

Relevansi Teori Agenda Setting Pada Film Dokumenter *Dirty Vote* Terhadap Warga Bandung Menjelang Pilpres 2024

Kristina Yoni Agustin¹, Dedi Kurnia Syah Putra²

Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom
Jalan Telekomunikasi, Terusan Buah Batu, No 1, Bandung, Jawa Barat 40257

kristinayonia@gmail.com¹, dedikurniasp@telkomuniversity.ac.id²

Abstract

A theory explains the influence of the media agenda in determining the public agenda. Proposed by Maxwell McCombs and Donald L. Shaw through their research in 1972, the Agenda-Setting Theory states that what is considered important by the media will become important to the public. This research aims to determine the relevance of the Agenda-Setting Theory to the "Dirty Vote" documentary for the citizens of Bandung ahead of the 2024 Pilpres. The research method used is mixed methods, combining qualitative methods to obtain information related to the media agenda of the "Dirty Vote" documentary and quantitative methods to analyze the public agenda of Bandung residents. The results of this study indicate that the media agenda of the "Dirty Vote" documentary plays a role in influencing the public agenda of Bandung residents. Therefore, the Agenda-Setting Theory tested on Bandung residents is relevant to the "Dirty Vote" documentary ahead of the 2024 Presidential Election.

Keywords: Dirty Vote Documentary Movie, Agenda Setting Theory, Media Agenda, Pubic Agenda, Presidential Election

Abstrak

Sebuah teori menjelaskan adanya pengaruh agenda media yang memiliki peran dalam menentukan agenda publik. Dikemukakan oleh Maxwell McCombs dan Donald LShaw melalui penelitiannya pada tahun 1972, Teori Agenda Setting menyatakan bahwa apa-apa yang dianggap penting oleh media akan menjadi penting bagi publik. Penelitian ini bertujuan mengetahui relevansi Teori Agenda Setting pada film dokumenter "Dirty Vote" terhadap warga Bandung menjelang Pilpres 2024. Metode penelitian yang digunakan adalah mixed methods, yakni dengan menggabungkan metode kualitatif untuk mendapatkan informasi terkait agenda media film dokumenter "Dirty Vote" dan metode kuantitatif untuk menganalisis agenda publik warga Bandung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa agenda media film dokumenter "Dirty Vote" berperan mempengaruhi agenda publik warga Bandung. Dengan demikian, Teori Agenda Setting yang diujikan pada warga Bandung relevan dengan film dokumenter "Dirty Vote" menjelang Pilpres 2024.

Kata Kunci: Film Dokumenter Dirty Vote, Teori Agenda Setting, Agenda Media, Agenda Publik, Pilpres

I. PENDAHULUAN

Hubungan yang erat antara agenda media massa dan agenda publik sangat mempengaruhi isu-isu yang diprioritaskan dalam pemberitaan media massa menjelang pemilihan presiden (Musfialdy, 2015). Pemilu adalah proses pemilihan untuk mengisi jabatan politik tertentu dan merupakan sarana bagi masyarakat yang cukup usia untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan. Menjelang pemilu, masa kampanye adalah saat setiap partai politik atau calon melakukan pendekatan kepada masyarakat untuk meraih dukungan. Kampanye adalah serangkaian tindakan komunikasi yang terencana untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak dalam jangka waktu tertentu (Roger dan Storey, 2004). Kampanye harus terbuka untuk diskusi dan kritik, karena pada dasarnya mengandung kebaikan untuk publik dan sebagian kampanye bertujuan untuk kepentingan dan kesejahteraan umum. Pemberitaan kampanye melalui media massa diatur dalam Undang-Undang pasal 72 yang menyatakan bahwa kegiatan

kampanye pemilu bisa dilakukan melalui berbagai aktivitas seperti pertemuan terbatas, tatap muka, media cetak dan elektronik, penyebaran bahan kampanye, pemasangan alat peraga di tempat umum, dan lain-lain.

Individu maupun kelompok yang menjadi objek pemberitaan tersebut dipercaya akan memberikan kontribusi besar terhadap keberlangsungan negara. Isu-isu yang ditekankan media dalam pemberitaan kampanye pemilu akan menjadi perhatian utama masyarakat. Fenomena ini relevan dengan Teori Agenda Setting oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw (1972), yang berasumsi bahwa media massa memiliki peran penting dalam mengalihkan agenda berita mereka ke dalam agenda publik. Media dianggap memiliki kekuatan untuk mempengaruhi sentimen dan perilaku khalayak terhadap suatu isu dengan menentukan agenda isu penting. Salah satu aspek penting dari konsep agenda setting ini adalah waktu pemingkanaan pesan atas fenomena tersebut, sehingga setiap media berpotensi memiliki agenda setting yang berbeda.

Komunikasi atau penyampaian suatu informasi dari media massa itu memiliki pengaruh, baik kepada masyarakat maupun kepada pemerintah (Makshun dan Khalilurrahman 2018). Media memegang peranan sangat strategis sebagai agen sosialisasi politik dalam kaitannya dengan pemilihan umum. Dengan kata lain, media mempengaruhi persepsi masyarakat dan bisa menggiring mereka ke dalam sebuah opini yang mereka inginkan (pihak politik tertentu). Masa kampanye menjelang pilpres Indonesia tahun 2024 dipenuhi dengan berbagai polemik perdebatan politik yang panas dibicarakan oleh khalayak dan lekat dengan aroma persaingan. Masyarakat dituntut untuk memilih calon pemimpin yang baru seusainya dua periode masa jabatan Joko Widodo sebagai presiden pada tahun 2014-2019 dan 2019-2024. Isu-isu politik yang menyeret nama-nama pasangan calon pemimpin nomor satu di Indonesia itu kembali diangkat di media sosial.

Berkenaan dengan hal tersebut, ada teori yang berpendapat bahwa agenda media memiliki kekuatan untuk mempengaruhi khalayak mengenai prioritas kepentingan sebuah isu, salah satunya adalah Teori Agenda Setting. Teori ini dirasa relevan dengan peristiwa yang terjadi di tengah masyarakat pasca perilisian film dokumenter "Dirty Vote" di Youtube menjelang pilpres 2024, dimana film ini mampu mengarahkan isu dan mampu mempengaruhi khalayak dalam hal orientasi dan sikap politik masyarakat.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Agenda Media

Media massa adalah sarana, saluran, atau alat yang digunakan untuk komunikasi massa, yaitu komunikasi yang disampaikan kepada banyak orang atau masyarakat. Konsep agenda media pertama kali dikemukakan oleh Walter Lippmann dalam konsep "The world outside and the picture in our head." McCombs dan Shaw setuju dengan Lippmann, menyatakan bahwa ada hubungan kuat dan signifikan antara apa yang diagendakan oleh media dan apa yang menjadi agenda publik. Teori Agenda Setting pertama kali diperkenalkan oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw melalui penelitian mereka pada tahun 1968-1972. Dalam penelitian pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 1968, ditemukan korelasi antara penekanan berita dan bagaimana berita itu dinilai oleh pemilih.

Menurut Bernard C. Cohen, Teori Agenda Setting menggambarkan media sebagai pusat penentuan fakta yang mampu mengarahkan kesadaran dan pengetahuan dalam agenda publik. Media dapat memfokuskan kesadaran dan perhatian publik terhadap isu-isu yang dianggap penting oleh masyarakat. Baran dan Dennis (2007) menyatakan, "Sebagian besar waktu yang telah berlalu, jurnalisisme mungkin tidak selalu berhasil berbicara kepada orang-orang yang berpikir, tetapi berhasil membuat publik memasuki pemikiran mereka." Hal ini menegaskan bahwa media memiliki peran signifikan dalam membentuk kerangka berpikir dan persepsi publik terhadap berbagai isu, dengan menekankan elemen-elemen yang mereka anggap penting.

a. Agenda media; agenda media harus diformat, sebuah proses yang akan menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana agenda ini pertama kali terbentuk dengan berbagai dimensinya. Unsur-unsur yang menyusun agenda media mencakup tingkat keterlihatan berita (*visibility*), tingkat menonjolnya suatu isu atau berita bagi khalayak (*audience salience*), serta menyenangkan atau tidak menyenangkan (*valence*) cara penyajian suatu isu atau berita.

b. Agenda khalayak; agenda media dalam banyak hal mempengaruhi atau berinteraksi dengan agenda publik atau kepentingan isu tertentu bagi masyarakat. Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang sejauh mana media dapat mempengaruhi agenda publik dan bagaimana hal itu terjadi. Agenda khalayak mencakup tingkat keakraban (*familiarity*) mereka dengan isu atau berita yang disajikan. Selain itu, berita yang diliput dan diberitakan harus

memiliki tingkat penonjolan pribadi (*personal salience*) dan berkaitan dengan apakah khalayak menyukai atau tidak menyukai pemberitaan dari media (*favorability*).

c. Agenda kebijakan; agenda publik yang berhubungan atau berinteraksi dengan pembentukan kebijakan. Ini mencakup kebijakan publik yang dianggap penting oleh individu. Agenda kebijakan meliputi: 1) dukungan (*support*) dari publik terhadap isu yang diberitakan oleh media; 2) dukungan tersebut membuka peluang bagi tindakan (*likelihood of action*) yang mungkin diambil oleh media, seperti memperkuat isu agar dianggap penting oleh media. Misalnya saja, media akan mengaungkan isu sedemikian rupa sehingga media menganggap penting isu tersebut; 3) kebebasan bertindak (*freedom of action*), yakni langkah-langkah yang kemungkinan besar akan diambil oleh pemerintah terkait isu yang sedang berkembang di masyarakat.

2.2 Teori Agenda Setting

Media memiliki kemampuan untuk mempengaruhi khalayak mengenai prioritas kepentingan suatu isu. Apa yang dianggap penting oleh media menjadi penting di mata khalayak. Teori Agenda Setting mirip dengan Teori Peluru atau Teori Jarum Hipodermik oleh Wilbur Schramm, yang juga berpendapat bahwa media memiliki peran penting dalam mempengaruhi khalayak. Namun, perbedaannya terletak pada fokusnya: Teori Peluru berfokus pada sikap (afektif), pendapat, dan perilaku, sedangkan Teori Agenda Setting menekankan pada kesadaran dan pengetahuan (kognitif). Secara metodologis, selain McCombs & Shaw, Iyengar & Kinder mengembangkan Contingent Conditions yang memengaruhi hubungan antara Agenda Media dan Agenda Publik. Selain itu, Winter dan Eyal memperkenalkan konsep time lag dalam penelitian Agenda Setting (Thay, 2009). Secara garis besar, banyak perkembangan yang terjadi baik secara teoritikal dan metodologikal dalam pengkajian proses Agenda Setting, seperti yang dirangkum dalam berikut:

Tabel 2.1 Perkembangan Agenda Setting

No	Inovasi-Inovasi Teoritikal dan Metodologikal dalam Studi Proses Agenda Setting	Penggagas
1	Membuat prostulat mengenai hubungan antara agenda media dan agenda publik	Walter Lipmann (1922)
2	Mengidentifikasi status-cofferal function dari media, dimana ada penonjolan yang diberikan pada isu-isu	Paul F. Lazarfeld dan Robert K. Merton (1948/1964)
3	Mengawali metafor Agenda Setting	Bernard C.Cohen (1963)
4	Memberi nama pada proses Agenda Setting	Maxwell Mc. Combs & Donald Shaw (1972)
5	Menginvestigasi proses agenda setting publik dengan penyusunan hirarki isu-isu	Maxwell Mc. Combs & Donald Shaw (1972)
6	Konsep Framing dan Priming	Tod Gitlin (1980)
7	Mengenalkan model proses Agenda SettingKebijakan (policy)	Roger W. Cobb & Charles D. Elder (1972/1983)
8	Mengenalkan studi “over time” dari Agenda Setting Publik pada analisis level makro dan menginvestigasikan relasi atau hubungan dari “real world indicator” ke agenda media	G. Ray Funkhouser (1973a)
9	Rutinitas Media, ideologi media dan sebagainya mempengaruhi agenda setting media	Shoemaker dan Reese (1981)
10	Menginvestigasi secara eksperimental Agenda Setting-publik pada analisis level mikro	Shanto Iyengar & Donald R. Kinder (1987)
11	Bagaimana sebuah topik terbingkai dan penetapan unit analisis pada setiap agenda	Edelstain (1993)

Sumber: Dearing & Rogers (1996), McCombs & Shaw (1993)

2.3 Asumsi dan Karakter Agenda Setting

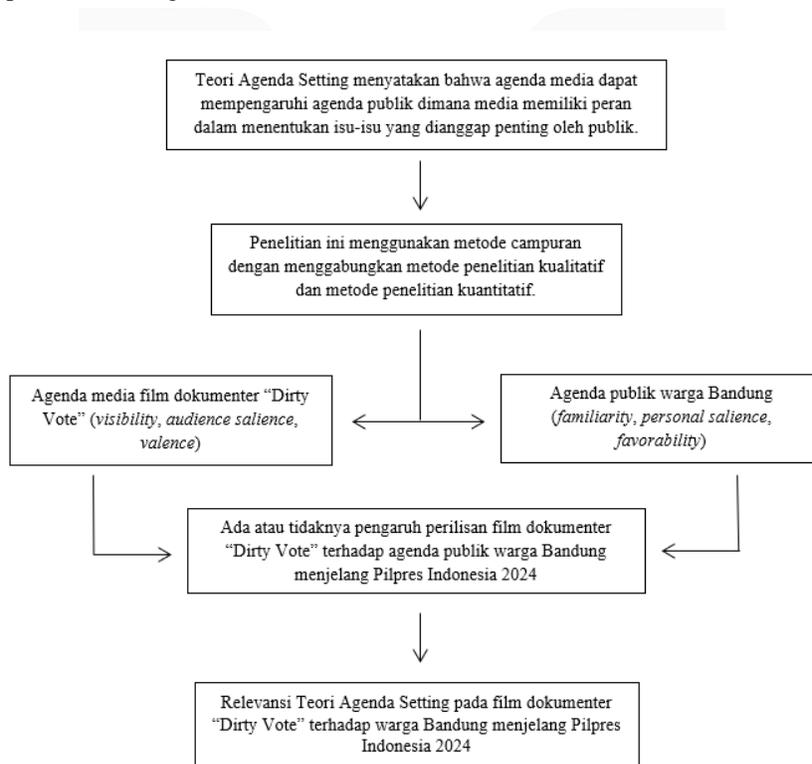
Asumsi dalam model penentuan agenda menyatakan bahwa media memengaruhi persepsi masyarakat tentang apa yang dianggap penting. Model ini berpendapat bahwa ada hubungan positif antara perhatian yang diberikan media

pada suatu isu dan perhatian yang diberikan oleh masyarakat terhadap isu tersebut (Rakhmat, 1998). Media memiliki kemampuan untuk menyoroti atau memilih berita berdasarkan prioritas yang sejalan dengan apa yang sedang menjadi perhatian pembaca. Hal ini terjadi karena informasi yang disajikan oleh media menarik minat pembaca, sehingga mereka merasa tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang berita tersebut. Pejabat publik pun akan menganggap kejahatan sebagai isu penting karena media sering menyoroti kasus-kasus kejahatan. Ini disebut penentuan agenda. Contohnya, perhatian media terhadap suatu isu dapat membuat isu tersebut menjadi prioritas dalam pandangan masyarakat (Tankard, 2008).

Pesan yang disampaikan oleh komunikator melalui media memberikan dampak pada penerima pesan karena efek tersebut muncul akibat perubahan psikologis yang dialami oleh audiens. Sejak McCombs dan Shaw (1972) mempelajari pemilihan umum tahun 1968 dengan fokus pada agenda setting media, mereka tertarik untuk mengetahui apakah opini pemilih dipengaruhi oleh intensitas pemberitaan mengenai isu-isu penting. Dalam penelitian mereka, McCombs dan Shaw menyatakan bahwa dampak media massa dalam mempengaruhi perubahan kognitif pada individu dikenal sebagai fungsi agenda setting dalam komunikasi massa. Di sinilah terdapat efek paling signifikan dari komunikasi massa, yaitu kemampuan media dalam membentuk pandangan dunia kita (McCombs dan Shaw dalam Rakhmat, 1994). McCombs dan Shaw tidak meneliti opini pemilih mengenai isu atau kandidat, melainkan melihat apa yang dipikirkan pemilih dan apakah pemikiran tersebut dipengaruhi oleh penekanan media, serta apakah fokus media mempengaruhi pandangan pemilih. Hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi kuat antara prioritas isu yang disoroti media dengan prioritas yang dipegang oleh para pemilih.

2.4 Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui sejauh mana relevansi Teori Agenda Setting dalam fenomena perilisan film dokumenter “Dirty Vote” menjelang pilpres Indonesia 2024. Dengan demikian, kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
 Sumber: Data Olahan Penulis (2024)

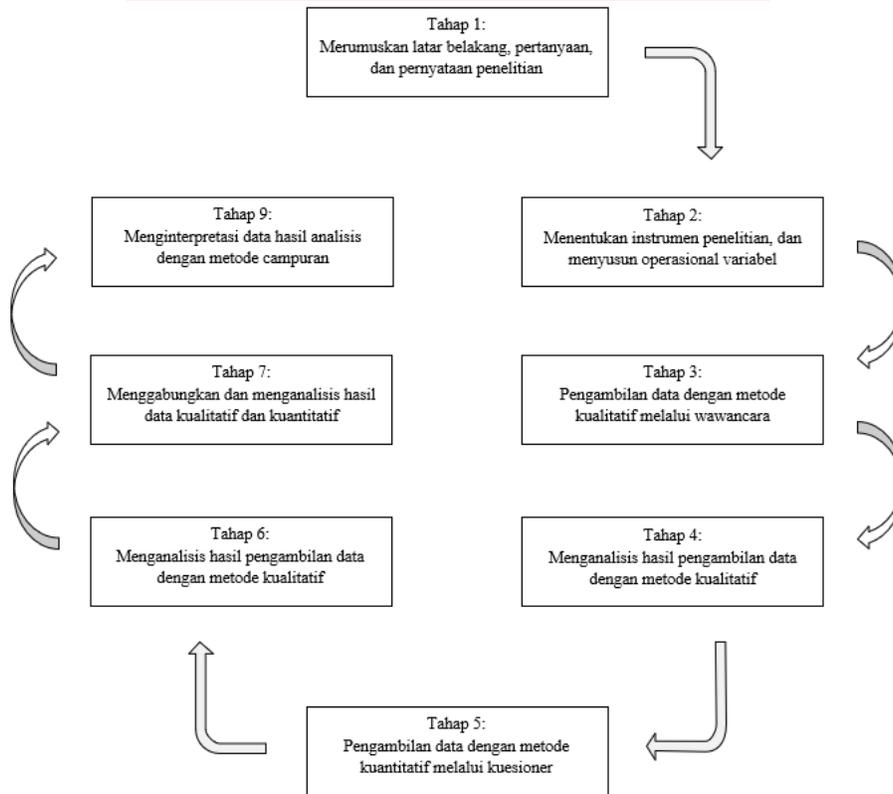
III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan strategi metode campuran sekuensial/bertahap (sequential mixed methods) dengan transformatif sekuensial. Strategi metode campuran sekuensial merupakan strategi bagi peneliti untuk menggabungkan data yang ditemukan dari satu metode dengan metode lainnya. Dengan strategi transformatif sekuensial, peneliti menggunakan perspektif teori untuk membentuk prosedur-prosedur tertentu, dalam penelitian ini yakni teori agenda setting.

Penelitian ini menerapkan metode campuran yakni kualitatif melalui wawancara yang dilakukan dengan produser film dokumenter “Dirty Vote” sebagai narasumber, dan kuantitatif melalui kuesioner sebagai metode pengambilan data responden. Menurut Creswell (2015), penelitian campuran merupakan suatu pendekatan penelitian yang mengumpulkan, menganalisis, dan mengkombinasikan metode kualitatif dengan metode kuantitatif untuk memahami permasalahan penelitian.

Adapun rancangan pada penelitian dengan metode campuran dapat digambarkan dalam bagan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Tahapan Penelitian
Sumber: Data Olahan Peneliti (2024)

3.2 Operasional Variabel

A. Variabel Dependen (Y)

Menurut Sekaran dan Bougie (2016), variabel dependen merupakan variabel yang berperan sebagai pusat perhatian penelitian atau variabel utama yang menjadi faktor dalam melakukan investigasi. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah agenda publik warga Bandung.

B. Variabel Independen (X)

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik itu mempengaruhi secara positif maupun secara negatif (Sekaran dan Bougie, 2016). Variabel independen dalam penelitian ini adalah film dokumenter “Dirty Vote” sebagai agenda media.

C. Variabel Mediasi (Z)

Variabel mediasi adalah variabel yang muncul sebagai fungsi dari variabel independent yang beroperasi dalam suatu situasi dan membantu untuk mengkonseptualisasikan serta menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sekaran dan Bougie, 2016). Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah Agenda Setting Theory.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Kode	Indikator	Item in Research
Agenda Publik Warga Bandung (Y)	<i>Familiarity</i>	FM1	Minat untuk menonton	Informasi yang didapat tentang film “Dirty Vote” menciptakan minat untuk menonton
		FM2	Berbagi informasi	Pengaruh dari lingkungan sosial untuk membagikan informasi mengenai film “Dirty Vote”
		FM3	Muncul diskusi	Terlihat adanya diskusi yang berkembang setelah perilisian film “Dirty Vote”
		FM4	Perubahan isu	Terlihat adanya perbedaan dalam isu-isu politik yang dibicarakan oleh masyarakat sebelum dan sesudah perilisian film “Dirty Vote”
		FM5	Relevansi isu	Isu-isu yang diangkat dalam film “Dirty Vote” relevan dengan isu politik yang sedang hangat menjelang pilpres 2024
	<i>Personal Salience</i>	P1	Muncul ekspektasi	Ada harapan atau ekspektasi tertentu sebelum menonton film “Dirty Vote”
		P2	Minat berdiskusi	Minat untuk mendiskusikan film “Dirty Vote” dengan orang lain
		P3	Membuka pandangan baru	Film “Dirty Vote” membuka pandangan audiens terhadap isu-isu politik yang diangkat dalam film
		P4	Perubahan pemikiran	Film “Dirty Vote” berperan dalam mempengaruhi pandangan politik audiens terhadap pilpres 2024
		P5	Mempengaruhi pemikiran	Tokoh politik dan tokoh masyarakat dalam film “Dirty Vote” mempengaruhi pandangan politik audiens terhadap pilpres 2024

		P6	Mempengaruhi opini	Film “Dirty Vote” mempengaruhi opini audiens atas isu-isu yang diangkat dalam film
		P7	Perubahan keputusan	Film “Dirty Vote” mengubah keputusan politik audiens dalam memilih calon presiden pada pilpres 2024
	<i>Favorability</i>	FV1	Ketertarikan terhadap isu	Ketertarikan terhadap isu-isu yang diangkat dalam film “Dirty Vote”
		FV2	Tingkat ketertarikan tinggi	Film “Dirty Vote” lebih menarik dibandingkan konten politik lain menjelang pilpres 2024
		FV3	Minat membicarakan	Minat untuk membicarakan film “Dirty Vote di media sosial
		FV4	Tingkat kepercayaan tinggi	Kepercayaan terhadap kredibilitas informasi dalam film “Dirty Vote”
		FV5	Berbagi di media sosial	Tindakan membagikan <i>link</i> film “Dirty Vote” di media sosial
		FV6	Intensitas pembicaraan di media sosial	Intensitas dalam membicarakan film “Dirty Vote” di media sosial
		FV7	Intensitas pembicaraan di kehidupan nyata	Intensitas dalam membahas film “Dirty Vote” di kehidupan nyata
	Agenda Media Film “Dirty Vote” (X)	<i>Visibility</i>	V1	Keterlihatan konten
V2			Target audiens	Target audiens film dokumenter “Dirty Vote”
V3			Pendistribusian konten	Strategi pendistribusian film dokumenter “Dirty Vote”
<i>Audience Salience</i>		A1	Pesan utama	Pesan atau isu utama yang ingin disampaikan melalui film dokumenter “Dirty Vote”
		A2	Tujuan konten	Tujuan pembuatan film dokumenter “Dirty Vote”
<i>Valence</i>		VA1	Strategi penyajian konten	Strategi penyajian film dokumenter “Dirty Vote”
		VA2	Pengumpulan data	Proses pengumpulan data dalam film dokumenter “Dirty Vote”

		P6	Mempengaruhi opini	Film “Dirty Vote” mempengaruhi opini audiens atas isu-isu yang diangkat dalam film
		P7	Perubahan keputusan	Film “Dirty Vote” mengubah keputusan politik audiens dalam memilih calon presiden pada pilpres 2024
	<i>Favorability</i>	FV1	Ketertarikan terhadap isu	Ketertarikan terhadap isu-isu yang diangkat dalam film “Dirty Vote”
		FV2	Tingkat ketertarikan tinggi	Film “Dirty Vote” lebih menarik dibandingkan konten politik lain menjelang pilpres 2024
		FV3	Minat membicarakan	Minat untuk membicarakan film “Dirty Vote di media sosial
		FV4	Tingkat kepercayaan tinggi	Kepercayaan terhadap kredibilitas informasi dalam film “Dirty Vote”
		FV5	Berbagi di media sosial	Tindakan membagikan <i>link</i> film “Dirty Vote” di media sosial
		FV6	Intensitas pembicaraan di media sosial	Intensitas dalam membicarakan film “Dirty Vote” di media sosial
		FV7	Intensitas pembicaraan di kehidupan nyata	Intensitas dalam membahas film “Dirty Vote” di kehidupan nyata
Agenda Media Film “Dirty Vote” (X)	<i>Visibility</i>	V1	Keterlihatan konten	Penonjolan/keterlihatan film dokumenter “Dirty Vote”
		V2	Target audiens	Target audiens film dokumenter “Dirty Vote”
		V3	Pendistribusian konten	Strategi pendistribusian film dokumenter “Dirty Vote”
	<i>Audience Salience</i>	A1	Pesan utama	Pesan atau isu utama yang ingin disampaikan melalui film dokumenter “Dirty Vote”
		A2	Tujuan konten	Tujuan pembuatan film dokumenter “Dirty Vote”
	<i>Valence</i>	VA1	Strategi penyajian konten	Strategi penyajian film dokumenter “Dirty Vote”
		VA2	Pengumpulan data	Proses pengumpulan data dalam film dokumenter “Dirty Vote”

<i>Agenda Setting Theory</i> (Z)	Agenda media mempengaruhi agenda publik	AS1	Adanya pengaruh agenda media terhadap agenda publik.	Agenda media dalam film dokumenter “Dirty Vote” mempengaruhi agenda publik warga Bandung
----------------------------------	---	-----	--	--

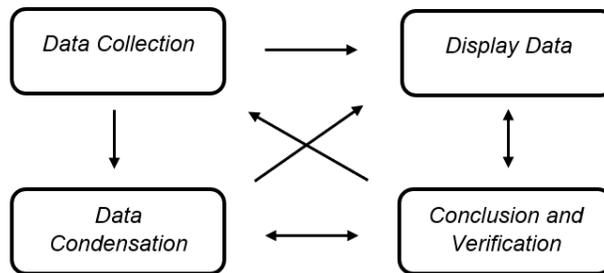
Sumber: Data Olahan Penulis (2024)

3.3 Metode Kualitatif

Teknik pengumpulan data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode wawancara semi-struktur yang dilakukan dengan produser dari film dokumenter “Dirty Vote” sebagai instrument data agenda media film dokumenter “Dirty Vote”. Menurut Putri (2020), wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan percakapan dengan maksud tertentu oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) sebagai pengaju/pemberi pertanyaan dan narasumber (interviewee) sebagai pemberi jawaban atas pertanyaan yang diberikan pewawancara. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data sekaligus melengkapi jawaban pada instrument kuesioner dengan menggali informasi dan keterangan dari narasumber.

Teknik analisis data digunakan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Putri, 2020). Pada metode kualitatif dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk memperoleh gambaran tentang agenda media film dokumenter “Dirty Vote”. Miles dan Huberman (2014) menjelaskan kegiatan yang analisis data kualitatif dilakukan dengan langsung berinteraksi secara terus menerus sampai data yang diperoleh menunjukkan data jenuh.

Adapun langkah-langkah analisis data kualitatif dapat dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 3.2 Proses Analisis Data Kualitatif

Sumber: Miles dan Huberman dalam Putri (2020)

3.4 Metode Kuantitatif

A. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner atau angket sebagai instrumen data agenda publik. Menurut Putri (2020), kuesioner menjadi suatu cara untuk memperoleh data terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi dan perilaku dari responden. Kuesioner dalam penelitian ini dibuat dengan menggunakan google form dan diisi secara online oleh warga Bandung.

B. Populasi dan Sampel

Target populasi dalam metode kuantitatif pada penelitian ini adalah warga Bandung yang pernah menonton film dokumenter “Dirty Vote”, serta memiliki hak pilih pada pilpres Indonesia 2024. Metode penarikan sampel dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Non-probability sampling adalah desain sampling dimana elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sekaran dan Bougie, 2016). Sampel non-probabilitas yang dipilih merupakan jenis purposive sampling. Purposive sampling adalah sebuah desain non-probability sampling dimana terbatas untuk orang-orang spesifik yang dapat memberikan informasi atau memenuhi kriteria yang ditetapkan peneliti.

Adapun kriteria dalam pemilihan sampel penelitian ini sebagai berikut:

- a. Berstatus sebagai warga negara Indonesia (WNI)
- b. Berdomisili di Bandung, Jawa Barat
- c. Pernah menonton film dokumenter “Dirty Vote”
- d. Memiliki hak pilih pada pilpres Indonesia 2024

Berdasarkan kriteria tersebut, teknik sampling yang digunakan adalah quota sampling. Quota sampling adalah metode untuk memilih sampel dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu hingga mencapai jumlah (kuota) yang diinginkan. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang ditentukan akan diteliti sebanyak 100 sampel.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Agenda Media Film Dokumenter “Dirty Vote”

Penelitian ini menganalisis film dokumenter “Dirty Vote” sebagai agenda media. Untuk memperoleh informasi, peneliti telah melakukan wawancara dengan produser film “Dirty Vote”, Joni Aswira sebagai narasumber. Hasil dari wawancara tersebut dibagi menjadi tiga bagian berdasarkan tiga dimensi agenda media yang diuraikan oleh Mc Combs dan DL Shaw sesuai dengan yang telah dipaparkan penulis ada BAB II, yakni visibility, audience salience, dan valence.

a) *Visibility*

Pada dimensi visibility, peneliti mengumpulkan informasi dari narasumber terkait visibilitas atau keterlihatan objek penelitian yakni film dokumenter “Dirty Vote”. Visibilitas film “Dirty Vote” yang dapat dilihat di platform Youtube telah meraih lebih dari sembilan juta tayangan. Ide awal Joni Aswira selaku produser yang memprakarsai film “Dirty Vote” adalah membuat sebuah konten yang mengedukasi dan memberikan awareness kepada publik tentang adanya indikasi-indikasi kecurangan menjelang Pilpres 2024.

“Tapi apakah tujuan dari film ini ingin mengubah hasil pemilu? Enggak, dari awal tidak. Tujuannya adalah memberikan informasi tentang indikasi-indikasi kecurangan menjelang Pilpres 2024 sebagai sebagai pendidikan politik buat publik.”

Dengan adanya tujuan tersebut, Joni bekerjasama dengan rekan-rekan akhirnya memutuskan untuk membuat film dokumenter yang membuka indikasi kecurangan-kecurangan pada Pilpres 2024. Dengan begitu, film tersebut dapat dengan mudah diakses oleh siapa saja dan dimana saja. Dengan strategi pendistribusian tersebut, film “Dirty Vote” meraih jumlah tayangan yang melebihi ekspektasi Joni selaku produser.

“Diluar ekspektasi kami sebenarnya bisa mendapat penonton sebesar itu, ya tadinya (saya pikir) ya paling dua juta, tiga juta, atau empat juta lah paling banter gitu. Saking tingginya atensi animo publiknya langsung (mencapai) 100.000 subscriber. Untuk ukuran channel Youtube yang baru dibuat beberapa hari, itu sudah sangat luar biasa. Saya bikinnya dari nol di tanggal sembilan rilisnya luar biasa snowball effect-nya begitu naik naik terus ya.”

“Film ini setidaknya menjadi semacam konten pendidikan politik untuk publik, menjadi sejarah akan abadi sampai kapanpun gitu. Sudah ada di Wikipedia juga, sudah dikurasi oleh IMBD itu kan situs yang memeringkatkan rating-rating film kan. Jadi begitu besar gitu atensinya yang kami dapat. Bahkan waktu itu ada film komedi yang lagi viral di waktu yang bersamaan, tenggelam dengan munculnya “Dirty Vote”. Kita bicara dari sisi marketing, ini sudah sangat luar biasa.”

Berdasarkan penjelasan di atas, film “Dirty Vote” telah mendapatkan atensi publik melebihi ekspektasi produser. Hal tersebut terlihat dari tingginya engagement yang dicapai oleh film “Dirty Vote” seperti yang dipaparkan penulis pada BAB I serta respon publik sebagai antusiasme atas film tersebut.

b) *Audience Salience*

Dari sisi audience salience, peneliti mengumpulkan informasi terkait tingkat penonjolan film dokumenter “Dirty Vote” bagi khalayak atau audiensnya. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan produser film “Dirty Vote”, Joni Aswira sebagai narasumber, film “Dirty Vote” memiliki nilai yang menonjol bagi khalayak. Hal ini terlihat dari banyaknya sentimen positif sebagai bentuk respon khalayak terhadap film tersebut. Pernyataan tersebut disampaikan oleh Joni Aswira dalam wawancara yang dilakukan bersama peneliti sebagai berikut:

“Respon publik dari yang kami amati sangat-sangat setuju ya, bahkan ada yang merasa tercerahkan. Ada publik yang sampai dua kali nonton, gila ya sampai segitunya gitu banyak banget. Di grup keluarga (saya)

itu juga tidak pernah bahas pekerjaan saya gitu apalagi tema politik, tapi itu (“Dirty Vote”) bisa muncul gitu di grup keluarga saya sendiri. Berarti itu sudah viral kemana-mana, di kampung-kampung, di pos kamling, di RT-RT gitu.”

“Nah semuanya itu sentimennya sebagian besar itu positif gitu. Nggak menyangka gitu ya, sebegitunya. Terus komentar di media sosial, di Youtube terutama, semuanya mengapresiasi, berterima kasih kepada kami. Terus ada juga yang khawatir dengan keselamatan kami, macam-macam lah.”

Selain itu, kehadiran tiga tokoh politik sekaligus pakar hukum dan tata negara yang muncul di film “Dirty Vote” yakni Zainal Arifin Mochtar, Ferry Amsari, dan Bivitri Susanti, menjadi salah satu aspek penting dalam strategi penyajian film dokumenter tersebut. Mereka dipercaya untuk menjadi tiga presenter utama yang mempresentasikan poin-poin utama atas isu-isu yang diangkat dalam film “Dirty Vote”.

e) *Valence*

Pada aspek valence, peneliti menganalisis berbagai informasi terkait menyenangkan atau tidak menyenangkan cara penyajian suatu isu atau berita, dalam hal ini adalah film dokumenter “Dirty Vote”. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan produser film “Dirty Vote”, Joni Aswira sebagai narasumber. diperoleh informasi terkait strategi penyajian film tersebut yang dijelaskan sebagai berikut:

“Kami bikin FGD kecil-kecilan gitu di kantornya Bang Ferry, di situlah kami mulai merekonstruksi, mensistematisasikan desain awal itu tuh dari mana sebenarnya diduga kuat. Lalu dari situ kami bikin storyline, ceritanya, talking point-nya. Ada delapan segmen, opening dan closing, ya total sepuluh segmen. Kemudian grafisnya mulai digarap, Aku juga udah mulai menyisir kira-kira footage ataupun dokumen-dokumen visual apa yang harus muncul gitu. Kita juga meng-hire beberapa orang volunteer untuk membantu riset footage, bisa gambar dan segala macamnya di basecamp yang sudah kami pilih.”

Isu-isu utama yang ditekankan dalam film “Dirty Vote” disajikan dengan menampilkan data-data dan informasi yang telah melalui proses riset, uji verifikasi, serta uji secara jurnalistik juga dijelaskan oleh Joni. Upaya tersebut dilakukan demi membangun kepercayaan publik. Setelah disaring, informasi tersebut kemudian disusun menjadi bentuk grafis. Hal itu disampaikan dalam wawancara sebagai berikut:

“Jadi kalau proses uji verifikasi by riset, lalu kami uji secara jurnalistik juga. Kami uji data, hasil pemberitaan media, kliping-kliping media yang memperkuat bagian isu kami jadikan grafis, makanya kamu melihat kan kepingan media juga banyak dalam film itu.”

Melalui penjelasannya tersebut, Joni Aswira mengelaborasi bahwa kekuatan media sosial sekarang telah berkembang begitu besar. Apa yang diunggah di media sosial dapat semata-mata menjadi pusat perhatian dan bisa meraup atensi yang begitu besar dari khalayak. Dengan demikian, strategi penyajian agenda media Joni Aswira selaku produser film “Dirty Vote” dalam film dokumenter yang dipublikasikan melalui platform media sosial Youtube berpotensi memiliki peran dalam mempengaruhi agenda publik.

4.2 Agenda Publik Warga Bandung

a. *Familiarity*

Tabel 4.1 Hasil Dimensi *Familiarity*

Pernyataan	STS		TS		N		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Minat untuk menonton (FM1)	10	10	10	10	23	23	33	33	24	24
Berbagi informasi (FM2)	8	8	12	12	26	26	25	25	29	29
Muncul diskusi (FM3)	10	10	10	10	24	24	25	25	31	31
Perubahan isu (FM4)	9	9	11	11	24	24	29	29	27	27
Relevansi isu (FM5)	14	14	6	6	31	31	25	25	24	24
Total	51		49		128		137		135	
Rata-Rata		10,2		9,8		25,6		27,4		27

Sumber: Data Olahan Penulis (2024)

Hasil yang diperoleh berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa keseluruhan tanggapan responden untuk indikator dimensi familiarity, dimana rata-rata hasil tanggapan tersebut menyatakan sangat tidak setuju (STS) sebesar 10,2%, tidak setuju (TS) sebesar 9,8%, netral (N) sebesar 25,6%, setuju (S) sebesar 27,4%, dan sangat setuju (SS) sebesar 27%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator dimensi familiarity berada pada kategori berpengaruh yakni sebesar 70,24% dimana berada pada rentang 68% - 84%.

b. *Personal Salience*

Tabel 4.2 Hasil Dimensi *Personal Salience*

Pernyataan	STS		TS		N		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Muncul ekspektasi (P1)	11	11	9	9	23	23	31	31	26	26
Minat berdiskusi (P2)	11	11	9	9	23	23	23	23	34	34
Membuka pandangan baru (P3)	11	11	9	9	23	23	31	31	26	26
Perubahan pemikiran (P4)	6	6	14	14	30	30	26	26	24	24
Mempengaruhi pemikiran (P5)	11	11	9	9	25	25	27	27	28	28
Mempengaruhi opini (P6)	8	8	12	12	19	19	25	25	36	36
Perubahan keputusan (P7)	42	42	38	38	9	9	5	5	6	6
Total	100		100		152		168		180	
Rata-Rata		14,2857		14,2857		21,7143		24		25,7143

Sumber: Data Olahan Penulis (2024)

Berdasarkan tabel di atas, hasil dari keseluruhan tanggapan responden untuk dimensi personal salience memperlihatkan dimana rata-rata hasil tanggapan tersebut menyatakan sangat tidak setuju (STS) sebesar 14,2%, tidak setuju (TS) sebesar 14,2%, netral (N) sebesar 26%, setuju (S) sebesar 24%, dan sangat setuju (SS) sebesar 26%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator pada dimensi personal salience berada pada kategori cukup berpengaruh yakni sebesar 66,51% dimana berada pada rentang 52% - 68%.

c. *Favorability*

Tabel 4.3 Hasil Dimensi *Favorability*

Pernyataan	STS		TS		N		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Ketertarikan isu (FV1)	12	12	8	8	28	28	20	20	32	32
Ketertarikan tinggi (FV2)	8	8	12	12	26	26	25	25	29	29
Minat membicarakan (FV3)	13	13	7	7	34	34	30	30	16	16
Kepercayaan tinggi (FV4)	13	13	7	7	30	30	29	29	21	21
Berbagi di media sosial (FV5)	13	13	7	7	30	30	26	26	24	24
Pembicaraan di media sosial (FV6)	6	6	14	14	18	18	34	34	28	28
Pembicaraan di masyarakat (FV7)	11	11	9	9	23	23	27	27	30	30
Total	76		64		189		191		180	
Rata-Rata		10,8		9,1		27		27,2		26

Sumber: Data Olahan Penulis (2024)

Mengacu pada tabel di atas, hasil dari keseluruhan tanggapan responden untuk indikator dimensi favorability menunjukkan rata-rata hasil tanggapan tersebut menyatakan sangat tidak setuju (STS) sebesar 10,8%, tidak setuju (TS) sebesar 9,1%, netral (N) sebesar 27%, setuju (S) sebesar 27,2% dan sangat setuju (SS) sebesar 26%. Hasil

tersebut menunjukkan bahwa indikator pada dimensi favorability berada pada kategori berpengaruh yakni sebesar 69,57%, dimana berada pada rentang 68% - 84%.

Berdasarkan tabel di atas, rata-rata dari keseluruhan dimensi pada variabel agenda publik warga Bandung menunjukkan hasil tanggapan responden yang diperoleh dari kuesioner penelitian termasuk dalam kategori berpengaruh yakni sebesar 68,77%. Dalam hal ini, dapat diartikan bahwa agenda media dalam film dokumenter “Dirty Vote”, yakni penyajian serangkaian informasi politik terkait indikasi-indikasi kecurangan menjelang pilpres 2024, berdasarkan ketiga dimensi pada variabel agenda publik warga Bandung, yakni familiarity, personal salience, dan favorability, berpengaruh terhadap agenda publik warga Bandung.

4.3 Peran Film Dokumenter *Dirty Vote* Dalam Mempengaruhi Agenda Publik Warga Bandung

Melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan produser film dokumenter “Dirty Vote”, Joni Aswira sebagai narasumber mendapatkan hasil bahwa agenda media dalam film dokumenter “Dirty Vote” yakni penyajian serangkaian informasi politik terkait indikasi kecurangan menjelang pemilihan presiden Indonesia 2024.

Informasi-informasi terkait isu utama yang diangkat dalam film dokumenter “Dirty Vote” tersebut telah diterima dan dapat dipahami oleh publik sehingga tersampaikan dengan baik. Pernyataan tersebut didasari oleh hasil pengumpulan data kuantitatif melalui kuesioner atau angket yang diisi oleh warga Bandung. Secara keseluruhan, tanggapan responden menunjukkan bahwa agenda media dalam film “Dirty Vote” berperan dalam mempengaruhi agenda publik warga Bandung, dimana ketiga dimensi pada variabel agenda publik warga Bandung yakni familiarity, personal salience, dan favorability berpengaruh terhadap agenda media dalam film dokumenter “Dirty Vote” yakni sebesar 68,77%.

4.4 Relevansi Teori Agenda Setting Pada Film Dokumenter *Dirty Vote* Terhadap Warga Bandung Menjelang Pilpres 2024

Dengan keseluruhan perolehan data melalui penggabungan dua metode penelitian, yakni metode penelitian kualitatif dan metode penelitian kuantitatif, didapatkan hasil analisis penelitian menggunakan metode campuran (mixed methods) yang menghasilkan pernyataan sebagai berikut:

- Agenda media dalam film dokumenter “Dirty Vote” adalah menyajikan serangkaian informasi politik terkait isu utama yang ditonjolkan dalam film tersebut yakni indikasi-indikasi kecurangan menjelang pilpres 2024.
- Penyajian serangkaian informasi politik terkait indikasi kecurangan menjelang pilpres 2024 melalui film dokumenter “Dirty Vote” menjadi pembicaraan dan dianggap penting oleh warga Bandung.

Kedua pernyataan tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa:

- Agenda media dalam film dokumenter “Dirty Vote” garapan Joni Aswira berperan mempengaruhi agenda publik warga Bandung.

Mengacu pada hasil analisis yang didapatkan oleh penulis dengan menggunakan metode campuran yang menggabungkan dua metode, yakni metode penelitian kualitatif dan metode penelitian kuantitatif, dapat ditarik kesimpulan yang menyatakan bahwa agenda media berperan dalam mempengaruhi agenda publik. Pernyataan tersebut menjawab rumusan masalah yang pertama dalam penelitian ini. Di saat yang bersamaan, hal tersebut sejalan dengan Teori Agenda Setting oleh Maxwell McCombs dan Donald L Shaw (1972) yang menjelaskan bahwa agenda media memiliki peran dalam membentuk agenda publik. Dengan kata lain, agenda media yakni apa yang dianggap penting oleh media akan menjadi agenda publik yang dibicarakan dianggap penting juga oleh publik. Dalam penelitian ini, agenda media film dokumenter “Dirty Vote” yang merupakan variabel X mempengaruhi agenda publik warga Bandung yang merupakan variabel Y. Pernyataan tersebut memperkuat Teori Agenda Setting yang merupakan variabel mediasi (Z) sekaligus menjawab rumusan masalah yang kedua dalam penelitian ini.

Berdasarkan seluruh penjelasan yang telah dijabarkan di atas, agenda media pada film dokumenter “Dirty Vote” memiliki pengaruh terhadap agenda publik warga Bandung menjelang Pilpres 2024. Dengan demikian, penulis menyimpulkan bahwa Teori Agenda Setting pada film dokumenter “Dirty Vote” relevan terhadap warga Bandung menjelang Pilpres 2024.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan metode campuran (mixed methods), dapat ditarik kesimpulan bahwa agenda media pada film dokumenter “Dirty Vote” memiliki pengaruh terhadap agenda publik

warga Bandung berdasarkan ketiga dimensi pada variabel agenda publik warga Bandung (familiarity, personal salience, dan favorability) dengan rata-rata sebesar 68,77% dimana berada pada kategori berpengaruh, yakni dalam rentang 68% - 84%. Dengan demikian, teori agenda setting pada film dokumenter “Dirty Vote” relevan terhadap warga Bandung menjelang Pilpres Indonesia tahun 2024.

5.2 Saran

Peneliti memberikan saran kepada para akademisi yang akan meneliti relevansi Teori Agenda Setting dapat melakukan penelitian pada objek lain selain film dokumenter “Dirty Vote”. Saran lanjutan bagi peneliti selanjutnya khususnya yang akan meneliti terkait agenda media dan agenda publik dengan mediasi Teori Agenda Setting dapat mengeksplorasi lebih dalam atas variabel-variabel dan dimensi-dimensi lain baik agenda media maupun agenda publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. (2018). Efektifitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi pada Serambi on TV). Skripsi.
- Efendi, E., Taufiqurrohman, A., Supriadi, T., & Kuswananda, E. (2023). Teori Agenda Setting. Jurnal Pendidikan Tambusai.
- KPU, H. (2023, November 13). KPU Tetapkan Tiga Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden Pemilu 2014. Retrieved from Komisi Pemilihan Umum: <https://infopemilu.kpu.go.id/>
- Laily, N. (2014). Agenda Media Dalam Pemberitaan Pemilu Presiden 2014 Pada Koran Sindo. Skripsi.
- Makhshun, T., & Khalilurrahman. (2018). Pengaruh Media Massa Dalam Kebijakan Pendidikan. Ta'dibuna Jurnal Pendidikan Agama Islam.
- Malcheff, M. J. (2010). Public Perception or Media Manipulation: The Power of the Agenda-Setting Function of the Press Examined. *Power of the Press*.
- Mc Combs, M., & Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*.
- McCombs, M. (n.d.). The Agenda-Setting Role of the Mass Media.
- Musfialdy. (2015). Peran Media Massa Saat Pemilihan Umum Mengawasi Atau Diawasi. *Jurnal RISALAH*.
- Nasionalita, K. (2014). Relevansi Teori Agenda Setting Dalam Dunia Tanpa Batas. *Jurnal MAKNA Unissula*.
- Ningrum, D. R., Saleh, C., & Permana, W. (2015). Pengaruh Kebutuhan Informasi Pemustaka Terhadap Pengembangan Koleksi Buku Tercetak Pada Perpustakaan Universitas Brawijaya. *Jurnal Administrasi Publik*.
- Nugroho, A. C. (2015). Representasi Polity dan Trivia Dalam Agenda Media (Studi Agenda Media SK Ibukota). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*.
- Pratiwi, D. A. (2017). Pengaruh Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Terhadap Peningkatan Kesempatan Kerja Rumah Tangga di Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara. Skripsi.

- Raditya, R., & Esfandari, D. A. (2015). Pengaruh Agenda Media Terhadap Agenda Publik Mahasiswa Ilmu Komunikasi Telkom University Angkatan 2010-2013 (Analisa Agenda Setting Pada Program Mata Najwa Menjelang Pemilu Pilpres 2014).
- Risaldo, A., & Muhammad, A. (2021). Peran Komunikasi Massa Dalam Meredam Isu-Isu Terkait Pemasyarakatan. Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Uniksha.
- Sobirin, Muhaimin, Junaidi, M., & Mursyidah, D. (2019). Agenda Setting Theory Pencalonan Walikota Jambi di Media Seru Jambi.com. Jurnal Mauizoh.
- Sulastri, I. (2010). Penelitian Bercorak Agenda Setting Model. Jurnal Ilmiah Dakwah dan Komunikasi.
- Tamburaka, A. (2012). Agenda Setting Media Massa. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Malcheff, M. J. (2010). Public Perception or Media Manipulation: The Power of the Agenda-Setting Function of the Press Examined. Power of the Press.
- Ulya, R. H. (2020). Analisis Agenda Setting DetikNews Terkait Berita Hoax Corona Konspirasi Dokter-Pemda di Jepara. Skripsi.