

**REPRESENTASI AKTOR POLITIK DALAM AGENDA MEDIA
(Analisis Agenda Setting Terhadap Headline Surat kabar Ibukota)**

***THE REPRESENTATION OF POLITICUS ACTOR IN MEDIA AGENDA
(The Agenda Setting Analysis toward Capital Newspaper Headline)***

Felix Tawaang

Peneliti Bidang Studi Komunikasi dan Media pada Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Jakarta, Jln. Pegangsaan Timur No. 19 B Jakarta Pusat, . Provinsi DKI Jakarta, Indonesia
HP 081290305475, feltashome@yahoo.co.id;

(Naskah diterima melalui email 7 November 2016, submit editor ke penulis 8 November 2016,
, direvisi sesuai masukan editor November 2016, submit ke mitra bestari 11 November 2016;
submit mitra bestari ke editor November 2016; Disetujui terbit November 2016.)

ABSTRACT

This paper discusses about the phenomenon of mediation representation of political actors in media agenda. The focus is how and what issues the actor was mediated. Newspapers samples are Media Indonesia; Kompas; Rakyat Merdeka; and Republika. Data were collected through content analysis in the tradition of agenda setting. The findings show the communication process through media agenda by media organizations is based on the phenomenon showed a relatively complete communications process. Media seems trying to show who the communicator and who became a communicant in the communication process. Related to this, in the context of the political system, the political superstructure components communicator element is more dominant than communicators in infra component of the political structure. While the elements of the communicant, according the findings indicate that the component supra political structures that (the government) was also more than the infra component of the political structure (non-government). There are five types of predicate actors that were targeted communication by communicator earlier. However, it seems the level from the Ministry institutions to village became the most widely mediated editor. Academically, for the implementation of similar future studies should include a review of related phenomena involving the public agenda so that the relevance of the phenomenon of mediating between two actors can be known. Practically, the study's findings are expected to help increase media literacy among readers of the newspaper media.

Keywords: representation; political actors; media agenda; headlines; newspaper

ABSTRAK

Paper ini membahas fenomena representasi mediasi aktor politik dalam pengagendaaan media. Fokusnya pada bagaimana dan pada isu apa saja para aktor itu dimediasikan. Surat kabar sampelnya adalah Media Indonesia ; Kompas; Rakyat Merdeka; dan Republika. Data dikumpulkan melalui metode content analysis dalam tradisi agenda setting. Temuan memperlihatkan proses komunikasi melalui pengagendaaan media oleh organisasi media berdasarkan fenomenanya memperlihatkan sebuah proses komunikasi yang relatif lengkap. Media tampak berupaya menunjukkan siapa yang menjadi komunikator dan siapa yang menjadi komunikan dalam suatu proses komunikasi itu. Terkait dengan ini, maka dalam konteks sistem politik, unsur komunikator komponen suprastruktur politik itu lebih dominan ketimbang komunikator dalam komponen infra struktur politik. Sementara pada unsur komunikan, sesuai temuan menunjukkan bahwa komponen supra sruktur politik (pemerintah) itu juga lebih banyak dari pada komponen infra struktur politik (non pemerintah) . Ada lima jenis predikat aktor yang menjadi sasaran komunikasi komunikator tadi. Namun demikian tampaknya predikat Lembaga pemerintah setingkat Kementerian s/d Kelurahan) menjadi paling banyak dimediasi redaksi. Secara akademik, untuk pelaksanaan penelitian yang sejenis ke depannya hendaknya menyertakan telaah terkait fenomena agenda publik agar relevansi menyangkut fenomena mediasi aktor di antara keduanya dapat diketahui. Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat membantu peningkatan literasi media di kalangan pembaca media surat kabar.

Kata-Kata kunci : representasi; aktor politik; agenda media; headline; surat kabar.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang dan Permasalahan

Sebagai salah satu komponen penting dalam proses komunikasi politik, yang notabene juga menjadi salah satu dari tujuh sub sistem yang ada dalam sistem politik, maka demi bekerjanya suatu sistem (misalnya seperti sistem politik Indonesia), media massa seperti surat kabar kedudukannya menjadi esensial dalam proses komunikasi politik tadi. Kedudukan

esensial dimaksud, karena hanya dengan media ini diantaranya proses komunikasi politik itu bisa berlangsung. Dalam konteks ini, Alfian pernah menyebut bahwa komunikasi politik itu sendiri seperti ibarat darah yang mengalir unsur-unsur dalam sistem politik.

Sistem politik sendiri, pada dasarnya menggambarkan suatu proses in put dan out put. Artinya, berbagai pihak berupaya memasukkan in put nya ke dalam struktur sistem politik yang terdiri dari komponen supra politik dan infra politik agar melalui prosesnya dapat melahirkan out put sistem politik. Komponen supra politik sendiri berarti unsur-unsur atau pihak-pihak yang tugas pokok dan fungsinya langsung berhubungan dengan penyelenggaraan negara. Sementara komponen infra politik berarti pihak-pihak yang tugas pokok dan fungsinya itu tidak berkaitan langsung berhubungan dengan penyelenggaraan negara.

Dalam realitanya, komponen supra politik itu secara gradual berupa Lembaga Eksekutif, Legislatif, Yudikatif dan Eksaminatif. Sementara komponen infra struktur politik itu bisa berupa lembaga-lembaga NGO, Ormas, interest group, anggota masyarakat dan termasuk media massa seperti surat kabar.

Fenomena aktor dalam media surat kabar sendiri, pada era ORBA cenderung lebih banyak memfasilitasi pihak-pihak yang terkait dengan komponen supra politik. Menurut budayawan Abdullah, katanya ini karena saat itu berlaku budaya komunikasi *monosemy* (makna tunggal) yang dikembangkan pemerintah guna mengendalikan isi media. Namun pada era setelah keruntuhan ORBA yang berflatform demokrasi yang seluas-luasnya, realitanya (menurut hasil kajian wacana publik berkali-kali BPPKI Jakarta Kemkominfo, Tahun 2014-1015) ternyata cenderung tidak berbeda dengan fenomena pada ORBA tadi. Padahal, dalam konteks konsep Abdullah tadi, budaya komunikasinya sudah berubah menjadi *polisemy*, makna jamak.

Terkait dengan temuan BPPKI tadi, fenomenanya sendiri muncul ketika media melakukan fungsi surveillance-nya. Dalam praktik pelaksanaan fungsi dimaksud sendiri, fenomena dimaksud juga muncul melalui beragam isu yang nota bene berasal dari lingkungan yang sama, yaitu lingkungan dari tempat domisili terbit surat kabar yang sama. Di sisi lain, fenomena mediasinya juga cenderung menunjukkan perbedaan di antara sesama surat kabar. Ada yang menempatkannya di halaman satu tapi bukan sebagai headline. Ada yang menempatkannya sebagai headline surat kabar dan ada juga yang menempatkannya di luar dari halaman satu. Artinya, masing-masing surat kabar memiliki perspektifnya sendiri terkait arti pentingnya suatu isu bagi individu khalayak.

Fenomena dimaksud sendiri, dalam terminologi ilmu komunikasi, khususnya terkait dengan salah satu teori komunikasi yang tergolong dalam paradigma teori Cybernetika, yaitu *the agenda setting theory*, dikonseptualisasikan dengan konsep agenda media. Sementara konsep agenda media ini sendiri diketahui hanya merupakan salah satu saja dari tiga konsentrasi studi media pada konteks *the agenda setting theory*.

B. Signifikansi

Berdasarkan latar belakang masalah sebelumnya, penelitian ini berorientasi pada studi analisis konten surat kabar dalam tradisi agenda setting teori, khususnya terkait dengan fenomena aktor dalam media surat kabar sebelumnya dalam kaitan konteks fenomena valence dan salience.. Dalam hubungan ini, maka permasalahan penelitiannya menjadi sbb. : 1) Bagaimanakah pemediasian aktor dalam agenda media surat kabar ?; 2) Dalam isu apa sajakah para aktor itu dimediasikan oleh surat kabar ? Dengan dua permasalahan tersebut penelitian ini bermaksud untuk menemukan gambaran tentang komposisi pemediasian aktor dalam agenda media surat kabar ibukota dan menemukan ragam isu yang menjadi sarana pemediasian para aktor oleh organisasi media dalam agenda medianya.

Hasil penelitian ini secara akademis diharapkan dapat melengkapi informasi ilmiah yang telah ada sebelumnya terkait studi agenda media daam kaitan fenomena komunikasi politik. Secara praktis diharapkan dapat menjadi informasi awal tentang praktik jurnalisme saat ini terkait peng-kanalisan-an aktor-aktor berita atau nara sumber berita dalam era demokrasi saat ini.

II. PEMBAHASAN

A. Konsep-Konsep Teoritik

1. Aktor Politik

Secara leksikal aktor politik diantaranya diartikan sebagai Individu yang bercita-cita melalui cara-cara organisasi dan kelembagaan untuk mempengaruhi proses pengambilan keputusan melalui capaian kekuasaan politik dalam pemerintahan atau konstitusional majelis melalui pilihan kebijakan dapat diimplementasikan. (*Individuals who aspire through organisational and institutional means to influence the decision making process through attaining political power in government or constitutional assemblies through which preferred policies can be implemented.*) ([http://www.answers.com/Q/What are political actors](http://www.answers.com/Q/What_are_political_actors)).

Sementara itu, dalam terminologi ilmu politik, yang termasuk aktor politik itu adalah orang atau individu dalam sebuah organisasi politik, partai politik, organisasi publik, kelompok penekan, dan teroris (McNair. 2011: 5). Dalam konteks pengertian McNair tersebut, tentunya termasuk pula pihak-pihak interest group. Sementara menurut Nimmo (2004. :30) kriteria aktor politik itu ialah orang yang berbicara tentang politik atau dalam *setting* politik, seperti politikus, profesional, dan aktivis.

Terkait konsep *setting* politik sebagaimana dimaksud Nimmo sebelumnya, dalam realita, keterjadiannya bisa dalam bentuk “field” seperti di dalam arena-arena sosial (misal : warung-warung kopi; pos-pos RT-RW) dan sudah tentu dalam bentuk “text”. Dalam kaitan bentuk “text” dimaksud, maka *setting* politik dimaksud tadi kerap muncul di berbagai media konvensional maupun inkonvensional. Pada media inkonvensional maka bisa dijumpai di media-media sosial misalnya. Pada media konvensional misalnya seperti di majalah, surat kabar mingguan dan apa lagi di surat kabar harian.

Pada salah satu media konvensional seperti surat kabar tadi, terutama surat kabar serius, maka *setting* politik itu bahkan hampir setiap hari muncul ke permukaan sejalan dengan dinamika politik yang tumbuh dan berkembang. Sejalan dengan fenomena *setting* politik inilah makanya para aktor politik tadi sangat dibutuhkan oleh organisasi redaksi suatu media guna melengkapi rancangan *setting* politik mereka tentang berbagai isu politik. Dengan demikian di sini media surat kabar menjadi pihak yang mengkanalisasi para aktor dalam isu tertentu melalui *setting* politik tertentu dalam konteks pengagendaaan media surat kabar.

2. Agenda Media

Salah satu teori yang tergabung dalam paradigma cybernetika yang berupaya menjelaskan fenomena media massa dan khususnya meyangkut content-nya, yaitu *The Agenda Setting Theory*.

Teori ini digagas oleh Mc Combs and Shaw pada 1972. Agenda Setting adalah suatu jenis penelitian yang difokuskan pada pendapat umum, bukan pada persuasi dan perubahan sikap, tetapi pada bagaimana frekuensi isu (*salience issue*) atau relevansi isu dengan khalayak (*prominence issue*) atas sesuatu isu yang diagendakan media. Termasuk pula menyangkut bagaimana cara suatu isu disajikan media (*valence*), misalnya apakah suatu isu disajikan dengan cara menarik atau tidak. Dalam tradisi studi agenda setting, upaya memahami fenomena ketiga konsep tadi dikenal dengan studi agenda media.

Agenda Setting Theory kemudian berkembang pada tidak sebatas riset konten analisis menyangkut ketiga konsep sebelumnya, melainkan bergerak pada upaya memahami agenda publik. Dengan agenda publik dimaksud dimaksudkan, akan dapat diketahui bagaimana persepsi khalayak terhadap urutan-urutan isu yang dianggap penting. Upaya untuk mengetahui persepsi khalayak tadi, dilakukan dengan penelitian survey.

Upaya selanjutnya dalam rangka pengembangan teori agenda setting adalah, yakni upaya memahami agenda kebijakan. Dalam upaya tersebut, dimaksudkan supaya diketahui apakah suatu kebijakan tertentu diambil oleh pengambil keputusan itu berhubungan dengan agenda publik yang notabene diperolehnya dari isu yang sebelumnya diagendakan.

Perkembangan terakhir terkait fokus studi agenda setting ini, menurut Rusadi (2015), malah sudah ke luar dari tradisi klasik tadi. Dalam perkembangan dimaksud, maka studi agenda setting mulai difokuskan pada fenomena *knowledge mapping*, yaitu upaya ilmiah yang berusaha mengetahui fenomena gambaran pengetahuan khalayak saat dia mengakses konten agenda media.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dengan metode *conten analysis* dalam tradisi studi agenda setting. Sampel surat kabar ditentukan secara purposive, yaitu Harian Kompas, Republika, Media Indoensia dan Rakyat Merdeka edisi Juni 2016. *Recording unitnya* adalah berita *headline* pada edisi yang terpilih melalui metode *rotated sampling*.

C. Penyajian data dan Analisis Hasil Penelitian

Sesuai prosedur sampling, Selama Juni 2016 penelitian ini menemukan sebanyak 24 sampel headline surat kabar. Masing-masing surat kabar sampel menampilkan sebanyak 6 headline surat kabar. (lihat tabel 1).

Selanjutnya, temuan juga memperlihatkan bahwa keempat surat kabar sampel itu lebih banyak (10) yang menggunakan halaman surat kabar untuk menyajikan agendanya itu seluas antara 401 – 600 cmkol. 201 – 400. Cukup banyak juga yang menyajikannya antara 201 – 400 cmkol. (8). (lihat tabel 2).

Ditemukan juga bahwa *typologi* isu yang disajikan dalam pengagendaan media itu, dominannya adalah menyangkut isu bertypologi polity (19) dan hanya sedikit saja di antaranya yang bersifat *Trivia* (4). Begitu juga menyangkut peliputan dalam kaitan pemberitaan, temuan menunjukkan bahwa sampel surat kabar itu umumnya sudah menerapkan prinsip "*cover Both side*". Dalam pengagendaan dimaksud, juga diketahui umumnya surat kabar sampel itu tidak ada yang mengutip bahan berita dari kantor berita.

Tabel 1
Agenda Media Menurut Surat Kabar Penyajinya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Media Indonesia	6	1.3	25.0	25.0
	Kompas	6	1.3	25.0	50.0
	Rakyat Merdeka	6	1.3	25.0	75.0
	Republika	6	1.3	25.0	100.0
	Total	24	5.2	100.0	
Missing System		435	94.8		
Total		459	100.0		

Sumber : BPPKI Jakarta, 2016

Tabel 2
Agenda Media Menurut Luas Cm kolom Yang dipergunakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				94.8	94.8
	201 - 400	8	1.7	1.7	96.5
	401 - 600	10	2.2	2.2	98.7
	601 - 800	4	.9	.9	99.6

	801 - 1.000	2	.4	.4	100.0
	Total	24	5.2	100.0	
Missing System		435	94.8		
Total		459	100.0		

Sumber : BPPKI Jakarta, 2016.

1) Pemediasian Aktor Dalam Agenda Media Surat kabar

Bagian ini akan menyajikan hasil penelitian tentang mediasi aktor dalam agenda media. Aktor di sini antara lain meliputi nama sumber, asal sumber, predikat sumber dan lain sejenisnya.

Data tabel 3 berikut ini menyajikan data nara sumber-sumber berita atau aktor yang dimediasi oleh organisasi media. Sesuai data tabel 4 memperlihatkan bahwa aktor itu berasal dari dua kalangan, yaitu ada yang berasal dari kalangan pemerintah dan ada yang berasal dari kalangan non pemerintah.

Berdasarkan data tabel 3 memperlihatkan bahwa dalam mediasinya, tampak bahwa organisasi redaksi itu lebih banyak memediasikan pihak aktor yang berasal dari kalangan pemerintah, yaitu sebanyak 62 (lihat tabel 4), sementara aktor dari kalangan non pemerintah sendiri sebanyak 22 (lihat tabel 5).

Selanjutnya, dalam mediasinya organisasi surat kabar ada yang memposisikan pihak-pihak sumber berita itu dalam posisinya sebagai aktor (komunikator) dan ada yang diposisikan dalam kedudukannya sebagai komunikan. Terkait dengan ini, temuan memperlihatkan bahwa proses komunikasi politik sebagaimana tampak dalam pengagendaaan media, mana pihak yang menjadi komunikator dan mana pihak yang menjadi komunikan itu relatif jelas posisinya. Terkait dengan data tabel 3, maka dari total 84 pihak yang menjadi sasaran komunikasi politik, maka sebagian besar (50) di antaranya merupakan pihak-pihak yang jelas identitasnya, dan cukup banyak juga diantaranya yang tidak jelas (34). (lihat tabel 3).

Tabel 3
Agenda Media Menurut Jelas tidaknya Pihak yang Menjadi Sasaran komunikasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pihak yang jelas	50	10.9	59.5	59.5
	Pihak yang tidak jelas	34	7.4	40.5	100.0
	Total	84	18.3	100.0	
Missing System		375	81.7		
Total		459	100.0		

Sumber : BPPKI Jakarta, 2016.

Guna telaah lebih jauh mengenai proses komunikasi politik melalui pengagendaaan media dimaksud, maka selanjutnya bahasan tentang aktor dalam pengagendaaan dimaksud akan dirinci menurut aktor dari segi komunikator dan aktor dari segi komunikan, sbb. :

a. Aktor (komunikator)

Terdapat sejumlah aktor yang dimediasikan oleh media dalam pengagendaannya. Aktor dimaksud yaitu aktor yang berasal dari kalangan pemerintah maksudnya. Aktor dimaksud, sesuai data tabel 4 memperlihatkan bahwa mereka itu umumnya dimediasikan antara 1- 3 kali. Namun demikian, Jokowi dan Tito Karnavian menjadi aktor terbanyak dimediasikan redaksi media, yaitu sebanyak 3 kali. Sementara Basuki Tjahaja Purnama; Agus Rahardjo ; Francois Hollande ; Herman Suryatman dan Komjen Budi Waseso masing-masing sebanyak 2 kali. Sementara sumber lainnya masing-masing sebanyak satu kali mediasi. (lihat tabel 4).

Mengenai aktor atau nara sumber yang berasal dari kalangan non pemerintah, tampak tidak ada yang ditonjolkan oleh media. Kalangan aktor dimaksud, masing-masing mendapat satu kali mediasi oleh pihak organisasi media (lihat tabel 5).

Tabel 4
Agenda Media Menurut Nama Sumber Berita dari Kalangan Pemerintah

Nara Sumber	Frequency
Agus Rahardjo	2
Ahmad Zainullah	1
Almuzzammil Yusuf	1
Andi Eka Sakya	1
Arifin	1
Bambang Brodjonegoro	1
Bambang Soesatyo	1
Bambang Widianto	1
Basuki Tjahaja Purnama	2
Budi Harjono	1
Candra Fajri Ananda	1
Cecep Nurwendaya	1
Christiati Ariani	1
Darmin Nasution	1
Deni Sanjaya	1
Desmond Junaedi Mahesa	1
Devi Rompis	1
Dwi Andreas SANTosa	1
Emil Salim	1
Farouk Muhammad	1
Francois Hollande	2
Harry Azhar Azis	1
Herman Suryatman	2
I Made Badra	1
Jend Pol Badrodin Haiti	1
Jokowi	3
Jusuf Kalla	1
Khofifah Indar Parawansa	1
Kombes Krishna Murti	1
Komjen Budi Waseso	2
Luhut Panjaitan	1
Lukman Hakim Syaifuddin	1
M Nur Widianto	1
M Yusuf	1
No Name	1
Noldy Liow	1
Pierre Henry Brandet	1
Pramono Anung	1

Regga	1
Reintje Tamboto	1
Rusdiana	1
Saifullah Yusuf	1
Saleh Husin	1
Steven Kandouw	1
Sujono Kamino	1
Susilo Bambang Yudhoyono	1
Taufik Widjoyono	1
Teten Masduki	1
Thierry Brillard	1
Tito Karnavian	3
Tjahuo Kumolo	1
Yandi	1
Zudan Arif Fakrulloh	1
Total	62

Sumber : BPPKI Jakarta, 2016.

Tabel 5
Agenda Media Menurut Nama Sumber Berita dari Kalangan Non Pemerintah

Nara Sumber	Frequency	Percent
Abdul Mu'ti	1	.2
Ahmad Dani	1	.2
Aristo Pangaribuan	1	.2
Arum Sabil	1	.2
Aswin Pulungan	1	.2
Geoffray	1	.2
Gusti RAnda	1	.2
Juwari	1	.2
Kavice (32)	1	.2
KH. Ma'ruf Amin	1	.2
M Syarkawi Rauf	1	.2
Maria Elka Pangestu	1	.2
Maryam	1	.2
Nasaruddin Umar	1	.2
Prof. Edi Suwandi Hamid	1	.2
Ratna Sarumpaet	1	.2
Suleman	1	.2
Suparno	1	.2
Thomas Schneider	1	.2
Umuh Muchtar	1	.2
Vicente del Bosque	1	.2
Yusrizal	1	.2
Total	22	100.0

Sumber : BPPKI Jakarta, 2016.

Selanjutnya, para aktor tadi dalam pemediannya, media juga tampak menteksasikan para aktor itu dengan status/predikatnya. Status/predikat sumber yang dari segi sistem politik terbagi menjadi dua itu, yaitu supra struktur dan infra struktur politik, di mana mereka lebih banyak yang berkategori supra struktur politik (64) dan infra struktur politik (20), maka berdasarkan data tabel berikut, tampak bahwa aktor itu paling banyak adalah individu yang berpredikat sebagai Lembaga pemerintah setingkat Kementerian s/d Kelurahan (46%); Anggota masyarakat (individu atau mewakili kel. masyarakat) (17,86%) dan Lembaga Tinggi Negara (Presiden, DPR, MPR, MK, MA, KY) (11,9%); serta Lembaga Asosiasi/Serikat-serikat (SBI, dll..) dengan jumlah yang juga tidak sedikit. (9,52). Sementara aktor dengan predikat lainnya proporsinya relatif kecil yakni berkisar 1,2-2,38%. (lihat tabel 6).

Lebih jauh, dalam pemediannya, media juga tampak lebih merinci predikat/ status aktor tadi ke dalam bentuk jabatan. Berdasarkan temuan penelitian sebagaimana disajikan dalam tabel 7 berikut, predikat sumber atau aktor tadi lebih banyak aktor yang menjabat sebagai Presiden RI dan Calon Kapolri (masing-masing 3) ; Gubernur DKI Jakarta; Juru Bicara Kemenpan RB 1 ; Kepala BNN dan Ketua KPK (masing-masing 3). Sementara aktor lainnya frekuensinya masing-masing satu kali teksasi. (lihat tabel 7).

Bukan hanya aktor dari kalangan pemerintah saja yang dirinci media dalam pemuatan agendanya. Aktor dari kalangan non pemerintah juga demikian halnya. Akan tetapi, pemuatan jabatan-jabatan aktor itu, sebagaimana ditunjukkan data tabel 8 tampaknya masing-masing hanya satu kali saja.

Tabel 6
Agenda Media Menurut Status/predikat Sumber Berita

Status Predikat	Frequency	Percent
Lembaga Tinggi Negara (Presiden, DPR, MPR, MK, MA, KY).	10	11,9
Lembaga Independen Negara (KPU, KPI, Komisi Perempuan, dll..)	2	2,38
Lembaga Asosiasi/Serikat-serikat (SBI, dll..)	8	9,52
Lembaga pemerintah setingkat Kementerian s/d Kelurahan)	46	46
UPT-UPT (misal : Bendungan/Pintu Air Katulampa)	2	2,38
Lembaga-lembaga Parpol (parpol angg legislatif/bukan)	1	1,2
Anggota masyarakat (individu atau mewakili kel. masyarakat)	15	17,86
Total	84	100.0

Sumber : BPPKI Jakarta, 2016.

Tabel 7

	Frequency
Anggota Badan Hisap dan Rukyat, Kemenag	1
Calon Kapolri	3
Camat Manganitu	1
Direskrimum Polda Metro Jaya	1
Dirjen Holtikultura Kementerian Pertanian	1
Dosen Fak-Peternakan Universitas Diponegoro	1
Gubernur DKI Jakarta	2
Guru Besar (Emeritus) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (FEB UI)	1
Guru Besar Fak-Pertanian IPB	1
Jubir Kementerian Dalam Negeri, Prancis	1
Juru Bicara Kemenpan RB	2
Kapolri	1
Kepala Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kabupaten Sangihe	1
Kepala Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional DIY	1
Kepala BMKG	1
Kepala BNN	2
Kepala BPBD Sulur	1
Kepala Dinas Peternakan Badung, Bali	1
Kepala Dinas Peternakan Semarang	1
Kepala Pelaksana Harian BPBD Banjarnegara	1
Kepala PPATK	1
Kepala Staf Kepresidenan	1
Ketua BPK	1
Ketua Komisi III DPR	1
Ketua Kompolnas yang juga Menkopolkam	1
Ketua KPK	2
Ketua Pengadilan Agama Jakarta Utara	1
Ketua Umum DPP Partai Demokrat	1
Ketua Umum Korpri	1
Mendagri	1
Menko Perekonomian	1
Menteri Agama	1
Menteri Keuangan	1
Menteri OR Prancis	1
Menteri Perindustrian	1
Menteri Sosial	1
Pengamat Ekonomi dari UnBra Malang	1
PNS Bagian Keuangan Pemkab Bantul	1
PNS di Jakarta	1

PNS di Kesekretariatan Daerah Pemkab Indramayu	1
PNS DI Pemkot Malang	1
Presiden Perancis	1
Presiden Prancis	1
Presiden RI	3
Sekretaris Eksekutif Badan Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan	1
Sekretaris Jenderal Kementerian PUPR	1
Seorang PNS di Jajaran Pemkab Indramayu	1
Seskab	1
Wakil Gubernur Jatim	1
Wakil Gubernur Sulut	1
Wakil Ketua DPD RI	1
Wakil Ketua Komisi II DPR RI	1
Wakil Ketua Komisi III DPR	1
Wakil Presiden	1
Total	62

Sumber : BPPKI Jakarta, 2016.

Tabel 8

	Frequency	Percent
Asisten Pelatih Jerman	1	.2
Direktur Hukum PSSI	1	.2
Fans Prancis	1	.2
Imam Besar Masjid Istiqlal	1	.2
Ketua Asosiasi Bawang Merah Indonesia	1	.2
Ketua Asosiasi Peternak Sapi Boyolali	1	.2
Ketua Asprov PSSI DKI Jakarta	1	.2
Ketua Komisi Pengawas Persaingan USaha	1	.2
Ketua Umum DPP Asosiasi Petani Tebu Rakyat Indonesia	1	.2
Ketua Umum MUI	1	.2
Manajer Persib, Bandung	1	.2
Musisi	1	.2
Pedagang daging di Pasar Beringinharjo Yogyakarta	1	.2
Pedagang daging di Pasar Kosambi	1	.2
Pedagang daging di Pasar Pembangunan Pangkalpinang	1	.2

Pelatih Tim Nasional Spanyol	1	.2
Pengamat Ekonomi	1	.2
Pengamat Ekonomi dari UII	1	.2
Sekjen Perhimpunan Peternak Unggas Indonesia	1	.2
Sekretaris Umum Pimpinan Pusat Muhammadiyah	1	.2
Seniman	1	.2
Warga Romania	1	.2
Total	22	100.0

Sumber : BPPKI Jakarta, 2016

b. Aktor (Komunikasikan -Sasaran Komunikasi)

Proses komunikasi melalui pengagendaaan media oleh organisasi media berdasarkan fenomenanya memperlihatkan sebuah proses komunikasi yang relatif lengkap. Dalam artian, media tampak berupaya menunjukkan siapa yang menjadi komunikator dan siapa yang menjadi komunikan dalam suatu proses komunikasi itu. Terkait dengan ini , maka seperti sudah disinggung sebelumnya dalam konteks sistem politik, maka pada unsur komunikator diketahui bahwa komponen suprastruktur politik itu lebih dominan (64) ketimbang komponen infra struktur politik (20). Sementara pada unsur komunikan, sesuai temuan menunjukkan bahwa komponen supra struktur politik (pemerintah) itu juga lebih banyak (33) dari pada komponen infra struktur politik (non pemerintah) (20).

Ada lima jenis predikat aktor yang menjadi sasaran komunikasi komunikator tadi. Namun demikian tampaknya predikat Lembaga pemerintah setingkat Kementerian s/d Kelurahan) menjadi paling banyak dimediasi redaksi. Disusul oleh predikat Anggota masyarakat (individu atau mewakili kel. masyarakat) yang proporsinya sebanyak 17 kali pemuatan. Lalu. Tidak sedikit juga jumlahnya aktor sasaran yang berpredikat Lembaga Tinggi Negara (Presiden, DPR, MPR, MK, MA, KY). Di mana jumlahnya mencapai 8 kali. (lihat tabel

Tabel 9

Agenda Media Menurut Status/predikat Aktor Sasaran Komunikasi

	Frequency
Lembaga Tinggi Negara (Presiden, DPR, MPR, MK, MA, KY).	8
Lembaga Asosiasi/Serikat-serikat (SBI, dll..)	3
Lembaga pemerintah setingkat Kementerian s/d Kelurahan)	25
Anggota masyarakat (individu atau mewakili kel. masyarakat)	17
Total	53

Sumber : BPPKI Jakarta, 2016.

2) Pemediasian Aktor dalam Pengagendaan Media

Para aktor sebelumnya, dalam teksasinya oleh media melalui pengagendaannya, tampak tersebar melalui berbagai isu yang disajikan melalui headline surat kabar. Tepatnya, berdasarkan temuan penelitian sebagaimana disajikan dalam tabel 10 berikut, isu-isu tadi jumlahnya mencapai 24 pemunculan. Akan tetapi isu dimaksud, kandungannya lebih banyak menyangkut masalah Olah raga (5). Lalu masalah kinerja pemerintahan (4) dan disusul oleh soal Tito terkait Polri (3) dan masalah A Hok dalamkaitannya dengan BPK.

Dengan pemediasian aktor-aktor tadi, itu kiranya membuktikan bahwa isu yang dijadikan media sebagai tempat pemediasian aktor itu, ternyata tidak hanya pada isu-isu yang sifatnya *polity* belaka, akan tetapi pada isu-isu yang berbau *trypia* –pun mereka tertarik dalam pengagendaannya. Temuan penelitian bahkan memperlihatkan, isu *trypia* dimaksud tadi frekuensinya secara akumulatif hampir menyamai (5) dengan isu *polity* (9). Jadi terlihat di sini bahwa media dalam pengagendaannya itu tidak melulu berbasis pada isu-isu seiru namun terkadang juga tertarik pada isu-isu yang tidak serius seperti persolana sebak bola dan sejenisnya (lihat tabel 10).

Tabel 10
Agenda Media Menurut Isu Yang Dimunculkan Surat Kabar

Judul headline	Nama Surat Kabar				Total
	Media Indonesia	Kompas	Rakyat Merdeka	Republika	
Tito Polisi 1/2 Dewa	0	0	1	0	1
Ahok Tolak Perintah BPK	1	0	0	0	1
Ahok: Tangkap Saya!	0	0	1	0	1
Alquran Penanda Transformasi	0	0	0	1	1
Antisipasi Pemerintah Lambat	0	1	0	0	1
Banjir Rob Meluas	0	0	0	1	1
Beberkan Perda Yang Dibatalkan	0	0	0	1	1
Bencana Longsor Meluas	0	1	0	0	1
Harga Daging Tetap Tinggi	1	0	0	0	1
Holigan Hantui Perancis	1	0	0	0	1
Infrastruktur Menjadi Solusi	0	1	0	0	1
Memujinya Tulus, Kritiknya Ada Solusi	0	0	1	0	1
Nyalla Tahu Dirilah	0	0	1	0	1
Payet Kembalikan Keceriaan Perancis	0	1	0	0	1
Perburuan "Henri Delaunay"	0	1	0	0	1
PNS Mulai Resah	0	0	0	1	1
Prancis Tepis Kekawatiran	1	0	0	0	1
Ramadhan Serentak	0	0	0	1	1
Rasionalisasi PNS Hemat Rp 176 Triliun	1	0	0	0	1
Reformasi Internal Menjadi Prtoritas	0	1	0	0	1
Tito : Pak BG Dukung Saya	0	0	1	0	1
Tito Utamakan Reformasi Internal Polri	1	0	0	0	1

Turunkan Target Pertumbuhan Ekonomi, Pemerintah Sadar Diri	0	0	1	0	1
Ujian Berat Lini Belakang Der Panzer	0	0	0	1	1
Total	6	6	6	6	24

Sumber : BPPKI Jakarta, 2016

III. PENUTUP

Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini membahas tentang persoalan bagaimana mediasi aktor dan dalam isu apa mereka diagendakan media surat kabar. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa aktor itu berasal dari dua kalangan, yaitu ada yang berasal dari kalangan pemerintah dan ada yang berasal dari kalangan non pemerintah. Organisasi redaksi itu lebih banyak memediasikan pihak aktor yang berasal dari kalangan pemerintah daripada aktor dari kalangan non pemerintah. Selanjutnya, dalam mediasinya organisasi surat kabar ada yang memposisikan pihak-pihak sumber berita itu dalam posisinya sebagai aktor (komunikator) dan ada yang diposisikan dalam kedudukannya sebagai komunikan. Terkait dengan ini, temuan memperlihatkan bahwa proses komunikasi politik sebagaimana tampak dalam pengagendaaan media, mana pihak yang menjadi komunikator dan mana pihak yang menjadi komunikan itu relatif jelas posisinya. Pihak yang menjadi sasaran komunikasi politik, maka sebagian besar diantaranya merupakan pihak-pihak yang jelas identitasnya, dan cukup banyak juga diantaranya yang tidak jelas. Terdapat sejumlah aktor (komunikator-pemerintah) yang dimediasikan oleh media dalam pengagendaaannya. Namun demikian, Jokowi dan Tito Karnavian menjadi aktor terbanyak dimediasikan redaksi media. Mengenai aktor atau nara sumber yang berasal dari kalangan non pemerintah, tampak tidak ada yang ditonjolkan oleh media. Aktor-aktor tadi paling banyak adalah individu yang berpredikat sebagai Lembaga pemerintah. Lebih jauh, dalam pemediasiannya, media juga tampak lebih merinci status aktor tadi ke dalam bentuk jabatan. Predikat sumber atau aktor tadi lebih banyak aktor yang menjabat sebagai Presiden RI dan Calon Kapolri. Bukan hanya aktor dari kalangan pemerintah saja yang dirinci media dalam pemuatan agendanya, namun termasuk juga Aktor dari kalangan non pemerintah.

Proses komunikasi melalui pengagendaaan media oleh organisasi media berdasarkan fenomenanya memperlihatkan sebuah proses komunikasi yang relatif lengkap. Media tampak berupaya menunjukkan siapa yang menjadi komunikator dan siapa yang menjadi komunikan dalam suatu proses komunikasi itu. Terkait dengan ini, maka dalam konteks sistem politik, unsur komunikator komponen suprastruktur politik itu lebih dominan ketimbang komunikator dalam komponen infra struktur politik. Sementara pada unsur komunikan, sesuai temuan menunjukkan bahwa komponen supra struktur politik (pemerintah) itu juga lebih banyak dari pada komponen infra struktur politik (non pemerintah) . Ada lima jenis predikat aktor yang menjadi sasaran komunikasi komunikator tadi. Namun demikian tampaknya predikat Lembaga pemerintah setingkat Kementerian s/d Kelurahan) menjadi paling banyak dimediasi redaksi. Disusul oleh predikat Anggota masyarakat (individu atau mewakili kel. masyarakat) yang proporsinya sebanyak 17 kali pemuatan. Lalu. Tidak sedikit juga jumlahnya aktor sasaran yang berpredikat Lembaga Tinggi Negara (Presiden, DPR, MPR, MK, MA, KY). Di mana jumlahnya mencapai 8 kali.

Para aktor sebelumnya, dalam teksasinya oleh media melalui pengagendaaannya, tampak tersebar melalui berbagai isu yang disajikan melalui *headline* surat kabar. Isu-isu tadi jumlahnya mencapai 24 pemunculan. Akan tetapi isu dimaksud, kandungannya lebih banyak menyangkut masalah Olah raga (5). Lalu masalah kinerja pemerintahan (4) dan disusul oleh soal Tito terkait Polri (3) dan masalah A Hok dalam kaitannya dengan BPK.

Dengan pemediasian aktor-aktor tadi, itu kiranya membuktikan bahwa isu yang dijadikan media sebagai tempat pemediasian aktor itu, ternyata tidak hanya pada isu-isu yang sifatnya *polity* belaka, akan tetapi pada isu-isu yang berbau *trypia* –pun mereka tertarik dalam

pengagendanya. Temuan penelitian bahkan memperlihatkan, isu *trypia* dimaksud tadi frekuensinya secara akumulatif hampir menyamai (5) dengan isu *polyti* (9). Jadi terlihat di sini bahwa media dalam pengagendanya itu tidak melulu berbasis pada isu-isu serius namun terkadang juga tertarik pada isu-isu yang tidak serius seperti persoalan sebak bola dan sejenisnya.

Secara akademik, untuk pelaksanaan penelitian yang sejenis ke depannya hendaknya menyertakan telaah terkait fenomena agenda publik agar relevansi menyangkut fenomena mediasi aktor di antara keduanya dapat diketahui. Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat membantu peningkatan literasi media di kalangan pembaca media surat kabar.

Ucapan Terimakasih : Penulis mengucapkan terimakasih kepada Bpk. Hasyim Ali Imran dan mitra bestari yang telah banyak meluangkan waktunya dalam mengarahkan penulis pada proses perampungan karya tulis ini hingga layak redaksional dalam jurnal JSKM edisi volume 20 (2) Thn 2016 ini.

Daftar Pustaka

- McNair, Brian . 2011 *An Introduction To Political Communication*, London and New York: Routledge.
Dan Nimmo. 2004. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*, (Terjemahan), Bandung: Rosdakarya.
Tabroni, Roni . 2012. *Komunikasi Politik Pada Era Mutlimedia*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
<http://nasional.kompas.com/read/2013/05/06/15121491/Jurnalisme.Disalahgunakan.untuk.Rivalitas.Politik.Pemilik.Media> (diakses, 8 Mei 2013)