

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara popularitas kata kunci dalam pencarian Google dan jumlah kemunculan kata kunci tersebut dalam pemberitaan daring, dengan fokus pada fenomena kenaikan harga dan kelangkaan minyak goreng. Menggunakan teori reverse agenda setting sebagai kerangka konseptual, penelitian ini menganalisis data pemberitaan dari dua portal berita utama, Pikiran-rakyat.com dan Kompas.com, serta menggunakan data popularitas kata kunci dari Google Trends. Hasil analisis menunjukkan adanya korelasi yang kuat dan signifikan antara popularitas kata kunci di Google Trends dan jumlah kemunculan kata kunci tersebut dalam pemberitaan Pikiran-rakyat.com. Temuan ini konsisten dengan konsep reverse agenda setting, di mana tren pencarian populer di internet mempengaruhi agenda pemberitaan media daring. Namun, hasil yang berbeda ditemukan pada Kompas.com, di mana hubungan antara kedua variabel tersebut sangat lemah dan tidak signifikan. Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang kompleksitas hubungan antara popularitas pencarian online dan isi berita media daring, serta menyoroti pentingnya mempertimbangkan faktor-faktor lain, seperti strategi SEO yang lebih kompleks, dalam mengevaluasi dampak tren pencarian populer terhadap agenda pemberitaan media. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperluas pemahaman kita tentang dinamika interaksi antara internet, media, dan agenda publik.

Kata kunci: Reverse agenda setting, search engine optimization, kuantitatif, analisis isi, minyak goreng, Google Trends, Pikiran-rakyat.com, Kompas.com

ABSTRACT

This study aims to examine the relationship between the popularity of keywords in Google searches and the frequency of appearance of these keywords in online news coverage, focusing on the phenomena of rising prices and scarcity of cooking oil. Using the theory of reverse agenda setting as a conceptual framework, this research analyzed data from two major news portals, Pikiran-rakyat.com and Kompas.com, and utilized keyword popularity data from Google Trends. The analysis results showed a strong and significant correlation between keyword popularity in Google Trends and the frequency of appearance of these keywords in Pikiran-rakyat.com news coverage. This finding is consistent with the concept of reverse agenda setting, where popular search trends on the internet influence the agenda of online media coverage. However, different results were found on Kompas.com, where the relationship between these two variables was very weak and not significant. This study provides a deeper understanding of the complexity of the relationship between online search popularity and the content of online media news, and highlights the importance of considering other factors, such as more complex SEO strategies, in evaluating the impact of popular search trends on media agenda setting. Thus, this research makes a contribution to expanding our understanding of the dynamics of the interaction between the internet, media, and public agenda.

Keywords: Reverse agenda setting, search engine optimization, quantitative, content analysis, cooking oil, Google Trends, Pikiran-rakyat.com, Kompas.com