

PAPARAN MEDIA DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERSEPSI PUBLIK

Received: 24-04-2025 Revised: 28-04-2025 Accepted: 09-05-2025

Syamin Sofea Saifullizam¹, Nurshafiqah Yusrina Sharul Nizam², Nurliyana Ismail³,
Nurul Syazzahirah Zainuddin⁴, Nurin Khairina Zalman Iswandi⁵, Aini Faezah
Ramlan⁶, Caroline Paskarina⁷

¹Fakultas Komunikasi dan Studi Media, University Teknologi MARA Cabang Melaka
syaminsaifullizam@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi konsumsi media sebagai fenomena yang sangat penting dengan menyelidiki teori pembingkai politik dan teori penetapan agenda. Studi ini didasarkan pada data sekunder dari artikel yang ditinjau sejawat. Tujuannya adalah untuk menganalisis bagaimana visibilitas, konstruksi cerita, dan dominasi algoritmik media memengaruhi wacana politik dan keterlibatan publik. Ditemukan bahwa paparan digital secara signifikan memengaruhi bagaimana publik memprioritaskan isu sebelum memberikan penjelasan atau definisi apa pun. Penelitian ini menyoroti bahwa visibilitas dalam masyarakat kontemporer tidak lagi terbatas pada jurnalisme, karena pengguna dan algoritme secara signifikan mendikte apa yang terlihat dan penting, menyesuaikan keunggulan informasi yang disajikan secara digital. Studi ini berpendapat bahwa stimulasi algoritmik mengubah media menjadi kekuatan yang kuat yang beroperasi berdasarkan identitas, di mana ruang lingkup dan sumber daya politik membentuk legitimasi sistematis dan pemahaman publik tentang ruang lingkup kebijakan yang disampaikan melalui media massa. Berfokus pada dampak algoritma dan politik yang semakin meningkat pada media sosial, penelitian ini menekankan perlunya tanggung jawab dan integritas yang lebih besar dari media dan pengembangan teoritis untuk mengatasi logika kontrol yang tidak diatur.

Kata Kunci: Paparan Media, Persepsi Publik, Teori Pembingkai, Teori Agenda-Setting

ABSTRACT

This research explores media consumption as a phenomenon of significant importance by investigating the political framing theory and agenda-setting theory. The study is based on secondary data from peer-reviewed articles. It aims to analyze how media outlets' visibility, story construction, and algorithmic dominance impact political and public engagement discourse. It was found that digital exposure significantly influences how the public prioritizes issues before rendering any explanation or definition. The research highlights that visibility in contemporary society is no longer confined to journalism, as users and algorithms significantly dictate what is visible and critical, customizing the superiority of digitally presented information. The study argues that algorithmic stimulation transforms media into a powerful force operating on identity, where political scope and resources shape systematic legitimacy and public understanding of policy scope delivered through mass media. Focusing on the growing impact of algorithms and politics on social media, the research emphasizes the need for greater responsibility and integrity from the media and theoretical development to address the unregulated logic of control.

Keywords: Media Exposure, Public Perception, Framing Theory, Agenda-Setting Theory

²Universiti Teknologi MARA (UiTM), cabang Melaka, yusrina209@gmail.com

³Universiti Teknologi MARA (UiTM), cabang Melaka, lyana0049@gmail.com

⁴Universiti Teknologi MARA (UiTM), cabang Melaka, nurulsyazzahirah94@gmail.com

⁵Universiti Teknologi MARA (UiTM), cabang Melaka, nurinkhairina35@gmail.com

⁶Universiti Teknologi MARA (UiTM), cabang Melaka, faezah877@uitm.edu.my

⁷Universitas Padjadjaran, Indonesia, caroline.paskarina@unpad.ac.id

PENDAHULUAN

Paparan media dapat didefinisikan sebagai tingkat kehadiran dan berapa kali individu atau masalah tertentu ditampilkan di platform media, memengaruhi persepsi mereka. Di era digitalisasi ini, pentingnya eksposur media bukan dalam volume tetapi dalam bagaimana makna diciptakan melalui pembingkaiannya dan penetapan agenda. Kedua lensa membantu menjelaskan bagaimana media melaporkan realitas dan membangunnya dengan memilih apa yang ditampilkan dan bagaimana hal itu dilihat. Dengan kata lain, eksposur media mencakup nada, keunggulan, dan jumlah liputan yang diberikan pada subjek, individu, organisasi, atau peristiwa tertentu. Konsistensi adalah salah satu aspek mendasar dalam menilai seberapa banyak perhatian yang diterima subjek tertentu. Topik publik biasanya memiliki liputan yang lebih disukai untuk tampil di berbagai platform, mulai dari artikel berita dan siaran hingga postingan media sosial; semakin tinggi ketersediaan, semakin besar publisitas dan pengaruh pada kesadaran. Namun, ada lebih banyak visibilitas media daripada sekadar konsistensi.

Pentingnya penempatan dan keunggulan paling membentuk liputan media. Cerita yang menjadi pusat perhatian atau yang ditampilkan di halaman depan edisi cenderung mendapat lebih banyak perhatian, bersama dengan menjadi bagian dari wacana publik. Selain itu, pembingkaiannya dan nada karya ini memiliki implikasi yang sama kuatnya tentang bagaimana narasi yang dibangun menggambarkan subjek. Sensasionalisme, bias, bias editorial, prasangka, dan kemiringan semuanya memengaruhi bagaimana media dipandang lebih lanjut, semakin membuktikan bahwa visibilitas media bersifat subjektif. Visibilitas mengenai media adalah interaksi antara internet dan bentuk komunikasi yang lebih tradisional. Visibilitas media dan perhatian audiens menjadi lebih menonjol dengan munculnya internet. Dengan bentuk tradisional pengukuran pengaruh, seperti sirkulasi dan peringkat penayangan, metode modern seperti pembaca online dan metrik media sosial menjadi sama pentingnya. Ini memungkinkan penilaian topik dan relevansinya untuk didiskusikan secara luas secara online. Perhatian yang diberikan pada konten berlipat ganda secara eksponensial dalam kasus lonjakan internet, memengaruhi jumlah orang yang mendiskusikan suatu masalah. Perubahan perhatian publik dapat dilakukan pada skala dan tingkat yang belum pernah terjadi sebelumnya.

Namun demikian, kerusakan sistem yang mendukung visibilitas media lebih dalam dari sekadar visibilitas karena mereka terlibat dengan representasi media melalui proses teknologi yang cakupan lebih luas dan mencakup pengaturan agenda, penjaga gerbang, dan konstruksi sosial. Seperti yang dirumuskan dalam teori penetapan agenda, media memiliki peran penting dalam membentuk perhatian publik dengan berfokus pada topik tertentu dan hanya menampilkan topik tersebut di outlet media mereka. Tidak ada keraguan bahwa praktisi media berpartisipasi dengan gigih dalam menyusun batas-batas wacana publik dengan melaporkan secara selektif dan editorial, memutuskan masalah mana yang mendapat perhatian dan mana yang tidak. Demikian juga, sistem penjaga gerbang mengontrol aliran informasi dengan menentukan apa yang penting dan apa yang dapat diakses orang. Paparan media, sebagai antarmuka antara media, masyarakat, dan opini publik, cenderung membentuk, secara langsung dan tidak langsung,

kesadaran individu maupun kolektif. Eksposur media memiliki dampak besar pada kesadaran publik dan tindakan yang mereka ambil mengenai masalah tertentu karena sorotan mediasi yang ditempatkan pada masalah tersebut melalui media karena hal-hal penting lainnya dikesampingkan. Dengan perkembangan digital yang tak henti-hentinya, masalah peradaban, realitas sosial, perang, dan krisis yang kita hadapi, persepsi dan menentukan pilihan menjadi lebih menantang di samping informasi yang dikaburkan oleh narasi yang diputar untuk kita konsumsi melalui jaring yang membuat dunia digital yang gesit dan berubah-ubah, membuat pemahaman struktural akan paparan media menjadi lebih vital. (Jonkman, et.al, 2019).

Salah satu bidang praktik komunikasi massa yang semakin banyak diteliti adalah dampak paparan media terhadap persepsi. Kekhawatiran ini muncul dari saling ketergantungan dua teori penetapan agenda dan pembingkai. Seperti yang dijelaskan dalam karya McCombs dan Reynolds (2002), teori penetapan agenda menunjukkan bagaimana media membentuk prioritas publik dengan intensitas dan frekuensi berita. Media menetapkan agenda dengan menentukan topik yang mereka bahas, yang, pada gilirannya, membentuk apa yang dianggap penting oleh audiens. Frekuensi penyebutan, penempatan, dan kejelasan keseluruhan suatu isu dalam detail media akan memengaruhi persepsi publik dan pentingnya suatu isu. Bukti pendukung dari studi lain oleh Entman (1993) menunjukkan bahwa pembingkai di media, yaitu penekanan pada satu aspek dari suatu isu, menentukan bagaimana masyarakat memandang realitas sosial. Pertanian melibatkan proses seleksi di mana aspek realitas tertentu dipilih untuk definisi masalah, atribusi kausal, penilaian nilai, dan saran solusi. Oleh karena itu, media tidak lagi membatasi diri pada peran mendasar untuk mengangkat isu; mereka membentuk deskripsi dan interpretasi dari isu-isu tersebut.

Penelitian terbaru memperkuat validitas kedua teori tersebut. Amsalem et al. (2020) mempelajari dampak media terhadap persepsi politisi, dengan fokus pada sifat-sifat mereka dan bagaimana sifat-sifat ini membantu dalam penggambaran mereka sebagai kompetensi media. Pada saat yang sama, Cantarella et al. (2023) menganalisis peran berita palsu dalam konteks pemilu dan menggambarkan dampak pembingkai yang menipu terhadap keputusan pemilih. Fiske dan Taylor (1991) juga menunjukkan bahwa orang diyakini sebagai kikir kognitif dan lebih menerima informasi yang dibingkai media, menjadikan pembingkai isu-isu publik sebagai alat manipulatif yang kuat untuk membentuk opini publik. Selain itu, kemajuan teknologi digital menambah dimensi baru pada kedua teori tersebut. Seperti yang ditunjukkan oleh Kleinnijenhuis et al. (2019), interaksi antara media massa dan sosial meningkatkan pengaturan agenda dan pembingkai karena algoritme platform digital dapat mempromosikan masalah tertentu yang sebanding dengan interaksi pengguna dengan masalah. Mengenai media massa kontemporer, pengaruh media terhadap persepsi sosial menjadi multidimensi, tidak hanya apa yang dikatakan media, tetapi bagaimana dan sejauh mana informasi dirilis. Semakin populer seorang tokoh politik, semakin besar liputan media mereka, seperti yang dianalisis Van Remoortere dan Vliegenthart (2023). Di Asia Tenggara, Facciani, Idris, dan Weninger (2024) mempelajari konsumsi media di Indonesia dan Malaysia dan menemukan bahwa konsumsi media yang tinggi tidak selalu berkorelasi dengan kepercayaan terhadap informasi yang dikonsumsi. Intyaswati et al. (2021) menggambarkan pengaruh

media dan informasi yang tersedia bagi pemilih baru di Indonesia dan bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi pengambilan keputusan mereka.

Meskipun penelitian sebelumnya telah menyelidiki peran media dalam membentuk persepsi publik, masih ada kurangnya integrasi, khususnya dalam pembedaan dan teori penetapan agenda dalam konteks kolase media hibrida yang mencakup media algoritmik tradisional dan digital. Secara khusus, efek paparan media terhadap persepsi pemimpin politik dan kebijakan dalam masyarakat digital multikultural seperti Asia Tenggara belum sepenuhnya dikembangkan. Selain itu, ada sedikit penelitian tentang dampak kurasi algoritmik dan logika platform pada visibilitas masalah dan proses pembentukan opini. Mengatasi kesenjangan ini, penelitian ini berusaha menjawab pertanyaan: Bagaimana teknik pembedaan dan penetapan agenda paparan media memengaruhi persepsi publik tentang kepemimpinan politik dan masalah kebijakan di era digital? Makalah ini menganalisis bagaimana judul media, algoritma platform, dan interaksi audiens secara kolaboratif memengaruhi persepsi politik masyarakat yang dibentuk oleh media melalui metodologi campuran tinjauan literatur dan analisis konseptual. Dari sudut pandang ilmu politik, terbukti bahwa media tidak semata-mata berfungsi sebagai saluran komunikasi, karena juga bertindak sebagai entitas politik yang kuat yang menggunakan kekuasaan yang cukup besar untuk merestrukturisasi hubungan masyarakat, membangun dan memanipulasi ruang publik, serta menentukan kredibilitas struktur politik.

Media mempengaruhi pembentukan opini dan persepsi, berdampak pada kegiatan politik masyarakat seperti partisipasi, pemilihan pemilu, dan kepercayaan pemerintah (Habermas, 1991). Sudah diketahui dalam studi politik kontemporer bahwa visibilitas media mengenai tokoh dan masalah politik tertentu secara langsung mempengaruhi distribusi kekuasaan. Misalnya, studi Van Remoortere dan Vliegthart (2023) menunjukkan korelasi yang kuat antara paparan media dan popularitas politisi, terutama di dunia yang sangat digital saat ini. Ini mendukung klaim bahwa eksposur media adalah "modal simbolis" politik (Bourdieu, 1991). Dengan kata lain, politisi yang lebih terlihat lebih baik untuk mengendalikan wacana dominan dan opini publik.

Dalam ranah politik perilaku, media berfungsi sebagai pemberi isyarat, terutama mengenai penyederhanaan informasi politik. Pembedaan media dapat menginformasikan kepada publik mengenai masalah kepercayaan, tanggung jawab mengenai masalah yang dipertaruhkan, dan kebijakan mana yang membutuhkan dukungan (Iyengar & Kinder, 1987). Ini secara dramatis mempengaruhi mereka yang kekurangan informasi atau buta huruf politik. Selain itu, aspek ilmu politik dari teori penetapan agenda melihat peran media dalam membentuk agenda politik – daftar isu yang menjadi perhatian pembuat kebijakan. Media menarik perhatian publik dan dapat mengaktifkan respons aktor politik terhadap topik tertentu yang sangat dipublikasikan (Wolfe, Jones & Baumgartner, 2013). Hal ini menunjukkan interaksi agenda media, opini publik, dan agenda kebijakan. Penelitian ini berfokus pada komunikasi massa. Ini menambah studi politik tentang dampak media, melalui penetapan agenda dan pembedaan, pada hubungan antara masyarakat dan otoritas politik dalam demokrasi liberal. Tinjauan

literatur menunjukkan bagaimana teori penetapan agenda dan pembingkaiannya saling terkait dan mendasar untuk diskusi tentang penggunaan media dan persepsi publik.

Studi ini menyelidiki hubungan ini dengan meneliti pengaruh pembingkaiannya dan agenda dalam lingkungan media digital terhadap persepsi publik tentang pemimpin dan kebijakan politik kontemporer. Meskipun hubungan antara media dan persepsi publik telah dipelajari, masih ada kesenjangan mengenai dampak media terhadap persepsi publik tentang kepemimpinan politik dan kebijakan dalam konteks integrasi sistem lintas media modern. Selain itu, masih ada kurangnya penelitian yang mensintesis teori pembingkaiannya dan penetapan agenda, terutama karena diterapkan di dunia yang berubah dengan cepat saat ini, yang ditandai dengan distorsi informasi. Oleh karena itu, makalah ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan ini dengan menawarkan kerangka konseptual yang menekankan kompleksitas paparan media sebagai kekuatan yang membentuk kesadaran kolektif dan sikap publik. Singkatnya, eksposur media adalah fenomena kompleks yang melibatkan berbagai aspek seperti volume, signifikansi, gaya, dan jangkauan liputan media di berbagai platform. Visibilitas media mengubah struktur kesadaran publik, memengaruhi sikap, persepsi, dan perilaku di era informasi modern. Ini termasuk pengaturan agenda dan pembingkaiannya, keterlibatan audiens, dan viralitas digital. Ketika kita memeriksa dinamika pengaruh media, eksposur media muncul sebagai kekuatan kuat yang menerangi saluran di mana informasi mengalir, cerita berkembang, dan realitas diciptakan dalam lanskap digital abad kedua puluh satu.

METODE PENELITIAN

Studi ini mengambil pendekatan konseptual yang menggunakan tinjauan literatur sistematis untuk menyelidiki dampak paparan media terhadap persepsi publik melalui lensa pembingkaiannya dan teori penetapan agenda. Tinjauan ini berfokus pada artikel jurnal peer-review yang diterbitkan antara 2018 dan 2024 untuk meningkatkan relevansi dan ketepatan waktu bukti yang dikumpulkan. Artikel berbahasa Inggris terbatas pada studi media, komunikasi politik, media digital, dan opini publik. Baik karya empiris maupun teoretis disertakan untuk memberikan eksplorasi komprehensif tentang topik tersebut.

Proses seleksi dimulai dengan pencarian kata kunci untuk "eksposur media", "teori pembingkaiannya", "penetapan agenda", "media digital", dan "persepsi publik" di Google Scholar, ResearchGate, dan Scopus. Sumber yang relevan dikumpulkan menggunakan pencarian kata kunci dan filter lanjutan, seperti jurnal peer-review saja. Artikel kemudian dievaluasi untuk keselarasan dengan tujuan penelitian, ketelitian metodologis, dan signifikansi teoretis. Studi yang hanya berfokus pada periklanan atau pemasaran dikecualikan karena penelitian ini hanya membahas aspek sosial politik pengaruh media.

Tiga puluh lima artikel terpilih melalui sintesis tematik. Ini melibatkan identifikasi pengulangan, visibilitas media, strategi pembingkaiannya, dan penetapan agenda dalam argumen. Tema-tema ini diatur secara hierarkis untuk menciptakan kerangka konseptual yang menggambarkan bagaimana sirkulasi media

mempengaruhi persepsi politik di dunia kontemporer. Analisis tersebut menekankan logika algoritmik media modern di samping hasil komparatif dan kontribusi teoretis mereka.

KERANGKA TEORI

Teori Pembingkai

Teori pembingkai adalah kerangka kerja mendasar untuk menjelaskan bagaimana media menciptakan realitas sosial. Bagi Entman (1993), pembingkai adalah proses selektif yang menyoroti beberapa aspek realitas sambil meremehkan yang lain, memengaruhi interpretasi penonton tentang peristiwa, isu, dan aktor. Bingkai secara efektif mendefinisikan masalah, mengaitkan sebab-akibat, membuat penilaian moral, dan menyarankan solusi—semuanya dalam kerangka makna yang terorganisir yang disampaikan melalui media. Secara tradisional, proses ini sangat terbatas pada organisasi media dan jurnalis profesional. Namun, di era teknologi digital, framing menjadi lebih kolaboratif, dengan kontribusi dari pengguna, pemimpin opini, dan berbagai pemangku kepentingan dalam membuat dan mendistribusikan bingkai (Cantarella et al. 2023; Pfister et al. 2023). Perkembangan ini menantang batas-batas tradisional teori pembingkai dan membutuhkan pemahaman yang diperluas dengan mempertimbangkan sifat terdesentralisasi dan algoritmik praktik pembingkai modern.

Membingkai dinamika sepanjang waktu memerlukan pemeriksaan ulang yang ketat terhadap struktur di mana kontrol simbolis dilakukan di lingkungan online. Pembingkai tidak lagi hanya bergantung pada penilaian editorial tetapi mulai menyatu dengan desain platform dan interaksi pengguna. Hal ini mengharuskan teori pembingkai diperluas untuk mengakomodasi pembingkai platform, di mana bingkai tertanam dalam konten dan struktur, logika sistem rekomendasi, dan antarmuka pengguna.

Teori Agenda-Setting

Juga terkait dengan framing adalah teori penetapan agenda, yang membahas pengaruh media dalam membentuk isu-isu mana yang dianggap penting dalam agenda publik. Pertama kali dijelaskan oleh McCombs dan Shaw (1972), penetapan agenda mengusulkan bahwa liputan yang luas dan menonjol meningkatkan hal-hal dalam kesadaran publik. McCombs dan Reynolds (2002; 2017) mencatat bahwa media mencapai ini dengan menetapkan agenda, bukan dengan memberi tahu orang-orang apa yang harus dipikirkan, tetapi dengan menunjukkan apa yang harus dipikirkan. Proses ini memerlukan pemilihan, pengulangan, visibilitas, dan elemen yang sangat dapat diterapkan di era teknologi.

Namun, pengenalan kurasi algoritmik telah menyebabkan pergeseran dalam model pengaturan agenda klasik. Sementara media lama sebelumnya memonopoli keunggulan isu, platform digital kontemporer sekarang membentuk keunggulan topik melalui peringkat berbasis keterlibatan dan umpan yang dipersonalisasi. Ini mengkalibrasi ulang pengaturan agenda dari transaksi media-publik langsung menjadi hubungan triadis yang kompleks antara pengguna, algoritme, dan institusi (Kleinnijenhuis et al. 2019). Pergeseran ini juga memperkenalkan aktor baru, seperti pengembang platform dan analis data, ke dalam

infrastruktur perhatian publik.

Algoritma dan Perluasan Agenda

Peran algoritma dalam menentukan keunggulan subjek disebut penetapan agenda algoritmik (Napoli 2014), yang menyiratkan bahwa algoritma komputer, bukan kebijaksanaan editorial manusia, mendikte aliran dan keunggulan informasi. Algoritme adalah penjaga gerbang yang mengaudit, menekan, atau memperkuat konten berdasarkan metrik keterlibatan, algoritme personalisasi, dan tujuan platform. Pergeseran semacam itu secara fundamental mengubah proses di mana agenda publik ditetapkan dan bagaimana agenda publik beredar. Tidak seperti pengaturan agenda klasik, yang beroperasi secara terbuka melalui keputusan yang dibuat oleh media yang terlihat, agenda algoritmik disembunyikan, didorong oleh data, dan sering disesuaikan untuk melayani kepentingan komersial daripada mempromosikan debat demokratis (Tufekci 2015; Gillespie 2014).

Selain itu, ruang gema dan gelembung filter semakin mengakar oleh kurasi algoritmik, menciptakan 'agenda yang dipersonalisasi' individu yang semakin menyimpang dari wacana sehari-hari. Perkembangan ini memperluas batas-batas model penetapan agenda institusionalisme komunikatif dan memerlukan dimasukkannya infrastruktur komputasi dalam teori komunikasi.

Media, Algoritma, dan Politik

Perkembangan yang sedang berlangsung memiliki implikasi mendalam terhadap keterkaitan media, teknologi, dan politik. Dalam lingkungan digital saat ini, paparan media tidak lagi didasarkan pada prinsip-prinsip editorial tetapi diproduksi bersama oleh sistem algoritmik dan kekuatan politik. Perusahaan media, perusahaan platform, dan kekuatan politik berkumpul dalam arena bersama di mana visibilitas menjadi sumber daya strategis, dan perhatian menjadi komoditas yang diperebutkan (Bourdieu 1991). Tumpang tindih ini bertentangan dengan asumsi konvensional yang melekat dalam teori penetapan agenda dan pemingkanaan, khususnya konsepsi media sebagai perantara yang tidak memihak.

Bucher (2018) dan Zuboff (2019) berpendapat bahwa infrastruktur algoritmik memanifestasikan kekuatan politik dan ekonomi dan menetapkan persyaratan visibilitas publik dan tembus pandang. Hasilnya adalah lanskap media di mana komunikasi demokratis dimediasi oleh sistem tak terlihat yang dirancang terutama untuk memaksimalkan dan mengendalikan keuntungan. Di sini, paparan media harus dibingkai dalam paradigma ekologi media, sebagai subsistem dalam kerangka kerja yang lebih besar, yang melibatkan konstelasi aktor manusia dan non-manusia, elemen teknologi, dan struktur kekuasaan yang, dengan cara yang kompleks dan saling bergantung, membentuk makna serta wacana publik (Habermas 1991).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak paparan media terhadap persepsi publik, seperti yang ditinjau dalam berbagai literatur empiris dan teoretis selama lima tahun, terintegrasi dan kompleks. Hal ini ditangkap dalam hubungan antara paparan media dan posisi, interpretasi, dan prioritas yang diberikan pada isu politik dan aktor dalam wacana publik. Sintesis literatur tematik pada studi terbaru mengungkapkan tiga dimensi inti yang secara konsisten ditangani untuk paparan dan persepsi media: visibilitas, pembingkai, dan penetapan agenda. Pertama, visibilitas muncul sebagai titik fokus dalam membentuk kesadaran publik tentang tokoh dan isu politik. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa visibilitas ditentukan oleh frekuensi penampilan, penempatan strategis, dan keterlibatan emosional dalam ruang yang ditentukan secara algoritmik. Amsalem et al. (2020) dan Van Remoortere & Vliegenthart (2023) berpendapat bahwa politisi dengan visibilitas tinggi cenderung mendapatkan perhatian yang lebih besar dan legitimasi yang dirasakan. Sebaliknya, Tufekci (2015) dan Bucher (2018) mengatakan bahwa platform digital tidak menawarkan ruang di mana konten yang bermuatan emosional atau sensasional diredam karena algoritme mengontrol visibilitas.

Kedua, pengaruh media framing yang terus-menerus terus membentuk bagaimana publik memahami informasi politik. Media framing juga telah menarik perhatian jurnalis, influencer, bot, dan pengguna reguler di platform media sosial, seperti dikutip oleh Entman (1993). Cantarella et al. (2023) dan Pfister et al. (2023) menunjukkan bagaimana konten yang sah dan dibuat-buat, ketika dibingkai secara efektif, dapat membentuk preferensi pemilih dan menciptakan efek jangka panjang pada persepsi.

Ketiga, penetapan agenda tetap ada sebagai mekanisme di mana media memprioritaskan isu. Dalam studi terbaru, wawasan klasik McCombs dan Shaw telah diperluas untuk memasukkan agenda algoritmik, di mana keunggulan masalah dibentuk oleh pola keterlibatan pengguna dan sistem personalisasi (Kleinnijenhuis et al., 2019). Pergeseran dari editorial ke pengaturan agenda algoritmik ini menunjukkan kontrol yang lebih terdesentralisasi tetapi kurang transparan atas perhatian publik.

Temuan ini menunjukkan bahwa paparan media tidak hanya melibatkan strategi pengkondisian naratif tetapi juga pembentukan dan penceritaan, yang selanjutnya mencerminkan hubungan kontrol dalam membentuk opini publik dalam sirkulasi media digital. Temuan ini menunjukkan perubahan signifikan dalam paparan media di era baru ini. Meskipun masih relevan, teori seperti "visibilitas sebagai modal simbolis" atau "pembingkai adalah penceritaan" harus diterapkan pada lingkungan teknologi baru. Secara khusus, visibilitas media tidak dapat lagi dibatasi pada lensa jurnalisisme. Penjaga gerbang non-manusia memperkenalkan amplifikasi algoritmik, yang kepentingannya mengesampingkan kebaikan publik, dan yang menempatkan keterlibatan di atas segalanya. Visibilitas disediakan untuk mereka yang paling mampu menawarkan konten yang kaya dan bermuatan emosional, terlepas dari substansi aslinya. Hal ini memaksa kita untuk meninjau kembali analisis Bourdieu tentang modal simbolis dan membungkainya kembali dalam logika platform algoritmik komersial. Politisi yang cenderung lebih banyak

terekspose, pada gilirannya, menjadi lebih dilegitimasi oleh publik, terlepas dari nilai pesan yang diartikulasikan, dan sebaliknya. Studi Amsalem et al. (2020) menunjukkan bahwa sifat-sifat politisi, seperti kepribadian atau keterampilan berbicara, dapat meningkatkan eksposur media. Pada saat yang sama, Van Remoortere & Vliegthart (2023) menunjukkan bahwa media secara langsung berdampak pada citra politik seorang tokoh publik. Dari hasil tersebut, mengelola perhatian dan mengendalikan visibilitas adalah permainan politik sekaligus masalah tugas jurnalistik.

Dari perspektif digital, visibilitas sekarang sebagian besar dibentuk oleh algoritme. Facebook, TikTok, Twitter, dan Instagram beroperasi pada model yang berpusat pada keterlibatan, menggunakan sistem rekomendasi berbasis algoritme untuk meningkatkan konten yang membangkitkan reaksi emosional yang kuat, kontroversi, atau menjadi viral untuk keterlibatan pengguna yang maksimal. Algoritma bukanlah konstruksi netral, seperti yang ditunjukkan oleh Tufekci (2015) dan Gillespie (2014); mereka mewujudkan nilai-nilai seperti keterlibatan, perhatian, keuntungan, mengabaikan informasi, keragaman, dan kualitas musyawarah publik. Pembuatan klaim dan konten yang sarat secara emosional mendominasi lanskap distribusi algoritmik, sementara nilai sipil atau informatifnya adalah sekunder.

Perhatian publik mungkin terlalu cepat dan tidak merata dialokasikan untuk orang-orang atau masalah yang viral di beberapa titik tetapi belum tentu layak untuk pertimbangan substantif yang berkelanjutan. Bucher (2018) telah mencatat efek ini sebagai "kekuatan algoritmik" – dampak halus namun signifikan yang digunakan platform digital dalam membentuk apa yang dirasakan dan dikonsumsi publik. Nechushtai dan Lewis (2019) menjelaskan bahwa kurasi informasi melalui algoritme dapat secara signifikan menekan wacana publik dengan menambahkan materi yang kompleks, dalam, atau non-sensasional ke dalam konten dangkal dan dangkal dan memprioritaskan materi yang menarik perhatian yang menuntut reaksi instan. Dengan demikian, visibilitas dalam arsitektur informasi dalam masyarakat kontemporer tidak dapat sepenuhnya dianggap sebagai hasil dari kebijaksanaan editorial manusia. Sebaliknya, ini adalah hasil dari sistem otomatis yang menimbulkan pertanyaan teoretis dan normatif baru secara fundamental tentang apa yang masih dapat dianggap luas, adil, dan demokratis terhadap manipulasi informasi dan informasi.

Penelitian ini memperkuat teori dengan memasukkan pengaruh algoritma media sosial pada mediasi visibilitas, memperhatikan garis besar aslinya. Visibilitas di era digital diciptakan melalui jurnalisme konvensional dan logika platform dan bergantung pada klik, berbagi, dan keterlibatan. "Penjaga gerbang" visibilitas tidak lagi tunggal, seperti yang dikatakan Bourdieu, mesin dan pengguna membantu dalam menentukan apa dan siapa yang cukup berharga untuk dilihat. Alasannya meluas ke struktur performatif yang lebih cair, terdesentralisasi.

Pembingkaiannya sekarang telah menembus wilayah di luar profesional media dan meluas secara horizontal di seluruh jaringan. Seperti yang diusulkan oleh Entman (1993) dalam teori pembingkaiannya, media, saat melaporkan, membingkai realitas dengan memilih apa yang akan disorot dan diabaikan, mempengaruhi pemahaman terhadap isu tertentu dan aktornya. Persepsi publik tentang isu, siapa yang harus dimintai

pertanggungjawaban, dan tindakan masuk akal apa yang perlu diambil juga dipengaruhi. Ini memerlukan orkestrasi simbol, cerita, dan keterikatan emosional. Pembingkai dapat mengubah persepsi kognitif, seperti yang ditunjukkan oleh Cantarella et al (2023), yang menemukan pemilih dipengaruhi oleh pembingkai yang menyesatkan. Di sisi lain, bingkai yang tidak memiliki kebenaran, tidak peduli seberapa singkat paparan terhadapnya, dapat menciptakan keyakinan yang salah namun abadi, seperti yang ditunjukkan dalam studi oleh Pfister et al (2023). Artinya, pembingkai memengaruhi ingatan kolektif dan persepsi publik yang bias.

Pembingkai strategis berusaha untuk memobilisasi opini publik, menjebak saingan politik, atau memberlakukan kebijakan di setiap skenario politik. Pembingkai tidak beroperasi dalam kehampaan. Tanpa batas netral, itu mengkoordinasikan perspektif ideologis. Jadi, untuk mengungkap politik kekuasaan dalam komunikasi politik, seseorang perlu mempertimbangkan bagaimana hal-hal dikemas dan narasi dibangun. Penelitian ini memperdalam kerangka teoritis tentang fenomena media digital yang semakin menonjol dengan menambahkan aspek kognitif dan emosional dari pembingkai. Kedua penelitian, Cantarella et al. (2023) dan Pfister et al. (2023), menunjukkan bahwa pembingkai, baik dalam berita palsu maupun yang sah, mengubah persepsi politik audiens bahkan dengan eksposur minimal. Ini memperkuat pekerjaan Iyengar & Kinder (1987) tentang penggunaan priming dan heuristik—audiens mengandalkan sinyal kognitif dasar untuk menavigasi masalah kompleks selama saturasi informasi. Penelitian ini juga secara implisit mengkritik teori pembingkai klasik, yang terlalu fokus pada aktor media sebagai satu-satunya agen pembingkai. Dalam dunia media digital saat ini, tindakan framing dilakukan oleh jurnalis dan individu non-khusus lainnya seperti pengguna media sosial, influencer, dan bahkan bot politik. Akibatnya, framing menjadi lebih horizontal, sehingga lebih sulit untuk mengelola wacana publik. Jenis pembingkai partisipatif ini semakin mendemokratisasi ruang untuk narasi yang bersaing, sementara pada saat yang sama meningkatkan kerentanan terhadap informasi yang terdistorsi, manipulasi ideologis, dan misinformasi pada umumnya. Oleh karena itu, pembingkai digital adalah sarana komunikasi dan persenjataan politik.

Sejauh penetapan agenda, hubungan kekuasaan sekarang telah menjadi beragam. McCombs dan Shaw (1972) menjelaskan bagaimana masyarakat cenderung menerima isu-isu yang menerima perhatian media seperlunya, terlepas dari kebutuhan objektifnya. McCombs dan Reynolds (2002) menangkap esensi teori penetapan agenda sebagai kemampuan media berita untuk menentukan betapa pentingnya topik di mata publik melalui liputan yang sering dan menonjol. Pengaruh ini membuat orang menganggap beberapa masalah yang paling penting, menunjukkan pengaruh media dalam membentuk opini publik. Dearing dan Rogers (1988) berpendapat bahwa citra media bukan sekadar reproduksi realitas melainkan pemilihan dan konstruksinya, menarik perhatian pada isu-isu spesifik yang dibuat agar tampak perlu. Menurut Entman (1993), membingkai sesuatu berarti memilih dan menekankan beberapa aspek dari satu realitas dengan cara yang membentuk masalah, memberikan tanggung jawab, dan memberikan jawaban, sehingga mengubah wajah secara signifikan. Menurut Fiske dan Taylor (1991) sebagai 'kikir kognitif', manusia

cenderung menyederhanakan tugas-tugas yang memberikan kekuatan besar kepada mereka yang melakukan pembingkai. Adalah umum bagi peneliti untuk menggunakan survei untuk menganalisis pengaruh liputan media berdasarkan prioritas dan persepsi individu. McCombs dan Reynolds (2017) menyatakan bahwa paparan media telah terbukti mempengaruhi publik, yang merupakan dasar teori penetapan agenda. Tingkat paparan media menentukan jumlah liputan yang didedikasikan untuk suatu isu, yang membentuk persepsi tentang pentingnya. Seperti yang dikemukakan teori, media tidak mengontrol opini publik; sebaliknya, ia mengontrol topik fokus. Teori ini menekankan bahwa media memengaruhi pengaturan agenda untuk diskusi, mengklaim bahwa peningkatan liputan suatu masalah akan mendorong perubahan persepsi.

Penelitian dari McCombs & Reynolds (2017) dan Kleinnijenhuis et al. (2019) berpendapat bahwa di dunia digital, otoritas sistem informasi tidak berkurang melainkan meluas karena adanya sistem "agenda algoritmik" media sosial. Pengaruhnya tidak lagi terbatas pada jurnalis dan editor; Sekarang, interaksi pengguna-mesin juga berkontribusi pada sentralisasi. Dalam kebijakan publik, fenomena penetapan agenda memungkinkan pemerintah untuk bereaksi terhadap masalah dengan liputan media yang berat. Di sini, dinamika ada dua: media membentuk persepsi, dan persepsi yang terbentuk memberikan tekanan demokratis pada pembuat keputusan. Ini menggambarkan bagaimana media bertindak sebagai "penjaga gerbang isu" dalam pengambilan keputusan demokratis.

Agenda tidak lagi dibuat secara eksklusif oleh lembaga media tetapi dibuat bersama dengan pengguna, mesin, dan sistem monetisasi. Kita kemudian dihadapkan pada lapisan pengaturan agenda yang berbeda: editorial, algoritmik, dan digerakkan oleh pengguna. Konsekuensi ini mengancam untuk mengikis debat demokratis, karena standar untuk perhatian publik mungkin ditentukan oleh kepentingan pasar alih-alih nilai kewarganegaraan. Namun demikian, penting untuk digarisbawahi bahwa penetapan agenda mungkin tidak menangkap minat publik sepenuhnya. Dalam masyarakat dengan literasi media yang rendah, publik menjadi rentan terhadap manipulasi agenda dari politisi dan outlet media. Skenario seperti itu memungkinkan kepentingan beberapa kelompok terpilih untuk mengesampingkan kebaikan publik secara dominan. Studi ini menerapkan kesenjangan yang diidentifikasi dalam teori dan memperluas konseptualisasinya dengan menambahkan faktor digital dan algoritmik. Kleinnijenhuis et al. (2019) menemukan bahwa efek penetapan agenda sekarang dimediasi oleh interaksi pengguna, preferensi personalisasi, dan sistem rekomendasi otomatis yang secara tidak langsung memilih isu. Akibatnya, terbentuk "agenda pribadi" yang tidak selalu selaras dengan agenda atau agenda kebijakan media arus utama.

Penelitian ini mengusulkan penetapan agenda multi-level: antara media dan publik dan di antara media, publik, dan negara. Isu-isu yang mendapat perhatian signifikan membentuk persepsi publik dan dapat mendorong tanggapan politik dan kebijakan. Kolaborasi konstruktif antara ketiga aktor ini menciptakan struktur prioritas sosial yang dinamis. Namun, ada kritik konseptual terhadap asumsi normatif dalam teori penetapan agenda bahwa media bertindak sebagai "perwakilan publik". Dalam banyak konteks politik

kontemporer, media adalah bagian dari aparat atau agenda partisan tertentu, yang berarti bahwa pemilihan isu sering kali mencerminkan lebih banyak perhitungan politik daripada kebutuhan publik. Meskipun literatur menunjukkan dampak substansial dari paparan media, beberapa kesenjangan akademik masih memerlukan eksplorasi lebih lanjut. Pertama, kajian terbatas terus secara sistematis mengintegrasikan teori pembingkai dan penetapan agenda dalam konteks politik digital, terutama di masyarakat multikultural seperti Asia Tenggara. Kedua, terlepas dari banyak penelitian empiris, masih ada kurangnya kerangka konseptual yang menghubungkan visibilitas media, persepsi publik, dan perubahan keseluruhan dalam sikap politik.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa paparan media adalah fenomena kompleks yang terkait dengan dinamika kekuasaan, struktur sosial, dan perilaku politik. Peran media sebagai aktor penting dalam membentuk narasi sosial-politik menjadi semakin menonjol di era digital. Oleh karena itu, pemahaman yang komprehensif tentang mekanisme penetapan agenda dan pembingkai sangat penting untuk menganalisis hubungan antara media dan persepsi publik. Pendekatan interdisipliner sangat penting untuk sepenuhnya memahami mekanisme ini, menggabungkan dimensi kognitif, sosiologis, politik, dan teknologi media. Pertama, perlu untuk mengeksplorasi bagaimana individu memproses informasi yang disajikan oleh media, termasuk pengaruh emosi, bias kognitif, dan literasi media dalam membentuk persepsi. Kedua, perhatian harus diberikan pada konteks sosial-politik di mana media beroperasi, karena agenda dan bingkai yang dibuat oleh media sering mencerminkan kepentingan elit atau kekuatan ekonomi tertentu. Ketiga, menganalisis infrastruktur digital, seperti algoritme, platform media sosial, dan sistem distribusi konten, sangat penting karena proses penyaringan dan penguatan pesan saat ini tidak lagi hanya bergantung pada editor manusia tetapi juga pada logika teknologi yang tidak sepenuhnya transparan. Mengenai aspek-aspek ini, kami mencatat bahwa penetapan agenda dan pembingkai meluas dari mengenali konten media menjadi merekonstruksi proses wacana publik yang mengalir melalui saluran sirkulasi dan penerimaan di masyarakat saat ini.

Temuan dan analisis penelitian ini menawarkan kontribusi substansial terhadap pengembangan teori paparan media dan pengaturan agenda sebagaimana diterapkan dalam konteks karakteristik lanskap media digital. Pertama-tama, kerangka kerja paparan media sangat membutuhkan deskripsi ulang yang lebih cair dan konstruktif. Itu tidak dapat lagi dibatasi pada gagasan mekanistik dan sederhana tentang frekuensi dan intensitas kontak dengan media; Ini melibatkan interaksi algoritme multi-segi, perilaku aktor, dan arsitektur platform. Ini menyarankan untuk mengintegrasikan teori komunikasi klasik dengan perspektif teknologi dan desain media interaktif.

Kedua, teori penetapan agenda harus melampaui model linier tradisional (media → publik) untuk merangkul kerangka kerja multi-level dan non-linier yang mengakui peran pengguna sebagai produsen konten dan kekuatan sistem algoritmik dalam menentukan distribusi masalah. Ini mengharuskan pengembangan pendekatan teori penetapan agenda yang didasarkan pada ekologi perhatian. Kerangka

kerja ini memetakan bagaimana kombinasi penjaga gerbang editorial, personalisasi algoritmik, dan viralitas digital membentuk perhatian publik.

Ketiga, penetapan agenda dan pembingkaiian tidak bisa lagi dipisahkan dari dinamika kekuasaan dan ideologi di balik teknologi. Teori-teori ini membutuhkan pendekatan yang lebih kritis untuk memahami bagaimana kapitalisme digital memengaruhi arsitektur perhatian, termasuk siapa yang memegang kekuasaan atas algoritme dan bagaimana mereka dapat memanipulasi struktur informasi publik. Dalam lanskap komunikasi saat ini, baik teori penetapan agenda maupun pembingkaiian tidak memadai jika dilihat secara terpisah dari konteks kekuasaan dan ideologi yang tertanam dalam infrastruktur teknologi digital. Awalnya, kedua teori tersebut berakar pada keyakinan bahwa media tradisional memainkan peran penting dalam menentukan kepentingan (penetapan agenda) dan pembingkaiian. Namun, dengan munculnya media digital berbasis algoritma, arsitektur visibilitas tidak hanya ditentukan oleh jurnalis atau lembaga media, tetapi juga oleh pemain baru seperti perusahaan teknologi, perancang sistem, dan logika algoritmik yang tidak transparan.

Untuk itu, diperlukan pendekatan yang lebih kritis dan reflektif dalam membaca bagaimana kapitalisme digital yang ditandai dengan logika akumulasi data, eksploitasi perhatian, dan orientasi keuntungan membentuk struktur informasi publik. Dalam konteks ini, teori penetapan agenda harus berkembang menjadi pengaturan agenda algoritmik (Napoli, 2014), menyoroti bagaimana algoritme media sosial menentukan urutan, frekuensi, dan kedalaman paparan informasi berdasarkan perhitungan keterlibatan daripada signifikansi sipil. Demikian juga, teori pembingkaiian perlu diperluas ke pembingkaiian platform dimana proses pembingkaiian di tingkat konten dan melalui desain teknis antarmuka, sistem rekomendasi, dan kemampuan digital yang membatasi atau memperbesar bagaimana publik memahami masalah. Analisis kritis semacam itu membutuhkan integrasi dengan teori kekuasaan Foucauldian, yang menekankan bahwa kekuasaan bekerja melalui regulasi wacana dan normalisasi, bersama dengan teori ekonomi-politik media yang melihat teknologi digital bukan sebagai alat netral, tetapi sebagai mediator struktur kekuasaan ekonomi, ideologis, dan politik global. Pertanyaan-pertanyaan seperti siapa yang mengontrol algoritme, siapa yang mendapat manfaat dari struktur visibilitas digital, dan masalah apa yang diredam atau ditingkatkan oleh sistem teknologi adalah kunci dalam menganalisis hubungan antara teknologi dan struktur wacana publik. Pendekatan ini juga mengundang pemikiran reflektif tentang kekuatan tak terlihat yaitu kekuatan yang bekerja melalui desain sistem dan arsitektur teknis, seperti yang dibahas Bucher (2018) dan Zuboff (2019). Singkatnya, model klasik pengaruh media masih memberikan fondasi yang berharga. Namun, mereka harus diadaptasi secara kritis untuk memperhitungkan infrastruktur komputasi, dinamika platform, dan kekuatan algoritmik yang sekarang memediasi eksposur media. Teori ulang diperlukan—yang menggabungkan teori komunikasi, ekonomi politik, dan studi teknologi untuk memahami bagaimana visibilitas, pembingkaiian, dan agenda dibentuk dalam ekosistem media saat ini.

KESIMPULAN

Studi ini menegaskan kembali bahwa paparan media, melalui visibilitas, pembingkaihan, dan penetapan agenda, sangat penting dalam membentuk persepsi publik di era digital. Namun, kesimpulan ini menekankan implikasi teoretis dan kontribusi akademis daripada menegaskan kembali hasilnya. Pertama, makalah ini mengusulkan pengembangan konsep penetapan agenda algoritmik, yang menyoroti bagaimana algoritme pada platform digital memengaruhi keunggulan masalah bukan berdasarkan kepentingan sipil tetapi pada metrik keterlibatan pengguna. Model penetapan agenda tradisional harus diperluas untuk menangkap proses terdesentralisasi dan otomatis yang sekarang menentukan prioritas publik. Kedua, studi ini menganjurkan perluasan teori pembingkaihan ke dalam pembingkaihan platform, di mana pembingkaihan tidak lagi terbatas pada konstruksi tekstual atau naratif tetapi tertanam dalam desain antarmuka, sistem rekomendasi algoritmik, dan arsitektur interaksi. Rekonseptualisasi ini membahas bagaimana pembingkaihan beroperasi secara tidak terlihat melalui struktur platform digital, bukan hanya kontennya. Ketiga, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya melihat paparan media dalam kerangka ekologi media. Perspektif ini mengintegrasikan peran aktor manusia, sistem teknologi, dan struktur kekuasaan kelembagaan. Paparan media harus dipahami bukan sebagai proses linier tetapi sebagai hasil dari kekuatan yang saling berhubungan, termasuk perilaku pengguna, desain platform, insentif ekonomi, dan konteks sosial politik. Ekstensi teoretis ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih kritis dan komprehensif tentang pengaruh media di era digital. Dengan menjembatani teori komunikasi dengan studi platform dan ekonomi politik, studi ini meletakkan dasar untuk penyelidikan interdisipliner tentang bagaimana wacana publik dibangun dan diperebutkan dalam lingkungan yang dimediasi secara algoritmik.

DAFTAR PUSTAKA

- Amsalem, E., Zoizner, A., Sheaffer, T., Walgrave, S., & Loewen, P. J. (2020). The Effect of Politicians' Personality on Their Media Visibility. *Communication Research*, 47(7), 1079-1102. <https://doi.org/10.1177/0093650218758084>
- Bourdieu, P. 1991. *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press.
- Bucher, T. (2018). *If...Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Cantarella, M., Fraccaroli, N., & Volpe, R. (2023). Does fake news affect voting behavior? *Research Policy*, 52(1), 104628. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2022.104628>
- Entman, R. M. (1993). *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Farah, H. (2023, September 15). Social media firms are “unprepared to tackle misinformation” during global elections. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2023/sep/15/social-media-firms-not-ready-to-tackle-misinformation-during-global-elections>
- Facciani, M., Idris, I., & Weninger, T. (2024). Comparison of News Literacy, Media Consumption, and Trust Between Indonesia and Malaysia. <https://doi.org/10.20885/asjmc.vol7.iss2.art2>
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1991). *Social cognition* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Foucault, M. (1980). *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings, 1972–1977*. Edited by C. Gordon. New York: Pantheon Books.

- Gillespie, T. (2014). "The Relevance of Algorithms." Pp. 167–194 in *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society*, edited by T. Gillespie, P. Boczkowski, and K. Foot. Cambridge, MA: MIT Press.
- Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. MIT Press.
- Intyaswati, D., Maryani, E., Sugiana, D., & Venus, A. (2021). Using Media for Voting Decision among First-time Voter College Students in West Java, Indonesia. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 10(1), 327. <https://doi.org/10.36941/ajis-2021-0028>
- Iyengar, S., & Kinder, D. R. (1987). *News That Matters: Television and American Opinion*. University of Chicago Press.
- Jonkman, J. G. F., Boukes, M., Vliegthart, R., & Verhoeven, P. (2019). Buffering Negative News: Individual-level Effects of Company Visibility, Tone, and Pre-existing Attitudes on Corporate Reputation. *Mass Communication and Society*, 23(2), 272–296. <https://doi.org/10.1080/15205436.2019.1694155>
- Kleinnijenhuis, J., van Hoof, A. M., & van Atteveldt, W. (2019). The combined effects of mass and social media on political perceptions and preferences. *Journal of Communication*, 69(6), 650–673. <https://doi.org/10.1093/joc/jqz038>
- Kruikemeier, S., Gattermann, K., & Vliegthart, R. (2018). Understanding the dynamics of politicians' visibility in traditional and social media. *The Information Society*, 34(4), 215–228. <https://doi.org/10.1080/01972243.2018.1463334>
- Ling, S., & Huey. (2023). EXPLORING POLITICAL PARTICIPATION OF MALAY FIRST-TIME VOTERS AND THE TIKTOK ROLE IN MALAYSIA. http://eprints.utar.edu.my/5280/1/fyp_JR_2023_LSH.pdf
- Mateus, S. (2017). Visibility is a key concept in Communication and Media Studies. *Estudos Em Comunicação*, 25s, 109–124. <https://doi.org/10.20287/ec.n25.v2.a08>
- Maulandari, A., Yustitia, S., & Susilo, M. (n.d.). *MASS MEDIA AND IMAGE OF POLITICAL ACTORS*. Retrieved June 5, 2024, from https://media.neliti.com/media/publications/413_052-mass-media-and-image-of-political-actors-e_6c9f7d1.pdf
- McCombs, M., & Shaw, D. L. (1972). *The agenda-setting function of mass media*. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- McCombs, M., & Reynolds, A. (2002). *News Influence on Our Pictures of the World*. In *Media Effects: Advances in Theory and Research* (2nd ed., pp. 1–18). Lawrence Erlbaum.
- Napoli, Philip M. 2014. "Automated Media: Algorithmic Media Production and the Case of the Sports Writing Robot." *Television & New Media* 15(6): 511–527. doi:10.1177/1527476414537043.
- Nechushtai, E., & Seth C. Lewis. (2019). "What Kind of News Gatekeepers Do We Want Algorithms to Be?" *Journalism & Mass Communication Quarterly* 96(3):754–771. doi:10.1177/1077699018804504.
- Neumayer, C., Rossi, L., & Struthers, D. M. (2021). Invisible Data: A Framework for Understanding Visibility Processes in Social Media Data. *Social Media + Society*, 7(1), 205630512098447. <https://doi.org/10.1177/2056305120984472>
- O'Brien, M., & Anderson, M. (2020, November 5). *Did social media counter election misinformation?* AP News. https://apnews.com/article/social-media-election-misinformation-632a5d93a6cc3ff37311a641d8_6bf5a1
- Pfister, R., Schwarz, K. A., Holzmann, P., Reis, M., Yogeeswaran, K., & Kunde, W. (2023). Headlines win elections: Mere exposure to fictitious news media alters voting behavior. *PLoS one*, 18(8), e0289341. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0289341>
- Philp, R. (2024, April 17). *How the media in Taiwan has adapted to combat electoral disinformation*. International Journalists' Network; International Center for Journalists. <https://ijnet.org/en/story/how-media-taiwan-has-adapted-combat-electoral-disinformation>
- Peña-Martel, D., Pérez-Alemán, J., & Santana-Martín, D. J. (2021). Media visibility and board gender diversity. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*.

<https://doi.org/10.1111/beer.12382>

Rast'ó Kužel MONITORING OF MEDIA COVERAGE OF ELECTIONS (n.d.-a).

<https://rm.coe.int/monitoring-of-media-coverage-of-elections-toolkit-for-civil-society-or/1680a06bc6>

Rutenberg, J. (2016, November 7). Media's Next Challenge: Overcoming the Threat of Fake News. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2016/11/07/business/media/medias-next-challenge-overcoming-the-threat-of-fake-news>

Tufekci, Z. (2015). "Algorithmic Harms Beyond Facebook and Google: Emergent Challenges of Computational Agency." *Colorado Technology Law Journal* 13(2):203–218.

United States Democracy Center. (2023, August 1). *Social Media Policies: Mis/Disinformation, Threats, and Harassment*. <https://statesuniteddemocracy.org/resources/social-media-policies/>

Van Remoortere, A., & Vliegenthart, R. (2023). *The influence of mass media on the popularity of politicians. Party Politics*. <https://doi.org/10.1177/1354068823118796>

Wolfe, M., Jones, B. D., & Baumgartner, F. R. (2013). *A failure to communicate: Agenda setting in media and policy studies*. *Political Communication*, 30(2), 175–192. <https://doi.org/10.1080/10584609.2012.737419>

Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: PublicAffairs.