

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Film

1.1 Pengertian Film

Mulanya Istilah film merujuk pada suatu media tipe plastik berlapis zat peka cahaya yang disebut dengan selluloid. Akibat perkembangan teknologi, fotografi menggunakan digital elektronik sebagai media penyimpanan gambar. Media penyimpan dalam sinematografi mengalami kemajuan yang signifikan, awalnya dikenal media penyimpan film (selluloid), pita analog, dan sekarang ini media digital. Dari pengertian tersebut, film pada mulanya adalah karya sinematografi yang memakai media selluloid sebagai alat penyimpannya. Berubahnya media penyimpan di bidang sinematografi, menjadikan pengertian film ikut berubah.¹

Film yang merupakan hasil ramuan dari berbagai variabel, mulai dari tujuan dibuatnya film, ide cerita, penokohan, kostum, properti, latar, make up dan lainnya. Banyak cerita yang ada di film diambil dari realita kehidupan yang sesungguhnya, mampu menyisipkan nilai dan ideologi dari pembuat film, bisa dikatakan tolak ukur dari kesuksesan sebuah film. Kemudian, film seringkali dijadikan stereotipe oleh masyarakat karena realitas yang digambarkannya.

¹ Carmia Diahloka. (2012), Pengaruh Sinetron Televisi dan Film Terhadap Perkembangan Moral Remaja, *Jurnal Reformasi*, 2(1), 26.

Film juga didefinisikan sebagai rentetan gambar bergerak yang membentuk sebuah alur cerita tanpa atau dengan suara. Bahasa film ialah bahasa gambar, film menyampaikan pesan dan ceritanya lewat dialog tokoh, rangkaian gambar yang ditampilkan, dari adegan satu ke adegan berikutnya. Kemampuan gambar dalam bercerita sekaligus menyampaikan pesan merupakan hal menarik dan poin utama dari sebuah film.

Sebagai medium komunikasi, film mempunyai efek yang cukup potensial terhadap pembentukan persepsi khalayak dengan beranekaragam jenis konten film yang ditayangkan. Tak hanya berupa media komunikasi, saat ini film juga dijadikan sebagai media kampanye sosial dan promosi budaya lokal yang bersifat persuasif dan menghibur. Perkembangan tersebut membawa pengaruh yang cukup masif dalam perubahan kultur sosial di masyarakat. Perubahan itu dipengaruhi oleh banyaknya variasi pilihan dalam mengirimkan pesan tentang realitas obyektif dan membentuk realitas itu secara simbolik (melalui adegan-adegan dalam film) sehingga interpretasi dan pemahaman khalayak umum bisa berbeda satu sama lainnya.

Di Indonesia sendiri, bisa dikatakan perfilm-an mengalami kemajuan tiap tahunnya. Dahulu, membuat film selalu dimonopoli oleh segelintir pihak, tentu saja banyak alasan dibaliknya, seperti terbatasnya alat, biaya dan terutama SDM yang memahami produksi sebuah film. Saat ini, siapapun bisa dikatakan dapat membuat film dengan alat yang relatif mudah diperoleh, dan juga banyak sekali yang dapat mewedahi pembuatan film, seperti komunitas, sekolah, UMKM hingga berbagai instansi pemerintah yang bertujuan mengkampanyekan program-programnya.

1.2 Unsur – unsur film

Mengetahui unsur-unsur dalam pembentukan film diperlukan untuk membantu kita mengerti film dengan lebih baik. Pembentukan film terdiri atas dua unsur yaitu naratif dan sinematik, Berikut penjelasan kedua unsur tersebut:

- (1) Unsur naratif dan sinematik, kedua unsur itu saling berinteraksi dan berkaitan satu sama lainnya dan tidak dapat dipisahkan untuk menciptakan sebuah film. Bisa dibilang bahwa unsur naratif merupakan bahan yang akan diolah, sedangkan unsur sinematik adalah metode atau seni dalam mengolahnya. Unsur naratif dalam film adalah perlakuan terhadap cerita/tema filmnya, setiap cerita film tidak akan lepas dari unsur naratif. Semua naskah cerita pasti mempunyai unsur-unsur seperti konflik, tokoh, masalah dan latar (tempat, waktu, dan suasana). Pembentukan gaya narasi dalam film tidak mesti sama, tergantung keinginan si kreator, hal ini mempertimbangkan pesan yang akan disampaikan ataupun keunikan dari narasi yang ingin ditonjolkan.
- (2) Unsur naratif berkaitan dengan tema film. Sedangkan unsur sinematik adalah segala hal yang tertangkap kamera, contohnya *setting* tempat, kualitas suara, kostum, tata cahaya, *make up*, hingga akting dan detail ekspresi aktor. Unsur sinematik yang ideal membutuhkan banyak referensi dan pengalaman dalam produksi film, demi mendapat

kualitas yang bagus tidak menutup kemungkinan pengambilan gambar dilakukan berulang kali.²

1.3 Praproduksi Film

Praproduksi film merupakan titik mula yang seringkali dianggap membosankan dan cukup menguras pikiran. Mulai dari pemunculan pilihan tema dan ide cerita yang ingin diangkat, kemudian dibedah satu persatu yang kemudian dikerucutkan untuk dijadikan ide pokok suatu cerita. Selanjutnya dibutuhkan tim yang kompeten untuk mengesekusi ide tersebut dan segala kebutuhan yang menjadi jalan kesuksesan terciptanya film. Berikut beberapa hal yang menjadi pedoman produksi film:

1) Pengembangan skenario

Skenario sebagai petunjuk operasional dalam pelaksanaan produksi, disusun dengan detail cerita tiap scene/adegan sehingga memudahkan penyesuaian pemain film, waktu, lokasi, dan properti yang dibutuhkan di dalamnya. Susunan utuh skenario umumnya bergulir seperti hasil film yang diinginkan. Namun ketika produksi, susunan tiap adegan atau biasa dipisah dengan istilah *cut to cut* dikelompokkan berdasarkan lokasi pengambilan gambar, sehingga *scene* yang diambil tidak mesti urut. Pemetaan scene tersebut juga memudahkan tim produksi untuk mencari jalan keluar di saat seperti kendala cuaca ataupun faktor lainnya. Pengembangan skenario

² Andi Fikra Pratiwi Arifuddin. (2017), Film Sebagai Media Dakwah Islam. *JURNAL AQLAM - Journal of Islam and Plurality*, 2(2), 112-113.

biasanya berdasarkan pertimbangan sutradara, produser dan penulis skenarionya.

2) Pembagian *jobdesc*

Pembagian kerja dimulai dari proses praproduksi, produksi dan pascaproduksi. Pembagian kerja ini berisi tugas-tugas yang harus dilakukan oleh masing-masing kru, pembagian kru disini merujuk kepada sutradara, produser, penulis script, kameramen, editor, soundman, dan lain sebagainya.

3) Membuat *script breakdown sheet*

Setelah draft skenario dirasa final, langkah berikutnya membuat *script breakdown sheet* yang mengupas segala informasi keadaan seperti pemain film dan kebutuhan tiap *scene*.

4) *Rundown*

Selesai mengelompokkan *scene* demi *scene* dengan segala informasi dan kebutuhannya, data-data tersebut selanjutnya dikelompokkan ke dalam *run down* berdasarkan detail waktu yang berfungsi sebagai pedoman jadwal pengambilan gambar bagi segenap tim produksi. Rundown juga berperan dalam estimasi jumlah hari yang dibutuhkan selama produksi pengambilan gambar.

5) *Breakdown budget*

Breakdown budget meliputi rencana anggaran biaya kebutuhan dari awal produksi hingga akhir, dihitung dari biaya tiap scenenya hingga akhir.

6) *Budget* produksi

Keseluruhan dana untuk produksi dituangkan dalam budget produksi. Seperti *fee talent*, properti, dekorasi dan segala kebutuhan lainnya.

7) Mencari lokasi

Location on script yang digambarkan penulis skenario diterjemahkan sepenuhnya oleh sutradara dengan pertimbangan produser dan penulis skenario. Pencarian lokasi syuting biasanya dilakukan survey dahulu jauh-jauh hari sebelumnya. Mengingat fungsi lokasi ini nantinya akan memperkaya gambar yang dihasilkan saat film sudah jadi dan menjadi rujukan dalam membuat *rundown* selama proses produksi.

8) Perijinan dan lokasi

Ketika lokasi pengambilan gambar sudah ditentukan, maka langkah selanjutnya adalah melengkapi segala macam perijinan termasuk surat-menyurat agar terhindar dari masalah yang mungkin terjadi ketika produksi atau bahkan setelah film rilis.

9) Logistik

Logistik diperlukan agar produksi berjalan dengan baik, biasanya ada tim khusus yang menyiapkan konsumsi sesuai *rundown* yang ada.

10) Transportasi

Transportasi disini bisa diartikan kendaraan yang dibutuhkan untuk sampai ke lokasi atau scene yang membutuhkan transportasi tertentu.

11) Rekrutmen tim produksi dengan berlandaskan asas profesionalisme.

12) Pencarian pemain film/*open casting*.

Rekrutmen ini berdasarkan penokohan yang ada dalam skenario.

Biasanya ada pengujian tertentu oleh sutradara.

13) Membuat *story board*.

Yaitu visualisasi rekaan berbentuk sketsa gambar seperti komik atau perkiraan hasil gambar dari angle yang diinginkan sehingga, nantinya akan dijadikan petunjuk pengambilan gambar oleh kameramen.

14) *Reading-rehearsal talent*.

Bisa disebut juga bedah naskah, yaitu tahapan sebelum masa syuting, dengan menghandirkan seluruh talent yang memerankan tokoh dalam skenario dibimbing oleh sutradara dan asistennya supaya sesuai dengan skenario serta memudahkan dalam proses pengambilan gambar.

15) Tata cahaya, yakni komposisi cahaya yang perlu dipersiapkan untuk menghasilkan gambar dengan kualitas yang diinginkan.

16) *Shot list*.

Merupakan urutan pemecahan adegan secara detail yang bertujuan untuk mengetahui proporsi *scene* dengan menyesuaikan durasi pengambilan gambar dan struktur tangga dramatik adegan.

17) *Daily production report*, yaitu catatan hasil proses pengambilan gambar untuk bahan evaluasi tiap harinya.

- 18) *Property*, yaitu perlengkapan yang mendukung adegan yang dimainkan. Baik perlengkapan *talent* ataupun dekorasi background lokasi pengambilan gambar.
- 19) *Wardrobe* atau *make-up*, yakni atribut yang digunakan oleh talent dan rias guna memaksimalkan peran yang dimainkan.
- 20) *Design editing-special effect*, meliputi bagaimana hasil susunan pengambilan gambar, dan *special effect* adalah segala sesuatu yang memperindah dan mendukung hasil akhir *design editing*.³

1.4 Faktor-faktor yang perlu diperhatikan saat produksi.

- 1) Bekerja sesuai *rundown*. Sebagaimana fungsinya agar memudahkan proses produksi dan meminimalisir potensi masalah.
- 2) Menjaga koordinasi seluruh tim produksi, untuk menghadapi permasalahan yang mungkin datang secara tim, maksudnya tidak saling menyalahkan satu samalainnya.
- 3) Evaluasi tiap hari pascaproduksi berdasarkan capaian ataupun kekurangan dihari itu untuk menemukan solusi.
- 4) Menempatkan seseorang pada tugas yang telah ditentukan di praproduksi agar tidak dibebani tugas yang bukan bidangnya.
- 5) Perawatan perangkat produksi, seperti kamera, *lighting*, audio ,dsb. Hal ini guna kesiapan alat bisa terjaga diwaktu yang dibutuhkan, terlebih alat elektronik yang perlu perhatian ekstra.

³ M. Bayu Widagdo dan Winastwan Gora S, *Bikin Sendiri Film Kamu*, (Yogyakarta: PD. Anindya, 2004), 98-104.

- 6) Akomodasi dan keamanan lokasi yang menyangkut keterjangkauan lokasi, keamanan, kesehatan, keselamatan, dan faktor yang diperlukan lainnya.
- 7) Kondisi geografis dan cuaca seperti hujan, panas, mendung, dan kondisi alam lainnya.
- 8) Konsumsi dan logistik, meliputi kelengkapan alat produksi dan tersedianya konsumsi selama produksi.
- 9) Kualitas gambar dan audio, meliputi usaha pengambilan gambar sebaik mungkin dengan didukung kecukupan cahaya.
- 10) *Mood* dan kontinuitas hasil produksi, yaitu upaya menjaga semangat kru produksi secara kontinuitas.⁴

2. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan proses komunikasi melalui media massa seperti cetak, elektronik, dan media online. Massa dalam istilah komunikasi massa merujuk khalayak penerima pesan yang berhubungan dengan media massa. Dapat diartikan, massa yang sikap dan tindakannya berkaitan dengan apa yang mereka peroleh dari media massa. Oleh karenanya, massa disini adalah pembaca, pemirsa, penonton, dan masyarakat. Komunikasi massa lebih mudah dipahami bila didefinisikan menurut bentuknya, yaitu melalui : radio, televisi, majalah, baliho, surat kabar, buku, dan film.⁵

Singkatnya, komunikasi massa ialah komunikasi yang dilakukan komunikator kepada khalayak luas menggunakan media penyiaran untuk penyampaian informasinya. Film sebagai sarana komunikasi massa, dipandang

⁴ *Ibid*, 108-112.

⁵ Nurudin, *Komunikasi Massa*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2004), 2.

mempunyai peran yang cukup besar terhadap pembentukan persepsi masyarakat melalui *value* yang ditawarkan dengan berbagai genre/konten film yang diciptakan. Tak hanya sebagai media komunikasi dan hiburan, film juga bisa dijadikan sebagai media sosialisasi program pemerintahan dan publikasi budaya yang bersifat menarik sekaligus persuasif.

3. Media Massa

a. Pengertian Media Massa

Media massa merupakan salah satu sarana masyarakat modern seiring berkembangnya teknologi guna memenuhi kebutuhan akan hiburan dan informasi. Hasil perkembangan teknologi itu menjadikan media massa lebih bisa menjangkau masyarakat secara luas, seperti dengan adanya media online yang dapat diakses lewat *smartphone*, kabar di suatu negara bisa diketahui penduduk negara lainnya hanya dalam hitungan detik. Terlebih dengan adanya media sosial menjadikan khalayak dapat menyampaikan tanggapan atas suatu isu atau pesan yang disajikan.

Dalam bukunya, Shirley Biagi menjelaskan tiga konsep penting mengenai media massa:

- 1) Landasan dari media massa adalah usaha untuk memperoleh keuntungan.
- 2) Perkembangan/perubahan media massa dalam penyampaian pesan serta bagaimana khalayak mengkonsumsinya, dipengaruhi oleh perkembangan teknologi.

- 3) Media massa akan senantiasa merefleksikan sekaligus mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat, budaya dan politik.⁶

Singkatnya, media massa adalah sarana komunikasi massa untuk memberikan pesan atau informasi kepada khalayak secara cepat dan luas. Pengaruh media massa hampir keseluruhan aspek kehidupan sosial masyarakat, mulai dari budaya, ekonomi, *life style* dan politik.

Film sebagai medium komunikasi memiliki kemampuan menjangkau dengan cepat sekian banyak orang dan kemampuan dalam merealisasikan kenyataan berupa pesan menarik melalui aneka adegan dengan nilai-nilai yang merupakan salah satu dari kekuatan terbesarnya.

b. Peran Media Massa

Peran media massa menurut Mc Quaill dalam buku Teori Komunikasi Massa, menyebutkan enam perspektif yang berkaitan dengan kehidupan sosial masyarakat era modern, yaitu :

1. Media massa menjadi penghubung bagi penerimanya untuk mengetahui segala informasi dan peristiwa dibelahan dunia manapun.
2. Media juga dipandang cermin dari berbagai peristiwa yang terjadi di masyarakat dan dunia, merefleksikan secara apa adanya. Seringkali media hanya merefleksikan fakta yang ada, tanpa mempertimbangkan suka atau tidak suka, walaupun sebenarnya *angle*, arah dan framing dari isi yang disebut sebagai cermin realitas itu ditentukan oleh para pengelola media lewat rapat redaksi agar khalayak tidak sepenuhnya bebas untuk mengetahui semua yang mereka inginkan.

⁶ Biagi, Shirley, *Media/Impact Pengantar Media Massa : Media Impact An Introduction to Mass Media*, (Jakarta :Salemba Humanika, 2010), 10.

3. Melihat media massa sebagai filter yang menyeleksi banyak hal/topik untuk disajikan atau tidak. Media seringkali memilih informasi, topik atau bentuk konten yang lain berdasar acuan para pengelolanya. Artinya, khalayak dipikirkan oleh media mengenai apa saja yang dapat diketahui dan disebarluaskan. Mengingat regulasi penyiaran tiap negara berbeda, tidak semua hal boleh ditayangkan. Misalnya di Indonesia ada UU pornografi, kekerasan, dan segala bentuk hal yang tidak sesuai dengan norma yang dianut.
4. Media massa seringkali dijadikan acuan dalam menjalani hidup seperti tren sosial, topik pembicaraan, makanan-minuman, bisnis, dsb. Adopsi kebiasaan ini termasuk lintas negara, contohnya idol k-pop Korea Selatan yang dijadikan panutan di berbagai negara lainnya.
5. Media massa sebagai forum presentasi oleh banyak pihak; program pemerintah, produk usaha maupun gagasan-gagasan kepada khalayak oleh berbagai tokoh masyarakat.
6. Media massa sebagai teman bicara yang tidak hanya sekedar tempat berlalu lalangnya arus informasi, namun juga partner komunikasi yang memungkinkan berlangsungnya komunikasi interaktif kepada audiennya, bahkan saat ini dengan media sosial masyarakat dapat menjadi sumber berita dan membagikan informasinya.⁷

c. Media sosial/Media Baru

Istilah media baru lahir sejak munculnya teknologi media berbasis internet, perusahaan media konvensional seperti tv/radio mau tidak mau

⁷ *Ibid.*

harus menyesuaikan agar bisa tetap eksis. Perbedaan mendasar dari lahirnya era media online adalah tak terbatasnya informasi, dengan berbagai konten yang bisa diciptakan semua orang lewat bermacam-macam platform, tidak lagi dimonopoli perusahaan media. Platform ini merujuk pada Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, dsb.

Media sosial memungkinkan seseorang untuk mengirimkan ceritanya kepada banyak pihak secara bersamaan dan cepat. Jarak bukan lagi kendala besar, orang-orang pun juga dapat menyelesaikan pekerjaannya lewat daring, pandemi Covid-19 sejak tahun 2019 membuktikan peranan tersebut. Kini media sosial dimanfaatkan diberbagai tujuan seperti beberapa hal berikut:

- Media sosial sebagai sarana ekspresi; pengguna bebas memposting apapun baik cerita, peristiwa, foto, hobi hingga hal-hal pribadi agar orang bisa mengenali seperti apa dirinya.
- Media sosial sebagai alat interaksi; pengguna bisa berkenalan dengan seseorang yang bahkan belum pernah ditemui dalam dunia nyata yang kemudian bisa membuat komunitas yang sejalan. Pengguna bisa mengikuti/mengetahui apa yang sedang dikerjakan figure yang mereka jadikan idola.
- Sarana menambah kekayaan materi; pengguna dapat memasarkan produk atau jasa mereka. Sistem iklan dan marketing bisa dikelola sendiri lewat media sosial dan menjangkau segmentasi pasar yang luas.

- Media sosial sebagai etalase; untuk menggali informasi teraktual serta dapat mengetahui segala sesuatu yang sedang menjadi sebuah tren; bisa musik, olahraga, film, makanan, dan banyak hal lainnya.

B. Kajian Teori *Agenda Setting*

Agenda setting termasuk dalam teori komunikasi massa. Kajian terhadap komunikasi massa berkembang semakin luas berbanding lurus dengan perkembangan teknologi, seperti saat ini muncul media baru atau biasa disebut media online. Teori *Agenda Setting* muncul sekitar tahun 1973 diperkenalkan oleh Donald L. Shaw dan Maxwell McCombs. Namun, masih sangat relevan hingga saat ini, sekalipun dengan poin-poin tertentu yang mesti diperhatikan, seperti pada budaya dan masyarakat seperti apa, pemilihan waktu/kondisi, dan sebagainya.

Teori ini lahir dilatar belangi oleh riset mengenai pemilihan Presiden Amerika Serikat pada tahun 1968, riset itu menemukan bahwa meningkatnya nilai suatu topik berita pada media massa akan mengakibatkan naiknya nilai penting topik itu bagi khalayaknya. Teori ini menawarkan dasar pemikiran di mana penjelasan atau pemaparan saja tidaklah cukup, konten media perlu dibuat menonjol sebelum diproses dan diterima oleh publik. Diantara berbagai isu yang disajikan media massa, isu yang memperoleh lebih banyak atensi dari media akan dianggap penting oleh khalayak dalam suatu periode tertentu.⁸

Ada dua asumsi yang dianggap melatarbelakangi penelitian tentang keputusan *agenda setting*, yaitu :

⁸ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007).

a) Masyarakat pers atau media massa tidak merefleksasikan kenyataan, mereka memfilter kemudian membentuk isu.

b) Konsentrasi media massa hanya terhadap beberapa masalah di masyarakat untuk ditampilkan sebagai topik-topik yang dianggap lebih penting daripada lainnya.

Kemudian, lima agenda yang bisa ditentukan oleh media massa yakni:

- 1) Apa yang perlu dipikirkan oleh khalayak, pemimpin redaksi media akan memilih topik dengan mempertimbangkan sesuatu yang sedang ramai diperbincangkan ataupun menarik bagi publik.
- 2) Pemilihan fakta yang mesti dipercayai oleh khalayak.
- 3) Membuat solusi penyelesaian akan suatu masalah.
- 4) Menentukan fokus perhatian utama terhadap suatu masalah (upaya mempengaruhi persepsi masyarakat).
- 5) Memutuskan apa saja yang perlu diketahui dan diperhatikan oleh khalayak.

Periset dan para ahli yang melihat ada perbedaan karakter media online dengan media massa sebelumnya (media cetak, radio, tv) menjadi ragu apakah *Agenda Setting theory* masih relevan untuk digunakan. Walaupun begitu, ada beberapa ahli yang menganggap bahwa *agenda setting* masih relevan untuk digunakan pada media online atau yang berbasis internet. Perkembangan media massa mampu mengirimkan pesan secara cepat dan aksesnya terjangkau untuk siapapun dimana saja sehingga proses komunikasi menjadi lebih dinamis. Karakter internet yang dinamis dalam

menyampaikan pesan dari pengirim ke penerima, menjadi latar belakang asumsi para ahli bahwa teori-teori dari komunikasi massa bisa juga diterapkan pada media online⁹.

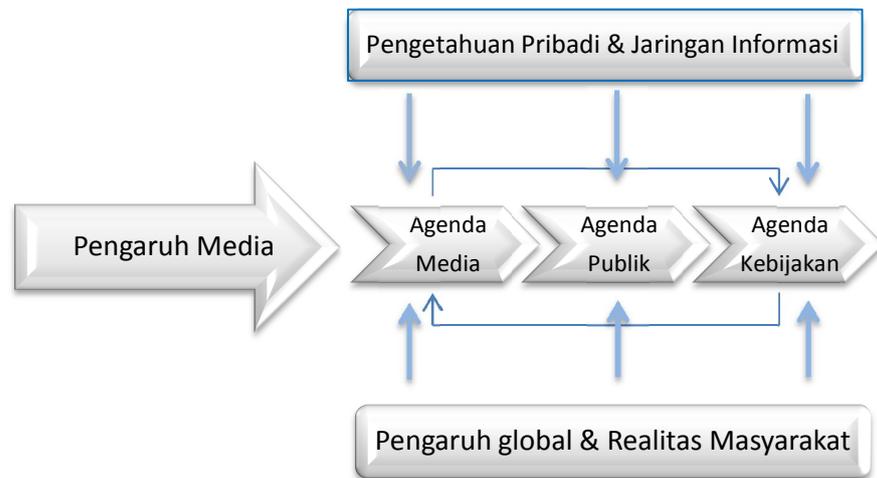
Agenda media dalam banyak hal berinteraksi dengan agenda publik atau kepentingan topik tertentu bagi khalayak. Pernyataan ini memunculkan pertanyaan, seberapa besar pengaruh media dapat mencampuri agenda publik dan bagaimana publik itu melakukannya. Agenda publik bersinggungan atau memengaruhi ke dalam agenda kebijakan, nah agenda kebijakan sebagai pertimbangan pembuatan kebijakan publik yang disusun sehingga relevan untuk diterapkan. Agenda publik berhubungan dengan isu-isu yang digambarkan dalam konten media yang kemudian diprioritaskan oleh publik. Kebanyakan isu bisa masuk dalam agenda publik melalui respon masyarakat, publik mengenalinya kemudian menempatkannya dalam skala prioritas masing-masing. Sehingga agenda publik dapat diartikan sebagai daftar dari isu yang telah disusun publik menurut kepentingannya dalam kurun waktu tertentu.

Singkatnya *agenda setting* adalah strategi media yang dalam membuat konten tidak hanya sekedar isu dan peristiwa yang berlalu begitu saja, namun ada tujuan untuk menciptakan perhatian khalayak agar menjadi penting, menggiring opini yang berdampak serius dan kemudian akan mempengaruhi para pengambil kebijakan publik. Maka agenda *setting* merupakan fase strategis, karena dalam proses ini ruang untuk memaknai apa yang menjadi

⁹ Kharisma N. (2015) Relevansi Teori Agenda Setting dalam Dunia Tanpa Batas. *Jurnal Ilmiah Komunikasi |MAKNA*, 5(2), 161.

masalah publik dan menjadi prioritas dalam agenda publik dipertarungkan selanjutnya akan menghasilkan agenda kebijakan.

Bagan 2.1 Teori *Agenda Setting* (Model McQuail&Windahl)



Adapun kelebihan *media setting* dapat mencitrakan pribadi perseorangan hingga perusahaan dan instansi pemerintah. Sedang kekurangannya bisa dilihat dari media yang hanya memuat isu-isu yang dianggap penting, menutupi satu isu dengan isu yang lebih besar ataupun isu yang jauh dari realitas sebenarnya.

C. Keterkaitan Teori dengan Penelitian

Teori yang dipakai oleh peneliti ini dirasa sesuai dengan fokus penelitian yang akan dibahas pada penelitian ini. Fokus penelitian disini untuk mengupas agenda tersembunyi yang dimiliki oleh Kediripedia dalam konten film *lingsem*, sehingga dengan teori *agenda setting* memungkinkan peneliti membedah secara komprehensif.

Film *lingsem* memuat permasalahan sosial yang masih hangat diperbincangkan masyarakat, apalagi golongan menengah ke bawah yang

menjadi penerima bantuan sosial, sebut saja seperti kasus korupsi yang melibatkan Menteri Sosial Juliari Peter Batubara atas pengadaan bansos COVID-19. Isu sensitif tersebut mengambil perhatian publik yang kemudian menjadi agenda serius dalam penentuan kebijakan yang akan diputuskan oleh pemerintah, proses ini merupakan tahapan yang terjadi bila dilihat dari perspektif teori agenda *setting*.

Ada beberapa cara dalam melihat *agenda setting* pemberitaan lewat media yang digunakan:

- a) Tv/radio; tayangan yang mendapat porsi penyayangan lebih serta pada *prime time* dan biasanya disertakan diskusi/*talkshow* mengenai topik yang dipikirkan media tentang apa yang mengundang perhatian publik.
- b) Koran; apa yang dimuat di halaman depan serta mendapat kolom yang relatif besar.
- c) Majalah; biasanya diletakkan pada cover dan apa yang menjadi topik utama dari majalah.
- d) Media online; ada keunikan dalam agenda *setting* pada media online/media sosial, upaya pengggiringan opini agar tema itu penting tidak hanya sekedar dari penyebar konten namun juga diperkuat dengan pengguna media sosial itu sendiri atau bisa disebut netizen hingga buzzer.