

Pengukuran Agenda Media Sosial Isu Pandemik Covid 19 Konteks Kamtibmas di Indonesia

Alfan Bachtiar¹, Iswahyu Pranawukir², Ilham Prisgunanto³

Abstract

Social media has been coming to people world with powerfully information sharing newest trends function. Issue in social media would dominate all what people think of the day. It is mean trending issue which is coming to any hastags for social media. What people say and what people think would come from trending issue from social media. By the way people must know that social media has bigger agenda in their information narrative contents. This research talk about measuring social media agenda for theme Covid 19 especially for Kamtibmas issues for February until June 2021. Research just focus for social media like; Facebook, Instagram, Twitter and You Tube

The theoretical studies of this research Agenda Setting theory of Maxwell Mc Comb and Shaw, mass media agenda to understand interests of the mass media agenda behind operating content. While the public agenda or audience is to find out what is public thought for anything for; readers, viewers and listeners response to the information content. The Government Agenda is the issue of Government talks behind outstanding content. In recent year people know social media has the agenda self, but unfortunately few researchs focuses in social media agenda.

This research method is positivistic by processing quantitative data. variable of this research are the social media agenda (facebook, Instagram, twitter and Youtube). Thera are 150 Information content this research come from any social media, and data analysis with 3 expert checker in any scholars (Sociologist, Anthropologist and Communication Expert).

Findings research shows that there was positive strong correlation between Facebook Agenda and Instagram Agenda for theme Covid 19 in Kamtibmas Issues. Beside it, there are negative correlation between Twitter agenda and Instagram agenda. This finding of research gives us information that social media has different agenda for any information content. Social media characteristic gives little bit impact for different agenda for any social media.

Keyword: *Sosial Media, Agenda, Covid 19, Health Issues, Kamtibmas*

Abstrak

Trend pemanfaatan media sosial sudah begitu marak dalam kehidupan manusia. Keandalan sosial media saling berbagi informasi menyebabkan media komunikasi ini begitu diperhitungkan dalam

kehidupan manusia. Apalagi dengan keberadaan isu-isu trending yang menguasai tagar-tagar dan kata kunci yang ada. Apa yang orang bicara dan pikir kadang bernagkan dari isu trending di media sosial. Tapi sedikit orang memahami bahwa media sosial memiliki agenda tersendiri dalam mengarahkan orang. Penelitian ini membahas tentang pengukuran kesamaan agenda media social untuk tema Covid 19 Prokes dalam konteks Kamtibmas mulai dari bulan Februari sampai Juni 2021 sejalan dengan maraknya korban pada masa itu. Penelitian hanya mengkaji media social Facebook, Twitter, Instagram dan Youtube.

Kajian teoretik penelitian ini adalah agenda media dari Maxwell McComb dan Shaw yang memahami bahwa setiap media memiliki agenda kepentingan tersendiri di dalamnya. Ada juga agenda public dan agenda pemerintahan. Namun diakui masih sedikit orang berbicara agenda media sosial. Penelitian ini berparadigma positivistik dengan pengolahan data kuantitatif statistic variable adalah agenda media social (facebook, twitter, Instagram, Youtube). Ada 150 konten narasi informasi yang dikaji oleh 3 ahli sarjana (Sosiolog, Antopolog dan ahli komunikasi).

Temuan penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan signifikan positif yang kuat antara agenda media social facebook dengan Instagram (94,9%), berbeda dengan itu malah ada hubungan signifikan kuat negatif antara agenda media social Twitter dengan Instagram (-87,2%). Temuan ini menjelaskan bahwa tiap social memiliki agenda yang berbeda dan karakteristik juga keunikan dari social media sangat mempengaruhi perbedaan agenda tersebut.

Kata Kunci ; Sosial media, Agenda, Covid 19, Prokes, Kesehatan, Kamtibmas

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi sedemikian pesat, apalagi dengan ditemukannya jejaring internet. Dari jejaringan ini terjadi perubahan besar dalam konstelansi peradaban manusia. Semula orang menganggap bahwa faktor kapital segalanya, namun saat ini semua berubah bahwa informasi adalah modal sosial. Dengan informasi orang bisa berinteraksi satu dengan yang lain tanpa dihalangi oleh batas territorial negara, politik, hukum dan budaya. Kehadiran telepon cerdas berbasis internet semakin memudahkan orang terhubung satu dengan yang lain dengan kesamaan berada di suatu ruang yang dinamakan dunia cyber digital. Apalagi dengan keberadaan media sosial yang memungkinkan orang berinteraksi satu dengan yang lain dalam konsepsi saling berbagi informasi (*Information Sharing*).

Semua ini memungkinkan karena konvergensi media komunikasi yang mengubah semua media analog menjadi digital melalui prinsip bilangan biner. Alhasil semua media komunikasi bisa terkoneksi satu dengan yang lain sehingga memunculkan konsep multimedia dalam media komunikasi manusia. Kehadiran prinsip *hypertext* menyebabkan semua media dalam tampilan digital sehingga media-media komunikasi manusia bisa hadir dalam satu format yang sama. Alhasil antar satu media dengan media yang lain, sebut saja televisi dengan saluran terestrialnya dan radio dalam transmisi elektromagnetik saat ini bisa hadir dalam bentuk eTelevisi dan eRadio menggunakan data berbasis streaming dengan kanal internet sehingga memungkinkan berbagi informasi satu dengan yang lainnya. Perubahan besar ini menyebabkan kemudahan dalam penyimpanan dan memproduksi konten media elektronik dalam bentuk maha data (*cloud*).

Imbas dari perubahan ini adalah hilangnya kepemilikan atas konten informasi yang dahulu dikuasai oleh raksasa-raksasa jejaring berita dan informasi saat ini dimiliki oleh publik secara keseluruhan untuk kemaslahatan umat manusia. Keterbukaan inilah yang dinamakan konsep demokratisasi informasi yang dahulu banyak diprediksikan hadir dalam masyarakat informasi. Sayangnya isu demokratisasi informasi ini disisipkan dengan kebangkitan konsep kerakyatan yang disinyalir praktik dari konsep marxisme yang mengarah pada aliran komunisme di dalamnya. Kebangkrutan jejaring raksasa informasi menandai nerakhitnya kedigjayaan konsep berbagi informasi (*sharing information*) dalam masyarakat informasi.

Jelas, bahwa di era cyber digital semua kontrol diserahkan kepada netizen karena memang merekalah yang menentukan arah dan interaksi antar manusia yang diperlukan. Kekuatan komunitas menjadi kedahsyatan baru dalam masyarakat informasi. Oleh sebab itu jangan heran bila kebangkitan komunitas dalam konsep kelompok pada masyarakat menjadi nyata dan selanjutnya orang akan terkelompok-kelompok menurut kepentingan dan tujuan yang sama.

Pergeseran isu tentang kekuatan komunitas ini dibuktikan dengan kemunculan satu aplikasi baru dalam dunia jejaring internet yang mengguncangkan dunia, yaitu media sosial. Waktu itu kehadiran media sosial facebook menandakan era baru pada kekuatan komunitas dalam jejaring internet. Adanya pergeseran pada orientasi pemenuhan informasi netizen yang semula mengandalkan rujukan pada media massa konvensional, berubah menjadi penikmat laman dan portal informasi hingga kemudian bergeser ke media sosial. Interaksi yang pesat pada kegandrungan orang pengguna media sosial menyebabkan kemunculan media social - media social baru lain dalam perkembangannya dengan keunikan dan kekhasan antara satu dengan yang lain.

Adanya sifat anarkis dalam pemanfaatan informasi terutama kontrol kuat oleh institusi Negara menyebabkan munculnya praktik-praktik menyimpang, seperti ; hoax atau penipuan terhadap isi konten di sosial media. Tidak itu saja praktik pembullying (*bullying*) dalam kehidupan yang banyak dipraktikkan dalam pola berkomunikasi juga terjadi dengan gaya hatespeech yang ada terutama penekanan pada kaum-kaum minoritas yang ada dalam jejaring sosial media yang ada. Oleh sebab itu pada sejumlah diberlakukan beberapa aturan yang mengatur ini, seperti di Indonesia dengan kehadiran Undang-Undang ITE dan Undang-Undang Pers dalam mengontrol konten informasi untuk kepentingan konteks keamanan Negara.

Pertarungan yang ada saat ini ini terletak pada nilai obyektivitas dari isi informasi yang makin melanggengkan kekuatan media massa mainstream berubah menjadi media digital (*online*) dalam upaya meraup keuntungan dengan menjadi rujukan kebenaran yang ada. Pertarungan inilah yang ada saat ini, sebab siapa yang menguasai informasi maka mereka akan memiliki kekuatan menguasai dunia yang ada. Kekuatan akan informasi lintas negara dan hukum bahkan konteks budaya ini, alhasil penguasaan akan kebenaran menjadi isu utama dalam perkembangan menjelang era 5.0 dengan berakhirnya era 4.0. Sinyal kembali kepada manusia dalam penguasaan informasi yang artinya meniadakan dominasi mesin dan alat yang berlebihan. Kekuatan jaringan informasi yang ada terletak pada sistem produksi konten yang berstruktur dengan penggunaan gawai massif dalam kehidupan manusia yang mengikuti pola manusia pada masyarakat industri.

Pergeseran dinamis dalam dunia media dan komunikasi yang sedemikian kompleks mewarnai isu Kesehatan di Indonesia. Dominasi pemanfaatan media massa dan komunikasi yang berbasis internet juga mewarnai model dan gaya komunikasi manusia Indonesia. Isu Covid 19 dan prokes

(Protokol Kesehatan) begitu gencar dan ramainya sejalan dengan masa pandemik di Indonesia mulai Maret 2020. Banyaknya korban wafat karena serangan virus Covid 19 menambah perdebatan seru menyol ini terutama dari sisi keamanan dan ketertiban lingkungan masyarakat.

Begitu banyak isu-isu Covid 19 dan Prokes di media social dan media online di Indonesia, dan di sana ada begitu banyak agenda di dalamnya dalam memaknai apa itu Covid 19 dan prokes. Gencarnya informasi di media social menyebabkan orang begitu curiga dengan praktik menyimpang informasi seperti ; ada agenda besar yang mengungkungi media social dan ketakutan penipuan dan pembodohan (*deception*) karena informasi palsu (hoax) yang menandai penyimpangan sikap dan bersenggolan dengan isu keamanan dan ketertiban masyarakat yang merupakan bidang kerja kepolisian.

Permasalahan

Kemunculan media sosial makin memainkan isu-isu Covid 19 dari konteks keamanan dan ketertiban masyarakat dianggap cukup gaduh dalam melangsirkan agenda tertentu di dalamnya yang mengarah kepada bentuk hoax. Begitu trending isu yang ramai dibicarakan oleh netizen dan Pemerintah menyol kasus tersebut. Dalam penelitian ini akan diukur kesamaan agenda pada beberapa media social yang menjadi viral dalam isu-isu Covid 19 dan keamanan dan ketertiban masyarakat di Indonesia.

Kajian Teoritik

Penelitian serupa pernah dilakukan terutama menyangkut agenda setting tentang isu Islam, tetapi dilakukan pada *second level* agenda (Bowe, Fahmy, Wanta, 2013). Perbedaannya penelitian sebelumnya lebih melihat efek berita karena cakupan berita yang ada dan mengubah keheningan menjadi efek-efek aktual pada opini dan perilaku orang. Dalam penelitian ini juga dilihat tentang hubungan antara cakupan berita dengan agenda setting pemberitaan. Penelitian yang dilakukan hanya melihat satu agenda di media sosial. Memang agenda biasanya melakukan pengukuran 3 agenda pengujian, yakni; agenda media, agenda publik dan agenda media sosial.

Adanya upaya mengkaji penambahan agenda media sosial dianggap sesuatu yang penting terutama ditujukan ada kepentingan terpaan informasi insidental melalui penyaringan sosial pada era digital (Feezel, 2017). Hal ini menunjukkan penggunaan agenda media sosial dianggap terobosan penting dalam penelitian lanjutan agenda setting media massa dalam perkembangannya. Namun dalam penelitian ini tidak secara lugas menetapkan agenda sosial media berdiri sendiri, melainkan masuk dalam bagian agenda media yang ada.

Terobosan dan inovasi perkembangan riset agenda setting dengan menggunakan analisis aplikasi jejaring sosial merupakan eksplorasi lebih lanjut dari penelitian agenda setting. (Guo, 2012). Memang riset-riset awal agenda setting lebih membicarakan tentang isu-isu politik, media bisa membentuk apa yang dipikirkan orang (McComb dan Shaw, 2009). Teori agenda setting berada pada kajian efek media massa terhadap manusia. Memang pada awalnya riset-riset efek media massa mengonsentrasikan pada sikap dan opini masyarakat, terutama voter dalam pemilu era 1940an. Pembentukan membentuk gambaran di kepala dan kemudian dikonseptualisasikan secara test empirik era 1960 an yang merupakan perkembangan 20 tahun kemudian (Protest and McComb, 2009).

Studi agenda setting meletakkan pengukuran pada kesesuaian antara isu kesenyapan (*salience issues*) yang ada di media massa, pada publik dan pemerintah. Dengan jelas agenda setting terdiri dari pengukuran agenda media, agenda publik dan agenda pemerintah. Namun dalam studi klasik pengukuran hanya dilakukan pada tingkat agenda media dan agenda publik. Studi ini mengenal penggunaan dimensi dari faktor-faktor *salient issues or images in the minds of the public*. Manusia cenderung akan melihat dan membaca informasi serta berita sepintas dan sesuai dengan kepercayaan yang ada pada dirinya. Hal ini menunjukkan kekuatan dan kebebasan manusia dalam memilih, menyortir, dan menerima pesan yang disampaikan oleh media massa. Apa seharusnya dipikirkan oleh orang, dan proses agenda media pada kenyataannya memberikan implikasi terhadap peran media massa pada tataran sosial dan transmisi budaya (Prisgunanto, 2015).

Agenda Setting media massa dapat dibagi dua tingkatan (level). Agenda-setting level pertama berupaya membangun isu umum yang dinilai penting oleh publik. Sedangkan level kedua adalah menentukan aspek-aspek isu umum yang dinilai penting oleh publik. Level kedua memberitahu kita mengenai bagaimana cara membingkai isu, atau melakukan framing terhadap isu yang menjadi agenda media dan juga agenda publik. Tingkatan dalam kesesuaian ini sangat penting untuk menguji agenda-agenda yang ada dan lebih kepada sikap pada sesuatu (Golan, Kiouis and Mc Danny (Guy Golan, Spiro Kiouis and Misti L. McDaniel (2007).

Metode Penelitian

Penelitian ini berada pada paradigma positivistik dengan menggunakan metode pengolahan data kuantitatif. Penelitian ini menggunakan pengukuran dengan pengolahan data statistik dalam pengujian hipotesis yang diajukan. Penelitian ini masuk dalam teori besar efek media massa. Dipahami bahwa kajian media massa ada yang membicarakan efek kehadiran terpaan informasi, ada juga yang membicarakan perilaku lanjutan yang bisa diberikan setelah terkena terpaan media massa.

Penelitian ini menggunakan 2 variabel yakni; variabel agenda Facebook, agenda Twitter, Agenda Instagram dan Agenda You Tube. Dari sini 4 variabel dalam pengujian hipotesisnya apakah ada kesamaan agenda Twitter, Agenda Instagram dan Agenda You Tube. Pertama adalah agenda media social berkaitan dengan Covid 19 dan Prokes keamanan dan ketertiban masyarakat sejak bulan Februari sampai dengan bulan Juni 2021. Dipantau secara ketat semua dalam keperluan menjaga keamanan data organisasi pusat yaitu Polri. Dalam penelitian ini semua agenda dalam media social akan dipantau dan dicari nilai keeratan antar satu media social dengan media lain. Dari sana akan terlihat bagaimana pola narasi dan agenda media social yang hendak dibentuk.

Serupa dengan agenda media social sebelumnya dalam agenda sosial media yang dilihat adalah isu covid 19 dan isu pelanggaran prokes. Pengukuran pada agenda sosial media termasuk terobosan baru dalam penelitian agenda setting. Penggunaan agenda sosial media mampu mengetahui perilaku dan tindakan selanjutnya dari publik setelah mengetahui informasi dari media massa, dan menunjukkan nilai partisipatif mereka terhadap perguliran isu-isu yang ada. Hipotesis Penelitian

HA = ada hubungan antara agenda media social satu dengan media social yang lain dalam isu Covid 19 dalam Konteks Keamanan dan Ketertiban masyarakat.

H0 = Tidak ada hubungan antara agenda media social satu dengan media social yang lain dalam isu Covid 19 dalam Konteks Keamanan dan Ketertiban masyarakat.

Pengolahan data dengan menggunakan Spearman Rank karena data yang digunakan dari pemantauan narasi informasi di media social. Terlihat bahwa pengukuran jawaban dengan menggunakan pengolahan data ini dilakukan karena disinyalir data yang didapat merupakan dalam model nominal dan ordinal oleh sebab itu keputusan pengolahan data statistic dengan bantuan pengecek adalah kaum pandai.

Temuan dan Diskusi

Penelitian ini dilakukan selama 5 bulan dengan pemantauan secara ketat terhadap agenda media social yang ada terutama isu Covid 19 dan Prokes yang sehubungan dengan isu trending dalam beberapa waktu ke depan. Kedua melakukan pengukuran media social yang ada dengan melakukan pemantauan secara mendalam dalam kurun bulan. Pencarian dan pengukuran agenda media dilakukan dengan pengukuran pemberitaan yang beredar di dunia virtual digital, kemudian juga monitoring konten di sosial media, yaitu twitter terutama yang membicarakan isu-isu Covid 19 dan prokses. Kemudian dilanjutkan dengan pengukuran data yang ada sesuai dengan ukuran model spearman rank yang ada.

Pengukuran Agenda Media Sosial

Pengukuran agenda media social adalah sesuatu yang baru dengan cara memberikan bobot pada temuan dalam narasi informasi yang ada dalam media social. Pembobotan dilakukan oleh peneliti dengan parameter core frame yang ada adalah isu Covid 19 sehubungan dengan keamanan dan ketertiban masyarakat. Di sini penilai melibatkan beberapa ahli di bidang tertentu, misalnya penilaian dari ahli kriminologi (1 orang) dengan kriteria minimal lulusan S1, kemudian ahli komunikasi dan ahli sosiologi.

Namun sebelumnya peneliti bertindak sebagai penilai utama dengan memilah dan mensorting narasi informasi yang ada di media social menurut kategori yang sudah diberikan. Kemudian dari temuan dengan kategori tema Covid 19 dilakukan penyuntingan yang berhubungan dengan isu tema keamanan dan ketertiban yang masuk di dalamnya ranah penyekatan, penindakan, vaksinasi dan penegakkan hukum yang ada.

Pembagian variable besar diletakkan pada jenis dari media social yang ada. Hal ini dimungkinkan karena tiap media social memiliki karakter dan sifat keunikan tersendiri dalam memahami sebuah informasi yang ada pada narasi yang dibuat. Untuk media social twitter sifat data informasi yang digunakan lebih menggunakan teks singkat, pada media social facebook lebih kompleks jenis data informasi yang digunakan. Pada media sosial Instagram lebih menggunakan gambar atau video dan berisi informasi yang liar dan penuh naratif. Pada media sosial You Tube serupa dengan Instagram, namun tidak terlalu naratif dan menafsirkan isi data informasi yang ada. Hal ini disebabkan karena film pada you tube diberikan narasi arahan akan isi pesan yang ada, sehingga tidak liar seperti Instagram.

Perbandingan Pengukuran Agenda Media Sosial

Pada media social yang ada dilakukan penilaian dengan perbandingan atas isi informasi narasi yang ada di dalam media social tersebut. Dengan perbandingan ini dapat dilihat kelebihan

dan keseriusan media social tertentu memviral trending isu tentang Covid 19 sehubungan dengan keamanan dan ketertiban masyarakat.

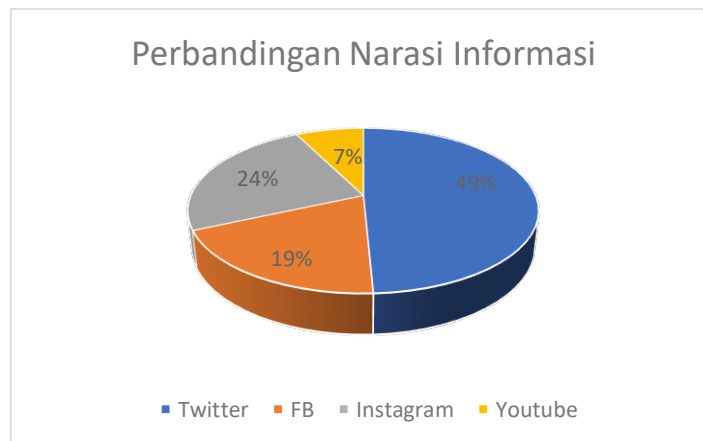
Tabel 1 – Penilaian Media Sosial

Media Sosial	Scoring Total	Nilai	Persentase
Twitter	59,4	11,88	49%
Facebook	23	4,6	19%
Instagram	29,2	5,84	24%
Youtube	9	1,8	7%
		24,12	

Bila dilihat dari tabel 1 terlihat, bahwa media social twitter adalah terbanyak menyumbang narasi tentang Covid 19 dan protokol Kesehatan isu keamanan dan ketertiban masyarakat, daripada media social yang lain sebesar (49%). Media social kedua yang terbanyak melakukan penyebaran informasi tentang Covid 19 dan protocol Kesehatan sesuai dengan isu keamanan dan ketertiban nasional adalah Instagram (29,2%).

Berbeda dengan itu bila dilihat dari penilaian analisis isi utama maka dapat dilihat nilai rata-rata yang tertinggi tetap media social twitter (11,88), sedangkan rata-rata tertinggi kedua adalah media social Instagram dengan rata-rata (24%). Dari sini terlihat, bahwa nilai mean atau rata-rata dalam pembobotan nilai dari narasi informasi yang ada sesuai dengan distribusi frekuensi yang ada.

Gambar 1 – Perbandingan Narasi Media Sosial Isu Covid 19 dan Prokes Dalam Keamanan dan Ketertiban Masyarakat

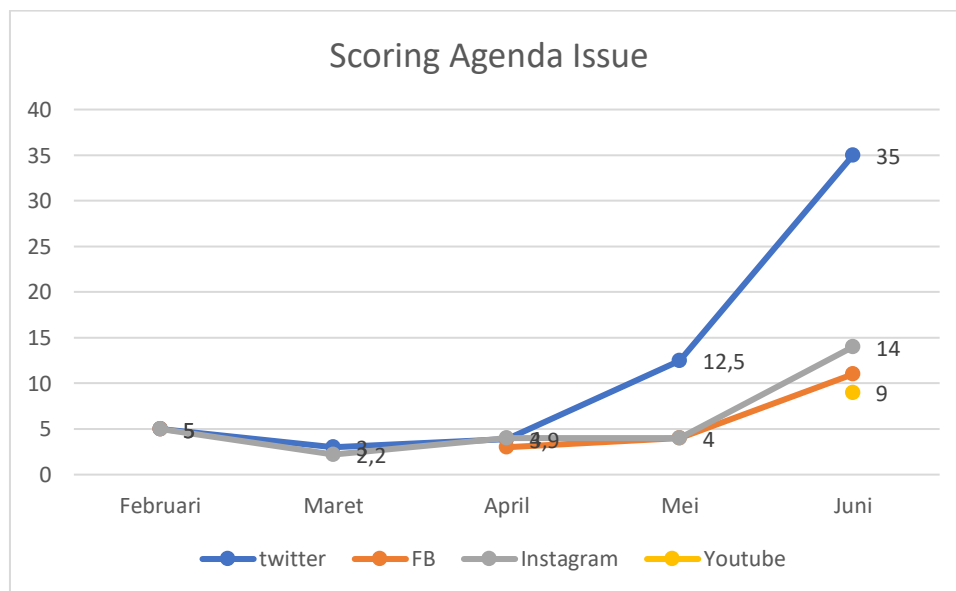


Di sini jelas bahwa analisis utama dalam melihat konten narasi informasi media social yang ada dalam tema dan trending agenda media dengan isu keamanan dan ketertiban masyarakat menilai bahwa konten dalam media social twitter lebih dominan membicarakan isu Covid 19 dengan keterkaitan dengan Keamanan dan ketertiban masyarakat dan memberikan score yang memiliki rata-rata menonjol sebesar dalam riset ini sebesar (29,2).

Tabel 2 – Penilaian Isu Keamanan dan Ketertiban Dalam Sosial Media

Media Sosial	Februari	Maret	April	Mei	Juni	total
Twitter	5	3	3,9	12,5	35	59,4
Facebook	5	0	3	4	11	23
Instagram	5	2,2	4	4	14	29,2
Youtube	0	0	0	0	9	9

Dari tabel 2 di atas terlihat trend perkembangan bulan-perbulan konten narasi informasi media sosial yang ada. Dari sini terlihat bahwa media social begitu intens dalam memberikan informasi dan publikasi tentang isu Covid 19 dan prokes Kesehatan dikaitkan dengan tema keamanan dan ketertiban masyarakat yang ada. Dengan demikian terlihat tingkat kepentingan media social dalam membentuk apa yang hendak dipikirkan orang terhadap sesuatu hal sangat besar.

Gambar 2 - Grafik Scoring Agenda Media Sosial Isu Covid 19 Konteks Kamtibmas

Dari gambar 2 terlihat bahwa fluktuasi kenaikan agenda media massa begitu konsisten merambah naik dari bulan perbulan, mulai dari bulan Februari sampai Juni 2021. Awalnya media social Facebook, Twitter dan Instagram beranjak naik dalam menarasikan informasi Covid 19 dan Prokes kontek keamanan dan ketertiban masyarakat, namun mulai bulan Mei 2021 lonjakan besar dalam jumlah dikuasai oleh media social Twitter dari banyak cuitan dan tagar mengarah kepada PPKM darurat pulau Jawa dan Bali semakin trending dan lonjakan ini terlihat hingga menyentuh angka 35 yang merupakan dua kali lipat dari media social yang lain dalam pemantauan media social di Indonesia.

Berbeda dengan itu media sosial Youtube malah pada awal Februari sampai dengan Mei tidak ada pergerakan sedikitpun tentang trending isu tentang Covid 19 dan Prokes Kesehatan dalam konteks Keamanan dan Ketertiban Masyarakat (Kamtibmas), baru di bulan Juni ada penambahan point (9) yang menunjukkan ada trend kenaikan dari isu dalam tema tersebut. Dengan demikian jelas agenda media social begitu kuat berpengaruh dalam membentuk pemikiran orang akan sesuatu.

Pengujian Hipotesis Pengukuran Kesamaan Agenda Sosial Media

Penelitian ini bertujuan melihat kedekatan dan kesamaan antara satu agenda social media dengan social media yang lain dalam isu atau trending tertentu. Tentu trending isu ini akan mengerucut pada kepentingan yang dibawa oleh media social dalam hubungannya dengan arah dan pengelontoran pada isu dikehendaki dan kesamaan gerak dan Langkah dalam agenda tertentu.

Tabel 3 – Pengukuran Kesamaan Agenda Sosial Media Isu Covid 19 Konteks Kamtibmas

			Correlations			
			TWITTER	FACEBOOK	INSTAGRAM	YOUTUBE
Spearman's rho	TWITTER	Correlation	1.000	-.600	-.872*	.
		Coefficient				
		Sig. (1-tailed)	.	.200	.027	.
		N	150	150	150	1
	FACEBOOK	Correlation	-.600	1.000	.949*	.
		Coefficient				
		Sig. (1-tailed)	.200	.	.026	.
		N	150	150	400	150
	INSTAGRAM	Correlation	-.872*	.949*	1.000	.
		Coefficient				
		Sig. (1-tailed)	.027	.026	.	.
		N	150	150	150	150
YOUTUBE	Correlation	
	Coefficient					

Dari tabel 3 di atas terlihat pengujian hipotesis bivariate dilakukan untuk masing-masing variabel, baik Agenda social twitter, agenda social media Facebook, agenda social Instagram dan agenda social Youtube. Dari pengukuran ini akan diketahui kesesuaian antar variabel dimaksud. Dari sana akan terlihat variabel (agenda media social) mana yang memiliki hubungan yang kuat satu dengan yang lain. Dengan pengukuran kuat tersebut akan menunjukkan kedekatan dan kesesuaian antara satu agenda dengan agenda yang lain. Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,95 (0,05) sesuai dengan sifat ilmu social dengan kesalahan 0,5 dan satu arah. Dari pengujian tersebut diketahui;

Kekuatan Hubungan/Korelasi Antar Variabel :

- * Agenda Sosial Media Twitter dengan Agenda social media Facebook, nilai r Spearman Rho = -0,600 dengan *p value* sebesar 0,200 karena nilai ini berada >0,05, maka dapat dikatakan bahwa kekuatan hubungan berada di wilayah H0 dengan penolakan H1. Maka dapat dikatakan **tidak ada hubungan** berarti di antara keduanya agenda sosial media tersebut.
- * Agenda Social Media Twitter dengan Agenda Sosial Media Instagram, nilai r Spearman Rho = -0,872 dengan *p value* sebesar 0,027 karena nilai ini berada <0,05, maka dapat dikatakan bahwa pengujian berada di wilayah H1 dengan penolakan H0. Maka dapat dikatakan ada **hubungan antara keduanya signifikan kuat tapi terbalik**. Nilai r pearson = (-87,2%) masuk

dalam kategori sangat tapi sifatnya terbalik. Jelas ada hubungan kuat antara agenda media social Twitter dengan Agenda media sosial Instagram dengan hubungan terbalik, makin media social Twitter menggembar-gemborkan isu informasi negatif malah dilawan dengan isu informasi positif pada media social Instagram, atau sebaliknya.

- * Agenda social media Facebook dengan Agenda Sosial Media Instagram, nilai r Spearman Rho = 0,949 dengan p value sebesar 0,026 karena nilai ini berada $< 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan antar variabel tersebut berada di wilayah HA dengan penolakan H_0 . Maka dapat dikatakan, **ada hubungan signifikan kuat di antara kedua agenda media sosial tersebut.** Kekuatan hubungan signifikan positif kuat karena ada sebesar 94,9%, hubungan dimaksud. Dengan demikian agenda media social Facebook dan agenda media Instagram memiliki hubungan yang sangat kuat keduanya dalam penentuan arah dan narasi informasi yang ada juga saling menutupi.

Penelitian temuan ini menunjukkan bahwa karakteristik dari media social sangat menentukan kesamaan dari agenda media social di maksud. Hampir sama dalam agenda-agenda media kanal informasi bahwa agenda berbenturan satu sama lain, tapi ada juga yang menguatkan satu sama dengan yang lain. Penelitian tersebut banyak didapat dalam mencermati pergerakan isu politik daripada isu lain, hal ini disebabkan isu politik lebih berkarakteristik dan dinamis dalam melangsir sebuah isu (Salman, Ali, 2016).

Diakui memang dalam mengkaji agenda social media perlu kehati-hatian ekstra dan juga nilai riight dan ketepatan tinggi dalam menarik kesimpulan. Di sini bahwa memang antar media social memiliki netizen dan komunitas sendiri dalam melangsir sebuah isu. Ketidaksamaan cenderung muncul sejalan dengan gelombang pergerakan isu dan dominasi komunitas yang silih berganti karena dinamis. Arah penelitian menguji agenda media social dengan media social adalah tepat karena dalam penelitian sebelumnya kerap ditemui antara agenda public dengan agenda media social tidak ada hubungan bahkan berlawanan.

Temuan ini menunjukkan bahwa agenda media social tidak bisa digunakan sebagai referensi dalam menentukan pilihan dan apa yang akan publik/masyarakat pikirkan tentang isu tertentu, terutama tentang isu-isu Covid 19 dalam konteks Kamtibmas namun lebih mengena pada komunitas netizen saja. Kekisruhan yang ada di sosial media tidak serta merta mempengaruhi apa yang ada pada agenda benak publik. Hal ini sesuai dengan penelitian serupa (Albalawi, 2015). Disebutkan bahwa agenda media sosial hanya terpapar pada tingkat individual orang perorang bukan kelompok. Dengan demikian jelas penelitian ini menunjukkan agenda media social malah sebaliknya berdaya untuk dijadikan rujukan orang menentukan sikap dalam agenda media social yang ternyata ketat antara satu dengan yang lain.

Terjawab sudah bahwa saat ini pengembangan agenda media sosial menjadi sangat penting karena mulai menggeser fungsi agenda media mainstream yang ada dan menguasai agenda public yang menjadi perpanjangan tangan dari media mainstream yang ada (Wanta and Alkazeni, 2017).

Dalam temuan ini jelas ada antar agenda social media ada yang memiliki hubungan signifikan kuat terbalik, tidak berhubungan dan ada hubungan signifikan kuat searah. Untuk media social twitter dan media sosial Instagram ada hubungan signifikan kuat tetapi terbalik yang artinya agenda kedua social media berlawanan dan cenderung kontradiktif satu dengan yang dalam membicarakan isu tema trending isu tentang Covid 19 dan protocol Kesehatan dalam kontes Kamtibmas.

Berbeda dengan itu ada hubungan signifikan kuat dan positif searah antara agenda media social Facebook dengan agenda Media Sosial Instagram dalam pembicaraan isu-isu Covid 19 dan Prokes dikaitkan dengan konsepsi Kamtibmas di dalamnya. Dengan demikian jelas, pertarungan media social diterangkan secara jelas dalam temuan penelitian ini. Diharapkan dengan memahami karakteristik dan kecenderungan agenda yang ada dalam arah narasi informasi dan alurnya penelitian ini menyumbang kepada sebuah terobosan baru tentang pertarungan agenda media social yang ada dalam pembahasan isu tertentu. Diharapkan dari penelitian ini dapat dikaji juga agenda laman dan blog yang merupakan alternatif yang bisa diukur dalam menafsirkan agenda pada media berbasis jejaring internet yang ada (Weiss-Blatt, 2016).

Kesimpulan

Dari temuan penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut;

1. Ada hubungan kuat antara agenda media sosial facebook dengan media sosial Instagram dan sifat hubungan sangat kuat dan signifikan positif yang dapat dikatakan agenda kedua media social itu beriringan kuat satu dengan yang lain dalam menutup agenda media social yang ada untuk netizen.
2. Ada hubungan dalam kategori kuat namun terbalik antara agenda media social twitter dengan media social Instagram, dapat dikatakan kedua agenda media social tersebut berlawanan satu dengan yang lain dan cenderung selalu berbeda.
3. Sifat dari social media cukup mempengaruhi kesamaan agenda yang ada dan tiap karakteristik agenda social media tergantung pada pelangsiran isu yang ada. Dengan demikian jelas bahwa agenda media social tidak dapat dikatakan sama satu dengan yang lain namun agenda akan berbeda bila dilihat dari genre pada misi yang dibawanya dalam masyarakat virtual digital.

Daftar Pustaka

- Albalawi, Yousef (2015). Agenda Setting for Health Promotion: Exploring an Adapted Model for the Social Media Era. *JMIR Public Health Surveill.* 2015 Jul-Dec; 1(2): e21.
- Bowe, Brian.J, Fahmy, Shahira and Wanta, Wayne (2013). "Missing Religion Second Level Agenda Setting and Islam in American newspapers. *International Communication Gazette* 75 (7); 636-652, November 2013.
- Feezel, Jessica T (2017). Agenda Setting through social media: the Importance of Incidental News Exposure and Social Filtering in the Digital Era. *Political Research Quarterly*, December 26, 2017
- Golan, Guy, Kiouisis, Spiro and McDaniel, Misti. L (2007). Second-Level Agenda Setting and political advertising. *Journalism Studies* 8 (3): 432-443, June 2007.
- Griffin, EM (2009). *a First look at communication theory*. 7th.ed. Boston : Mc Graw Hill, 2009, 359-371.
- Khazendar, Sami Al (2009). "Political Islam Movement and International Relations: the Concept and the Practice," *Proceeding EUI RSCAS*, 2009, 47

- Lei Guo (2012). "The application of Social Network Analysis in Agenda Setting Research: a methodological Exploration". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, volume 56, 2012 issue 4.
- Littlejohn, Steven W and Karen A (2008). Foss. *Theories of Human Communication*. 9th.ed. Belmont : Wadsworth, 2008, 293-295.
- Mc Comb, Maxwell and Shaw, Donald in Em. Griffin, "Agenda Setting Theory," in Griffin, EM (2009). *a First look at communication theory*. 7th.ed. Boston : Mc Graw Hill, 2009, 359.
- Prisgunanto, Ilham (2015). *Komunikasi dan Polisi 3rd.ed : Community, Citra, Bias Selebritas, Digital*. Jakarta: Prisani Cendekia.
- Prisgunanto, Ilham (2020). *Public Speaking: Praktik dan Pengukuran*. Jakarta : Prisani Cendekia.
- Protest, David L. and Mc Comb, Maxwell (1991). *Agenda Setting: readings on media, public opinion and Policymaking*. New Jersey : Lawrence Erlbaum.
- Rashi, Bar-Ilan Tsurriel (2015). Agenda Setting, Religion and new media: Chabad Case Study. *Journal of Religion, Media & Culture*, volume 4, Issue 1.
- Salman, Ali, Mustaffa, Normah, Salleh, Mohd Azul Mohd and Ali, Mohd Nor Shahizan (2016). Social Media and Agenda Setting: Implication on Political Agenda. *Jurnal Komunikasi, malaysian Journal of Communication*, jilid 32 (1) 2016, 607-623.
- Wanta, Wayne and Alkazemi, Mariam (2017). *Agenda-Setting: History and Research Tradition in book International Encyclopedia of Media effects*. Patrick Roosler (Editor in Chief) Cynthia A Hoffner, and Lisebet van Zoonen (Associated Editor). New Jersey : John Wiley & Son.
- Weiss-Blatt, Nirit (2016). Tech Bloggers Vs Tech Journalist in Innovation Journalism. ECSM 2016-*Proceeding of the 3rd European Conference on Social Media*, 415-422