

Penelitian ini ingin mengeksplorasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pembentukan agenda media tradisional saat masa kampanye pemilu. Secara khusus, penelitian ini akan memeriksa pembentukan agenda yang dilakukan pemimpin redaksi, redaktur, dan reporter tiga surat kabar di DIY yakni Kedaulatan Rakyat, Tribun Jogja, dan Harian Jogja saat masa kampanye Pilkada 2020. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan tipe studi kasus *multiple case*. Metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara mendalam. Riset ini mengadopsi model teori hierarki pengaruh Shoemaker dan Reese (2006, 2014) yang dikombinasikan dengan konsep pembentukan agenda Weaver, McCombs, dan Shaw (2004) sebagai kerangka analisis. Hasil temuan secara garis besar menunjukkan terdapat 11 faktor yang mempengaruhi pembentukan agenda para *gatekeeper* ketiga surat kabar tersebut pada masa kampanye Pilkada 2020. Dari ke-11 faktor tersebut sebanyak empat faktor di antaranya berpengaruh secara total yaitu faktor profesionalisme, faktor prosedur organisasi, norma organisasi, dan faktor pandemi Covid-19. Sedangkan faktor agenda antarmedia dan enam faktor lainnya berpengaruh secara parsial sekaligus menjawab salah satu tujuan penelitian bahwa media sosial tak berpengaruh terlalu besar pada pembentukan agenda ketiga surat kabar tersebut.

*Kata Kunci: Pembentukan Agenda Media, Surat Kabar, Gatekeeper, Masa Kampanye Pemilu.*

This study wants to explore what factors that influence the agenda building of traditional media agenda during the election campaign period. In particular, this study will examine the agenda building carried out by the editor-in-chief, editors, and reporters of three newspapers in Special Region of Yogyakarta, namely Kedaulatan Rakyat, Tribun Jogja, and Harian Jogja during the 2020 Indonesian local election (Pilkada 2020) campaign. The method used in this research is qualitative with multiple case study type, while the data collection method in this study used in-depth interviews. This research adopts Shoemaker and Reese's (2006, 2014) theory of influence hierarchy model combined with Weaver, McCombs, and Shaw's (2004) agenda-building concepts as an analytical framework. The findings broadly show that there are 11 factors that influence the agenda building of the gatekeepers of the three newspapers during the 2020 Indonesian local election campaign. Of these 11 factors, four factors have a total influence, namely the professionalism factor, organizational procedure factors, organizational norms, and the Covid-19 pandemic. Meanwhile, the intermedia agenda factor and six other factors partially affected and answered one of the research objectives that social media did not have too much influence on the formation of the agendas of the three newspapers.

*Keywords: Media Agenda Building, Newspaper, Gatekeeper, Election Campaign*