

OPINI PUBLIK

Teori dan Praktek



Amiruddin Setiawan, S.Sos., M.Si.

**OPINI PUBLIK:
Teori dan Praktek**

OPINI PUBLIK: Teori dan Praktek

Amiruddin Setiawan, S.Sos., M.Si.



OPINI PUBLIK: Teori dan Praktek

Penulis:
Amiruddin Setiawan, S.Sos., M.Si.

Editor:
Adi Junaidi

Layouter :
Tim Kreatif PRCI

Cover:
Rusli

Cetakan Pertama : Juni 2025

Hak Cipta 2025, pada Penulis. Diterbitkan pertama kali oleh:

Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT
Pondok Karisma Residence Jalan Raflesia VI D.151
Panglayungan, Cipedes Tasikmalaya – 085223186009

Website : www.rcipress.rcipublisher.org
E-mail : rumahcemerlangindonesia@gmail.com

Copyright © 2025 by Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
All Right Reserved

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
Pasal 72

Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT atas selesainya buku referensi **"Opini Publik: Teori dan Praktek"** yang disusun sebagai bahan ajar bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi dan Para praktisi di bidang Kajian dan praktek Opini Publik. Buku ini diharapkan dapat membantu mahasiswa memahami konsep, teori, dan praktik opini publik, serta melihat peranannya dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat.

Buku ini terbagi menjadi sepuluh bab yang mencakup dasar-dasar opini publik, teori-teori utama, faktor pembentuk opini, hingga peran media massa dan media sosial. Pembahasan meliputi teknik pengukuran opini publik, pengaruhnya dalam politik dan kebijakan, serta relevansinya dalam situasi krisis, konflik, dan masyarakat multikultural. Bab terakhir mengajak pembaca memahami masa depan opini publik di tengah perkembangan teknologi digital dan media baru.

Kami menyadari buku ini masih perlu penyempurnaan dan dengan senang hati menerima saran yang membangun. Terima kasih kami sampaikan kepada semua pihak yang mendukung terbitnya buku ini. Semoga buku ini dapat menjadi panduan yang bermanfaat dalam memahami opini publik secara mendalam dan kontekstual di era modern.

Juni 2025, Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	I
DAFTAR ISI	II
BAB 1 PENDAHULUAN TENTANG OPINI PUBLIK	1
1.1 DEFINISI DAN KONSEP DASAR OPINI PUBLIK	1
1.2 SEJARAH PERKEMBANGAN OPINI PUBLIK	5
1.3 PERAN OPINI PUBLIK DALAM KOMUNIKASI MASSA	8
1.4 OPINI PUBLIK SEBAGAI KAJIAN ILMU KOMUNIKASI	11
 BAB 2 TEORI-TEORI OPINI PUBLIK	 16
2.1 TEORI SPIRAL OF SILENCE	16
2.2 TEORI AGENDA-SETTING	20
2.3 TEORI TWO-STEP FLOW DAN MULTI-STEP FLOW	24
2.4 TEORI KONSTRUKSI SOSIAL DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK	 28
2.5 STUDI KASUS TEORI OPINI PUBLIK DALAM KEHIDUPAN MASYARAKAT	 32
 BAB 3 FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK	 37
3.1 PENGARUH MEDIA MASSA	37
3.2 FAKTOR SOSIAL DAN BUDAYA	41
3.3 PERAN PENDIDIKAN DAN INFORMASI	45
3.4 PERAN KELOMPOK REFERENSI DAN OPINI PEMIMPIN	49
 BAB 4 PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK	 53
4.1 DINAMIKA MEDIA SOSIAL DAN OPINI PUBLIK	53
4.2 PERBANDINGAN OPINI PUBLIK DI MEDIA SOSIAL DAN MEDIA TRADISIONAL	 55
4.3 KONTEN VIRAL DAN DAMPAKNYA PADA OPINI PUBLIK	57
4.4 KASUS OPINI PUBLIK DI ERA DIGITAL	59

BAB 5	TEKNIK PENGUKURAN OPINI PUBLIK	62
5.1	METODE SURVEI OPINI PUBLIK	62
5.2	TEKNIK PENGUMPULAN DATA OPINI PUBLIK	64
5.3	ANALISIS DATA DALAM PENGUKURAN OPINI PUBLIK	66
5.4	KESALAHAN DAN TANTANGAN DALAM PENGUKURAN OPINI PUBLIK	68
BAB 6	OPINI PUBLIK DALAM KONTEKS POLITIK	71
6.1	PERAN OPINI PUBLIK DALAM PROSES DEMOKRASI	71
6.2	PENGARUH OPINI PUBLIK TERHADAP KEBIJAKAN PUBLIK	73
6.3	OPINI PUBLIK DAN PEMILU	75
6.4	STUDI KASUS: OPINI PUBLIK DALAM KAMPANYE POLITIK	77
BAB 7	MANIPULASI DAN KONTROL OPINI PUBLIK	80
7.1	PROPAGANDA DAN MEDIA MASSA	80
7.2	TEKNIK PERSUASI DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK	82
7.3	ETIKA DALAM PENGENDALIAN OPINI PUBLIK	84
7.4	STUDI KASUS MANIPULASI OPINI PUBLIK	86
BAB 8	OPINI PUBLIK DALAM KRISIS DAN KONFLIK	89
8.1	PERAN OPINI PUBLIK DALAM SITUASI KRISIS	89
8.2	PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DALAM SITUASI KONFLIK	92
8.3	MANAJEMEN KRISIS DAN OPINI PUBLIK	95
8.4	STUDI KASUS OPINI PUBLIK DALAM SITUASI DARURAT	98
BAB 9	OPINI PUBLIK DALAM KONTEKS BUDAYA DAN NILAI	101
9.1	PENGARUH BUDAYA PADA PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK	101
9.2	PERAN NILAI DAN NORMA SOSIAL DALAM OPINI PUBLIK	104
9.3	OPINI PUBLIK DALAM MASYARAKAT MULTIKULTURAL	107

9.4	STUDI KASUS: BUDAYA DAN OPINI PUBLIK DI INDONESIA	110
BAB 10 MASA DEPAN OPINI PUBLIK DAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI		
10.1	PENGARUH TEKNOLOGI AI DAN ALGORITMA PADA OPINI PUBLIK	114
10.2	MASA DEPAN MEDIA SOSIAL DAN OPINI PUBLIK	117
10.3	TANTANGAN ETIKA DI ERA DIGITAL	120
10.4	OPINI PUBLIK SEBAGAI TANTANGAN DAN PELUANG DI MASA DEPAN	123
DAFTAR PUSTAKA		127

BAB 1

PENDAHULUAN TENTANG OPINI PUBLIK



Gambar 1. Ilustrasi Konsep Dasar Opini Publik

1.1 Definisi dan Konsep Dasar Opini Publik

Opini publik adalah fenomena yang mencerminkan pandangan atau pendapat kolektif yang dimiliki oleh masyarakat terhadap suatu isu atau permasalahan. Dalam kajian ilmu komunikasi, opini publik dianggap sebagai salah satu konsep sentral yang menghubungkan individu dengan masyarakat melalui mekanisme komunikasi dan interaksi sosial. Secara sederhana, opini publik dapat didefinisikan sebagai pandangan atau perasaan yang dimiliki oleh sebagian besar anggota masyarakat mengenai isu tertentu yang dianggap relevan atau penting (Littlejohn & Foss, 2017).

Opini publik memiliki karakteristik yang dinamis karena selalu berubah mengikuti perkembangan informasi dan peristiwa yang terjadi di lingkungan sekitar. Sebagai contoh, pandangan masyarakat terhadap suatu kebijakan pemerintah dapat berubah drastis ketika muncul informasi baru atau adanya perubahan dalam situasi politik dan ekonomi. Dinamika ini menunjukkan bahwa opini publik tidak bersifat statis, tetapi sangat dipengaruhi oleh interaksi sosial, media, dan perubahan situasi yang cepat.

Secara historis, konsep opini publik mulai berkembang pesat seiring dengan meningkatnya akses masyarakat terhadap informasi, terutama sejak munculnya media massa pada abad ke-19 dan ke-20. Media massa berperan penting dalam pembentukan opini publik dengan menyediakan informasi yang kemudian diolah oleh masyarakat menjadi sikap atau pendapat. Media tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai agen yang membingkai isu-isu tertentu, sehingga dapat memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap suatu masalah (Littlejohn & Foss, 2017).

Dalam konteks teori komunikasi, opini publik sering kali dilihat sebagai hasil dari proses konstruksi sosial. Menurut teori konstruksi sosial, pandangan atau sikap yang dipegang oleh individu maupun kelompok masyarakat terbentuk melalui interaksi sosial yang dipengaruhi oleh norma, nilai budaya, dan lingkungan sosial. Dalam proses ini, individu menyerap informasi dan pandangan yang disebarluaskan oleh media massa, lingkungan sosial, atau pemimpin opini (*opinion leaders*) di sekitarnya. Dengan demikian, opini publik bukanlah sesuatu yang terbentuk secara spontan, tetapi merupakan hasil dari berbagai proses interaksi yang kompleks.

Peran media massa dalam pembentukan opini publik semakin menguat dengan adanya konsep agenda-setting. Teori agenda-setting mengemukakan bahwa media memiliki kemampuan untuk menentukan isu-isu mana yang dianggap penting oleh masyarakat dengan cara mengatur frekuensi dan cara penyajian informasi mengenai isu tersebut. Ketika media menonjolkan suatu isu, masyarakat cenderung mempersepsikan isu tersebut sebagai hal yang penting. Sebaliknya, isu-isu yang jarang atau tidak dibahas oleh media cenderung dianggap kurang relevan. Dalam hal ini, media berperan sebagai agen yang secara tidak langsung membentuk pandangan masyarakat mengenai apa yang layak untuk diperhatikan dan diperdebatkan.

Di era digital, opini publik menjadi lebih kompleks karena adanya berbagai platform media sosial yang memungkinkan masyarakat untuk saling berbagi dan berdiskusi tentang berbagai

topik secara lebih interaktif dan cepat. Media sosial memiliki karakteristik yang berbeda dari media tradisional dalam hal kecepatan penyebaran informasi dan kemampuan untuk menciptakan ruang dialog publik. Dalam konteks ini, opini publik dapat terbentuk dengan lebih cepat dan tersebar secara luas karena dukungan teknologi digital yang memungkinkan masyarakat untuk berkomunikasi tanpa batasan ruang dan waktu.

Namun, cepatnya arus informasi di media sosial juga menimbulkan tantangan tersendiri dalam pembentukan opini publik. Masyarakat cenderung menerima informasi dalam bentuk potongan kecil (*fragmented information*) yang terkadang belum terverifikasi, sehingga rentan terhadap misinformasi dan hoaks. Kondisi ini dapat memengaruhi kualitas opini publik karena pandangan yang terbentuk sering kali didasarkan pada informasi yang kurang akurat atau hanya mencerminkan satu sisi dari isu yang kompleks. Oleh karena itu, di era digital ini, opini publik sering kali memiliki karakteristik yang fluktuatif dan mudah dipengaruhi oleh informasi yang viral di media sosial.

Selain media, opini publik juga sangat dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya. Faktor-faktor ini mencakup nilai-nilai, norma, dan tradisi yang ada dalam suatu masyarakat. Misalnya, dalam masyarakat yang memiliki nilai kolektif, opini publik cenderung lebih seragam dan dipengaruhi oleh kepentingan kelompok daripada individu. Di sisi lain, dalam masyarakat yang lebih individualis, opini publik mungkin lebih beragam dan memperlihatkan pandangan yang berbeda-beda dari berbagai kelompok masyarakat.

Opini publik tidak hanya terbentuk oleh pandangan mayoritas, tetapi juga dipengaruhi oleh apa yang disebut sebagai "*silent majority*" atau kelompok mayoritas yang tidak secara aktif mengemukakan pendapatnya. Dalam banyak kasus, opini publik mencerminkan pandangan dari kelompok-kelompok yang vokal atau memiliki akses lebih besar terhadap media massa dan media sosial. Hal ini berarti bahwa opini publik sering kali tidak mencerminkan pandangan keseluruhan masyarakat, tetapi lebih

kepada pandangan dari kelompok yang lebih aktif dan memiliki pengaruh dalam menyuarakan pendapatnya.

Dalam konteks politik, opini publik memiliki peran penting dalam menentukan arah kebijakan pemerintah. Pemerintah dan pembuat kebijakan sering kali melakukan survei atau penelitian opini publik untuk memahami sikap masyarakat terhadap isu-isu tertentu. Survei ini digunakan untuk mengukur tingkat dukungan atau penolakan terhadap kebijakan yang sedang atau akan diterapkan. Dengan mengetahui opini publik, pemerintah dapat menyesuaikan kebijakan agar lebih sesuai dengan kehendak masyarakat, atau sebaliknya, berusaha untuk mengubah persepsi publik melalui berbagai strategi komunikasi.

Secara sosiologis, opini publik juga dipandang sebagai salah satu faktor yang berperan dalam menjaga stabilitas sosial. Ketika terdapat konsensus yang kuat di antara masyarakat terhadap suatu isu, opini publik dapat menjadi alat untuk mempertahankan tatanan sosial. Namun, ketika opini publik terpecah atau terdapat perbedaan pandangan yang signifikan, hal ini dapat memicu ketegangan sosial dan konflik. Dengan demikian, opini publik tidak hanya penting sebagai bentuk ekspresi dari masyarakat, tetapi juga memiliki implikasi yang luas terhadap hubungan sosial dan politik dalam suatu negara.

Di era globalisasi, opini publik juga dipengaruhi oleh interaksi dengan pandangan dari masyarakat internasional. Globalisasi memungkinkan adanya pertukaran informasi dan budaya yang lebih intensif, sehingga masyarakat di suatu negara dapat dengan mudah terpengaruh oleh opini publik dari negara lain. Fenomena ini dapat dilihat, misalnya, dalam isu-isu global seperti perubahan iklim, hak asasi manusia, dan demokrasi. Media internasional sering kali berperan dalam menyebarkan pandangan global yang dapat memengaruhi opini publik di negara-negara lain, termasuk di Indonesia.

Dengan adanya perkembangan ini, konsep opini publik menjadi semakin penting untuk dipahami dalam konteks modern. Opini publik bukan hanya sekadar cerminan dari pandangan masyarakat, tetapi juga menjadi alat yang digunakan oleh

berbagai pihak untuk mencapai tujuan tertentu, baik dalam konteks sosial, politik, maupun ekonomi. Pemahaman mengenai bagaimana opini publik terbentuk, apa saja faktor-faktor yang memengaruhinya, serta bagaimana peran media dan teknologi dalam proses tersebut sangat penting bagi para mahasiswa ilmu komunikasi. Melalui pemahaman ini, diharapkan mahasiswa dapat mengembangkan kemampuan analitis untuk menilai fenomena sosial yang berkembang di masyarakat dan memahami dampaknya terhadap kebijakan serta kehidupan sosial secara umum.

1.2 Sejarah Perkembangan Opini Publik

Sejarah opini publik sebagai konsep yang berpengaruh dalam masyarakat telah berkembang seiring dengan perubahan sistem sosial, politik, dan teknologi komunikasi. Pada awalnya, opini publik mulai mendapatkan perhatian di Eropa pada abad ke-18, khususnya di masa Pencerahan, ketika masyarakat mulai menuntut kebebasan berpikir dan berpendapat secara terbuka (Habermas, 1989). Saat itu, ruang publik seperti salon dan kafe menjadi tempat pertemuan masyarakat untuk berdiskusi mengenai isu-isu sosial, politik, dan budaya, membentuk arena diskusi yang independen dari kontrol negara. Pandangan-pandangan yang muncul dari ruang publik ini kemudian berkembang menjadi opini bersama yang pada akhirnya memengaruhi kebijakan negara.

Seiring waktu, perkembangan teknologi komunikasi turut mendorong kemunculan opini publik dalam skala yang lebih besar. Penemuan mesin cetak pada abad ke-15 oleh Johannes Gutenberg, misalnya, memungkinkan penyebaran informasi menjadi lebih cepat dan luas. Surat kabar dan pamflet politik mulai digunakan sebagai media untuk menyebarkan informasi yang berkaitan dengan isu-isu sosial dan politik kepada khalayak yang lebih luas. Perkembangan ini mengubah opini publik dari sekadar diskusi kelompok kecil menjadi fenomena yang melibatkan lebih banyak orang di berbagai daerah, menciptakan awal dari opini publik dalam bentuk modern (Peters, 2008).

Pada abad ke-19, peran media massa dalam pembentukan opini publik semakin kuat dengan kemunculan surat kabar yang memiliki pembaca dalam jumlah besar. Di Inggris dan Amerika Serikat, misalnya, surat kabar menjadi alat yang efektif bagi masyarakat untuk mengkritik pemerintah dan menyuarakan kepentingan publik. Fenomena ini berlanjut hingga abad ke-20, di mana radio dan televisi memberikan dimensi baru dalam penyebaran opini publik. Media elektronik memungkinkan pesan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih cepat, menjadikan opini publik sebagai kekuatan sosial yang signifikan dalam memengaruhi kebijakan dan persepsi masyarakat (Lippmann, 1922).

Di era modern, opini publik tidak hanya berkembang melalui media tradisional tetapi juga dipengaruhi oleh perubahan sosial dan teknologi yang terjadi. Pada abad ke-20, teori-teori tentang opini publik mulai berkembang dengan adanya pendekatan ilmiah dalam mempelajari perilaku massa. Salah satu teori yang terkenal adalah teori spiral of silence dari Elisabeth Noelle-Neumann, yang mengemukakan bahwa individu cenderung menyembunyikan opini yang berbeda dari opini mayoritas untuk menghindari isolasi sosial. Teori ini menunjukkan bahwa opini publik tidak selalu mencerminkan pandangan seluruh masyarakat, melainkan pandangan dari mayoritas yang lebih vokal atau pandangan yang dianggap dominan dalam masyarakat (Noelle-Neumann, 1984).

Kemajuan teknologi komunikasi, khususnya dengan hadirnya internet dan media sosial, telah membawa perubahan besar dalam cara opini publik terbentuk dan tersebar. Media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram memungkinkan individu untuk berpartisipasi secara langsung dalam diskusi publik, membentuk opini publik dalam waktu yang lebih singkat. Sebelumnya, opini publik terbentuk secara bertahap melalui media cetak atau televisi; kini opini publik dapat berubah dalam hitungan jam atau bahkan menit, bergantung pada popularitas isu tertentu di media sosial (McCombs, 2014). Fenomena ini juga membawa tantangan baru dalam bentuk penyebaran informasi

yang tidak terverifikasi, yang dapat berdampak negatif terhadap kualitas opini publik.

Opini publik dalam konteks politik kontemporer juga sangat dipengaruhi oleh fenomena globalisasi dan komunikasi digital. Dengan adanya internet, batas-batas negara dalam pertukaran informasi menjadi semakin kabur, memungkinkan opini publik di satu negara dipengaruhi oleh opini yang berkembang di negara lain. Misalnya, dalam isu-isu global seperti perubahan iklim atau hak asasi manusia, opini publik di negara-negara berkembang dapat dipengaruhi oleh kampanye atau pergerakan yang dimulai di negara-negara maju. Kondisi ini menyebabkan opini publik menjadi lebih kompleks dan cenderung mengalami pergeseran sesuai dengan isu yang sedang tren di tingkat global (Castells, 2009).

Di Indonesia, perkembangan opini publik memiliki dinamika tersendiri yang dipengaruhi oleh perubahan politik dan sosial. Pada masa Orde Baru, misalnya, opini publik sangat dikontrol oleh pemerintah melalui sensor media. Pada era tersebut, kritik terhadap kebijakan pemerintah sangat dibatasi, dan media massa lebih banyak mempublikasikan informasi yang mendukung kebijakan pemerintah. Namun, setelah reformasi tahun 1998, kebebasan pers dan keterbukaan informasi semakin meningkat, memungkinkan opini publik berkembang secara lebih bebas dan terbuka. Masyarakat Indonesia mulai memiliki kesempatan untuk menyuarakan pendapatnya, terutama melalui media massa dan media sosial, yang kini menjadi sumber utama informasi bagi masyarakat (Kitley, 2014).

Selanjutnya, media sosial memainkan peran penting dalam membentuk opini publik di Indonesia. Sejak berkembangnya penggunaan internet, masyarakat dapat mengakses informasi secara lebih bebas dan cepat. Media sosial tidak hanya menjadi platform bagi masyarakat untuk menyampaikan pendapat, tetapi juga menjadi sarana bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi mengenai isu-isu terkini, baik di tingkat lokal maupun internasional. Pada konteks ini, media sosial berfungsi sebagai ruang publik digital yang memungkinkan setiap orang untuk

berpartisipasi dalam diskusi tanpa harus melalui media tradisional (Nugroho & Syarif, 2012). Namun, kemudahan ini juga membawa dampak negatif, di mana informasi yang tidak akurat atau bahkan hoaks dapat tersebar luas, memengaruhi opini publik dengan cara yang tidak terduga.

Sejarah perkembangan opini publik menunjukkan bahwa opini publik tidak hanya terbentuk secara spontan, tetapi juga melalui berbagai pengaruh eksternal, seperti media, teknologi, dan perubahan sosial. Dalam beberapa dekade terakhir, kemajuan teknologi informasi telah memungkinkan masyarakat untuk membentuk dan menyuarakan opini publik secara lebih efektif dan efisien. Opini publik bukan lagi sekadar pandangan masyarakat terhadap isu-isu lokal, melainkan juga mencakup isu-isu global yang dihadapi bersama oleh berbagai negara.

Dengan perkembangan ini, pemahaman tentang sejarah opini publik menjadi sangat penting, khususnya bagi mahasiswa ilmu komunikasi yang mempelajari bagaimana opini publik terbentuk dan bagaimana peran media serta teknologi memengaruhi persepsi masyarakat. Melalui pemahaman ini, diharapkan mahasiswa dapat memiliki perspektif yang lebih kritis dalam menilai informasi dan memahami dampak opini publik dalam proses pengambilan keputusan di masyarakat modern.

1.3 Peran Opini Publik dalam Komunikasi Massa

Opini publik memegang peran sentral dalam komunikasi massa, terutama dalam memengaruhi persepsi, sikap, dan tindakan masyarakat terhadap isu-isu sosial dan politik. Dalam konteks komunikasi massa, opini publik dapat dilihat sebagai cerminan dari bagaimana masyarakat menilai suatu peristiwa atau kebijakan. Proses pembentukan opini publik ini biasanya melibatkan media massa sebagai agen utama yang menyampaikan informasi dan membingkai isu tertentu dengan cara yang dapat memengaruhi cara masyarakat menafsirkannya (McCombs & Shaw, 2018). Media massa, baik dalam bentuk cetak, elektronik, maupun digital, berfungsi sebagai saluran informasi yang menjembatani antara pemerintah, lembaga swasta, dan publik.

Pada dasarnya, media massa memiliki kekuatan besar dalam menentukan topik yang dianggap penting oleh masyarakat, melalui proses yang dikenal sebagai agenda-setting. Teori agenda-setting menjelaskan bahwa media tidak secara langsung mengarahkan masyarakat untuk berpendapat mengenai suatu isu, tetapi media memiliki kekuatan untuk menentukan isu-isu apa yang layak mendapat perhatian publik (McCombs, 2020). Dalam hal ini, media massa membentuk kerangka berpikir masyarakat tentang isu tertentu, yang pada akhirnya mempengaruhi opini publik. Sebagai contoh, liputan media yang intens tentang isu lingkungan seperti perubahan iklim dan deforestasi dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dan memengaruhi pandangan mereka tentang pentingnya menjaga lingkungan.

Peran media massa dalam pembentukan opini publik juga berkaitan erat dengan teori framing. Menurut teori framing, media memiliki kemampuan untuk membingkai atau menyajikan suatu peristiwa dengan cara tertentu sehingga dapat memengaruhi interpretasi publik terhadap peristiwa tersebut (Entman, 2019). Framing digunakan untuk memberikan makna pada informasi, memfokuskan perhatian pada aspek-aspek tertentu dari suatu isu, dan menciptakan konteks yang memengaruhi persepsi masyarakat. Ketika media massa membingkai isu-isu tertentu sebagai masalah besar, masyarakat cenderung mempersepsikan isu tersebut sebagai hal yang penting, yang selanjutnya membentuk opini publik mengenai isu tersebut.

Selain itu, opini publik memiliki dampak langsung dalam komunikasi massa sebagai bentuk umpan balik dari audiens terhadap konten media. Interaksi ini tampak jelas pada era digital, di mana media sosial memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi secara aktif dalam pembentukan opini publik. Di platform-platform seperti Twitter, Facebook, dan Instagram, masyarakat dapat mengekspresikan pendapatnya secara langsung, mengomentari berita, atau menyebarkan informasi ke lingkaran sosialnya. Proses interaktif ini tidak hanya mempercepat penyebaran opini publik, tetapi juga menciptakan

ruang di mana opini masyarakat dapat dibentuk dan berubah dengan sangat cepat (Westerman et al., 2021).

Opini publik dalam komunikasi massa juga berfungsi sebagai alat bagi pemerintah dan pembuat kebijakan untuk memahami persepsi masyarakat mengenai kebijakan yang diambil. Survei dan penelitian opini publik sering kali digunakan oleh pemerintah sebagai dasar untuk mengevaluasi efektivitas kebijakan atau mengidentifikasi isu-isu yang menjadi perhatian masyarakat. Dengan mengetahui opini publik, pemerintah dapat menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif untuk membangun dukungan masyarakat atau merespons kritik yang ada (Lilleker & Jackson, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa opini publik tidak hanya penting sebagai ekspresi masyarakat, tetapi juga sebagai panduan bagi pengambil kebijakan dalam merumuskan kebijakan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat.

Namun, di sisi lain, media massa juga memiliki kecenderungan untuk menyebarkan misinformasi atau berita yang belum terverifikasi, terutama di era digital saat ini. Informasi yang tidak akurat atau bersifat provokatif dapat menyebar dengan cepat di media sosial, memengaruhi opini publik secara negatif. Hal ini sering kali diperparah dengan adanya algoritma di media sosial yang cenderung menampilkan informasi yang sejalan dengan pandangan pengguna, sehingga menciptakan “*echo chambers*” atau lingkungan di mana pengguna hanya terekspos pada informasi yang sesuai dengan keyakinan mereka sendiri. Kondisi ini dapat memperkuat opini publik yang bias atau kurang berimbang, yang pada akhirnya berdampak pada polarisasi sosial (Guess & Lyons, 2020a).

Pada konteks lain, opini publik juga dapat dilihat sebagai alat kontrol sosial dalam komunikasi massa. Ketika opini publik menyuarakan kritik terhadap suatu kebijakan atau keputusan pemerintah, media massa dapat berfungsi sebagai saluran yang menghubungkan masyarakat dengan pemangku kepentingan. Kritik yang muncul dari opini publik sering kali mendorong pihak berwenang untuk meninjau kembali kebijakan atau melakukan

perbaikan dalam sistem. Dalam hal ini, opini publik berfungsi sebagai mekanisme kontrol sosial yang mengarahkan tindakan pemerintah agar sesuai dengan harapan masyarakat. Pengaruh ini sangat jelas terlihat dalam kasus-kasus seperti kampanye anti-korupsi atau gerakan sosial lainnya yang mendapat liputan luas di media massa (Vaccari & Valeriani, 2021).

Opini publik dan komunikasi massa juga saling memengaruhi dalam konteks globalisasi. Dalam era globalisasi, isu-isu internasional seperti perubahan iklim, perdagangan internasional, dan hak asasi manusia semakin mendapat perhatian masyarakat global. Media massa internasional, seperti CNN, BBC, dan Al Jazeera, berperan penting dalam membentuk opini publik global mengenai isu-isu ini. Opini publik di satu negara dapat memengaruhi opini di negara lain melalui liputan media internasional dan media sosial. Dalam hal ini, opini publik tidak lagi terbatas pada konteks lokal, tetapi juga mencerminkan pandangan masyarakat global terhadap isu-isu yang dihadapi bersama (Castells, 2020).

Dengan demikian, opini publik memainkan peran penting dalam komunikasi massa, baik dalam hal pembentukan persepsi masyarakat, pengaruhnya terhadap kebijakan pemerintah, maupun dalam menciptakan dialog sosial yang melibatkan berbagai lapisan masyarakat. Pemahaman tentang peran opini publik dalam komunikasi massa menjadi penting bagi mahasiswa ilmu komunikasi untuk memahami dinamika interaksi antara masyarakat, media, dan pemerintah. Melalui pemahaman ini, mahasiswa dapat mengembangkan kemampuan analitis untuk menilai dampak komunikasi massa terhadap opini publik serta menyusun strategi komunikasi yang efektif dalam mengelola opini publik.

1.4 Opini Publik sebagai Kajian Ilmu Komunikasi

Opini publik merupakan salah satu konsep kunci dalam ilmu komunikasi karena berkaitan langsung dengan cara masyarakat membentuk, menyebarkan, dan memengaruhi persepsi serta sikap individu terhadap berbagai isu. Dalam

konteks ilmu komunikasi, opini publik dapat didefinisikan sebagai pandangan atau sikap kolektif yang dianut oleh sebagian besar anggota masyarakat terhadap suatu isu tertentu. Opini publik terbentuk melalui proses interaksi sosial yang melibatkan media massa, lingkungan sosial, dan komunikasi interpersonal yang terjadi dalam berbagai konteks sosial. Kajian tentang opini publik dalam ilmu komunikasi penting karena membantu memahami bagaimana informasi dipersepsi, bagaimana sikap dan pandangan terbentuk, serta bagaimana informasi tersebut dapat digunakan untuk memengaruhi perilaku masyarakat secara kolektif (Neuman, 2020).

Dalam ilmu komunikasi, opini publik juga dipandang sebagai cerminan dari proses sosial yang lebih luas, di mana informasi disebarluaskan dan dipersepsikan secara bersama-sama oleh masyarakat. Media massa, khususnya, berperan penting dalam pembentukan opini publik dengan membingkai isu-isu tertentu yang dianggap relevan atau penting oleh masyarakat. Dalam perspektif teori agenda-setting, media memiliki kapasitas untuk mengarahkan perhatian masyarakat pada isu-isu tertentu, sehingga masyarakat menganggap isu tersebut penting dan layak diperhatikan. Melalui proses ini, media massa tidak hanya menyebarkan informasi tetapi juga mengendalikan diskursus publik yang terbentuk di masyarakat (McCombs & Shaw, 2018). Sebagai contoh, jika media menyoroti isu-isu kesehatan publik atau lingkungan, masyarakat cenderung memperhatikan dan membentuk opini terhadap isu-isu tersebut berdasarkan informasi yang disampaikan.

Opini publik dalam ilmu komunikasi juga memiliki peran penting sebagai alat untuk mengukur respons masyarakat terhadap isu-isu tertentu, yang sering kali dilakukan melalui survei atau polling. Dalam kajian komunikasi massa, pengukuran opini publik ini menjadi alat utama bagi pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan media untuk memahami bagaimana suatu informasi dipersepsikan oleh masyarakat. Pengumpulan data opini publik memungkinkan pihak-pihak ini untuk merumuskan strategi komunikasi yang lebih tepat sasaran dan relevan. Sebagai

contoh, organisasi media dapat melakukan polling untuk mengetahui pandangan masyarakat mengenai suatu peristiwa atau kebijakan, sehingga dapat menyusun strategi peliputan yang lebih sesuai dengan minat dan kebutuhan audiens.

Salah satu aspek penting dari kajian opini publik dalam ilmu komunikasi adalah analisis proses pembentukan opini dan faktor-faktor yang memengaruhi pembentukan opini tersebut. Faktor-faktor seperti media, budaya, politik, dan ekonomi memainkan peran signifikan dalam membentuk opini publik. Media sosial, misalnya, telah membawa perubahan besar dalam dinamika pembentukan opini publik dengan memungkinkan individu untuk terlibat secara langsung dalam diskusi publik. Dalam era digital, opini publik terbentuk dengan lebih cepat dan luas karena informasi dapat menyebar dengan mudah melalui berbagai platform media sosial. Peran media sosial sebagai sarana utama dalam pembentukan opini publik telah menyebabkan pergeseran paradigma dalam ilmu komunikasi, di mana opini publik tidak lagi hanya dipengaruhi oleh media massa tradisional, tetapi juga oleh jaringan sosial online yang dinamis dan interaktif (Westerman et al., 2021).

Opini publik sebagai kajian ilmu komunikasi juga berkaitan erat dengan teori-teori persuasi dan pengaruh sosial. Dalam komunikasi massa, pesan-pesan yang disampaikan melalui media dapat dirancang untuk memengaruhi opini publik. Teori komunikasi seperti teori disonansi kognitif, teori perubahan sikap, dan teori persuasi memberikan kerangka untuk memahami bagaimana komunikasi dapat digunakan untuk mengubah atau membentuk opini publik. Para peneliti komunikasi sering mempelajari bagaimana teknik-teknik persuasi digunakan dalam periklanan, propaganda, dan kampanye politik untuk memengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap produk, isu sosial, atau kandidat politik tertentu.

Di sisi lain, kajian opini publik juga sangat relevan dalam memahami dampak dari misinformasi dan disinformasi. Dalam era digital, misinformasi dapat menyebar dengan cepat melalui media sosial dan platform online lainnya, yang berpotensi

membentuk opini publik yang salah atau bias terhadap suatu isu. Misalnya, dalam konteks pandemi, banyak informasi yang tidak akurat mengenai COVID-19 tersebar di media sosial, yang berdampak pada persepsi masyarakat mengenai vaksin dan tindakan pencegahan. Kajian tentang bagaimana misinformasi memengaruhi opini publik sangat penting dalam ilmu komunikasi karena memberikan wawasan mengenai bagaimana informasi yang salah dapat dikendalikan atau diluruskan melalui strategi komunikasi yang tepat (Guess & Lyons, 2020).

Opini publik dalam ilmu komunikasi juga dipengaruhi oleh perkembangan globalisasi, di mana isu-isu internasional semakin memengaruhi pandangan masyarakat di berbagai negara. Dalam konteks ini, media internasional memiliki peran penting dalam membentuk opini publik global mengenai isu-isu seperti perubahan iklim, hak asasi manusia, dan kesehatan publik. Kajian komunikasi massa menunjukkan bahwa media internasional seperti CNN, BBC, dan Al Jazeera memengaruhi opini publik global dengan membingkai isu-isu global dalam konteks yang relevan bagi audiens internasional. Hal ini menciptakan opini publik global yang memengaruhi kebijakan internasional dan pandangan masyarakat terhadap isu-isu lintas batas.

Dalam kajian ilmu komunikasi, opini publik juga sering dikaji sebagai fenomena yang dinamis, di mana opini masyarakat dapat berubah seiring dengan waktu dan tergantung pada informasi terbaru yang diterima. Misalnya, opini publik terhadap kebijakan pemerintah dapat berfluktuasi berdasarkan perkembangan situasi atau munculnya informasi baru mengenai dampak dari kebijakan tersebut. Oleh karena itu, dalam ilmu komunikasi, opini publik sering dipandang sebagai variabel yang fleksibel dan responsif terhadap perubahan informasi. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi massa tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai alat yang dapat membentuk dan mengarahkan opini publik dengan cara-cara tertentu.

Dengan demikian, opini publik sebagai kajian dalam ilmu komunikasi memberikan wawasan yang penting mengenai

bagaimana persepsi dan sikap masyarakat terbentuk, berubah, dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, terutama oleh media massa. Memahami proses ini sangat penting bagi mahasiswa ilmu komunikasi karena memberikan fondasi untuk menilai dampak komunikasi massa terhadap masyarakat dan bagaimana strategi komunikasi dapat dirancang untuk mencapai tujuan tertentu. Studi mengenai opini publik juga memungkinkan para mahasiswa untuk mengembangkan pemahaman kritis tentang bagaimana informasi yang diterima memengaruhi cara berpikir dan perilaku masyarakat.

BAB 2

TEORI-TEORI OPINI PUBLIK



Gambar 2. Ilustrasi Teori Agenda Setting

2.1 Teori Spiral of Silence

Teori Spiral of Silence merupakan salah satu teori utama dalam kajian opini publik yang dikembangkan oleh Elisabeth Noelle-Neumann pada tahun 1974. Teori ini berfokus pada kecenderungan individu untuk menyembunyikan atau menahan opini mereka jika merasa bahwa pandangan tersebut berada di luar opini mayoritas. Menurut teori ini, ketakutan akan isolasi sosial menjadi salah satu faktor utama yang mendorong individu untuk mengikuti atau menyesuaikan pandangan mereka dengan opini yang dianggap dominan di lingkungan mereka. Hal ini menyebabkan individu yang memiliki opini minoritas cenderung berdiam diri, menciptakan “spiral keheningan” di mana opini mayoritas semakin diperkuat sementara opini minoritas terus melemah atau menghilang (Matthes et al., 2018).

Teori Spiral of Silence menjelaskan bahwa individu tidak hanya dipengaruhi oleh opini yang mereka yakini secara personal, tetapi juga oleh persepsi mereka terhadap opini yang dominan di lingkungan sosial. Dalam hal ini, individu cenderung memperhatikan pandangan mayoritas, dan jika mereka merasa