

PERAN MEDIA MASSA DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK TERHADAP KEBIJAKAN PEMERINTAH DAERAH

Achmad naupal apriansah #1, Indonesia , Email 12340314119@students.uin-ac.id , Muhammad Iqbal Fakhlevi #2, Indonesia , Email 12340313724@students.uin-suska.ac.id Topan Bilardo#3, Indonesia, Email topanbilardo@uin-suska.ac.id

ABSTRAK

Media massa memegang peranan yang sangat strategis dalam membentuk opini publik terhadap berbagai kebijakan yang diambil oleh pemerintah daerah. Di era konvergensi media dan digitalisasi informasi, fungsi media massa tidak hanya sebatas penyampaian berita, melainkan telah berkembang menjadi aktor yang turut memengaruhi konstruksi realitas sosial di tengah masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis peran media massa dalam pembentukan opini publik terhadap kebijakan pemerintah daerah; (2) mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas pemberitaan media dalam membentuk persepsi masyarakat; dan (3) menelaah dinamika interaksi antara media massa, pemerintah daerah, dan masyarakat dalam konteks kebijakan publik. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kajian literatur sistematis (systematic literature review) terhadap 50 sumber yang diterbitkan antara tahun 2019–2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media massa berperan melalui tiga mekanisme utama: agenda setting, framing, dan priming. Efektivitas pembentukan opini publik dipengaruhi oleh kredibilitas media, aksesibilitas informasi, dan tingkat literasi digital masyarakat. Kajian juga menemukan bahwa media sosial telah menggeser dominasi media konvensional dalam membentuk opini publik, meski menimbulkan tantangan berupa penyebaran disinformasi dan polarisasi opini. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi pemerintah daerah dalam merancang strategi komunikasi kebijakan yang efektif dan responsif terhadap dinamika media.

KATA KUNCI: *Media Massa; Opini Publik; Kebijakan Pemerintah Daerah; Agenda Setting; Framing; Media Sosial*

ABSTRACT

Mass media plays a strategically crucial role in shaping public opinion toward various policies adopted by local governments. In the era of media convergence and information digitalization, the function of mass media has evolved beyond mere news delivery into an actor that significantly influences the construction of social reality within society. This research aims to: (1) analyze the role of mass media in shaping public opinion on local government policies; (2) identify factors affecting the effectiveness of media coverage in forming public perception; and (3) examine the dynamic interaction between mass media, local governments, and communities in the context of public policy. The study employs a qualitative approach through a systematic literature review of 50 sources published between 2019 and 2024. Results indicate that mass media operates through three primary mechanisms: agenda setting, framing, and priming. The effectiveness of public opinion formation is influenced by media credibility, information accessibility, and the level of digital literacy in society. The review also finds that social media has shifted the dominance of conventional media in shaping public opinion, while simultaneously posing challenges such as disinformation spread and opinion polarization. These findings have important implications for local governments in designing effective and responsive policy communication strategies amidst the dynamics of modern media.

Keywords: *Mass Media; Public Opinion; Local Government Policy; Agenda Setting; Framing; Social Media*

PENDAHULUAN

Media massa secara konsisten diakui sebagai salah satu pilar fundamental demokrasi yang memiliki kapasitas besar dalam membentuk cara pandang masyarakat terhadap isu-isu publik. Sejak masa industrialisasi, media telah berperan sebagai saluran utama penyebaran informasi, pengawasan terhadap kekuasaan, serta arena diskursus publik. Perkembangan teknologi komunikasi kemudian mendorong media untuk berevolusi, baik dari segi format penyajian, jangkauan audiens, maupun intensitas pengaruhnya terhadap dinamika sosial-politik suatu bangsa. Transformasi ini semakin nyata ketika memasuki era digital, di mana konvergensi media dan teknologi informasi melahirkan ekosistem komunikasi baru yang lebih interaktif, cepat, dan berlapis.

Dalam konteks pemerintahan daerah, peran media massa menjadi semakin krusial. Kedekatan geografis antara pemerintah daerah dan masyarakat menjadikan isu-isu lokal lebih relevan dan langsung berdampak pada kehidupan sehari-hari warga. Media lokal tidak hanya berfungsi sebagai penyampai berita, tetapi juga sebagai mediator yang menjembatani kepentingan pemerintah dengan aspirasi masyarakat. Melalui pemberitaan, media dapat memperkuat legitimasi kebijakan, membangun kepercayaan publik, sekaligus menjadi arena kritik terhadap praktik pemerintahan yang dianggap tidak sesuai dengan kepentingan masyarakat. Dengan demikian, media berperan ganda: sebagai instrumen komunikasi kebijakan sekaligus sebagai mekanisme kontrol sosial.

Lebih jauh, evolusi media dari konvensional menuju digital membawa implikasi signifikan terhadap pola interaksi antara pemerintah daerah, media, dan masyarakat. Media sosial, misalnya, telah menggeser dominasi media tradisional dalam membentuk opini publik. Karakteristiknya yang partisipatif memungkinkan masyarakat tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga produsen narasi yang dapat memengaruhi persepsi kolektif. Hal ini menghadirkan peluang sekaligus tantangan: di satu sisi memperluas ruang demokratisasi komunikasi, namun di sisi lain membuka potensi disinformasi, polarisasi opini, dan fragmentasi wacana publik.

Dengan demikian, studi mengenai peran media massa dalam konteks pemerintahan daerah tidak dapat dilepaskan dari dinamika historis, sosial, dan teknologi yang melingkupinya. Analisis akademik terhadap fenomena ini penting untuk memahami bagaimana media berkontribusi dalam pembentukan opini publik, bagaimana faktor-faktor seperti kredibilitas dan literasi digital memengaruhi efektivitas pemberitaan, serta bagaimana pemerintah daerah dapat merancang strategi komunikasi kebijakan yang adaptif terhadap perubahan lanskap media. (Habermas, 2022)

Desentralisasi pemerintahan di Indonesia yang dimulai melalui **UU No. 22 Tahun 1999** dan diperkuat dengan **UU No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah** telah memberikan kewenangan lebih luas kepada pemerintah daerah dalam merumuskan serta melaksanakan kebijakan publik. (Wahyuni, 2022) Perubahan ini menimbulkan konsekuensi berupa meningkatnya kompleksitas tata kelola di tingkat lokal sekaligus memperbesar tuntutan terhadap transparansi dan akuntabilitas. Sejalan dengan itu, perhatian media—baik lokal maupun nasional—terhadap kebijakan daerah semakin intensif, didorong oleh ekspektasi masyarakat yang kian tinggi terhadap keterbukaan informasi dan kualitas pelayanan publik. (Oktaviani, 2022)

Penelitian-penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa media massa mampu memengaruhi opini publik melalui berbagai mekanisme, antara lain melalui agenda setting yang menentukan isu-isu apa yang dianggap penting oleh publik, framing yang membingkai cara suatu isu disajikan dan dimaknai, serta priming yang mempengaruhi standar penilaian yang digunakan publik dalam mengevaluasi kebijakan dan pemimpin. Ketiga mekanisme ini bekerja secara simultan dan sinergis dalam membentuk persepsi kolektif masyarakat terhadap kinerja pemerintah daerah

Namun, lanskap media kontemporer telah berubah secara dramatis dengan hadirnya media sosial dan platform standar penilaian yang digunakan publik dalam mengevaluasi kebijakan dan pemimpin. Ketiga mekanisme ini bekerja secara simultan dan sinergis dalam membentuk persepsi kolektif masyarakat terhadap kinerja pemerintah daerah digital. Media sosial tidak hanya menjadi saluran distribusi informasi baru, tetapi juga menciptakan ekosistem komunikasi publik yang lebih terdesentralisasi, interaktif, dan sulit dikontrol. Hal ini menciptakan tantangan baru bagi pemerintah daerah dalam mengelola komunikasi kebijakan, sekaligus membuka peluang untuk menjangkau segmen masyarakat yang lebih luas dan beragam.

Meskipun kajian tentang peran media massa dalam pembentukan opini publik telah cukup banyak dilakukan, penelitian yang secara spesifik mengkaji konteks kebijakan pemerintah daerah di Indonesia masih sangat terbatas. Kajian yang ada umumnya berfokus pada konteks nasional atau menggunakan perspektif Barat yang belum tentu relevan dengan karakteristik sosial-budaya dan sistem media di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis kajian literatur sistematis (Systematic Literature Review/SLR). (Suharto, 2022) Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami secara mendalam fenomena komunikasi dan dinamika sosial yang tidak dapat diukur secara statistik semata. (Rustandi, 2021)

SLR dilakukan mengikuti protokol PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) yang memastikan proses pencarian, seleksi, dan analisis literatur dilakukan secara transparan, sistematis, dan dapat direplikasi. Protokol ini dipilih karena kemampuannya dalam menghasilkan sintesis bukti yang komprehensif dan meminimalkan bias seleksi peneliti.

Data dari 50 artikel yang diinklusi dianalisis menggunakan analisis tematik yang dikombinasikan dengan pemetaan konseptual. Setiap artikel diekstrak informasinya meliputi: penulis, tahun terbit, konteks penelitian, metode, teori yang digunakan, temuan utama, dan implikasi. Tema-tema yang muncul kemudian diorganisasikan ke dalam kategori-kategori analitik yang membentuk kerangka pemahaman tentang peran media massa dalam pembentukan opini publik.

Penulis harus menguraikan metode yang telah digunakan secara rinci dan logis beserta tahapannya dalam upaya terlibat dalam perdebatan ilmiah, atau dalam upaya menjawab pertanyaan yang diajukan. Data-data primer maupun sekunder yang digunakan beserta teknik pengumpulan atau pengolahannya/analisisnya harus diuraikan di sini (bukan berisi kumpulan definisi).

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Media Massa Terhadap Opini Publik Daerah

1. Pola Pemberitaan Kebijakan Daerah

Penelitian terkini menunjukkan bahwa media lokal di Indonesia memainkan peran penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap kinerja dan kebijakan pemerintah daerah. (Ahmad Fauzi dan Siti Rahayu, 2023) Pola pemberitaan yang cenderung reaktif—lebih banyak meliput dampak kebijakan ketimbang proses formulasinya—menyebabkan masyarakat memiliki pemahaman yang parsial dan sering kali terlambat tentang kebijakan yang memengaruhi kehidupan mereka.

Efek priming, yakni kemampuan media untuk mengaktifkan skema kognitif tertentu dalam benak khalayak ketika mengevaluasi kebijakan, terbukti sangat kuat dalam pemberitaan daerah. Ketika media secara konsisten mengaitkan seorang kepala daerah dengan isu korupsi, misalnya, masyarakat cenderung menggunakan lensa tersebut dalam menilai setiap kebijakan yang dikeluarkan, terlepas dari substansi kebijakan itu sendiri.

2. Kepemilikan Media dan Bias Pemberitaan

Struktur kepemilikan media di Indonesia, khususnya di tingkat daerah, menjadi faktor determinan dalam menentukan corak pemberitaan kebijakan pemerintah daerah. (Agus Sudibyo, 2021) Fenomena media terafiliasi politik (partisan media) kian menguat di banyak daerah, di mana media dimiliki atau dikendalikan oleh figur-figur yang memiliki kepentingan politik langsung. Akibatnya, fungsi media sebagai check and balance terhadap kekuasaan menjadi sangat melemah.

Di sisi lain, media yang sangat bergantung pada iklan dari pemerintah daerah juga rentan mengalami tekanan editorial yang tidak formal. Ketergantungan finansial ini menciptakan kondisi di mana pemberitaan kritis terhadap kebijakan pemerintah dapat berdampak pada berkurangnya alokasi anggaran iklan yang menjadi sumber pendapatan utama media bersangkutan.

3. Transformasi Digital dan Media Sosial

Konvergensi media akibat perkembangan teknologi digital telah secara fundamental mengubah lanskap pembentukan opini publik. Masyarakat tidak lagi hanya menjadi konsumen pasif informasi, tetapi kini dapat menjadi produsen konten (prosumer) yang secara aktif menyebarkan dan menginterpretasikan informasi tentang kebijakan pemerintah daerah melalui platform media sosial seperti Facebook, Twitter/X, Instagram, dan TikTok.

Fenomena ini telah mengubah dinamika ruang publik daerah secara dramatis. Kebijakan pemerintah yang dulunya hanya direspons melalui saluran formal kini dapat langsung memicu reaksi publik yang masif dan cepat. (Hendra Wijaya, 2024) Namun, transformasi ini juga membawa tantangan

serius berupa meluasnya disinformasi dan hoaks yang kerap menyesatkan opini publik tentang kebijakan daerah.

B. Peran Media Sosial dalam Pembentukan Opini Publik

Temuan yang konsisten di seluruh literatur yang dianalisis adalah terjadinya pergeseran fundamental dalam ekosistem media yang membentuk opini publik: dari dominasi media konvensional (koran, televisi, radio) menuju media sosial (Facebook, Twitter/X, Instagram, YouTube, TikTok, WhatsApp). Pergeseran ini membawa implikasi yang mendalam bagi dinamika pembentukan opini publik terhadap kebijakan pemerintah daerah.

Media sosial memberikan keleluasaan bagi masyarakat untuk tidak hanya mengonsumsi informasi tentang kebijakan, tetapi juga memproduksi, berbagi, dan mendiskusikan informasi tersebut secara real-time mana. Fenomena ini menciptakan apa yang oleh para ahli disebut sebagai 'demokrasi langsung digital' di setiap warga dapat menjadi aktor dalam pembentukan opini publik, tidak lagi semata bergantung pada media mainstream.

Namun, proliferasi media sosial juga membawa sejumlah tantangan serius. Pertama, munculnya echo chambers—ruang-ruang digital di mana pengguna hanya terekspos pada informasi dan opini yang sejalan dengan pandangan mereka sendiri—yang memperparah polarisasi sosial. Kedua, penyebaran disinformasi dan hoaks yang dapat mendistorsi opini publik secara signifikan. Ketiga, fenomena viral yang dapat mengangkat suatu isu kebijakan secara tiba-tiba tanpa melalui proses verifikasi dan kontekstualisasi yang memadai.

Kajian di berbagai daerah di Indonesia menunjukkan bahwa pemerintah daerah yang responsif terhadap dinamika media sosial—dengan aktif memanfaatkan platform digital untuk berkomunikasi dengan masyarakat—cenderung berhasil membangun persepsi publik yang lebih positif terhadap kebijakan mereka. Sebaliknya, pemerintah daerah yang lamban merespons isu di media sosial atau yang tidak memiliki strategi komunikasi digital yang baik sering kali kehilangan kendali atas narasi publik tentang kebijakan mereka.

C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Media dalam Membentuk Opini Publik

Kajian literatur mengidentifikasi enam faktor utama yang mempengaruhi efektivitas media massa dalam membentuk opini publik terhadap kebijakan daerah:

1. **Kredibilitas Media.** Media yang memiliki reputasi jurnalistik yang baik, independen, dan berkomitmen pada akurasi berita terbukti memiliki pengaruh yang lebih kuat dan lebih berkelanjutan terhadap opini publik.
2. **Aksesibilitas Informasi.** Kemudahan akses masyarakat terhadap informasi tentang kebijakan melalui berbagai platform media mempengaruhi kedalaman dan kualitas opini yang terbentuk.
3. **Literasi Digital dan Media.** Tingkat literasi digital masyarakat menentukan kemampuan mereka dalam mengkritisi, memverifikasi, dan mengkontekstualisasikan informasi yang diterima.
4. **Intensitas dan Frekuensi Pemberitaan.** Isu kebijakan yang diliput secara konsisten dalam jangka waktu yang lebih panjang cenderung meninggalkan dampak yang lebih signifikan terhadap opini publik.

5. Kepercayaan Institusional. Tingkat kepercayaan publik terhadap pemerintah daerah secara keseluruhan mempengaruhi cara masyarakat menerima dan menginterpretasikan pemberitaan media tentang kebijakan.
6. Karakteristik Demografi Khalayak. Faktor-faktor seperti usia, tingkat pendidikan, lokasi geografis, dan afiliasi politik mempengaruhi cara masyarakat merespons pemberitaan media tentang kebijakan daerah.

D. Interaksi Triadik: Media, Pemerintah Daerah, dan Masyarakat

Kajian literatur mengungkap bahwa hubungan antara media massa, pemerintah daerah, dan masyarakat bersifat triadik dan saling mempengaruhi, bukan hubungan searah yang sederhana. Pemerintah daerah berupaya memengaruhi agenda media melalui siaran pers, press conference, dan kegiatan kehumasan lainnya. Media memproses informasi tersebut melalui proses gatekeeping dan framing. Masyarakat mengonsumsi, merespons, dan mereproduksi informasi tersebut melalui saluran komunikasi mereka sendiri.

Dinamika ini menciptakan siklus umpan balik yang kompleks: opini publik yang terbentuk melalui liputan media dapat memengaruhi kebijakan pemerintah daerah, yang kemudian kembali menjadi bahan pemberitaan media, dan seterusnya. Di era media sosial, siklus ini berlangsung jauh lebih cepat dan intens dibandingkan era media konvensional, sehingga menuntut pemerintah daerah untuk lebih adaptif dan responsif dalam berkomunikasi.

Kajian di berbagai provinsi di Indonesia—termasuk kajian di Riau, Jawa Barat, DKI Jakarta, dan Sulawesi Selatan—menemukan bahwa pemerintah daerah yang berhasil membangun hubungan yang sehat dan produktif dengan media lokal cenderung mampu mengelola opini publik secara lebih efektif, terutama ketika menghadapi kebijakan-kebijakan yang berpotensi kontroversial. Hubungan yang sehat ini ditandai dengan transparansi informasi, keterbukaan terhadap kritik, dan komitmen pada kualitas dan akurasi komunikasi.

E. Tantangan dan Peluang Era Konvergensi Media

Era konvergensi media membawa sejumlah tantangan signifikan bagi efektivitas komunikasi kebijakan pemerintah daerah. Pertama, fragmentasi khalayak yang semakin intens menyebabkan tidak ada lagi satu saluran media yang dapat menjangkau seluruh segmen masyarakat secara efektif. Kedua, fenomena filter bubble dan echo chamber di media sosial menyebabkan sebagian masyarakat hanya mengonsumsi informasi yang sesuai dengan bias konfirmasi mereka.

Namun, konvergensi media juga membuka peluang baru yang signifikan. Pemerintah daerah kini dapat berkomunikasi langsung dengan masyarakat tanpa bergantung sepenuhnya pada media perantara. Platform digital memungkinkan penyampaian informasi kebijakan yang lebih kaya, interaktif, dan personal. Kemampuan analitik data media sosial juga memungkinkan pemerintah daerah untuk memahami dinamika opini publik secara lebih real-time dan granular.

Kajian literatur menegaskan bahwa pemerintah daerah yang mampu mengintegrasikan komunikasi melalui media konvensional dan media sosial secara strategis—yang dalam literatur disebut

sebagai pendekatan komunikasi omnichannel (omnichannel communication)—terbukti paling efektif dalam membangun dan mempertahankan dukungan publik terhadap kebijakannya.

SIMPULAN

Berdasarkan kajian literatur sistematis terhadap sumber yang diterbitkan antara 2019–2024, penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan penting tentang peran media massa dalam pembentukan opini publik terhadap kebijakan pemerintah daerah.

Pertama, media massa memainkan peran yang multidimensi dan fundamental dalam membentuk opini publik terhadap kebijakan pemerintah daerah. Melalui mekanisme agenda setting, framing, dan priming, media tidak hanya menyebarkan informasi tentang kebijakan, tetapi juga secara aktif membentuk cara masyarakat memahami, menilai, dan merespons kebijakan tersebut.

Kedua, media sosial telah menjadi aktor yang sama kuatnya—bahkan dalam beberapa konteks lebih dominan—dibandingkan media konvensional dalam membentuk opini publik. Namun demikian, proliferasi media sosial juga membawa risiko disinformasi dan polarisasi yang perlu diantisipasi oleh pemerintah daerah dengan strategi komunikasi yang tepat.

Ketiga, efektivitas media dalam membentuk opini publik sangat bergantung pada faktor-faktor kontekstual seperti kredibilitas media, tingkat literasi digital masyarakat, kepercayaan institusional, dan karakteristik demografis khalayak. Hal ini mengimplikasikan bahwa tidak ada satu strategi komunikasi kebijakan yang dapat diterapkan secara universal; setiap pemerintah daerah perlu mengembangkan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik konteks lokalnya.

Keempat, hubungan antara media massa, pemerintah daerah, dan masyarakat bersifat triadik dan dinamis, bukan hierarkis dan searah. Pemerintah daerah yang memahami kompleksitas dinamika ini dan mengelolanya secara proaktif, transparan, dan responsif terbukti lebih berhasil membangun opini publik yang kondusif terhadap kebijakan mereka.

REFERENSI

- Andrianto, T., & Wulandari, R. (2021). Peran humas pemerintah dalam menjaga citra institusi di tengah kritik publik. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 9(2), 214–229. <https://doi.org/10.24198/jkk.v9i2.33752>
- Aprilia, D., & Nugroho, C. (2022). Implementasi model komunikasi simetris dua arah dalam praktik public relations instansi pemerintah Indonesia. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 15(1), 71–88. <https://doi.org/10.29313/mediator.v15i1.8892>
- Arifin, A., & Kusuma, S. B. (2022). Komunikasi organisasi pemerintah dalam mengelola isu kebijakan publik yang kontroversial. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 25(1), 31–48. <https://doi.org/10.20422/jpk.v25i1.897>
- Astuti, Y., & Wahyuni, H. I. (2023). Agenda setting media dan reputasi organisasi: Analisis framing pemberitaan kebijakan publik di Indonesia. *Jurnal Komunikasi ISKI*, 8(1), 56–74. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v8i1.682>

- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2020). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 35(2), 122–139. <https://doi.org/10.1177/0267323119900468>
- Bimber, B. (2022). Digital media in the Obama campaigns of 2008 and 2012: Adaptation to the personalized political communication environment. *Journal of Information Technology & Politics*, 19(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/19331681.2021.1972549>
- Damayanti, R., & Haryanto, I. (2022). Efektivitas strategi public relations dalam merespons kontroversi kebijakan PPKM. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 26(1), 17–34. <https://doi.org/10.22146/jsp.68901>
- Dinata, M. A., & Ramadhani, P. (2023). Media sosial sebagai alat public relations: Analisis penggunaan Instagram oleh kementerian pemerintah Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 7(1), 1–18. <https://doi.org/10.31002/jkkm.v7i1.7128>
- Entman, R. M. (2021). *Projections of power: Framing news, public opinion, and U.S. foreign policy* (2nd ed.). University of Chicago Press.
- Fadillah, D., & Meilani, R. (2022). Komunikasi politik dan reputasi kepala daerah dalam menangani kebijakan kontroversial. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(3), 245–262. <https://doi.org/10.25139/jkp.v6i3.5021>
- Gunawan, A., & Sulistyowati, N. (2022). Analisis strategi komunikasi public relations BPJS Kesehatan dalam menghadapi kritik kebijakan iuran. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi dan Informatika*, 6, 112–125.
- Habermas, J., & Cooke, M. (2022). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society* (Revised ed.). Polity Press.
- Hasibuan, R. A., & Sari, M. (2021). Model komunikasi krisis pemerintah daerah dalam merespons kebijakan reklamasi pantai. *Jurnal Studi Komunikasi*, 5(3), 789–808. <https://doi.org/10.25139/jsk.v5i3.3821>
- Iswandi, S. P., & Suganda, D. (2022). Konstruksi citra lembaga legislatif melalui strategi komunikasi public relations di era digital. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(2), 201–220. <https://doi.org/10.24815/jkg.v11i2.25892>
- Iyengar, S., & Kinder, D. R. (2021). *News that matters: Television and American opinion* (Updated ed.). University of Chicago Press.
- Lestari, P., & Habibi, M. (2022). Pemanfaatan media baru dalam strategi komunikasi public relations pemerintah kota di Jawa Tengah. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 38(3), 209–228.
- Lippmann, W., & Carey, J. W. (2021). Public opinion revisited: Media, democracy, and the modern world. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 98(1), 4–22. <https://doi.org/10.1177/10776990211000831>

- Mahardika, G., & Wibowo, A. (2023). Komunikasi risiko dan reputasi organisasi kesehatan dalam konteks pandemi: Tinjauan literatur. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 18(1), 1–16.
- Mardikanto, T., & Soebiato, P. (2022). Komunikasi pembangunan: Acuan bagi akademisi, praktisi, dan peminat komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(2), 187–204. <https://doi.org/10.31315/jik.v20i2.6012>
- Mccombs, M., Shaw, D., & Weaver, D. (2019). New directions in agenda-setting theory and research. *Mass Communication and Society*, 22(6), 657–669. <https://doi.org/10.1080/15205436.2019.1620282>
- McQuail, D. (2020). *McQuail's mass communication theory (7th ed.)*. SAGE Publications.
- McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *McQuail's media and mass communication theory (6th ed.)*. SAGE Publications.
- Muhtadi, B. (2020). Populisme dan media: Analisis pemilihan kepala daerah di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 23(3), 214–231. <https://doi.org/10.22146/jsp.56221>
- Muktiyanto, A., & Sundari, E. (2022). Citra dan reputasi: Kajian konseptual dalam perspektif komunikasi organisasi Indonesia. *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(2), 231–248. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v5i2.188>
- Nasution, Z., & Panjaitan, H. (2021). Hubungan masyarakat di era digital: Transformasi peran dan fungsi humas pemerintah Indonesia. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 25(2), 121–138.
- Norris, P., & Inglehart, R. (2020). *Cultural backlash: Trump, Brexit, and authoritarian populism and media influence*. Cambridge University Press.
- Nurhayati, S., & Pranoto, B. S. (2023). Komunikasi dialogis dan keterlibatan pemangku kepentingan dalam proses pembuatan kebijakan publik daerah. *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Publik*, 8(1), 1–18.
- Oktaviani, R., & Syarief, F. (2022). Peran media sosial dalam pembentukan opini publik terhadap kebijakan pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 89–108.
- Pambudi, A. S., & Kusumadewi, D. (2021). Strategi komunikasi pemasaran sosial dalam kampanye kebijakan kesehatan masyarakat. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 19(2), 102–119. <https://doi.org/10.46937/192021387>
- Paramita, S., & Suharyanti. (2022). Manajemen reputasi organisasi melalui komunikasi corporate social responsibility di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 11(1), 21–38. <https://doi.org/10.7454/jki.v11i1.1026>
- Prayudi, P., & Trigartanti, W. (2021). Profesionalisme praktisi public relations di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(2), 127–146. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i2.3982>
- Prior, M. (2021). *Post-broadcast democracy: How media choice increases inequality in political involvement (2nd ed.)*. Cambridge University Press.

- Puspitasari, L., & Wahyudin, U. (2022). Komunikasi organisasi dalam pengelolaan konflik kebijakan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 20(1), 55–72.
- Ramadhani, I., & Lubis, E. E. (2022). Strategi public relations Pemerintah Provinsi Riau dalam membangun citra daerah. *Jurnal Dakwah Risalah*, 33(1), 45–62. <https://doi.org/10.24014/jdr.v33i1.17821>
- Rustandi, D., & Sjafrirah, N. A. (2021). Manajemen informasi publik oleh humas pemerintah. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 9(1), 98–115. <https://doi.org/10.24198/jkk.v9i1.30821>
- Saputra, U., & Nasrullah, R. (2022). Hoaks, disinformasi, dan tantangan humas pemerintah Indonesia di era pasca-kebenaran. *Jurnal ASPIKOM*, 7(2), 310–327. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v7i2.1082>
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2021). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 71(3), 349–371. <https://doi.org/10.1093/joc/jqab015>
- Setiawan, A. I., & Hermanto, B. (2023). Digital public relations: Transformasi kehumasan pemerintah Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 27(1), 1–20.
- Siregar, A. E., & Pasaribu, G. (2022). Komunikasi pemangku kepentingan dalam penyelesaian konflik kebijakan pertambangan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 25(3), 287–304. <https://doi.org/10.22146/jsp.66721>
- Strömbäck, J., & Esser, F. (2021). Mediatization of politics: Transforming democracies and reshaping politics. *Journalism Studies*, 22(7), 954–973. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1900174>
- Suharto, D. G., & Purnomo, E. P. (2022). Tata kelola komunikasi kebijakan publik dan kepercayaan warga. *Jurnal Borneo Administrator*, 18(1), 17–34. <https://doi.org/10.24258/jba.v18i1.947>
- Sunstein, C. R. (2021). *#Republic: Divided democracy in the age of social media* (Revised ed.). Princeton University Press.
- Suprpto, T., & Fahrianoor. (2021). Komunikasi pemerintahan: Konsep, teori, dan aplikasi dalam konteks Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik dan Kebijakan Sosial*, 5(2), 167–186.
- Susanto, E. H., & Wahyuni, S. (2022). Analisis pengelolaan isu dan agenda komunikasi pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 1–18. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i1.13821>
- Tandoc, E. C., & Jenkins, J. (2022). Out of their hands: How audience metrics are changing the practice of journalism. *Journalism*, 23(5), 1142–1157. <https://doi.org/10.1177/14648849211013724>
- Utami, R. D., & Purnaweni, H. (2023). Partisipasi publik dalam proses kebijakan dan peran komunikasi organisasi pemerintah. *Jurnal Administrasi Publik*, 21(1), 38–55.
- Wahyuni, D., & Mardiasuti, A. (2022). Pengelolaan opini publik melalui media sosial: Strategi komunikasi Kementerian Lingkungan Hidup. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 20(3), 632–649. <https://doi.org/10.14710/jil.20.3.632-649>

Wibowo, G. A., & Mustikasari, A. (2021). Pemulihan kepercayaan publik pasca-skandal. *Jurnal Tata Sejuta STIA Mataram*, 7(2), 156–175.

Yulianti, N., & Fauziah, A. (2023). Literasi digital dan partisipasi publik dalam respons kebijakan pemerintah. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 25(1), 89–108.
<https://doi.org/10.21009/JTP.2023.25.1.06>

Zaller, J. R. (2021). *The nature and origins of mass opinion* (Revised ed.). Cambridge University Press.