

PROSES MEMBANGUN AGENDA SETTING KEBIJAKAN PADA PORTAL BERITA PEMERINTAH DAN KESESUAIANNYA DENGAN AGENDA MEDIA *ONLINE*

THE PROCESS OF BUILDING POLICY OF AGENDA SETTING THROUGH THE GOVERNMENT NEWS PORTAL AND FITNESS WITH ONLINE MEDIA AGENDA

Santhy Verawati Elfrida

Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika
Jl. Medan Merdeka Barat No.9 Jakarta Pusat, 10110, Indonesia. Telp/Fax: 021-3841972 / HP.081284832376,
e-mail: sant003@kominfo.go.id

Naskah diterima tanggal 20 Maret 2015, direvisi tanggal 27 Mei 2015, disetujui tanggal 17 Juni 2015

Abstract

Agenda setting is required by the government public relations in disseminating information about the policies that are considered important by the public. The Ministry of Communications and Information Technology as a government public relations (Government Public Relations - GPR) is inseparable from the interests of the public (public agenda) and the media agenda, especially in disseminating strategic issues to the public. One of the media to support the role of the GPR that utilize communications technology and the Internet-based information through news portals InfoPublik. This study aims to examine the process of building agenda setting government policy in the online news portal InfoPublik and analyze the suitability of framing the media agenda kompas.com. The research method with the quantitative and qualitative content analysis using agenda setting theory. Data were collected through interviews and content analysis. The results showed that the government's policy agenda building process conducted by the Ministry of Communications and Information Technology as a government public relations through InfoPublik news portal, has its own governance. What's on the agenda by the Ministry of Communications as a government public relations to strategic issues, especially concerning the implementation of the policy in the presidential election of 2014, related to the public interest (public agenda) agenda through the framing of the news media. Suitability in framing the news in the 2014 Presidential Election themed InfoPublik and Kompas.com have some similarities such as speakers and thematic news.

Keywords: *Agenda Setting, Agenda Building Government Policy, The Government News Portal*

Abstrak

Agenda setting sangat diperlukan oleh humas pemerintah dalam menyebarkan informasi tentang kebijakan-kebijakan yang dianggap penting oleh publik. Kementerian Komunikasi dan Informatika sebagai humas pemerintah (*Government Public Relation – GPR*) tidak terlepas dari kepentingan publik (agenda publik) dan agenda media khususnya dalam mendiseminasikan isu-isu strategis kepada masyarakat. Salah satu media untuk mendukung peran *GPR* tersebut yakni memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi berbasis internet yakni melalui portal berita Infopublik. Penelitian ini bertujuan mengkaji proses membangun agenda setting kebijakan pemerintah di portal berita *online* *Infopublik* dan menganalisis kesesuaian *framing* dengan agenda media kompas.com. Metode penelitian dengan analisis isi kuantitatif dan kualitatif dengan menggunakan teori *agenda setting*. Data dikumpulkan melalui wawancara dan analisis isi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses membangun agenda kebijakan pemerintah yang dilakukan Kementerian Komunikasi dan Informatika sebagai humas pemerintah melalui portal berita infopublik, mempunyai tata kelola tersendiri. Apa yang di agenda oleh Kementerian Kominfo sebagai humas pemerintah terhadap isu-isu strategis khususnya tentang kebijakan dalam pelaksanaan pemilihan presiden 2014, terkait dengan kepentingan publik (*agenda publik*) menjadi agenda media melalui pbingkaiian berita Kesesuaian dalam pbingkaiian berita bertemakan Pemilihan Presiden 2014 di *Infopublik* dan Kompas.com memiliki beberapa kesamaan seperti narasumber dan tematik berita.

Kata Kunci: *Agenda Setting, Agenda Building* Kebijakan Pemerintah, Portal Berita Pemerintah

PENDAHULUAN

Kebutuhan informasi bagi masyarakat Indonesia tidak lagi sekedar kebutuhan sesaat akan tetapi sudah menjadi kebutuhan yang esensial. Informasi-informasi aktual atau ragam peristiwa yang terjadi di tengah-tengah masyarakat di suatu daerah dapat disajikan dan disebarluaskan oleh media massa secara berkala dalam waktu singkat dan menjangkau khalayak di tempat yang jauh dan luas. Informasi atau peristiwa yang disebarluaskan ini bisa saja menjadi topik bahasan di ranah publik (*public sphere*). Dengan demikian, media massa memiliki peran strategis dalam membentuk opini publik.

Idealnya media massa menyajikan informasi yang bersifat positif kepada khalayaknya. Selain produk yang bersifat positif, media massa seharusnya menyajikan dan menyebarluaskan suatu produk jurnalistik berupa informasi atau peristiwa yang akurat, objektif dan berimbang. Dalam istilah jurnalis Walter Lippmann, opini publik yang dibentuk media merupakan dunia yang tergambar di benak kita "*the world that is pictured in our mind*" (dalam Protes dan McCombs, 1991, h.2).

Adanya tendensi media massa yang mendominasi agenda publik melalui pemberitaannya yang terus-menerus menyebabkan masyarakat percaya dan meyakini bahwa apa yang disajikan oleh media massa dalam agenda medianya adalah suatu kebenaran dan bisa menjadi rujukan informasi. Hal ini terjadi karena masyarakat tidak mempunyai sumber informasi alternatif sebagai pembanding. Selain itu, media massa dalam menyajikan dan menyebarluaskan program yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah cenderung membentuk opini yang negatif. Dalam pemberitaannya lebih banyak mengungkap kegagalan daripada kesuksesan pemerintah.

Ketidakberpihakan, ketidakseimbangan dan ketidakobjektifan konten media massa dalam

agenda medianya untuk mendiseminasikan kebijakan publik (*public policy*) akan memengaruhi perspektif masyarakat terhadap agenda kebijakan pemerintah yang sedang berjalan.

Setiap informasi yang disampaikan lembaga publik baik langsung maupun melalui media massa sering dinilai oleh sebagian masyarakat tidak sama dan senada, bahkan ada sebagian informasi dinilai dan dipersepsikan bertentangan antara satu dengan yang lainnya. Salah satu hak asasi manusia adalah hak untuk memperoleh informasi atau dinamakan hak tahu masyarakat (*the right to know*). Hak ini telah tercantum pada konstitusi UUD 1945 pasal 28F, berbunyi: setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.

Berlandaskan konstitusi ini, para penyelenggara negara atau penyelenggara pemerintahan melalui lembaga kehumasan harus mampu mengelola informasi untuk kepentingan masyarakat. Dengan tata kelola informasi yang baik, diharapkan masyarakat dapat memahami secara utuh informasi tentang hasil-hasil pembangunan dan kebijakan pemerintah dan begitu pula sebaliknya, pemerintah dapat melayani hak tahu publik terhadap kebijakan dengan baik. *Agenda setting* yang dibuat oleh media massa sering tidak sejalan dengan apa yang diharapkan pemerintah dalam menyampaikan informasi tentang kebijakan-kebijakan pemerintah kepada masyarakat.

Pada saat media swasta secara serempak mengangkat sebuah isu spesifik dan terus-menerus kepada publik, pemerintah juga merasa perlu secara bersama-sama merespon isu media tersebut dalam satu kesatuan sudut pandang sebagai *agenda setting* pemerintah atau negara yang disepakati bersama. Untuk itu dalam penelitian ini, penulis akan menganalisis tentang proses membangun agenda kebijakan pemerintah yang dilakukan oleh Kementerian

Kominfo sebagai humas pemerintah melalui media portal berita online www.infopublik.kominfo.go.id dan bagaimana kesesuaiannya dengan agenda media *online* lain dalam hal ini www.kompas.com.

Terkait dengan penelitian ini, peneliti membatasi penelitiannya hanya pada kebijakan pemerintah terkait dengan Pemilihan Presiden 2014 yang diagendakan oleh media *online* yang dikelola Kementerian Kominfo dan PT. Kompas Media Nusantara (www.kompas.com). Hal ini dikarenakan terbatasnya waktu, sarana, dana dan luasnya cakupan penelitian. Selain itu, melihat periodisasi penelitian dimulai dari tanggal 1 Juni dan 31 Agustus 2014 di mana pada 3 (tiga) bulan itu didominasi oleh peristiwa menjelang dan pelaksanaan pemilihan presiden 2014. Berdasarkan persoalan tersebut maka peneliti merumuskan dua pertanyaan penelitian sebagai dasar untuk mencari jawaban dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana proses membangun agenda setting kebijakan pemerintah yang dilakukan oleh Kementerian Kominfo sebagai humas pemerintah melalui portal berita Kementerian Kominfo? Dan 2) Bagaimana kesesuaian agenda media portal berita online www.infopublik.kominfo.go.id dengan media online www.kompas.com tentang berita-berita yang terkait kebijakan pemerintah yang bertema pemilihan presiden 2014?

Tujuan penelitian ini mengkaji proses membangun agenda setting kebijakan pemerintah yang dilakukan Kementerian Kominfo sebagai humas pemerintah melalui portal berita *infopublik* dan menganalisis kesesuaian agenda media portal berita Kominfo dengan agenda media *online Kompas* tentang berita-berita terkait kebijakan pemerintah bertema Pemilihan Presiden 2014.

Penelitian ini menggunakan beberapa teori, antara lain *Agenda setting* yang diperkenalkan oleh McCombs dan DL Shaw (1972). Mc Combs dan DL Shaw menyatakan bahwa: *“Mass media have the ability to transfer the salience of items on their news agendas to the public agenda. We judge as important what the media judge as important.”* Media

massa memiliki kemampuan memindahkan hal-hal penting dari agenda berita media menjadi agenda publik. Kita menilai penting apa saja yang dinilai penting oleh media. Dengan kata lain, teori agenda setting adalah teori efek komunikasi massa yang memberi pengaruh terhadap masyarakat dan budaya. McCombs dalam penelitian mengembangkan dan memperluas dengan menghubungkan dengan teori *framing*. Teori ini disebut sebagai agenda setting tahap dua. McCombs berpendapat bahwa: *“Agenda setting bekerja pada dua level, yakni level objek dan level atribut. Penelitian agenda setting biasanya berfokus pada level objek dan telah mengukur bagaimana pemberitaan media dapat memengaruhi prioritas yang diberikan pada objek. Dengan melakukan hal ini, media sudah melakukan kepada kita apa yang seharusnya dipikirkan, akan tetapi juga media dapat memberitahukan kepada kita bagaimana memikirkan objek tertentu. Media melakukan hal ini dengan memengaruhi lapisan kedua “agenda atribut”. Media memberitahukan karakteristik objek mana yang penting dan mana yang tidak.”* (Baran & Davis, 2010: 350).

Sementara itu Dennis McQuail dalam Tamburaka (2012, h.22) mendefinisikan agenda setting sebagai:

“Process by which the relative attention given to items or issues in news coverage influences the rank order of public awareness of issues and attribution of significance. As an extension, effects on public policy may occur.”

Penulis menyimpulkan ada korelasi yang signifikan antara apa yang diagendakan oleh media massa dan apa yang menjadi agenda publik.

Teori *agenda setting* yang dilakukan *public relation (PR)*, pernah dilakukan penelitian oleh Judy VanSlyke Turk, di negara bagian Louisiana Amerika Serikat. Penelitian ini dilakukan Judy VanSlyke Turk pada periode 16 September – 10 November 1984. Judy VanSlyke meneliti tentang pengaruh Pejabat Informasi Publik (*Public Information Officers*) PIOs dalam menyampaikan agenda

kebijakan pemerintah ke ruang publik terhadap pemberitaan yang diagendakan oleh media massa. Dalam penelitian ini Judy VanSlyke meneliti pengaruh siaran pers yang dikeluarkan oleh 6 PIOs lembaga pemerintah terhadap pemberitaan di media massa. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa informasi mengenai kebijakan pemerintah yang disebarkan melalui siaran pers oleh PIOs di 6 lembaga pemerintah memengaruhi pemberitaan di 8 (delapan) surat kabar harian di Louisiana. Dalam penelitian ini Judy VanSlyke meneliti pengaruh siaran pers yang dikeluarkan oleh 6 PIOs lembaga pemerintah terhadap pemberitaan di media massa. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa informasi mengenai kebijakan pemerintah yang disebarkan melalui siaran pers oleh PIOs di 6 lembaga pemerintah memengaruhi pemberitaan di 8 surat kabar harian di Louisiana.

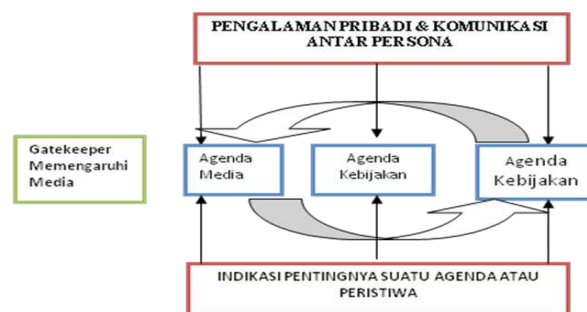
Sementara itu, penelitian terkait dengan pejabat humas dilakukan Udi Rusadi pada tahun 1985 mengenai hubungan antara pendapat *Kompas* dengan pendapat kepala humas mengenai prioritas pentingnya topik nasional penelitiannya menyimpulkan bahwa hubungan terpaan kepala humas kepada media dengan efek agenda setting merupakan satu-satunya hubungan yang signifikan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa untuk memperoleh efek *agenda setting* yang lebih kuat, diperlukan terpaan yang lebih tinggi dari kepala humas. Apabila kepala humas mengkhususkan membaca surat kabar tertentu akan memperoleh efek *agenda setting* yang lebih kuat dari surat kabar tersebut.

Salma Ghanem (dalam *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our understanding of the Social World*, 2001. h.1-2) berpendapat tentang *framing* atau pembedaan berita yang dilakukan media massa terkadang hanya berorientasi pada kepentingan pemilik media. *Framing* menempati ruang dalam domain, sebagai “tingkat kedua”. *Framing* pada dasarnya merupakan gambaran aspek masalah yang diuraikan lebih lengkap, tingkat kedua penetapan agenda, memungkinkan mereka untuk mengatur itu dalam sistem-menciptakan ketertiban teoretis yang lebih besar. Analisis

framing (Eriyanto, 2002) merupakan salah satu alternatif model analisis yang dapat mengungkapkan rahasia di balik semua perbedaan (bahkan pertentangan) media dalam mengungkapkan fakta.

Pada dasarnya *framing* (2002) adalah metode untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang dijadikan berita. “Cara melihat” ini berpengaruh pada hasil akhir dari konstruksi realitas. Analisis *framing* adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksikan realitas.

Menurut Everet Rogers dan James Dearing (1998), agenda setting merupakan proses linear yang terdiri atas tiga tahap, yaitu agenda media, agenda publik, dan agenda kebijakan. Penetapan agenda media (media agenda), yaitu penentuan prioritas isu oleh media massa. Media agenda dalam cara tertentu akan memengaruhi atau berinteraksi dengan apa yang menjadi pikiran publik maka interaksi tersebut akan menghasilkan ‘agenda publik’ (*public agenda*). Dapat disimpulkan bahwa agenda publik akan berinteraksi sedemikian rupa dengan apa yang dinilai penting oleh pengambil kebijakan, yaitu pemerintah, dan interaksi tersebut akan menghasilkan agenda kebijakan (*policy agenda*). Agenda media akan memengaruhi agenda publik dan pada gilirannya, agenda publik akan memengaruhi agenda kebijakan.



Gambar 1. Proses Agenda Setting Bekerja oleh Mc.Quail & Windahl (1993)

Sumber: Agenda Setting Media Massa, Tamburaka, 2012, h.68

Metode penelitian yang digunakan untuk level pertama (*the first level*) dengan metode analisis isi kuantitatif untuk melihat bagaimana proses agenda kebijakan pemerintah dibangun oleh Kementerian Kominfo pada periode Juni – Agustus 2014. Analisis isi kuantitatif untuk meneliti berapa banyak jumlah isu-isu kebijakan pemerintah selama 3 (tiga) bulan dan isu-isu kebijakan seperti apa yang muncul dan dominan pada periode 1 Juni – 31 Agustus 2014.

Level kedua (*the second level*) agenda media yakni mengkaji bagaimana kesesuaian agenda media yang dikelola oleh Kementerian Kominfo dalam hal ini *Infopublik* dengan agenda media yang dikelola oleh *Kompas*, dengan menggunakan metode analisis isi kualitatif yakni menganalisis teks berita.

Subjek penelitian Pejabat Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Kominfo, Redaktur *Infopublik* dan Pemimpin Redaksi *Kompas.com*. Sedangkan objek penelitian adalah teks berita yang dimuat di portal berita online www.infopublik.kominfo.go.id dan www.kompas.com tanggal 1 Juni sampai dengan tanggal 31 Agustus 2014. Unit analisisnya adalah teks berita portal www.infopublik.kominfo.go.id dan www.kompas.com mulai tanggal 1 Juni - 31 Agustus 2014.

Dalam penelitian proses membangun kebijakan pemerintah melakukan wawancara mendalam dengan pejabat di Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Kominfo dan para redaktur yang terlibat langsung dalam proses produksi berita online www.infopublik.kominfo.go.id dan www.kompas.com.

Untuk penelitian agenda media dengan analisis isi kuantitatif yakni mengadaptasi kategori berita-berita surat kabar di Indonesia oleh Deuttscmann (Flournoy, 1989) (dalam Kriyantono, 2012) dengan mengklasifikasikan menjadi 3 kategori, yakni berita Politik & Hukum, Keamanan; berita Ekonomi & Bisnis, Keuangan; berita Sosial & Budaya, Olahraga untuk mengetahui berapa jumlah berita-berita yang dimuat di portal berita online *infopublik* tentang kebijakan-kebijakan pemerintah. Penelitian ini menggunakan tabel tendensi

sentral bentuk modus yakni jenis tendensi sentral yang menunjukkan frekuensi terbesar pada suatu kelompok data nominal tertentu atau dengan kata lain frekuensi yang paling sering muncul dengan menggunakan rumus *Spearman's Rho Rank-Order Correlation*. Rumus ini digunakan untuk menguji data ordinal, yaitu data yang mempunyai tingkatan atau urutan tertentu (dalam Kriyantono 2010).

Rumus:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum d^2}{N(N^2 - 1)}$$

d = perbedaan atau selisih antara pasangan rangking
N = jumlah isu yang diamati

Sementara itu untuk melihat kesesuaian *framing* dengan menggunakan analisis isi kualitatif yakni menganalisis teks berita terkait kebijakan pemerintah yang bertema Pemilihan Presiden 2014 mulai Juni - Agustus 2014 di kedua portal berita online dengan analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, yakni melihat lebih dalam bagaimana proses suatu berita disusun sebagaimana wacana publik tentang isu atau kebijakan dikonstruksikan dan dinegosiasikan. Penulis akan melihat lebih dalam bagaimana media membentuk dan kemasan tertentu kepada khalayak.

Analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki dalam Eriyanto (2008) dibagi ke dalam empat struktur besar. *Pertama*, struktur sintaksis. Sintaksis terkait bagaimana wartawan menyusun peristiwa-pernyataan, opini, kutipan, pengamatan atas peristiwa ke dalam bentuk susunan umum berita. Struktur semantik diamati dari berita (*lead*, latar *headline*, kutipan yang diambil dan sebagainya). *Kedua*, struktur skrip. Skrip berhubungan dengan bagaimana wartawan mengisahkan atau menceritakan peristiwa ke dalam bentuk berita. *Ketiga*, struktur tematik. Tematik melihat bagaimana wartawan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antarkalimat yang membentuk teks secara keseluruhan.

Keempat, struktur retorik. Retorik terkait bagaimana wartawan menekankan arti tertentu

ke dalam berita. Struktur ini akan melihat bagaimana wartawan memakai pilihan kata, idiom, grafik dan gambar yang dipakai bukan hanya mendukung tulisan, melainkan juga menekankan arti tertentu kepada pembaca.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Membangun *Agenda Setting* Media Kementerian Kominfo tentang Kebijakan Pemerintah yang dilakukan Kementerian Kominfo sebagai Humas Pemerintah

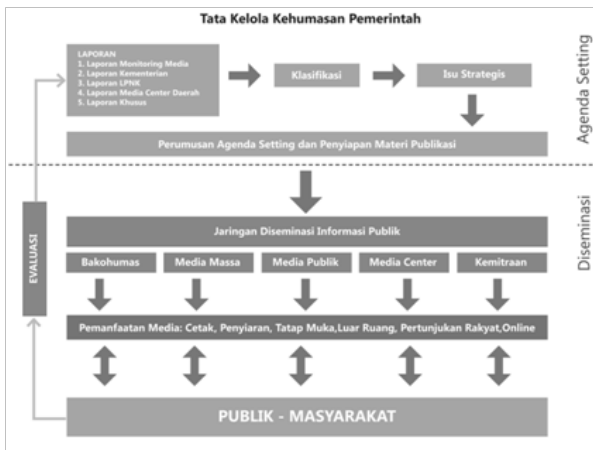
Dalam proses membangun *agenda setting* media Kementerian Kominfo tentang kebijakan pemerintah yang pertama dilakukan, yakni Tim monitoring melakukan pengelolaan *agenda setting* kebijakan dengan melihat isu-isu di media, isu-isu publik dan isu kebijakan pemerintah apa yang muncul hari itu. Monitoring dilakukan terhadap isu-isu di media cetak, penyiaran dan online, dan dilaksanakan sesuai dengan periodisitas media (per jam, harian dan mingguan). Isu media yang dimonitoring yakni media nasional. Untuk isu-isu publik dilakukan dengan melakukan survei/ jajak pendapat ke masyarakat untuk mengidentifikasi secara langsung respon masyarakat yang diwakili oleh sampel populasi terpilih; menjanging secara langsung opini masyarakat dari berbagai dialog interaktif dan forum komunikasi; mengumpulkan data atau inventarisasi permohonan informasi dari Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) pada badan-badan publik di lingkungan institusinya dan mengumpulkan informasi dari kotak aduan dan *call centre*. Sementara untuk monitoring isu kebijakan pemerintah dengan mengumpulkan data dan informasi yang berisi berbagai kebijakan pemerintah dari instansi pemerintah dan lembaga negara. Kebijakan pemerintah ini meliputi bidang politik, hukum dan keamanan (Polhukam); Perekonomian, dan Kesejahteraan Rakyat.

Setelah dilakukan monitoring kemudian tim melakukan pengelompokan/pengklasifikasian isu. Dalam hal ini tim memilih dan memilah

isu berdasarkan jenis isu, yaitu: isu media, kebijakan, dan isu publik. Isu media dan isu publik diklasifikasikan berdasarkan keterkaitannya dengan kewenangan yang dimiliki oleh instansi terkait, baik langsung maupun tidak langsung. Sementara itu klasifikasi kebijakan berdasarkan pada isu strategis di bidang polhukam, perekonomian, dan kesra. Untuk analisis kebijakan yakni terlebih dahulu mengidentifikasi kebijakan yang dinilai sebagai sumber persoalan atau solusi. Kemudian merumuskan prioritas kebijakan dengan memperhatikan keterkaitan dengan kebijakan lain, pemenuhan prasyarat kebijakan, kepentingan publik; mengkaji keterkaitan institusi utama dan institusi pendukung dengan isu.

Dari hasil analisis kebijakan untuk menentukan isu strategis yakni menemukan isu yang paling menonjol dan berpengaruh terhadap kebijakan pemerintah dan menyangkut hajat hidup orang banyak. Isu strategis yakni berupa isu strategis Polhukam, isu strategis Kesra, isu strategis Perekonomian. Setelah dikumpulkan hasil monitoring tersebut dibuat laporan Monitoring Isu Publik (MIP) dan *Monitoring Content Analysis* (MCA) yang diserahkan kepada masing-masing satker di lingkungan Kementerian Kominfo setiap hari. Setelah itu dilakukan rapat antara Dirjen IKP, eselon 2 di lingkungan Ditjen IKP dan Pemred Portal berita Infopublik. Hasil rapat tersebut kemudian dirapatkan kembali dalam rapat agenda setting antara pemred dan reporter untuk menentukan arah liputan berita yang akan dipublikasikan dalam seminggu. Agenda setting sangat diperlukan oleh humas pemerintah ketika menjalankan fungsinya dalam menyebarkan informasi tentang kebijakan-kebijakan yang dianggap penting oleh publik. Kementerian Komunikasi dan Informatika sebagai humas pemerintah dalam menjalankan fungsinya sebagai *Government Public Relation - GPR* tidak terlepas dari kepentingan publik (agenda publik) dan agenda yang dibuat oleh media khususnya dalam mendiseminasikan isu-isu strategis atau kebijakan-kebijakan pemerintah kepada masyarakat. Salah satu media untuk

mendukung peran *GPR* tersebut, yakni memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi berbasis internet, yakni melalui portal berita www.infopublik.kominfo.go.id. Berikut gambar tata kelola kehumasan pemerintah yang dijalankan Kementerian Kominfo.



Gambar 2. Tata Kelola Kehumasan Pemerintah

Sumber: Berkomunikasi di Ruang publik, 2012, h.64

Agenda Media di Portal Berita Online *Infopublik* dan *Kompas.com*

Analisis isi berita-berita di portal berita www.infopublik.kominfo.go.id mulai 1 Juni - 31 Agustus 2014 tergambar dalam Tabel 1.

Tabel 1. Berita-berita terkait Kebijakan Pemerintah yang dimuat *Infopublik* Periode 1 Juni – 31 Agustus 2014

No	Berita	Jumlah Berita
1	Politik & Hukum, Keamanan	28
2	Ekonomi & Bisnis, Keuangan	44
3	Sosial & Budaya, Olahraga	25
Jumlah		97

Analisis isi berita-berita terkait kebijakan pemerintah di media online www.kompas.com mulai 1 Juni sampai dengan 31 Agustus 2014.

Tabel 2. Berita-berita terkait Kebijakan Pemerintah yang dimuat *Kompas.com* Periode 1 Juni – 31 Agustus 2014

No	Berita	Jumlah Berita
1	Politik & Hukum, Keamanan	28
2	Ekonomi & Bisnis, Keuangan	9
3	Sosial & Budaya, Olahraga	1
Jumlah		38

Sementara itu jika melihat agenda media tentang berita-berita terkait kebijakan pemerintah di portal berita www.infopublik.kominfo.go.id dan www.kompas.com dengan total berita 135 berita terdiri dari 97 berita di *Infopublik* dan 38 berita di *Kompas.com* dapat terlihat perbedaan. Berikut perbandingan frekuensi agenda media dalam Tabel 3.

Tabel 3. Agenda Media terkait Kebijakan Pemerintah di *Infopublik* dan *Kompas* Periode 1 Juni – 31 Agustus 2014

Berita	Kompas	Infopublik	d	d ²
Ekonomi & Bisnis, Keuangan	9	44	-35	1225
Sosial & Budaya, Olahraga	1	25	-24	76
Politik & Hukum, Keamanan	28	28	0	0
N = 135		$\sum d^2 = 1801$		

$$\rho = 1 - \frac{6 \times 1801}{135 (18225 - 1)} = 0,99$$

Tabel 4. Berita Tema Pilpres 2014 di *Kompas* dan *Infopublik*

Media Online	Tema Pilpres	%
infopublik	11	39,28 %
kompas	10	35,71 %

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan antara portal berita *online Kompas* dan *Infopublik* dalam menonjolkan isu utama terkait kebijakan pemerintah. Pada *Kompas*, isu utama terkait kebijakan pemerintah lebih dominan pada berita Politik & Hukum, Keamanan dengan jumlah berita 28 berita, sementara itu pada portal berita *online Infopublik* berita Ekonomi & Bisnis, Keuangan lebih dominan dengan jumlah berita 44 berita. Perbedaan ini terlihat sangat besar perbandingan jumlah beritanya.

Perbedaan terlihat dalam jumlah pemberitaan tersebut kedua portal berita online ini sama-sama memiliki perspektif yang sama,

yakni bahwa berita Politik & Hukum, keamanan sangat penting dan menjadi perhatian oleh kedua portal berita *online* ini, meskipun pada *Kompas* berita tersebut tidak dominan dibandingkan pemberitaan di *Infopublik*.

Secara statistik kedua portal berita online ini sesuai dengan rumus *Spearman's Rho Rank Order Correlation* menunjukkan korelasi agenda media terkait kebijakan pemerintah di *Infopublik* dan *Kompas* dengan nilai $\rho = 0,99$.

Analisis isi berita-berita tentang kebijakan pemerintah dalam tema Pemilihan Presiden di portal berita www.infopublik.kominfo.go.id dan www.kompas.com mulai 1 Juni - 31 Agustus 2014 tergambar dalam Tabel 5.

Tabel 5. Berita-berita terkait Kebijakan Pemerintah dengan Tema Pemilihan Presiden di *Infopublik* Periode 1 Juni – 31 Agustus 2014

No	Tanggal/ Hari	Judul Berita	Waktu Diupload
1	Kamis/ 5 Juni 2014	KPU Janjikan Pilpres 2014 Lebih Berintegritas	05:00 WIB
2	Jumat / 6 Juni 2014	Bawaslu Imbau Ciptakan Pemilu Berintegritas	01:17 WIB
3	Jumat / 6 Juni 2014	Babinkamtibnas Dilarang Ikut Kegiatan Politik	07:33 WIB
4	Selasa/ 17 Juni 2014	KPU Harap Lembaga Penyiaran Bersikap Netral	03:09 WIB
5	Sabtu / 12 Juli 2014	KPI Minta TV Hentikan Penayangan Hasil Hitung Cepat	10:40 WIB
6	Minggu / 13 Juli 2014	KPU Tidak terpengaruh hasil Hitung Cepat	08:28 WIB
7	Minggu / 13 Juli 2014	Presiden Imbau KPU Ajak Peserta Pilpres Awasi Rekapitulasi	08:34 WIB
8	Senin/14 Juli 2014	Media Harus Mampu Beri Pencerahan Pilpres	09:21 WIB
9	Rabu/ 16 Juli 2014	Kemkominfo Evaluasi Kelayakan IPP Metro TV dan TV One	04:11 WIB
10	Minggu / 20 Juli 2014	KPU Tetapkan Rekapitulasi Pilpres 22 Juli 2014	02:47 WIB
11	Kamis / 24 Juli 2014	KPU Minta Semua Pihak Hormati Hasil Pemilu	04:02 WIB

Tabel 6. Berita-berita terkait Kebijakan Pemerintah dengan Tema Pemilihan Presiden
di Kompas.com
Periode 1 Juni – 31 Agustus 2014

No	Tanggal/ Hari	Judul Berita	Waktu Diupload
1	Selasa, 3 Juni 2014	SBY: Pers Kita Terbelah, Lihat Metro TV dan TV One	12:11 WIB
2	Selasa, 3 Juni 2014	Lima Media Televisi Dinilai Tidak Netral	19:31 WIB
3	Selasa, 3 Juni 2014	KPU Gelar Deklarasi Pemilu Damai dan Berintegritas	20:15 WIB
4	Selasa, 10 Juni 2014	Moeldoko: Silakan Babinsa Lanjutkan Pembinaan, Panglima Tanggung Jawab	19:36 WIB
5	Jumat, 4 Juli 2014	KPI: Banyak Pemberitaan Capres di TV Langgara Aturan	17:17 WIB
6	Jumat, 4 Juli 2014	KPI Minta Kemenkominfo Evaluasi Kelayakan Izin Siar "TV One" dan Metro TV	21:24 WIB
7	Jumat, 11 Juli 2014	KPI Perintahkan Lembaga Penyiaran Tak Tayangkan Hasil "Quick Count"	18:26 WIB
8	Jumat, 11 Juli 2014	KPI Serukan Hentikan Penayangan "Quick Count" dan:Real Count" di Televisi	19:28 WIB
9	Sabtu, 12 Juli 2014	Ketua KPU: Putusan pada 22 Juli Belum Tentu Mutlak	20:29 WIB
10	Rabu, 24 Juli 2014	KPI: Sekarang Fokus ke "Real Count" KPU	21:19 WIB

Berita tentang Peran Babinkamtibmas pada saat Pilpres 2014

Berita tentang peran Babinkamtibmas pada saat Pilpres 2014 disoroti dengan frame yang berbeda dalam menyusun agenda setting. Dari agenda setting yang dilakukan pemerintah dalam hal ini dalam portal pemerintah di *infopublik* dengan judul "Babinkamtibmas Dilarang Ikut Kegiatan Politik" agenda level dua (*framing*) menekankan pada Polri dibantu TNI bertugas untuk memastikan agar Pemilu berjalan aman, tertib dan lancar. Selain itu pada bagian *lead* berita ditegaskan juga bahwa Polri menjamin Babinkamtibnas tidak ikut serta dalam kegiatan politik, termasuk dalam tugas pendataan tim sukses untuk partai atau capres tertentu. Dengan unsur (*who*) yakni Karo. Penmas. Polri Brigjen Pol. Boy Rafli Amar sangat jelas bahwa berita bersumber dari orang pertama dalam biro humas Polri. Retoris berita menunjukkan otoritas kekuasaan narasumber Presiden SBY sebagai kepala Negara. Presiden Susilo Bambang Yudhoyono selaku Panglima Tertinggi (Pangti) TNI-Polri memberikan

pembekalan dan arahan menghadapi Pemilu Presiden. Sementara berita yang dituliskan kompas.com berjudul "Tidak ada pengaruh Pembinaan Babinsa selama Proses Pilpres" pembedaan berita tentang Panglima TNI Jenderal Moeldoko tidak akan menarik personel Bintara Pembina Desa (Babinsa) selama proses pemilihan presiden, karena prajurit harus tetap berada di lapangan untuk memastikan keamanan pada saat pilpres. Unsur (*who*) yang dimunculkan Panglima TNI Jenderal Moeldoko. Retoris dalam berita ini bahasa-bahasa yuridis beserta penafsirannya tentang doktrin pertahanan rakyat semesta sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 3 adalah kewajiban setiap warga negara untuk membela negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Dilengkapi juga dengan foto/gambar Panglima TNI dan Kapolri RI saat tatap muka dengan anggota TNI. Jadi jika melihat kesesuaian *framing* kedua berita ini dapat disimpulkan bahwa Babinsa dilarang ikut kegiatan politik, pembinaan tersebut bersifat pembinaan teritorial dan *mapping area* sesuai doktrin pertahanan rakyat semesta.

Berita tentang Peran Babinkamtibmas pada saat Pilpres 2014

Berita tentang penyiaran pada masa kampanye menjelang Pemilihan Presiden didominasi dengan ketidaknetralan media massa. Hal ini terlihat dari *framing* berita yang berbeda baik di *Infopublik* maupun *Kompas*. Berita *Infopublik* tanggal 17 Juni 2014 berjudul: “KPU Harap Lembaga Penyiaran diminta Bersikap Netral” pbingkaiannya tentang Ketua KPU Husni Kamil Malik mengimbau lembaga penyiaran sebagai garda terdepan dalam menginformasikan tahapan Pemilu harus bersikap netral. Sementara itu ada berita penguat disisipkan berita sebelumnya tentang teguran KPI kepada TVOne dan Metro TV yang dimiliki oleh politisi yang mendukung Capres yang berbeda, melakukan siaran tidak netral. Unsur berita (*who*) yang dimunculkan Ketua KPU Husni Kamil Malik. Retoris berupa foto/gambar kotak suara. Berbeda dengan *Kompas.com* berita di *Infopublik* hanya fokus pada teguran KPI kepada 2 media penyiaran saja yakni Metro TV dan TVOne. Sementara itu berita *Kompas* pada tanggal 3 Juni 2014, “Lima Media Televisi Dinilai Tidak Netral” mbingkai tentang KPI menilai 5 media televisi nasional yakni TVOne, RCTI, MNC TV dan Global TV dan Metro TV dalam pemberitaan lebih banyak kepada capres yang didukungnya unsur (*who*) yang dimunculkan Ketua KPI Judhariksawan dan Ketua Komisi I DPR RI Mahfud Siddiq. Retoris bahasa-bahasa yuridis beserta penafsirannya tentang Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran KPI Tahun 2012 sebagai penjelasan penyimpangan yang dilakukan 5 media nasional selama Pilpres 2014. Selain itu ada gambar ilustrasi.

Berita “KPU Janjikan Pilpres 2014 Lebih Berintegritas” dan berita “Bawaslu Imbau Ciptakan Pemilu Berintegritas”

Berita *Infopublik* pada tanggal 5 Juni 2014 dengan judul: “KPU Janjikan Pilpres 2014 Lebih Berintegritas” dan berita: “Bawaslu Imbau Ciptakan Pemilu Berintegritas” unsur

berita yang dimunculkan anggota KPU Arief Budiman sangat tepat dilakukan *Infopublik* karena melihat KPU adalah salah satu lembaga negara selaku penyelenggara Pemilu. Sementara itu *Kompas* pada tanggal 3 Juni 2014 berjudul: “KPU Gelar Deklarasi Pemilu Damai dan Berintegritas” mempunyai kesamaan dalam pbingkaiannya berita tentang upaya KPU untuk menciptakan Pilpres 2014 yang lebih berintegritas dan damai. Anggota KPU Arief Budiman sangat tepat dilakukan *Infopublik* karena melihat KPU adalah salah satu lembaga negara selaku penyelenggara Pemilu. Namun berita *Infopublik* menurunkan 2 berita dengan narasumber berbeda, yakni anggota Bawaslu di mana berita lebih menyoroti tentang bagi petugas penyelenggaraan pemilu untuk tidak melakukan pelanggaran akan dikenakan sanksi.

Berita “KPI Minta Hentikan Penayangan Hasil Hitung Cepat”

Berita berjudul: “KPI Minta Hentikan Penayangan Hasil Hitung Cepat” yang dibingkai *Infopublik* tentang KPI meminta penayangan hasil hitung cepat dihentikan agar tidak menimbulkan konflik yang berkelanjutan antar kedua kubu pasangan Capres. Hal tersebut diduga berpotensi menimbulkan konflik antar keduanya. Wakil Ketua KPI Idy Muzzayad (*who*) meminta TV menghentikan hasil penghitungan cepat (*how*). Retoris penekanan kewenangan dan tugas yang diemban KPI berkoordinasi dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) dalam mengupayakan penghentian penayangan hasil hitungan cepat itu Demikian juga 2 berita yang diturunkan *Kompas* berjudul: “KPI Perintahkan Lembaga Penyiaran Tak Tayangkan Hasil “Quick Count” dan berita berjudul: “KPI Serukan Hentikan Penayangan “Quick Count” dan “Real Count” di Televisi, menyampaikan tentang KPI meminta penayangan hasil hitung cepat dihentikan. Retoris berita diperkuat dengan bahasa-bahasa yuridis beserta penafsirannya (Undang-Undang No.32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Seperti kasusnya dalam penayangan hasil hitung cepat yang berbeda-beda dan saling mengklaim akan

kemenangan). Selain itu, berita dilengkapi dengan foto/gambar hasil *Quick Count Kompas*.

Berita “Media Harus Mampu Beri Pencerahan Pilpres”

Berita *Infopublik* berjudul: “Media Harus Mampu Beri Pencerahan Pilpres” dalam pbingkaian beritanya menyampaikan bahwa kewajiban media untuk menyampaikan ke publik tentang hal-hal yang menyimpang bukan informasi yang membingungkan publik dan harus objektif. Dewan Pers (*who*) sebagai badan yang mengawasi setiap pemberitaan di media massa, media mana yang melanggar kode etik jurnalistik (*what*). Media massa mampu memberikan pencerahan pada masyarakat, khususnya dalam pemberitaan hasil Pilpres yang terkait hitung cepat (*Quick Count*) (*how*). Retoris berita tergambar dalam bahasa-bahasa yuridis beserta penafsirannya tentang Kode Etik Jurnalistik yang mengatur kerja wartawan dan jika melanggar akan dikenakan sanksi mulai dari yang sifatnya ringan sampai pada yang berat. Sementara berita di *Kompas* berjudul: “KPI: Sekarang Fokus ke “Real Count” KPU” menyampaikan bahwa masyarakat kebingungan dengan stasiun TV yang menayangkan *quick count* yang lebih awal sebelum TPS ditutup. Perbedaan hasil hitung cepat yang ditayangkan di televisi menyuguhkan informasi yang menyesatkan bagi masyarakat. Media televisi untuk fokus menayangkan *real count* KPU dan memberi informasi kepada masyarakat bahwa hasil hitung cepat bukanlah hasil resmi. Sebelumnya *Kompas* juga menurunkan beritanya berjudul “KPI: Banyak Pemberitaan Capres di TV Langgar Aturan” dengan pbingkaian berita yang sama, yakni tentang penilaian KPI terkait dengan pelanggaran media televisi selama Pilpres 2014, namun KPI juga menilai bahwa siaran Pilpres di media televisi tidak seburuk pada saat pemilihan legislatif. Di satu sisi Kompas.com juga menurunkan berita lainnya berjudul: “SBY: Pers Kita Terbelah, Lihat Metro TV dan TVOne”, yakni tentang tanggapan presiden terhadap 2 media televisi nasional yang tidak berimbang dalam pemberitaan Pilpres 2014. Wakil Ketua KPI

Idy Muzayad (*who*) mengatakan, masyarakat sempat kebingungan dengan stasiun TV yang menayangkan *quick count* yang lebih dini bahkan sebelum TPS ditutup (*what*). Selain itu pada judul berita lain narasumber yang dimunculkan adalah Presiden SBY. Retoris berita ditunjukkan dengan bahasa-bahasa yuridis beserta penafsirannya (Undang-Undang No.32 Tahun 2002 tentang Penyiaran). Selain itu, berita dilengkapi dengan foto/ gambar Komisioner Bawaslu sedang jumpa pers.

Berita “Kemkominfo Evaluasi Kelayakan IPP Metro TV dan TV One”

Berita *Infopublik* pada tanggal 16 Juli 2014 dengan judul: “Kemkominfo Evaluasi Kelayakan IPP Metro TV dan TV One” berita ini ingin menyampaikan bahwa KPI mengirimkan rekomendasi meminta Kemkominfo untuk mengevaluasi kelayakan Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) terkait Pelanggaran yang dilakukan Metro TV dan TV One selama Pilpres 2014. Namun dalam pemberitaan, Menteri Kominformo tidak akan terburu-buru mengambil keputusan untuk menciptakan keributan yang baru setelah kebijakan itu dikeluarkan. Sementara itu, berita di *Kompas* berjudul: “KPI Minta Kemenkominfo Evaluasi Kelayakan Izin Siar “TV One” dan Metro TV” menggambarkan fakta bahwa TV One dan Metro TV telah melanggar Pasal 36 ayat 4 Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran yang berbunyi: “isi siaran wajib dijaga netralitasnya dan tidak boleh mengutamakan golongan tertentu”. Bahasa-bahasa yuridis beserta penafsirannya tentang Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dan UU No. 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi mempertegas pemberitaan bahwa Metro TV dan TV One tidak mematuhi segala upaya yang dilakukan KPI.

Berita “KPU Tetapkan Rekapitulasi Pilpres 22 Juli 2014”

Berita yang diturunkan *Infopublik* berjudul “KPU Tetapkan Rekapitulasi Pilpres 22 Juli 2014” menyampaikan bahwa keputusan yang dikeluarkan oleh KPU terkait keputusan

rekapitulasi suara nasional dalam Pilpres 2014 adalah sah, dan masyarakat diminta menghormati hasilnya. Selain itu dengan konten yang sama tentang rekapitulasi Pilpres, *Infopublik* juga menurunkan 2 (dua) berita dengan judul berbeda yakni pada tanggal 13 Juli 2014 berjudul: “Presiden Imbau KPU Ajak Peserta Pilpres Awasi Rekapitulasi”; pada tanggal 24 Juli 2014 berjudul: “KPU Minta Semua Pihak Hormati Hasil Pemilu”. Unsur berita yakni Komisioner KPU Ferry Kurnia Riskiyansyah mengatakan hasil penghitungan suara secara nasional pada tanggal 22 Juli 2014 (*what*). Retoris berita, yakni bahasa-bahasa yuridis beserta penafsirannya tentang adanya PKPU Nomor 19 Tahun 2014, Pasal 11 ayat 2 KPU dan surat edaran Bawaslu jika benar-benar terjadi pelanggaran. Sementara itu berita *Kompas* berjudul “Ketua KPU: Putusan pada 22 Juli Belum Tentu Mutlak” justru menyampaikan sebaliknya bahwa keputusan KPU tentang hasil rekapitulasi nasional yang ditetapkan sifatnya belum mutlak karena bagi pihak-pihak yang tidak puas dapat mengajukan gugatan ke Mahkamah Konstitusi. Retorisnya yakni penggunaan bahasa-bahasa yuridis beserta penafsirannya (Undang-Undang yang mengatur putusan tersebut bisa digugat di Mahkamah Konstitusi jika ada pihak-pihak yang tidak puas dengan hasil tersebut). Selain itu, berita dilengkapi dengan foto/gambar ketua KPU. Hal ini terlihat bahwa pembingkai berita di *Infopublik* dan *Kompas.com* memiliki perbedaan dari penjabaran fakta berita dan pernyataan narasumber dalam hal ini pihak KPU. Selain itu, pemberitaan lebih cepat di-*upload* di website *Kompas* dibanding di *Infopublik*.

PENUTUP

Isu nasional yang menjadi agenda dalam portal berita *Infopublik* sangat berbeda dengan agenda media pada *Kompas.com*. Portal berita *Infopublik* menonjolkan berita kebijakan bidang perekonomian, bisnis dan keuangan sementara pada *Kompas.com* lebih menonjolkan pada berita Polhukam.

Agenda media di *Infopublik* dan *Kompas.com* mempunyai pembingkai yang berbeda-beda yakni dengan melihat tujuan organisasi masing-masing terhadap isi berita. Tujuan organisasi media ini memiliki beberapa pengaruh terhadap isi berita melalui berbagai cara. Di sisi lain setiap media massa tidak lepas dari pengaruh ideologi. Kementerian Kominfo sebagai praktisi kehumasan pemerintah adalah memastikan warga mendapat manfaat dari kebijakan atau layanan publik yang telah ditetapkan pemerintah selaku penyelenggara negara. Sementara itu *Kompas.com* adalah media massa yang tidak mempunyai peran sebagai humas pemerintah namun menjalankan fungsinya sebagai media untuk mengedukasi, menginformasikan dan sebagai kontrol sosial.

Analisis *framing*/pembingkai berita-berita kebijakan pemerintah yang bertema Pemilihan Presiden 2014 menunjukkan perbedaan pada kedua media *online* ini. Pada portal *Infopublik* berita tentang kebijakan pemerintah yang bertepatan Pemilihan Presiden di *kompas.com* jumlah beritanya lebih sedikit dibanding dengan pemberitaan di portal berita Kominfo. Selain itu *Kompas.com* mempunyai pandangan sendiri bahwa berita tentang kebijakan pemerintah tidak menarik. Sementara dilihat dari kecepatan untuk memberitakan *kompas.com* lebih cepat meng-*update* berita dibandingkan *Infopublik*. Pemilihan narasumber berita *Infopublik* lebih beragam. Di satu sisi ada beberapa kesesuaian atau kesamaan dalam pembingkai berita pada *Infopublik* dan *Kompas.com* seperti kesamaan dalam narasumber dan tematik berita.

Kementerian Kominfo sebagai Humas Pemerintah sudah melakukan agenda setting terkait kebijakan pemerintah secara benar namun diperlukan kerja keras untuk bisa menciptakan pemberitaan lebih menarik agar media massa juga akhirnya untuk ikut bersama-sama menjadikan kebijakan pemerintah mendapat porsi dalam agenda medianya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, H.M. Burhan. (2010). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- _____. (2010). *Penelitian kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Eriyanto, (2002). *Analisis framing konstruksi, ideologi, dan politik media*. Yogyakarta: LKiS.
- McQuail, Denis. (2010). *McQuail's mass communication theory, 6th edition*. London: Sage
- Protest, David L., & McCombs, M.E. 1991. *Agenda setting: reading on media, public opinion, and policymaking*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Reese, Stephen D., Oscar H. Gandy, JR., & August E. Grant. (2001). *Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world*. New Jersey: Lawrence Erlboun Associates, Inc.
- Rogers, Everett M & Dearing, James W. (1998). *Agenda-setting research: where has it been, where is it going?* Dalam *Communication year book 11*. Los Angeles, CA: University of Southern California.
- Rusadi, Udi. (1985). Pendapat Kompas dengan pendapat Kepala Humas mengenai prioritas pentingnya topik Nasional. Jakarta: Departemen Penerangan Republik Indonesia.
- Ruslan, Rosadi. (2008). *Manajemen public relations dan media komunikasi: konsepsi dan aplikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Severin, J. Warner & James W. Tankard, Jr. (2005). *Teori komunikasi sejarah, metode dan terapan di dalam media massa*. Edisi Kelima. Jakarta: Kencana.
- Straubhaar, J., Larose, R., & Davenport, L. (2012). *Media now: understanding media, culture, and technology, 7th edition*. USA: Wadsworth Cengage Learning.
- Tamburaka, Apriadi. (2012). *Agenda setting media massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tulung, Freddy H. (2013). *Berkomunikasi di ruang publik: implementasi kehumasan pemerintah*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.
- Vanslyke, Judy. (1988). *Publik relations influence on the news "Chapter in precision public relations"*, *Newspaper Research Journal*. New York: Longman.

Internet

- Berita-Berita terkait Kebijakan Pemerintah dengan Tema Pemilihan Presiden di Infopublik Periode 1 Juni – 31 Agustus 2014. Diakses pada tanggal 5 Juni 2014 dari [http:// www.infopublik.kominfo.go.id](http://www.infopublik.kominfo.go.id)
- Berita-Berita terkait Kebijakan Pemerintah dengan Tema Pemilihan Presiden di Kompas.com Periode 1 Juni- 31 Agustus 2014, Diakses pada tanggal 3 Juni 2014 dari [http:// www.kompas.com](http://www.kompas.com)

