam perkembangan zaman. Namun kehebatan media cetak lambat laun mulai tersaingi oleh media elektronik yang semakin canggih yaitu memiliki kemampuan memikat perhatian khalayak secara serempak dan serentak. Itu efek dari media elektronik yang memuat banyak sekali hiburan sehingga mudah mendapatkan tempat di kalangan masyarakat (Effendy, 2003).

Media memiliki peran besar mempengaruhi masyarakat. Teori agenda setting menjelaskan bahwa media massa adalah pusat penentuan kebenaran karena media massa memiliki kemampuan untuk menransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa. Dalam penelitian ini Agenda setting berhubungan dengan tiga jenis agenda yang saling berhubungan dalam teori-teori agenda setting, yaitu agenda media, agenda publik dan agenda kebijakan pemerintah. Agenda media merupakan seperangkat topik atau isu yang dibahas oleh media seperti televisi, radio dan koran. Agenda publik merupakan seperangkat topik atau isu yang dianggap penting oleh publik, dan agenda kebijakan pemerintah yang merupakan topik atau isu-isu yang diyakini oleh para pembuat keputusan (seperti DPR atau pihak yang berpengaruh dalam proses

legislasi) sebagai isu yang menonjol (Haryanto, 2003). Teori agenda setting juga memiliki asumsi bahwa media massa menyaring berita, artikel atau tulisan yang akan disiarkan. Apa saja yang disajikan dalam media massa disebut dengan agenda media. Agenda media mempengaruhi agenda masyarakat atau agenda publik. Teori agenda setting juga menunjukkan bahwa terdapat kesamaan antara agenda media dengan agenda publik. Selanjutnya agenda media dan agenda publik dianggap memiliki hubungan dengan kepercayaan masyarakat (Bharad et.al., 2010).

Dibandingkan dengan sumber berita online yang lain, kompas.com memiliki ciri khas tersendiri dalam menyampaikan berita. Tampilan menu berita pada kompas.com terkesan elegan, formal dan lebih serius dibandingkan sumber berita online lainnya. Kompas.com memiliki konten Otomotif, Tekno, Infotainment, Blackberry corner, Kesehatan dan lainnya. Dalam memberitakan sebuah informasi kompas.com selalu mengarah pada apa yang tidak terfikirkan oleh masyarakat, kompas mengajak para pembacanya untuk menilai secara langsung seorang individu yang terlibat dalam sebuah kasus. Kompas.com dalam menyajikan berita menggunakan pilihan rubrik (Prihantoro, 2013). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah melalui media Kompas.com.

Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi : (1) Apakah ada pengaruh agenda media Kompas.com terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah? (2) Apakah ada pengaruh agenda publik terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah?

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Untuk menganalisis pengaruh agenda media Kompas.com terhadap tingkat kepercayaan

mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah.(2) Untuk menganalisis pengaruh agenda publik terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Jenis Penelitian

Rancangan penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian format eksplanasi atau eksplanatori. Sugiyono (2012:55) mengemukakan bahwa pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka hasil jawaban survei yang disebarakan ke sampel penelitian dan dianalisis menggunakan teknik analisis statistik.

Sementara jenis eksplanasi, yakni jenis penelitian yang berusaha menjelaskan hubungan kausal antara variabel. Hubungan merupakan penelitian yang digunakan untuk mengetahui hubungan yang bersifat sebab-akibat. Jadi dalam penelitian terdapat variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) (Silalahi, 2009:33).

### 2.2 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data menurut Sugiyono (2012:193) dapat dilakukan dengan berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan:

#### 1. Kuesioner.

Kuesioner sendiri memiliki pengertian sebagai pengumpulan data penelitian pada kondisi tertentu yang kemungkinannya tidak memerlukan kehadiran peneliti (Silalahi, 2009:81). Dengan kata lain yaitu menyebarkan angket yang berisi pertanyaan untuk para responden yang telah ditentukan dalam penelitian. Proses penyampaian kuesioner tersebut disampaikan secara langsung (direct approach), yaitu pendekatan

secara langsung kepada responden tanpa menyamakan tujuan penelitian.

#### 2. Dokumentasi.

Data pendukung berupa dokumen, seperti jurnal, literatur-literatur buku, internet dan lain-lain.

Dalam penelitian ini digunakan skala likert rentang lima di mana item respons disusun dalam lima alternatif yang mengekspresikan seperti halnya sangat setuju, setuju, netral atau ragu-ragu atau bimbang, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Tiap respon dihubungkan dengan nilai skor atau nilai skala untuk masing-masing pernyataan.

**Tabel 1**  
**Skala Likert**

Skala	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Silalahi (2009)

### 2.3 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan uji, validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik dan analisis statistik. Analisis statistik dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda .

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Penelitian ini menggunakan Uji F untuk menguji secara simultan dan Uji t untuk menguji secara parsial.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Analisis Deskriptif Responden

##### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok Pria dan Wanita. Hasil analisis data ini diperoleh presentase responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	57	71,3%
Wanita	23	28,7%
Total	80	100%

Sumber: Data Primer, Diolah

Sajian tabel 2 menunjukkan bahwa responden sedikit didominasi oleh pria dengan jumlah 57 (71,3%) dan wanita berjumlah 23 (28,7%). Hal ini diindikasikan karena berita politik di Kompas.com cenderung diminati oleh pria daripada wanita.

##### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Pembaca berita *online* yang berbeda usia dapat mencari topik berita yang berbeda pula. Perbedaan usia juga akan mengakibatkan perbedaan selera dan kesukaan terhadap suatu tema berita. Hasil angket yang telah disebarakan diperoleh hasil karakteristik responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan berikut:

**Tabel 3**  
**Usia Responden**

Usia	Frekuensi	Persentase
<20 tahun	0	0%
20-25 tahun	76	95%
26-30 tahun	4	5%
>30 tahun	0	0%
Total	80	100%

Sumber: Data Primer, Diolah

Sajian data Tabel 3, menunjukkan bahwa responden memiliki usia yang beragam dalam membaca berita politik pada Kompas.com. Responden terbanyak atau mayoritas pada usia 20-25 tahun berjumlah 76 orang (95%), diikuti usia 26-30 tahun sebanyak 4 orang (5%). Hal ini memang bahwa mahasiswa yang kuliah rata-rata masih di usia 20-25 tahun.

##### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi

Hasil angket yang telah disebarakan diperoleh hasil karakteristik responden berdasarkan durasi dalam mengakses berita mengenai pemerintah di Kompas.com dapat ditunjukkan berikut:

**Tabel 4**  
**Durasi Responden**

Durasi	Frekuensi	Persentase
<1 jam	4	5,0%
1-2 jam	31	38,8%
3-4 jam	31	38,8%
>4 jam	14	17,5%
Total	80	100%

Sumber: Data Primer, Diolah

Sajian Tabel 4 menunjukkan bahwa durasi responden beragam dari <1 jam s/d >4 jam. Durasi mayoritas responden adalah 1-2 jam dan 3-4 jam sebanyak 31 orang (38,8%).

##### 3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi dapat dilihat dalam tabel berikut :

Berdasarkan tabel 3 di bawah ini, persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,703	1,646		2,250	,027
1 X1	,400	,084	,548	4,778	,000
X2	,282	,109	,296	2,584	,012

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer, Diolah

Sajian tabel 5 di atas, dijelaskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,703 + 0,400X_1 + 0,282X_2$$

Berdasarkan persamaan di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Koefisien regresi Agenda Media (X1) sebesar 0,400 artinya jika variabel Agenda Media (X1) ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepercayaan sebesar 0,400 satuan dengan asumsi variabel Agenda Publik (X2) dianggap tetap. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Agenda Media (X1) dengan kepercayaan (Y) mempunyai hubungan positif.

Koefisien regresi Agenda Publik (X2) sebesar 0,282 artinya jika variabel Agenda Publik (X2) ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepercayaan sebesar 0,282 satuan dengan asumsi variabel Agenda Media (X1) dianggap tetap. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Agenda Publik (X2) dengan kepercayaan (Y) mempunyai hubungan positif.

### 3.3 Pembahasan

#### 1. Pengaruh Agenda Media Terhadap Kepercayaan

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa Agenda Media berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah. Artinya, apabila variabel Agenda Media mengalami peningkatan maka meningkat pula kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Agenda Media dalam kategori menarik. Hal ini karena responden merasa bahwa berita kompas.com tentang pemerintah yang dilansir merupakan isu permasalahan terkini, mudah dipahami, dan berita yang ditunggu-tunggu perkembangannya.

#### 2. Pengaruh Agenda Publik Terhadap Kepercayaan

Hasil uji t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan Agenda Publik terhadap kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah. Ini menunjukkan bahwa semakin penting Agenda Publik yang diinginkan maka akan meningkatkan kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden merasa berita tentang pemerintah yang dimuat di kompas.com tidak asing baginya. Ini berarti bahwa media tidak sekedar menjadi alat membangun demokratisasi komunikasi yang sangat dikehendaki khalayak luas. Tetapi media telah menjadi alat hegemoni dimana pengelola media dapat mendesakkan agendanya kepada khalayak. Adanya hal tersebut membuat masyarakat percaya dengan apa yang diberitakan oleh media karena masyarakat merasakan gambaran realitas atau fakta dari peristiwa yang terjadi melalui pemberitaan media tersebut.

#### 4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Ada pengaruh agenda media Kompas.com terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepentingan pengelola media terhadap berita yang disajikannya maka akan meningkatkan kepercayaan khalayak atas isu yang diangkat. Dengan kata lain, apabila media pro dengan pemerintah maka khalayak akan percaya dengan terhadap pemerintah.
2. Ada pengaruh agenda publik terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah. Hal ini menunjukkan bahwa isu-isu tentang pemerintah sesuai dengan harapan khalayak media, sehingga meningkatkan kepercayaan khalayak terhadap pemerintah.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memiliki beberapa saran :

1. Bagi Pemerintah  
Sebaiknya kebijakan pemerintah lebih memperhatikan kepentingan umum bukan cenderung memaksakan kepentingan program yang dijalankan karena sebagian responden menilai bahwa pemerintah masih kurang mementingkan kepentingan umum.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya  
Disarankan untuk meneliti mahasiswa komunikasi sekota Surabaya atau lebih luas lingkupnya sebagai objek penelitian berikutnya. Dengan begitu peneliti bisa mengetahui tingkat kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah melalui agenda setting. Selain itu, dapat menambah media yang diteliti

sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih komprehensif agar berguna sebagai informasi dan akan mempengaruhi pembuatan kebijakan agenda politik

#### DAFTAR PUSTAKA

- Barata, A. A. (2003). Dasar-dasar Pelayanan Prima. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Domminick, J. R., & Wimmer, R. W. (2000). Mass Media Research An Introduction. Wadwoth Publishing Company.
- Effendy, Onong Uchajana. (2003). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, A. (2005). Matinya Dunia Cyberspace: Kritik Humanis Mark Slouka terhadap Jagat Maya. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Hamad, I. (2004). Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa: sebuah studi critical discourse analysis terhadap berita-berita politik. Yayasan Obor Indonesia.
- Haryanto. (2003). Metode Penelitian Komunikasi:Agenda Setting. Surakarta: FISIP Program Studi Komunikasi Massa UNS.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2008). Teori Komunikasi. Jakarta: Salemba Empat.
- Margianto, J. Heru & Syaefullah, Asep. (2012). Media Online: Antara Pembaca, Laba, dan Etika. Jakarta: Aji Indonesia
- Nova, F. (2009). Crisis Publik Relations: bagaimana PR menangani krisis perusahaan. Jakarta: Grasindo.
- Prihatono, H. T. (2009). Strategi Mengawal Proses Kebijakan Keamanan Nasional: Sebuah Manual untuk Masyarakat Sipil. Jakarta: Propatria Institute.

- Rumanti, S. M. (2005). *Dasar-dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Grasindo.
- Sendjaja, D. S. (2004). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka Departemen Pendidikan Nasional.
- Silalahi, Ulber. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Susanto, H. (2014). *Communication Skills "Sukses Komunikasi, Presentasi dan Berkarier"*. Yogyakarta: deepublish.
- Winarno, B. (2008). *Globalisasi: Peluang atau Ancaman bagi Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Zen, F. (2004). *NU Politik: analisis wacana media*. Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara.

#### JURNAL

- Bharad, A., Harrison, R. W., Kinsey, J., Degeneffe, D., & Ferreira, G. (2010). Analysis of Media Agenda Setting Effects on Customer Confidence in the Safety of the U.S. Food System.
- Bhattacharjee, A. (2002) Individual Trust in Online Firms: Scale Development and Initial Test. *Journal of Management Information Systems* (19)1, pp.211-241.
- Coleman, S., Anthony, S., & Morrison, D. E. (2009). Public Trust in the News A constructivist study of the social life of the news. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Kiousis, S., & McCombs, M. (2004). Agenda Setting Effects And Attitude Strength: Political Figures During The 1996 Presidential Election. *Communication Research* 2004 31: 36.
- Marzuki, E. (2006). Agenda Setting Isu-isu pada Headline Surat Kabar Harian Jawa Pos Edisi Juni 2006 terhadap Masyarakat Surabaya.
- McCombs, M. (2002). The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion.
- Moon, S. J. (2011). Attention, Attitude, and Behavior: Second-Level Agenda-Setting Effects as a Mediator of Media Use and Political Participation. *Communication Research*, 40 (5), 698-719.
- Nugroho, A. C. (2012). Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi. *INSANI*, ISSN: 0216-0552 No. 12/1/Juni 2012.
- Pingree, R. J., Quenette, A. M., & Dickinson, J. M. (2013). Effects of Media Criticism on Gatekeeping Trust and Implications for Agenda Setting. *Journal of Communication* Volume 63, Issues 2, pages 351-372, April 2013.
- Prihantoro, E. (2013). Analisis Wacana Pemberitaan Selebriti Pada Media Online. *Prosiding PESAT*, 5.
- Rendro. (2010). The First LSPR Communication Research Conference 2010 Beyond Borders: Communication Modernity & History. London: STIKOM The London School of Public Relations.
- Soegoto, H. (2010). Pengaruh Nilai dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas. *Majalah Ilmiah UNIKOM* Vol. 7, No. 2.
- Sulaiman, A. I. (2010). Dilema Elite Politik dan Kekuatan Media Massa. *MIMBAR*, Vol. XXVI, No. 2 (Desember 2010): 115-121. No. 2 (Desember 2010): 115-121.

INTERNET

Admin Fisip. (2016). Peran Penting Mahasiswa Ilmu Komunikasi Dalam Kemajuan Pembangunan Global  
<http://fisip.untagsby.ac.id/index.php/informasi/magang/pengertian-dan-tujuan/47-home/375-peran-penting-mahasiswa-ilmu-komunikasi-dalam-kemajuan-pembangunan-global>

Kompas.com

Romli, A. S. (2014). Komunikasi Politik.  
<https://drive.google.com/file/d/0BxSUs0Cy-qbyS2tWbGIxRE9fSTg/view>,  
(diakses 2 November 2017).