



PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DALAM FENOMENA “BUAT APA SEKOLAH?” DI APLIKASI TIKTOK

Dinaya Citra ¹, Lare Annisa Agustin ², Luthfi Eka Saputri ³, Muhammad Hisyam Alif ⁴, Pia Khoirotun Nisa ⁵

¹²³⁴⁵Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

Email: ¹dinayacitra01@gmail.com, ²lareannis4@gmail.com,

⁴muhhammadhisyamalif@gmail.com, ⁵pia.khoirotunnisa24111@gmail.com

Abstract (English)

The formation of public opinion has three stages. The first stage is that the opinion finds its form. In the next stage, public opinion already has a shape, but it can still change. In the final stage, public opinion is strong and does not change easily. There are five conditions for forming public opinion. The first stage is the existence of an issue. The next stage is the existence of a group that is known and has an interest in an issue. Next is a difficult choice. Next is a statement/opinion. And finally there are a number of people involved. Then, the power of mass media in a political context is that the media constructs political reality in society. Apart from that, it also reveals the problems of the position of political communication in cases of practical political activity in the process of transformation and formation of political communication in society. Agenda setting theory is arranging or compiling agendas, plans or activities. And explained that the media has a strong impact on society on certain issues. Then, the spiral of silence theory states that if individuals or groups have views or opinions that are in the minority and less about certain public issues, then their communication will be limited and inferior to the opinions of the majority, so that the majority will be more motivated to open their voices than the minority.

Article History

Submitted : 26 Juni 2024

Accepted: 2 Juli 2024

Published: 3 Juli 2024

Key Words

Public opinion; Political communication; Media;

Abstrak (Indonesia)

Pembentukan opini publik memiliki tiga tahap. Tahap pertama yaitu opini mencari bentuknya. Tahap selanjutnya, opini publik sudah memiliki bentuk, namun masih dapat berubah-ubah. Tahap terakhir, opini publik sudah kuat dan tidak mudah berubah. Terdapat lima syarat dalam pembentukan opini publik. Tahap pertama adalah adanya isu. Tahap selanjutnya adalah adanya kelompok yang dikenal dan berkepentingan terhadap suatu isu. Selanjutnya adalah adanya pilihan yang sulit. Selanjutnya adalah adanya suatu pernyataan/opini. Dan terakhir adalah adanya sejumlah orang yang terlibat. Lalu, kekuatan media massa dalam konteks politik yaitu media melakukan konstruksi realitas politik dalam masyarakat. Di samping itu, juga mengungkap masalah-masalah posisi komunikasi politik dalam kasus-kasus kegiatan politik praktis dalam proses transformasi dan pembentukan komunikasi politik masyarakat. Teori *agenda setting* adalah sebuah pengaturan atau penyusunan agenda, rencana ataupun kegiatan. Dan menjelaskan bahwa media memberi dampak yang kuat terhadap masyarakat dalam isu tertentu. Lalu, teori *spiral of silence* menyatakan bahwa jika individu atau kelompok memiliki pandangan atau opini yang bersifat minoritas dan lebih sedikit terhadap isu publik tertentu, maka komunikasi mereka akan dibatasi dan kalah dengan opini – opini mayoritas, sehingga mayoritas akan lebih terdorong untuk membuka suara dibandingkan minoritas.

Sejarah Artikel

Submitted : 26 Juni 2024

Accepted: 2 Juli 2024

Published: 3 Juli 2024

Kata Kunci

Opini publik; Komunikasi politik; Media;





PENDAHULUAN

Media massa terutama media sosial seperti Tiktok, Youtube dan Instagram menjadi kebutuhan pokok masyarakat di era saat ini. Karena media sosial memiliki banyak fungsi, seperti hiburan, informasi, bahkan edukasi sekalipun. Pembentukan opini masyarakat bergantung pada bagaimana individu berkomunikasi. Salah satu cara komunikasi yang penting adalah melalui media massa. Media massa juga menjadi tempat untuk bertukar pendapat dan opini yang efektif, karena tidak terikat oleh tempat dan waktu. Maka dari itu, kita perlu meneliti, bagaimana opini publik di media sosial bisa terbentuk. Di penelitian ini, kita akan mengetahui proses dan prasyarat dalam pembentukan opini publik, kekuatan media massa, efek komunikasi massa dalam opini publik, teori *agenda setting* dan teori *spiral of silent*. Dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses dan prasyarat dalam pembentukan opini publik, kekuatan media massa terhadap komunikasi terutama komunikasi politik, efek komunikasi massa terhadap opini publik, dan teori *agenda setting* dan teori *spiral of silence*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yang menghasilkan kata-kata deskriptif tertulis untuk mengetahui jawaban dari permasalahan yang dijadikan studi kasus. Dengan bersumber pada data primer berupa observasi ke objek penelitian yaitu aplikasi Tiktok, dan data sekunder berupa kutipan jurnal, karya ilmiah, dan buku sebagai referensi. Lalu, penelitian ini menggunakan metode penelitian observasi. berupa observasi ke objek penelitian yaitu Tiktok, serta mencatat dan menganalisisnya. Dengan menggunakan metode ini, peneliti mampu menganalisis fenomena yang terjadi di Tiktok sesuai dengan tema dan tujuan penelitian dan mampu menyimpulkan studi kasus yang ada pada objek penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Proses dan Prasyarat Pembentukan Opini Publik

1. Proses Pembentukan Opini Publik

Ferdinand Tonnies menyebutkan tiga tahap opini publik dalam perkembangannya, yaitu:

1. *Die luftartige.*
2. *Die flussige.*
3. *Die feste.*

Pada tahap pertama, opini publik laksana uap yang tahap perkembangannya masih terombang-ambing mencari bentuk nyata. Tahap selanjutnya, opini publik mempunyai sifat-sifat seperti air yang sudah mempunyai bentuk nyata, namun masih dapat dialirkan menurut saluran yang dikehendaki. Tahap terakhir, opini publik sudah kuat dan tidak mudah berubah. (Umaimah, 2016: 133)

Pembentukan opini publik dalam proses komunikasi politik mempunyai beberapa tahapan perkembangan:

Pertama, proses waktu. Pembentukan opini publik bukan aktivitas instan atau



pekerjaan satu dua hari, melainkan pekerjaan dengan perencanaan, pelaksanaan, proses pengelolaan sumber daya manusia, budgeting, media, target khalayak atau publik, kontrol, dan evaluasi. Semua proses mulai dari pra, pelaksanaan, serta pasca membutuhkan waktu yang sesuai dengan kebijakan dan program yang ada.

Kedua, cakupan (luasnya publik). Khalayak merupakan sasaran atau target pembentukan opini publik. Khalayak menerima pesan yang disampaikan oleh media berkaitan dengan komunikator politik sebagai informasi untuk melakukan interpretasi atas pesan yang disampaikan. Khalayak berjumlah besar, tidak terlalu teridentifikasi secara individu, namun mereka mempunyai keterkaitan personal mengenai sebuah isu. Semakin besar jumlah khalayak yang terbentuk menjadi publik, semakin baik dan berhasil proses pembentukan opini publik. Jumlah publik yang besar menandakan bahwa dukungan politik kuat dan berhasil menciptakan citra politik yang baik bagi komunikator politik.

Ketiga, pengalaman masa lalu. Khalayak/publik cenderung mempunyai pengalaman mengenai isu/berita yang sedang menjadi pembicaraan. Semakin intensif hubungan antara khalayak/publik dan isu sebagai objek pembicaraan, semakin banyak kesamaan pengalaman yang akan dirasakan oleh khalayak tersebut menjadi suatu konsensus. Khalayak/publik terikat dengan isu sesuai dengan pengalaman mereka.

Keempat, tokoh (aktor pelaku). Komunikator politik bertindak sebagai sumber informasi atau pelaku tindakan politik. Aktor politik yang merencanakan, mengelola, melaksanakan, dan mengontrol proses komunikasi politik. Dalam pelaksanaannya, aktor politik biasanya dibantu oleh komunikator politik profesional yang biasa disebut konsultan politik, manajer kampanye (spin doctor), atau tim sukses.

Kelima, media massa. Media massa merupakan salah satu medium yang mampu menjangkau khalayak (*audience*) dalam jumlah yang besar, serentak, masif, dan terus menerus sesuai dengan kepentingan komunikator serta media. Sekaligus mampu melakukan penetrasi sosial terhadap khalayak mengenai sebuah isu yang berkaitan dengan aktor politik. (Umaimah, 2016: 145)

Menurut Ruslan, berita yang ditampilkan atau diekspos oleh media massa merupakan cara efektif pembentukan opini publik atau masyarakat umum. Tidak ada hasil dari proses komunikasi politik yang terbentuk secara tiba-tiba tanpa adanya opini publik. Maka dari itu, seorang tokoh politik harus merencanakan dari awal sampai akhir agar tidak terjadi kekeliruan. Walaupun sebuah program sudah berhasil, tidak menutup kemungkinan bahwa akan terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan. Oleh karena itu, dibutuhkannya pemeliharaan opini publik. (Umaimah, 2016: 146)

2. Prasyarat Pembentukan Opini Publik

Adapun syarat – syarat opini publik adalah *belief*, *attitude* dan persepsi. *Belief* adalah kepercayaan tentang sesuatu, *attitude* adalah apa yang sebenarnya dirasakan seseorang, dan *perception* adalah persepsi suatu proses pemberian makna yang berakar dari berbagai faktor, yakni:

- a) Latar belakang budaya, kebiasaan, dan adat istiadat yang dianut seseorang atau masyarakat.
- b) Pengalaman masa lalu seseorang/kelompok tertentu menjadi landasan atas pendapat atau



pandangannya.

- c) Nilai-nilai yang dianut (moral, etika, keagamaan yang dianut atau nilai-nilai yang berlaku di masyarakat).
- d) Berita-berita, pendapat-pendapat yang berkembang yang kemudian mempunyai pengaruh terhadap pandangan seseorang.

Pendirian (attitude) sering disebut sikap, merupakan opini yang tersembunyi didalam batin seseorang (latent opinion). Pendirian yang diungkapkan, dalam bentuk apa pun disebut opini. (Youna, 2018: 15)

B. Kekuatan Media Massa

Kraus dan Davis dalam bukunya *The Effects of Mass Communication On Political Behaviour* menegaskan tema komunikasi politik telah dilakukan dan dipublikasikan sejak 1959, memberikan informasi bahwa media juga melakukan konstruksi realitas politik dalam masyarakat. Di samping itu, juga mengungkap masalah-masalah posisi komunikasi politik dalam kasus-kasus kegiatan politik praktis dalam proses transformasi dan pembentukan komunikasi politik masyarakat. Sementara itu, Graber memandang bahwa komunikasi politik merupakan proses pembelajaran, penerimaan dan persetujuan atas kebiasaan-kebiasaan (customs) atau aturan-aturan (rules), struktur, dan faktor-faktor lingkungan yang berpengaruh terhadap kehidupan politik. Sementara itu, Dan D. Nimmo dan Keith Sanders dalam *Handbook Of Political Communication* (1981), juga mengungkap masalah-masalah komunikasi politik dalam kasus-kasus kegiatan politik praktis yang dikaitkan dengan peran media massa.

Dalam konteks komunikasi politik, Dan Nimmo menjelaskan pengaruh-pengaruh politik dimobilisasi dan ditransmisikan antara institusi pemerintahan formal di satu sisi dan komunikasi memilih masyarakat pada sisi lain. Pada prinsipnya, komunikasi politik tidak hanya terbatas pada *event-event* politik seperti pemilu saja, tetapi komunikasi politik mencakup segala bentuk komunikasi yang dilakukan dengan maksud menyebarkan pesan-pesan politik dari pihak-pihak tertentu untuk memperoleh dukungan massa.

Secara teoritis fenomena komunikasi politik yang berlangsung dalam suatu masyarakat, seperti telah diuraikan sebelumnya, merupakan bagian yang tak terpisahkan dari dinamika politik, tempat komunikasi itu berlangsung. Karena itu, kegiatan komunikasi politik di Indonesia juga tidak bisa dilepaskan dari proses politik nasional yang menjadi latar kehidupannya. Untuk memahami kerangka konseptual pergumulan politik di Indonesia, dikenal konsep "Revolusi Partisipasi" akan dicoba diadaptasi. Partisipasi politik ormas yang mengawali ledakannya pada awal 1990-an dan kemudian semakin tidak terbandung lagi pada saat menjelang sukses 1997. Tulisan itu pun sesungguhnya diadaptasi dari konsep "revolusi partisipasi" Perkembangan teoritis dalam studi ilmu politik yang menyangkut lahirnya konsep partisipasi politik dan ciri-ciri teori partisipasi politik yang berorientasi Barat. Hal ini sulit dihindari, karena menurutnya, sifat-sifat yang biased dan western-oriented merupakan ciri pertama dan teori partisipasi politik Barat. Apa yang dapat diadaptasi dan teori-teori tersebut dalam konteks ini adalah bahwa partisipasi politik.

Blake dan Haroldaen dalam *A Taxonomy of Concepts In Communication* menyatakan bahwa "komunikasi politik adalah komunikasi yang memiliki pengaruh aktual dan potensial mengenai fungsi dari pernyataan politik atau entitas politik lainnya". Sedangkan Dan Nimmo



mendefinisikan "komunikasi politik sebagai kegiatan komunikasi yang berdasarkan konsekuensinya (aktual maupun potensial) mengatur kegiatan manusia di dalam situasi konflik.

C. Efek Komunikasi Massa terhadap Opini Publik

Pembentukan opini masyarakat bergantung pada bagaimana individu berkomunikasi. Salah satu cara komunikasi yang penting adalah melalui media massa, yang mempercepat dan memperluas penyebaran informasi. Media massa juga memiliki peran dalam membimbing arah opini publik dengan lebih berarti.

Pentingnya peran media terhadap pembentukan opini publik tidak lepas dari berkembangnya penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin modern dan canggih. Informasi tidak hanya didapatkan melalui perbincangan secara langsung, melainkan melibatkan penggunaan teknologi, seperti radio dan televisi.

Stasiun radio pertama di Indonesia, Bataviase Radio Vereniging (BRV) di Batavia (sebelumnya bernama Jakarta), didirikan pada tanggal 16 Juni 1925. Saat itu dikenal dengan nama Netherland Hindia Belanda. Pada masa penjajahan Belanda, transmisi radio di Indonesia dulunya dianggap swasta. (Onong Uchyana, 1991; 18).

Salah satu bentuk media massa yang paling awal muncul di Indonesia pada saat itu adalah radio. Karena tidak semua masyarakat Indonesia mempunyai akses terhadap radio pada saat itu, beberapa informasi tidak tersedia secara merata. Radio merupakan salah satu jenis pers elektronik yang dimanfaatkan untuk hiburan masyarakat dan arus informasi dalam negeri.

Radio bersifat auditori, artinya hanya mentransmisikan suara-suara dan suara-suara yang dirasakan oleh indra pendengaran. Ide mendasar di balik penyiaran radio, sebagai media massa elektronik, adalah visualisasi yaitu membayangkan diri kita berbicara kepada pendengar yang duduk di depan kita. Keterbatasan radio sebagai sumber informasi visual antara lain perlunya pendengar tertentu menggunakan imajinasinya. Banyak dugaan terkait isi siaran tersebut, seperti: Seorang presenter radio berbicara tentang dampak negatif bencana tsunami di Banten yang memaksa penutupan sementara sejumlah destinasi wisata utama. Karena tidak ada gambaran visual ketika mendengarkan berita di radio, maka pendengar harus bisa cepat memahami berita dan memvisualisasikannya sendiri.

Karena perbedaan dalam interpretasi, banyak orang menjadi multi-persepsi, di mana dua individu yang mendengarkan siaran radio yang sama dapat memiliki pandangan yang berbeda. Ini dapat mengakibatkan beragam opini. Oleh karena itu, efektivitas dan kekuatan pembentukan opini melalui radio terbatas.

Seiring dengan perkembangan radio, televisi kini semakin populer di masyarakat. Sejak hadir di Indonesia, tayangan televisi memiliki dampak yang sulit dihindari bagi anak-anak dan remaja. Menurut Drs. Darmanto Jatman, SU., seorang psikolog dari Undip, apa yang ditonton anak-anak di televisi dapat mempengaruhi sikap dan perilaku mereka. Psikolog Anak dari Lembaga Psikologi Terapan UI, Mayke S. Tedjasaputra, menekankan bahwa televisi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan anak-anak (Yara dan Yudi, 2015: 70).

Tayangan televisi yang tidak sesuai dengan batasan usia dapat berdampak negatif pada mentalitas anak-anak yang menontonnya, oleh karena itu pengawasan dan pembatasan dari orang tua dapat membantu mengurangi dampak negatif tersebut. Televisi juga berperan dalam



membentuk opini dalam masyarakat, namun seringkali memiliki sudut pandang yang subjektif terutama dalam politik. Perbedaan dalam penyajian berita antara saluran televisi dapat mempengaruhi opini penonton, sehingga mereka dapat menilai sumber informasi mana yang lebih dipercaya. Sebagai contoh, dalam kasus quick count Pemilu 2014, berbagai stasiun televisi menyampaikan hasil yang berbeda, yang kemudian mempengaruhi pembentukan opini masyarakat. Radio dan televisi memiliki pengaruh yang berbeda terhadap pembentukan opini, dengan televisi cenderung memiliki pengaruh yang lebih besar karena beragamnya konten visual yang disajikan. Namun, tayangan yang sering menampilkan kekerasan dan kejahatan juga dapat memiliki dampak negatif terutama pada penonton yang terpicu rasa penasarannya.

Meskipun ada individu yang meniru perilaku agresif yang mereka lihat di media, insiden semacam itu jarang terjadi dan bisa dianggap sebagai pengecualian. Beberapa ahli berpendapat bahwa tayangan kekerasan di media malah dapat mengurangi perilaku agresif di dunia nyata.

Menurut Erlangga (Kompas, 10 November 2008), televisi memiliki pengaruh yang paling besar dalam menimbulkan perilaku peniruan di masyarakat, khususnya terkait dengan kriminalitas. Oleh karena itu, disarankan untuk menghentikan tayangan rekonstruksi kriminalitas karena dapat membawa dampak yang sangat berbahaya.

Televisi dan media cetak sebaiknya mengurangi pemberitaan yang mendetail tentang kriminalitas. Rekonstruksi peristiwa pembunuhan seharusnya hanya digunakan untuk kepentingan penyelidikan polisi terhadap kasus tersebut. Namun, sampai saat ini, masih banyak tayangan televisi yang menampilkan rekonstruksi peristiwa pembunuhan, pencurian, dan perampokan.

D. Teori Agenda Setting dan Teori Spiral of Silent

1. Teori Agenda Setting

Makna kata *agenda* sama seperti “rencana ataupun rundown” sedangkan definisi *setting* adalah mengatur, membenahi atau menyusun. Dapat kita pahami bahwa definisi dari agenda setting adalah sebuah pengaturan atau penyusunan agenda, rencana ataupun kegiatan. Teori agenda setting sangat berkaitan dengan media massa. Teori ini menjelaskan bahwa media memberi dampak yang kuat terhadap masyarakat dalam isu tertentu. Teori ini menjelaskan apa yang diberitakan media, maka itulah yang akan dianggap penting oleh masyarakat. Maka dari itu, para petugas media seperti penyiar memiliki peranan yang sangat penting untuk membentuk realitas sosial. (Yanti, 2018:34)

Penelitian *agenda setting theory* (teori pengaturan agenda) mulai diteliti sejak tahun 1968, ketika berlangsungnya kampanye pemilihan presiden Amerika Serikat. Peristiwa menjelang pemilu inilah yang melatarbelakangi terbentuknya teori *agenda setting*. Penelitian ini berhasil menemukan bahwa penekanan sebuah topik berita yang dipilih dan disiarkan oleh media akan memengaruhi pemikiran publik sehingga mereka menilai topik tersebut yang paling penting dibandingkan topik lainnya. Maka dalam pemilu, pemberitaan tentang calon presiden baik dari sisi positif ataupun negatifnya akan sangat menentukan nasib kehidupan calon presiden tersebut. Hasil penelitian inilah yang kemudian menjadi fenomena utama bagi Maxwell McComb dan Donald L. Shaw dalam melahirkan teori agenda setting pada tahun 1972 Yang dipublikasikan pertama kali dengan judul “*The Agenda Setting Function of the Mass Media*” Public Opinion Quarterly No. 37. (Bungin, 2006: 279)



Seperti yang telah dijelaskan, dalam teori *agenda setting*, media mempunyai kemampuan untuk memengaruhi dan menarik perhatian publik mengenai topik tertentu, maka dari itu muncullah ungkapan bahwa “menguasai media berarti menguasai publik”. Perusahaan media massa memiliki agendanya masing-masing sesuai dengan tujuan atau visi misinya, setiap perusahaan media haruslah selektif untuk menyiarkan sebuah berita dan tentunya juga menarik di mata publik baik dari segi nilai jual maupun nilai beritanya. Di Indonesia, fungsi teori *agenda setting* ini berhasil memengaruhi banyak khalayak. Contohnya seperti berita tentang pemberantasan korupsi, makelar pajak, maupun agenda lainnya. Berita-berita ini telah berhasil mendoktrin publik bahwa isu inilah yang terbesar dan dianggap paling penting di Indonesia. (Nuruddin, 2007: 196)

2. Teori Spiral of Silent

Noelle Neuman telah melihat sisi gelap yang ada di media massa, di mana media massa dapat menghambat kebebasan aliran informasi, di mana para individu akan menjadi tidak terhubung dengan pihak individu lainnya bila media melakukan monopoli dalam menggambarkan realitas sosial. Pada teori ini wibawa media yang memiliki dasar selektivitas tidak begitu terlihat, media hanya akan memilih berita atau isu yang dianggapnya benar di kalangan mayoritas saja, tanpa mempertimbangkan opini lainnya yang bersifat minoritas. (Antoni, 2004:131)

Teori *spiral of silent* atau teori keheningan menyatakan bahwa jika individu atau kelompok memiliki pandangan atau opini yang bersifat minoritas dan lebih sedikit terhadap isu publik tertentu, maka komunikasi mereka akan dibatasi dan kalah dengan opini – opini mayoritas, sehingga mayoritas akan lebih terdorong untuk membuka suara dibandingkan minoritas. Seperti yang telah diungkap Noelle Neumann (1983), bahwa media akan lebih mendengar sudut pandang atau opini yang lebih mayoritas, dibandingkan opini yang minoritas. Akibatnya, kaum minoritas akan menjadi lebih hati – hati dan sedikit berbicara dalam mengemukakan opininya, sedangkan kaum mayoritas akan semakin berani mengekspresikan pandangannya, sehingga media hanya akan meliput berita dari suara terbanyak saja. (West dan Turner, 2008:120)

Contoh kasus sederhananya yaitu: A berfikir memukul anak adalah tindakan yang salah, tetapi opini B, C, dan D menganggap memukul anak itu diperbolehkan supaya melatih disiplin. Dilihat dari contoh ini pernyataan mayoritas akan lebih didengar dan dilirik oleh media massa. Bahkan media bisa saja menghadirkan orang – orang sukses yang pernah terdidik dengan cara dipukul sebagai bukti survey. Karena banyaknya kesamaan sudut pandang dari para mayoritas ditambah dukungan bukti survey, menyebabkan si A akan lebih sedikit bicara bahkan memilih untuk diam (*silence*) dalam menanggapi kasus tersebut, karena jika bersuara ia khawatir akan terisolasi. Inilah contoh kasus dari teori *spiral of silence*, di mana pihak yang minoritas akan lebih memilih diam dan tidak tersorot.

Noelle Neumann melalui model Spiral of Silent menjelaskan bahwa komunikasi massa dapat menghalangi komunikasi di antara individu, bukannya mendorong. Model tersebut disusun berdasarkan asumsi berikut:

a. Seorang individu berbicara mengenai opininya kepada individu lainnya jika merasa opini mereka sama. Jika mereka mengalami perbedaan opini dan merasa sendirian, mereka akan lebih memilih diam dan tidak mengungkapkannya secara terbuka.



b. Seorang individu bisa menggunakan media massa sebagai acuan untuk menemukan bagaimana lazimnya sebuah opini. Jika opini tersebut tidak diungkapkan di media, individu tersebut akan beranggapan bahwa opini tersebut tidak diterima secara umum.

c. Semua media cenderung mengungkapkan opini yang sama dalam monopolistik, sehingga seringkali meninggalkan orang dengan sebuah ilustrasi palsu tentang iklim pendapat di masyarakat, karena media terkadang tidak tau mana opini yang benar – benar nyata kebenarannya, media hanya mengikuti suara terbanyak saja.

d. Banyak individu yang mempunyai pandangan tertentu, tetapi tidak diungkapkan karena takut terisolasi di kehidupan sosial. Semakin ia diam, semakin kurang lazim opini aktual yang ada, sehingga menyebabkan terbentuknya sebuah spiral keheningan/kebisuan. Dengan begitu, individu yang beropini menyimpang maka akan semakin tidak mau mengutarakan opininya, dan opini medialah yang akan dilihat sebagai opini dominan. (Antoni, 2004:132-133)

Karena media memiliki kekuasaan yang sangat besar, media memberikan dampak yang sangat mendalam terhadap opini publik. Media massa bekerja secara berkelanjutan untuk menyuarakan opini mayoritas dan berhasil membungkam opini minoritas khususnya tentang isu – isu realitas sosial. Rasa takut yang dialami para minoritas membuat mereka harus memahami dan mempelajari keyakinan mayoritas, dan tidak jarang pula para minoritas akhirnya mengakui keyakinan yang ada di mayoritas. Namun tidak jarang pula para minoritas ini tetap mau bersuara namun melalui kegiatan aktivisme atau organisasi yang cakupannya tidak terlalu besar.

STUDI KASUS

Baru-baru ini, muncul sebuah fenomena di aplikasi Tiktok yaitu “Buat Apa Sekolah?”. Awal fenomena ini muncul karena seorang *content creator* Bitcoin bernama Timothy Ronald membuat video yang membahas sekolah itu *scam*. Akibatnya, banyak orang berkomentar bahkan membuat konten yang membahas sekolah itu tidak penting. Namun, banyak juga orang yang berkomentar kontra terhadap komentar dan konten mereka. Bahkan, tidak sedikit *content creator* yang membahas tentang fenomena ini, baik pro maupun kontra.

Salah satu postingan di akun @rizky_auli21, mengatakan bahwa “Belajar Crypto lebih baik ketimbang sekolah kuliah dan menjadi budak modern” dengan *caption* “*gua* juga berfikir bakal berhenti sekolah pas naik kelas 3 nanti setelah *gw* selesai mempelajari kripto”. Muncul beberapa komentar kontra seperti “Sekolah itu penting, dan semua pekerjaan hampir butuh Ijazah entah itu SMA, SMK, atau sarjana” yang diutarakan oleh @jaqueena dan komentar “crypto itu cuma kerjaan mutarin uang *lu* atau aset *lu* itu cuma kerja sampingan *lu* harus ada usaha lain” yang diutarakan oleh @sigma_humn.

Lalu, terdapat satu postingan milik *content creator* Irwan Prasetyo dengan akun @irwanprasetyo yang kontra terhadap salah satu konten milik Timothy yang mengatakan bahwa “sekolah itu *scam*”. Dia menjelaskan bahwa jika sekolah penipuan, maka jembatan dan gedung-gedung sudah ambruk, Indonesia tidak mempunyai presiden seperti Pak Habibie yang menuntut ilmu jauh-jauh ke Jerman untuk belajar pesawat terbang. Muncul komentar “hanya orang yg cerdas yg paham maksud Timothy Ronald” yang diutarakan oleh @rndfud. Dari komentar ini, terdapat opini seperti “Sekolah adalah membentuk mental dan jati diri. *Lu* bisa



tau ini itu. dan langkah ke depan itu urusan *lu* mau ambil langkah apa” yang diutarakan oleh @nmajidaz dan “Maksud Timothy itu, *lu* bisa sekolah kalau *lu* punya tujuan di dalam sekolah dan tujuan *lu* perlu untuk sekolah” yang diutarakan oleh @ilhamkusma00. Lalu, terdapat komentar yang pro terhadap Timothy, seperti “Timothy bener” yang diutarakan oleh @rio_99aj dan ditanggapi secara positif seperti “Setuju sama timothy skrg” yang diutarakan oleh @antiimageee, dan komentar “*Real* sekolah mengajarkan kita menjadi pekerja” yang diutarakan oleh @andragreat. Dan terdapat komentar yang pro terhadap Irwan seperti “Aku yakin sekolah masih amat sangat bermanfaat, dengan segala kekurangannya, ttp bermanfaat” yang diutarakan oleh @resep_debm.

Pembentukan opini publik dalam kasus ini, dilandaskan oleh lima faktor yang dikemukakan oleh Bernard Hennessy, seperti adanya isu, yaitu isu yang disampaikan oleh Timothy berupa sekolah tidak penting. Lalu tahap adanya kelompok yang dikenal dan berkepentingan terhadap suatu isu, seperti *content creator* yang membahas, netizen yang pro dan kontra, bahkan kelompok terpelajar seperti mahasiswa. Selanjutnya adalah adanya pilihan yang sulit, yaitu pilihan untuk menyetujui opini pro atau membantahnya. Di samping itu, opini yang disampaikan oleh kelompok pro juga sesuai dengan kondisi sekarang. Selanjutnya adalah adanya suatu pernyataan/opini, yaitu opini yang disampaikan melalui kolom komentar maupun konten. Dan terakhir adalah adanya sejumlah orang yang terlibat, yaitu Timothy.

Lalu, teori yang ada dalam kasus ini adalah teori *spiral of silence*. Ketika opini minoritas akan mengalah dengan opini mayoritas. Di dalam kasus ini, opini minoritas yang dimaksud adalah opini yang menyatakan bahwa pendidikan tidak penting. Memang di awal kasus ini, opini yang banyak disampaikan adalah opini yang menyatakan bahwa pendidikan tidak penting. Namun, karena banyaknya *content creator* atau *influencer* terkenal yang menyatakan opini bahwa pendidikan penting, dan tidak adanya *content creator* terkenal yang menyatakan bahwa pendidikan tidak penting, maka opini mayoritas berubah menjadi opini yang menyatakan bahwa pendidikan penting.

KESIMPULAN

Jadi, di dalam pembentukan opini publik memiliki tiga tahap. Tahap pertama yaitu opini mencari bentuknya. Tahap selanjutnya, opini publik sudah memiliki bentuk, namun masih dapat berubah-ubah. Tahap terakhir, opini publik sudah kuat dan tidak mudah berubah. Terdapat lima syarat dalam pembentukan opini publik. Tahap pertama adalah adanya isu. Tahap selanjutnya adalah adanya kelompok yang dikenal dan berkepentingan terhadap suatu isu. Selanjutnya adalah adanya pilihan yang sulit. Selanjutnya adalah adanya suatu pernyataan/opini. Dan terakhir adalah adanya sejumlah orang yang terlibat. Lalu, kekuatan media massa dalam konteks politik yaitu media melakukan konstruksi realitas politik dalam masyarakat. Di samping itu, juga mengungkap masalah-masalah posisi komunikasi politik dalam kasus-kasus kegiatan politik praktis dalam proses transformasi dan pembentukan komunikasi politik masyarakat. Teori *agenda setting* adalah sebuah pengaturan atau penyusunan agenda, rencana ataupun kegiatan. Dan menjelaskan bahwa media memberi dampak yang kuat terhadap masyarakat dalam isu tertentu. Lalu, teori *spiral of silence* menyatakan bahwa jika individu atau kelompok memiliki pandangan atau opini yang bersifat minoritas dan lebih sedikit terhadap isu publik tertentu, maka komunikasi mereka akan



dibatasi dan kalah dengan opini – opini mayoritas, sehingga mayoritas akan lebih terdorong untuk membuka suara dibandingkan minoritas. Dan fenomena “Buat apa sekolah” di Tiktok, sudah menggambarkan bagaimana opini publik dapat terbentuk dan berkembang.

DAFTAR PUSTAKA BUKU

Antoni. (2004). *Riuhnya Persimpangan Itu*. Solo: Tiga Serangkai

Ardiningtyas, Yara & Hartono, Yudi. 2015. Perkembangan Radio Sebagai Pers Elektronik Di Madiun Tahun 1998-2013. *Jurnal Agastya* Vol. 5 No. 2. (online) (Diakses melalui

<http://ejournal.unipma.ac.id/index.php/JA/article/download/890/803> pada 12 Oktober 2019)

Blake Reed H. and Edwin O. Haroldsen, *A Taxonomy of Concepts in Communication*, (New York: Hasting House Publishers, 1975), h. 44.

Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Effendy, Uchyana, Onong. 1991. *Radio Siaran Teori dan Praktek*. Bandung: Mandar Maju

Kraus dan Davis, *The Effects of Mass Communication on Political Behaviour*. New York: Hasting House Publishers, 1975.

Nuruddin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Samuel C Patterson, *A More Perfect Union: Introduction to American Government*. New York: Hasting House Publishers, 1975.

Umaimah. (2016). *Komunikasi Politik: Teori, Konsep, dan Aplikasi Pada Media Baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

West and Turner. (2008). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. New York: McGraw Hill.

Youna. (2018). *Modul Perkuliahan: Opini Publik*. Universitas Esa Unggul

ARTIKEL JURNAL & SURAT KABAR

Yanti. (2018). *Jurnal Simbolika: Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi*, 4 (1), 34. Sumatera: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara