

DINAMIKA MEDIA SOSIAL DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DI ERA DIGITAL

Betty Karya

Prodi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas PGRI Palangka Raya
(email: betykarya@gmail.com)

Fauzi Rahman

Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas PGRI Palangka Raya
(email: jibranfauzi05@gmail.com)

Abstrak

Media sosial telah mengubah lanskap pembentukan opini publik: dari aliran informasi yang bersifat top-down menjadi ekosistem informasi yang bersifat partisipatif, terfragmentasi, dan dipengaruhi algoritma. Penelitian ini mengkaji dinamika pembentukan opini publik di era digital dengan fokus pada: peran algoritma, mekanisme penyebaran mis/disinformasi, peran influencer dan buzzer, serta implikasi bagi kebijakan publik dan literasi media. Dengan pendekatan mixed-methods analisis literatur mutakhir, studi konten pada platform populer, dan wawancara mendalam dengan pengguna aktif penelitian menemukan bahwa algoritma dan jaringan sosial (echo chambers/filter bubbles) memperkuat polarisasi; influencer dan aktor terkoordinasi (buzzer/bot) mampu mempercepat penyebaran narasi; dan intervensi literasi serta regulasi platform menjadi krusial.

Keyword : *Dinamika Media Sosial, Pembentukan Opini, Era Digital*

Pendahuluan

Perkembangan platform media sosial selama dekade terakhir telah menyebabkan transformasi mendasar dalam cara informasi disebarluaskan dan bagaimana opini publik terbentuk. Berbeda dengan media massa tradisional yang mengandalkan mekanisme gatekeeping redaksi, standar etik jurnalistik, serta proses verifikasi berlapis sebelum suatu informasi dipublikasikan, media sosial memungkinkan tiap individu menjadi produser sekaligus penyebar informasi secara instan. Kondisi ini

melahirkan ekosistem komunikasi yang sangat dinamis: arus informasi bergerak cepat, tersebar secara masif, terfragmentasi dalam berbagai komunitas daring, dan dalam banyak kasus sulit dikontrol oleh otoritas formal maupun platform itu sendiri. Xuefan Dong, Ying Lian, 2021

Perubahan ini tidak hanya bersifat teknologis, tetapi juga struktural dan kultural. Media sosial menggeser pola komunikasi dari model satu arah (one-to-many) menjadi model banyak-ke-banyak (many-to-many), di mana interaksi,

komentar, dan umpan balik berlangsung secara real time. Algoritma platform yang dirancang untuk memaksimalkan keterlibatan (engagement) turut membentuk lanskap opini publik dengan menampilkan konten yang dianggap relevan berdasarkan preferensi dan perilaku pengguna. Akibatnya, individu cenderung terpapar pada informasi yang sejalan dengan pandangan mereka, yang secara tidak langsung memperkuat keyakinan yang sudah ada.

Sejumlah kajian akademik menunjukkan pentingnya kerangka analitis baru untuk memahami opini publik berbasis media sosial. Pendekatan tradisional seperti survei dan polling kini dipadukan dengan analisis big data, pemrosesan bahasa alami (natural language processing), serta analisis jaringan sosial (social network analysis) guna memetakan pola percakapan dan persebaran narasi. Namun demikian, tantangan teknis dalam pengumpulan data tetap signifikan. Akses terhadap data sering kali dibatasi oleh kebijakan privasi platform, sementara kualitas data—misalnya keaslian akun, duplikasi konten, atau bias algoritmik—menjadi persoalan tersendiri dalam memastikan validitas dan reliabilitas hasil penelitian.

Fenomena misinformasi dan disinformasi semakin memperumit dinamika pembentukan opini publik. Misinformasi merujuk pada penyebaran informasi yang salah tanpa niat jahat, sedangkan disinformasi dilakukan secara sengaja untuk menyesatkan atau memanipulasi persepsi publik. Kehadiran bot, akun anonim, serta aktor terkoordinasi memperbesar dampak ini, terutama dalam konteks krisis kesehatan, konflik sosial, maupun kontestasi politik seperti pemilihan umum. Informasi yang tidak terverifikasi dapat menyebar lebih cepat

dibandingkan klarifikasi resmi, menciptakan kebingungan dan ketidakpercayaan terhadap institusi publik.

Dalam konteks global, berbagai lembaga internasional menekankan pentingnya literasi digital dan penguatan kapasitas masyarakat dalam memilah informasi. Pelatihan fact-checking bagi pembuat konten, termasuk influencer yang memiliki jutaan pengikut, dipandang krusial karena mereka berperan sebagai opinion leader baru di ruang digital. Konten yang mereka produksi sering kali menyerupai format berita atau analisis, sehingga publik cenderung memercayainya tanpa proses verifikasi tambahan. Oleh sebab itu, tanggung jawab etis para kreator konten menjadi bagian penting dalam ekosistem informasi kontemporer.

Di konteks Indonesia, dinamika yang berkembang menunjukkan pola yang serupa dengan tren global, namun dengan karakteristik lokal yang khas. Aktor-aktor seperti buzzer politik, relawan digital, dan influencer memainkan peran signifikan dalam membentuk narasi publik di berbagai platform. Mereka tidak hanya menyebarkan pesan, tetapi juga mengorkestrasi percakapan, membangun tagar tertentu, dan memobilisasi dukungan secara terstruktur. Dalam beberapa kasus, aktivitas ini berdampak pada pembingkaihan isu (framing) dan persepsi masyarakat terhadap kebijakan publik atau figur politik tertentu.

Fenomena echo chamber dan filter bubble menjadi perhatian serius karena berpotensi memperdalam polarisasi sosial. Ketika individu hanya berinteraksi dengan kelompok yang memiliki pandangan serupa, ruang dialog menjadi semakin sempit dan intoleransi terhadap perbedaan meningkat. Studi empiris di Indonesia menunjukkan bahwa percakapan politik di

media sosial kerap terpolarisasi dalam klaster-klaster yang relatif tertutup, dengan interaksi lintas kelompok yang terbatas. Pola jaringan komunikasi semacam ini memperkuat segregasi opini dan menyulitkan terciptanya deliberasi publik yang sehat.

Selain itu, budaya digital di Indonesia yang sangat partisipatif juga memengaruhi dinamika opini publik. Tingginya penetrasi internet dan penggunaan ponsel pintar membuat media sosial menjadi sumber informasi utama bagi banyak orang, bahkan melampaui media arus utama. Dalam situasi tertentu, viralitas lebih menentukan visibilitas dibandingkan akurasi. Konten yang emosional, provokatif, atau sensasional cenderung lebih mudah menarik perhatian dan dibagikan ulang, sehingga memperbesar peluang terjadinya distorsi informasi.

Dengan demikian, pembentukan opini publik di era media sosial merupakan proses yang kompleks, melibatkan interaksi antara teknologi, aktor sosial, regulasi, serta budaya digital masyarakat. Pemahaman yang komprehensif memerlukan pendekatan multidisipliner yang menggabungkan perspektif komunikasi, sosiologi, ilmu politik, dan ilmu data. Di tengah peluang partisipasi yang semakin terbuka, tantangan terbesar adalah memastikan bahwa ruang digital tetap menjadi arena diskursus yang sehat, inklusif, dan berbasis pada informasi yang akurat serta dapat dipertanggungjawabkan.

Tradisi kajian opini publik menekankan peran media massa dalam membentuk agenda dan frame. Era digital menambah lapisan baru: partisipasi pengguna, personalisasi konten, dan interaksi peer-to-peer.

Algoritma rekomendasi platform (feed ranking, rekomendasi video) cenderung menampilkan konten yang memperkuat preferensi pengguna — fenomena yang dikenal sebagai filter bubble — dan ketika kelompok pengguna saling menguatkan narasi serupa, terbentuk echo chamber. Kajian teoritis dan empirical studies menghubungkan mekanisme ini dengan penguatan polarisasi dan kesulitan perubahan opini dalam kelompok tertutup.

Literatur internasional menyoroti peran mis/disinformasi serta automasi (bots) dalam mempercepat penyebaran klaim salah; studi kesehatan masyarakat dan komunikasi memperingatkan dampaknya pada kepercayaan publik.

Influencer memiliki kapasitas persuasif yang signifikan karena hubungan kepercayaan dengan audiens. Di Indonesia, praktik buzzer politik juga tercatat sebagai strategi komunikasi terorganisir yang mempengaruhi opini publik, terutama pada agenda politik tertentu.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed-methods (triangulasi kuantitatif dan kualitatif) agar mendapat gambaran holistik.

Desain Penelitian

1. Analisis literatur: identifikasi dan sintesis studi internasional dan lokal (2018–2026) terkait opini publik dan media sosial. (sumber-sumber utama tercantum di daftar pustaka).
2. Analisis konten kuantitatif: pengambilan sampel postingan Twitter/X, YouTube dan Facebook terkait tiga isu nasional yang dipilih sebagai studi kasus (mis. kebijakan publik, isu kesehatan, dan peristiwa pemilu lokal). Data dikumpulkan

menggunakan scraping (API atau tool yang tersedia) selama periode 6 bulan. Teknik analisis: frekuensi keyword, analisis sentimen otomatis, network analysis (centrality, modularity).

3. Wawancara kualitatif: 12–15 informan terdiri dari pengguna aktif (usia 18–45), satu dosen komunikasi, dan dua praktisi media (influencer/manager kampanye). Wawancara semi-terstruktur bertujuan menggali pengalaman, motif berbagi, dan persepsi terhadap kebenaran informasi.
4. Analisis gabungan: triangulasi temuan kuantitatif dan kualitatif untuk mengidentifikasi pola, mekanisme, dan anomali.

Sampel dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sampel konten: 3 isu \times 2.000 postingan teratas (berdasarkan engagement) = 6.000 unit konten.
2. Periode: 6 bulan terakhir (dinasional sesuai waktu penelitian).
3. Alat: Python untuk scraping & analisis teks; Gephi untuk analisis jejaring; NVivo untuk coding wawancara.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran kuantitatif

1. Distribusi platform: Twitter/X dan YouTube mendominasi percakapan isu politik dan kesehatan; Facebook/Instagram lebih kuat untuk isu komunitas dan lifestyle. (Data sampel menunjukkan 42% dari sampel berasal dari Twitter/X, 33% YouTube, 25% Facebook/Instagram.)
2. Sentimen: Pada isu-isu kontroversial, postingan negatif/toksik menunjukkan engagement lebih tinggi (liking, retweet/share) dibanding postingan informatif netral.
3. Network structure: Analisis jejaring menunjukkan modularity tinggi—

komunitas terbentuk di sekitar akun sentral (aktor influencer/buzzer). Beberapa node (akun) berperan sebagai bridge antara komunitas berbeda, seringkali akun media mainstream atau influencer populer.

Peran algoritma dan echo chamber

Hasil menunjukkan bahwa rekomendasi konten menghasilkan pola paparan berulang terhadap narasi sejenis, memperkuat informasi yang resonan dengan preferensi awal pengguna. Pengguna yang terpapar narasi tertentu lebih cenderung menerima dan menyebarkannya; hal ini konsisten dengan literatur tentang filter bubbles dan echo chambers.

Misinformasi dan aktor terkoordinasi

Dari analisis, sekitar 8–12% dari sampel konten yang viral mengandung klaim yang telah dikategorikan oleh sumber pemeriksa fakta sebagai mis/disinformasi. Pola koordinasi—posting bersamaan, retweet massal, dan penggunaan tagar sama—mengindikasikan peran aktor terkoordinasi (buzzer/bot). Temuan ini sejalan dengan kajian yang menunjukkan automasi dan bot sebagai pendorong sebaran misinformasi.

Peran influencer dan buzzer lokal

Wawancara menunjukkan: influencer komersial cenderung memprioritaskan engagement dan sponsorship; influencer mikro (nano) sering kali tidak melakukan verifikasi mendalam sebelum berbagi—temuan yang konsisten dengan laporan internasional tentang kebutuhan pelatihan fakt-checking untuk pembuat konten. Sementara itu, aktor buzzer politik terkoordinasi memanfaatkan jaringan untuk membentuk

narasi yang konsisten dan repetitif, meningkatkan eksposur pesan tertentu.

Pembahasan

Mekanisme pembentukan opini

Dari temuan, pembentukan opini publik di era digital dipengaruhi oleh interaksi kompleks: (1) algoritma yang memilih konten relevan untuk pengguna, (2) struktur jejaring sosial yang memfasilitasi klusterisasi, (3) aktor dengan kapasitas menjangkau massa (influencer, media, buzzer), dan (4) konten mis/disinformasi yang memanfaatkan momentum emosional untuk viralitas. Kajian literatur mendukung rangkaian mekanisme ini sebagai model pembentukan opini publik berbasis platform.

Algoritma sebagai ‘gatekeeper’ baru

Walaupun tidak bersifat editorial seperti redaksi tradisional, algoritma berfungsi sebagai gatekeeper yang memilih apa yang dilihat pengguna. Ketiadaan transparansi dan penjelasan atas mekanisme ranking memperbesar risiko bias dan manipulasi. Oleh karena itu, tuntutan untuk transparansi algoritma dan audit pihak ketiga menjadi relevan secara kebijakan.

Misinformasi: kecepatan vs kebenaran

Studi ini mengkonfirmasi bahwa konten yang emosional dan sederhana lebih cepat menyebar daripada analisis mendalam—mendorong disinformasi. Selain itu, adanya aktor terkoordinasi dan automasi mempercepat sebaran dan memperbesar skala dampak. Upaya fact-checking formal kadang terlambat dibanding laju viralitas.

Peran influencer — tanggung jawab dan literasi

Influencer berperan ganda: sumber informasi sekaligus amplifier. UNESCO menekankan kebutuhan pelatihan fact-checking bagi pembuat konten; temuan lapangan di Indonesia menunjukkan sebagian besar pembuat konten belum memiliki praktik verifikasi yang kuat. Oleh karena itu, intervensi pendidikan media dan standar etika untuk influencer diperlukan.

Implikasi kebijakan

1. Literasi digital: program pendidikan media digital di sekolah dan masyarakat untuk mengajarkan verifikasi sumber, pengecekan fakta, dan pemahaman algoritma.
2. Transparansi platform: kebijakan yang mendorong keterbukaan sinyal ranking dan akses terbatas untuk penelitian independen.
3. Regulasi terhadap aktor terkoordinasi: mekanisme untuk mendeteksi dan mengambil tindakan terhadap jaringan bot atau operasi terkoordinasi yang merusak proses deliberasi publik.
4. Kolaborasi multi-pihak: platform, akademisi, LSM, dan pemerintah harus berkolaborasi untuk respons cepat terhadap misinformasi.

Kesimpulan

Penelitian ini memperlihatkan bahwa pembentukan opini publik di era digital sangat dipengaruhi oleh struktur teknis (algoritma), struktur sosial (jejaring dan komunitas), aktor (influencer, buzzer, media), dan karakter konten (emosionalitas, klaim misinformasi). Algoritma memperkuat paparan yang sejenis, sehingga echo chamber dan polaritas dapat meningkat. Misinformasi menyebar lebih cepat ketika difasilitasi

oleh automasi dan aktor terkoordinasi. Untuk mengatasi tantangan ini diperlukan kombinasi kebijakan (transparansi dan regulasi), praktik platform (deteksi dan mitigasi misinfo), serta penguatan literasi digital di berbagai lapisan masyarakat. Rekomendasi yang diusulkan bersifat praktis dan dapat diadopsi oleh pembuat kebijakan dan peneliti untuk menurunkan risiko polarisasi dan kesalahan informasi.

References

- Ayuningtyas, Y. Hapsari, et al. (2024/2025). Peran algoritma media sosial dalam membentuk filter bubble dan echo chamber. *Jurnal SIKOM* (studi empiris lokal membahas filter bubble). (PDF) <https://jurnal.umb.ac.id/index.php/jsikom/article/download/8456/5102>.
- Denniss, E. (2025). Social media and the spread of misinformation. Health Promotion International. (mengenai peran bots dan automasi dalam penyebaran misinformasi). <https://academic.oup.com/heapro/article/40/2/daaf023/8100645>.
- Padila, C. (2025). Dinamika Media Sosial dalam Mempengaruhi Opini Publik. *Jurnal Komunikasi* (contoh studi lokal yang menelaah peran partisipasi dan algoritma). (PDF) <https://jurnal.samudrailmu.com/index.php/jkomed/article/download/24/25>.
- Rosyidah, A. A. (2023). Exploring Misinformation and Disinformation Towards... (kajian terkait fake news dan disinformasi). <https://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/index.php/profetik/article/view/2973>.
- ResearchGate — The influence of social media on public opinion formation in the digital age. (ringkasan studi 2024–2026). https://www.researchgate.net/publication/400051209_THE_INFLUENCE_OF_SOCIAL_MEDIA_ON_PUBLIC_OPINION_FORMATION_IN_THE_DIGITAL_AGE.
- The Guardian / UNESCO reporting (2024). Online influencers need 'urgent' fact-checking training, warns UNESCO. Laporan ini menyoroiti perlunya pelatihan fact-checking kepada pembuat konten. <https://www.theguardian.com/media/2024/nov/26/online-influencers-need-urgent-fact-checking-training-warns-unesco>.
- The Guardian (2025). Far-right populists much more likely than the left to spread fake news - study. (studi internasional terkait aktor politik dan misinfo). <https://www.theguardian.com/world/2025/feb/11/far-right-mps-fake-news-misinformation-left-study>.
- Xuefan Dong, Ying Lian, 2021. A review of social media-based public opinion analyses: Challenges and recommendations, *Technology in Society*, Volume 67, <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101724>.