

**AGENDA SETTING AKUN X @BARENGWARGA DALAM
MEMBENTUK OPINI PUBLIK TERHADAP ISU RANCANGAN
UNDANG-UNDANG TNI TAHUN 2025**

JASMINE MARYAM BTARINDRA UBAEDI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana akun X @barengwarga menjalankan *agenda setting* dalam membentuk opini publik terhadap isu Rancangan Undang-Undang TNI Tahun 2025 di ruang publik digital. Penelitian ini menggunakan teori *agenda setting* McCombs dan Shaw yang mencakup penonjolan isu (*issue salience*) dan penonjolan atribut (*attribute salience*). Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian netnografi melalui analisis isi kualitatif terhadap 10 konten unggahan akun X @barengwarga selama Maret hingga Oktober 2025, yang dilengkapi dengan wawancara mendalam dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @barengwarga menjalankan *agenda setting* pada tingkat pertama melalui frekuensi unggahan yang terkonsentrasi pada momentum kritis, penempatan isu secara strategis, penyajian konten yang padat, serta konsistensi pemberitaan selama tujuh bulan. Pada tingkat kedua, @barengwarga menonjolkan atribut substantif berupa perluasan jabatan sipil bagi prajurit aktif, minimnya partisipasi publik dalam proses legislasi, dan keterlibatan TNI di luar tugas pokok dan fungsinya, serta atribut afektif melalui kemarahan moral, ketakutan mendesak, kebanggaan heroik, dan sindiran kritis. Temuan juga menunjukkan adanya respons publik berupa replikasi diksi dan pola argumentasi yang digunakan @barengwarga, terutama pada konten dengan tingkat interaksi yang tinggi. Dengan demikian, akun X @barengwarga berhasil menjalankan mekanisme *agenda setting* dalam membentuk opini publik dan membangun wacana kritis mengenai RUU TNI di ruang publik digital. Namun, efektivitas tersebut terbatas pada dimensi diskursif dan belum sampai pada perubahan keputusan institusional, karena RUU TNI tetap disahkan. Penelitian ini menunjukkan bahwa aktor digital non-negara mampu menjalankan fungsi *agenda setting* secara efektif dalam membangun dan mempertahankan perhatian serta wacana publik, tetapi keberhasilan dalam membentuk opini publik tidak serta-merta menghasilkan perubahan kebijakan.

Kata Kunci: *Agenda Setting*, Media Sosial, Opini Publik, RUU TNI, @barengwarga

**AGENDA-SETTING BY THE X ACCOUNT @BARENGWARGA IN
SHAPING PUBLIC OPINION ON THE 2025 TNI BILL**

JASMINE MARYAM BTARINDRA UBAEDI

ABSTRACT

This study aims to analyze how the X account @barengwarga executed agenda-setting to shape public opinion regarding the 2025 TNI (Indonesian National Armed Forces) Bill within the digital public sphere. The research employs McCombs and Shaw's agenda-setting theory, encompassing both issue salience and attribute salience. A qualitative netnographic approach was adopted, utilizing qualitative content analysis on ten posts published by @barengwarga between March and October 2025, supplemented by in-depth interviews and documentation. The findings indicate that @barengwarga conducted first-level agenda-setting through post frequencies concentrated on critical moments, strategic issue placement, concise content presentation, and consistent coverage over the seven-month period. At the second level, the account highlighted substantive attributes such as the expansion of civil roles for active-duty soldiers, limited public participation in the legislative process, and TNI involvement beyond its core duties alongside affective attributes, including moral outrage, urgent fear, heroic pride, and critical satire. The study also reveals a public response characterized by the replication of the specific diction and argumentation patterns used by @barengwarga, particularly in posts with high engagement levels. Thus, @barengwarga successfully employed agenda-setting mechanisms to shape public opinion and foster critical discourse on the TNI Bill in the digital public sphere. However, this effectiveness remained confined to the discursive dimension and did not translate into changes in institutional decisions, as the TNI Bill was ultimately passed. This research demonstrates that non-state digital actors can effectively perform agenda-setting functions to generate and sustain public attention and discourse, yet success in shaping public opinion does not automatically result in policy changes.

Keywords: *Agenda Setting, Social Media, Public Opinion, RUU TNI, @barengwarga*