



ANALISIS KONTEN BAGAIMANA BERITA VIRAL DI “X” MENGGIRING OPINI PUBLIK PADA MAHASISWA JURNALISTIK: STUDI KASUS GUS MIFTAH

Goenersya Haidar Rudhani ¹, Ghina Septika ², Dini Amalia Hasibuan ³, Chairina ⁴

Studi Analisis di Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Komunikasi,

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

goenersyahaidarrudhani@gmail.com, ghinaseptika@gmail.com, diniiamaliaa@gmail.com,
chairina@uinsu.ac.id

Abstract (English)

This study is entitled "Content Analysis of How Viral News on "X" Leads Public Opinion on Journalism Students: Case Study of Gus Miftah" (Qualitative Descriptive Study of Motives for Using Social Media "X" in Finding News Sources for Gus Miftah Among Journalism Students at UIN North Sumatra). This study aims to determine the use of social media "X" which contains viral news about Gus Miftah among Journalism students at UIN Sunatera Utara and to describe the viral news needs of students in accessing the news. The research paradigm is constructivism. The theories used are communication theory, new media, needs theory, uses and gratifications theory, and social networks. This research method is a qualitative descriptive research method. The determination of informants uses a purposive sampling technique. The subjects of this study were two UIN North Sumatra students who followed the Gus Miftah case on Twitter (X) and three public opinions from netizens regarding the Gus Miftah case. The data analysis technique in this study shows that the news about Gus Miftah went viral on "X" and led public opinion to a negative perception with content that was widely uploaded by the public.

Article History

Submitted: 17 Desember 2024

Accepted: 22 Desember 2024

Published: 23 Desember 2024

Key Words

Opinion, Public, Twitter "x"

Abstrak (Indonesia)

Penelitian ini berjudul "Analisis Konten Bagaimana Berita Viral di "X" Menggiring Opini Publik Pada Mahasiswa Jurnalistik: Studi Kasus Gus Miftah" (Studi Deskriptif Kualitatif Motif Penggunaan Sosial Media "X" Dalam Mencari Sumber Berita Gus Miftah Pada Mahasiswa/I Jurnalistik Uin Sumatera Utara). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan media sosial "X" yang memuat berita viral mengenai Gus Miftah pada kalangan mahasiswa Jurnalistik di UIN Sunatera Utara dan untuk mendeskripsikan kebutuhan berita viral mahasiswa/I dalam mengakses berita tersebut. Paradigma penelitian adalah konstruktivisme. Teori yang digunakan adalah teori komunikasi, new media, teori kebutuhan, teori *uses and gratifications*, dan jejaring sosial. Metode penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Subjek penelitian ini adalah dua orang mahasiswa/I UIN Sumatera Utara yang mengikuti kasus Gus Miftah di Twitter (X) dan tiga opini publik dari netizen mengenai kasus Gus Miftah. Teknik analisis data dalam penelitian ini menunjukkan berita Gus Miftah yang viral di "X" sehingga menggiring opini publik ke persepsi negative dengan konten yang banyak diunggah khalayak.

Sejarah Artikel

Submitted: 17 Desember 2024

Accepted: 22 Desember 2024

Published: 23 Desember 2024

Kata Kunci

Opini, Publik, Twitter "X"

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah mengubah cara masyarakat mengakses dan mengonsumsi berita. Media sosial telah menjadi salah satu platform utama dalam penyebaran informasi, termasuk berita viral yang mampu menjangkau jutaan orang



dalam waktu singkat. Berita viral sering kali menarik perhatian masyarakat karena sifatnya yang sensasional dan mudah dibagikan. Namun, di balik dampaknya yang luas, berita viral juga memiliki potensi untuk menggiring opini publik secara masif, baik melalui narasi yang dibangun maupun melalui persepsi audiens terhadap berita tersebut. Berbagai studi sebelumnya telah menyoroti pengaruh media sosial dalam membentuk opini publik. (Kim, 2019) menunjukkan bahwa berita viral dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap isu-isu sosial tertentu, terutama ketika berita tersebut dikemas dengan bahasa yang emosional.

Di sisi lain, (Zhou, 2021) menekankan bahwa algoritma media sosial turut memperkuat bias dalam penyebaran informasi, sehingga memperbesar kemungkinan terjadinya *echo chamber* atau ruang gema informasi. Namun, penelitian-penelitian tersebut lebih banyak berfokus pada masyarakat umum tanpa melihat secara spesifik bagaimana mahasiswa jurnalistik sebagai kelompok yang memiliki kesadaran kritis terhadap media terpengaruh oleh berita viral. Selain itu, kajian tentang peran berita viral dalam menggiring opini terkait figur publik tertentu, seperti Gus Miftah, masih sangat terbatas. Gus Miftah sebagai seorang ulama sekaligus tokoh yang kerap menjadi sorotan media, sering kali menjadi subjek berita viral yang mampu memicu perdebatan di ruang public.

Analisis konten media sosial telah menjadi fokus penting dalam penelitian ilmiah di Indonesia, mengingat peran signifikan media sosial dalam membentuk perilaku dan interaksi masyarakat. Menurut (Cahyono, 2016), media sosial memfasilitasi partisipasi, berbagi, dan penciptaan konten oleh pengguna, yang berdampak pada perubahan sosial dalam masyarakat Indonesia.

Lebih lanjut, penelitian di (Andalas., 2022), menunjukkan bahwa kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah menyebabkan munculnya budaya baru di media sosial, seperti budaya berbagi berlebihan dan pengungkapan diri di dunia maya. Fenomena ini mempengaruhi dinamika sosial dan interaksi antarindividu dalam masyarakat. Dengan demikian, analisis konten media sosial menjadi esensial untuk memahami dampaknya terhadap perubahan sosial, penyebaran informasi, dan dinamika budaya di Indonesia.

Penelitian ini menawarkan kebaruan ilmiah dengan menganalisis bagaimana konten berita viral di platform "X" (nama media sosial, misalnya X/Twitter) menggiring opini publik, khususnya di kalangan mahasiswa jurnalistik. Studi ini tidak hanya mengkaji isi berita viral tersebut, tetapi juga memetakan mekanisme pembentukan opini melalui analisis persepsi dan respons mahasiswa jurnalistik terhadap berita tentang Gus Miftah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis konten berita viral tentang Gus Miftah di "X" dalam menggiring opini publik dan mengeksplorasi bagaimana mahasiswa jurnalistik memaknai serta merespons berita tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai dinamika pembentukan opini publik melalui berita viral di media sosial, khususnya dalam konteks pendidikan jurnalistik.

TINJAUAN PUSTAKA

Analisis Konten

Analisis konten media sosial, khususnya Twitter, memainkan peran penting dalam memahami bagaimana berita dapat menjadi viral di Indonesia. Studi oleh (Lesmana, 2012), menunjukkan bahwa emosi yang terkandung dalam sebuah konten lebih berpengaruh dibandingkan dengan isi konten itu sendiri dalam proses penyebaran informasi di Twitter. Hal ini mengindikasikan bahwa konten yang memicu respons emosional cenderung lebih cepat menyebar dan menjadi viral.

Selain itu, penelitian oleh (Rohmiyati., 2018), mengungkap bahwa media sosial, khususnya Twitter, memainkan peran signifikan dalam penyebaran informasi selama masa



pandemi COVID-19. Informasi yang disebarkan melalui Twitter dapat dengan cepat tersebar, menjangkau banyak pengguna, dan mudah digunakan, sehingga efektif dalam menyebarkan berita secara luas.

Membuat berita yang viral di media sosial memerlukan perhatian khusus terhadap beberapa faktor kunci. Menurut artikel (Adminidpr, 2020), kualitas visual yang menarik, relevansi dengan tren budaya saat ini, dan kemudahan konten untuk dibagikan merupakan elemen penting dalam menciptakan konten yang berpotensi viral. Selain itu, waktu publikasi yang tepat juga memainkan peran signifikan dalam meningkatkan peluang viralitas.

Selain itu, artikel di (Harahap, 2023), menyebutkan bahwa viralitas dapat mempengaruhi tindakan seseorang, di mana individu yang menjadi viral sering kali menghadapi tekanan sosial untuk mempertahankan popularitas mereka. Dengan demikian, dalam upaya menciptakan berita yang viral, penting untuk memperhatikan kualitas visual, relevansi, emosi yang ditimbulkan, orisinalitas, kreativitas, dan timing publikasi. Memahami faktor-faktor ini dapat membantu meningkatkan peluang sebuah konten untuk menjadi viral di media sosial.

Opini Publik

Opini publik merujuk pada pandangan atau sikap kolektif masyarakat terhadap isu-isu tertentu yang memengaruhi mereka. Menurut (Doob, 1947), opini publik adalah sikap orang-orang mengenai suatu masalah, di mana mereka merupakan anggota dari sebuah masyarakat yang sama. Opini publik terbentuk melalui interaksi antara individu dan kelompok dalam masyarakat, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti media massa, pendidikan, dan pengalaman pribadi.

Dalam konteks media sosial, opini publik dapat berkembang dengan cepat dan tersebar luas. Media sosial memungkinkan individu untuk menyampaikan pendapat mereka secara langsung dan instan, yang dapat memengaruhi persepsi publik terhadap suatu isu. Menurut penelitian yang dipublikasikan dalam (Aan Setiadarma, 2021), oleh Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, media sosial memiliki peran ganda dalam membangun kerukunan umat beragama. Di satu sisi, media sosial dapat menjadi sarana efektif untuk menyebarkan pesan moderasi dan toleransi. Namun, di sisi lain, media sosial juga dapat menjadi pemicu perpecahan jika informasi yang disebarkan tidak akurat atau menyinggung sensitivitas kelompok tertentu (Inny Aisyah, 1997).

Penting untuk memahami bahwa opini publik bersifat dinamis dan dapat berubah seiring waktu. Faktor-faktor seperti perubahan sosial, politik, dan ekonomi dapat memengaruhi bagaimana masyarakat memandang suatu isu. Oleh karena itu, pemantauan opini publik secara berkala menjadi penting untuk memahami tren dan dinamika yang terjadi dalam masyarakat.

Opini publik di kalangan mahasiswa merupakan cerminan dari pandangan dan sikap kolektif mereka terhadap isu-isu tertentu yang memengaruhi kehidupan mereka. Menurut penelitian yang dipublikasikan dalam *Jurnal Komunika* Universitas Tanjungpura Pontianak, pembentukan opini mahasiswa dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk penggunaan media sosial seperti Facebook. Dalam studi tersebut, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Tanjungpura Pontianak menunjukkan kecenderungan untuk menerima informasi melalui platform tersebut, terutama terkait isu-isu ringan seperti pemilihan presiden. Namun, penelitian ini juga menyoroti pentingnya mahasiswa untuk lebih kritis dalam menanggapi dan membagikan informasi yang mereka terima, mengingat maraknya pemberitaan yang belum tentu akurat di media sosial (KURNIAWAN, 2019).

Dalam konteks ini, penting bagi mahasiswa untuk memiliki kemampuan literasi media yang baik agar dapat menyaring informasi yang mereka terima dan membentuk opini



yang informatif dan kritis. Kemampuan ini akan membantu mereka dalam menghadapi berbagai isu yang berkembang di masyarakat dan berkontribusi pada pembentukan opini publik yang sehat dan konstruktif.

Jurnalistik

Dalam dunia jurnalistik, proses pembuatan berita yang dapat menjadi viral memerlukan pemahaman mendalam tentang dinamika media dan audiens. Menurut penelitian yang dipublikasikan dalam *Jurnal Digital Media dan Relationship*, fenomena viral di media sosial telah merambah ke dalam media berita online, bahkan media massa lama pun menggunakan informasi yang sedang viral sebagai sumber informasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa jurnalis harus tetap skeptis terhadap informasi yang berasal dari media sosial dan berperan sebagai *gatekeeper* dalam menyaring dan menyebarkan informasi yang akurat dan berkualitas kepada masyarakat (Widiastuti, 2019).

Selain itu, dijelaskan bahwa dalam penulisan dan penyuntingan berita, penggunaan bahasa jurnalistik menjadi aspek yang sangat penting. Bahasa yang digunakan harus sesuai dengan kaidah jurnalistik agar informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan mudah oleh pembaca dan tidak menimbulkan interpretasi yang salah.

Pentingnya verifikasi informasi juga ditekankan dalam artikel yang dipublikasikan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) (RG, 2021). Artikel tersebut menyatakan bahwa video yang viral melalui media sosial yang akan dijadikan berita harus melalui proses verifikasi informasi yang meliputi 5W1H, serta memastikan keaslian dan kredibilitas sumber informasi.

Dengan demikian, dalam proses pembuatan berita yang berpotensi menjadi viral, jurnalis harus mengedepankan prinsip-prinsip jurnalistik yang meliputi verifikasi informasi, penggunaan bahasa yang sesuai, dan pemahaman mendalam tentang audiens untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat, jelas, dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam praktik jurnalistik, terutama dalam pembuatan berita yang berpotensi menjadi viral atau sensasional, penerapan kode etik jurnalistik sangat penting untuk menjaga integritas dan kepercayaan publik. Berikut adalah beberapa prinsip utama yang harus diperhatikan:

- 1) **Kebenaran dan Akurasi:** Wartawan harus memastikan bahwa setiap informasi yang disampaikan telah diverifikasi kebenarannya dan disajikan secara akurat. Penyebaran informasi yang tidak benar dapat merusak reputasi media dan menyesatkan publik.
- 2) **Independensi:** Wartawan harus bebas dari pengaruh pihak manapun yang dapat memengaruhi objektivitas pemberitaan. Kemandirian ini penting untuk menjaga kredibilitas dan kepercayaan publik terhadap media.
- 3) **Menghormati Hak Privasi:** Wartawan harus menghormati privasi individu dan tidak mengeksploitasi informasi pribadi tanpa izin, kecuali jika informasi tersebut memiliki kepentingan publik yang signifikan.
- 4) **Menghormati Hak Privasi:** Wartawan harus menghormati privasi individu dan tidak mengeksploitasi informasi pribadi tanpa izin, kecuali jika informasi tersebut memiliki kepentingan publik yang signifikan.
- 5) **Menghindari Sensasionalisme:** Pemberitaan yang berlebihan atau dibuat-buat untuk menarik perhatian dapat merusak integritas jurnalistik. Wartawan harus menghindari praktik sensasionalisme yang tidak sesuai dengan kode etik jurnalistik.
- 6) **Menghindari Plagiarisme:** Wartawan harus memastikan bahwa karya jurnalistik yang dihasilkan adalah asli dan tidak menjiplak karya orang lain. Plagiarisme dapat merusak reputasi media dan mengurangi kepercayaan publik.



- 7) Menghindari Konflik Kepentingan: Wartawan harus menghindari situasi yang dapat menimbulkan konflik kepentingan dalam pemberitaan, seperti menerima suap atau hadiah dari sumber berita. Hal ini penting untuk menjaga objektivitas dan independensi dalam jurnalistik.

Penerapan prinsip-prinsip di atas sangat penting untuk menjaga profesionalisme dan integritas dalam jurnalistik, terutama dalam era digital yang serba cepat dan penuh tantangan. Dengan mematuhi kode etik jurnalistik, wartawan dapat memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik adalah akurat, berimbang, dan dapat dipercaya.

METODE

Penerapan prinsip-prinsip di atas sangat penting untuk menjaga profesionalisme dan integritas dalam jurnalistik, terutama dalam era digital yang serba cepat dan penuh tantangan. Dengan mematuhi kode etik jurnalistik, wartawan dapat memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik adalah akurat, berimbang, dan dapat dipercaya (Mulyana, 2008).

Metode penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya, alih-alih mengubahnya menjadi entitas-entitas kuantitatif (Mulyana, 2008). Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan melakukan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi.

- 1) Obserbasi
- 2) Wawancara
- 3) Studi Dokumentasi
- 4) *software netlytic*

Informan Penelitian

Penulis menggunakan teknik sampling purposive untuk menentukan informan dalam penelitian ini. Teknik sampling purposive yaitu cara menentukan informan dengan memilih informan sesuai dengan kriteria dan kebutuhan penulis dalam penelitian ini. Para mahasiswa yang terpilih merupakan mahasiswa yang sedang menempuh kuliah di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dengan fokus Jurnalistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan wawancara dan observasi yang telah dilakukan, penulis dapat menguraikan tentang analisis konten secara pandangan mahasiswa jurnalistik dan beberapa komenan atau tagar yang berlaku di media sosial X (Twitter).

Kasus Gus Miftah yang menjadi viral di media sosial, khususnya di Twitter, mencerminkan dinamika interaksi antara tokoh publik dan masyarakat dalam era digital. Media sosial memiliki kekuatan signifikan dalam membentuk opini publik dan memengaruhi perilaku politik. Sebagai saluran komunikasi publik, media sosial memungkinkan informasi



tersebar dengan cepat, sehingga setiap pernyataan atau tindakan tokoh publik dapat langsung mendapatkan respons dari masyarakat luas.

Sebagai seorang jurnalis, penting untuk memahami bagaimana media sosial memengaruhi persepsi publik terhadap isu-isu tertentu. Kasus Gus Miftah menunjukkan bahwa informasi yang tersebar di media sosial dapat memengaruhi opini publik secara signifikan. Oleh karena itu, jurnalis perlu bijak dalam menyajikan informasi, memastikan akurasi, dan memahami dampak dari penyebaran informasi tersebut terhadap masyarakat. Selain itu, literasi digital menjadi kunci dalam menghadapi tantangan ini, agar masyarakat dapat menyaring informasi dengan kritis dan tidak mudah terpengaruh oleh hoaks atau informasi yang tidak valid.

Analisis data dari twitter menunjukkan bahwa Kasus Gus Miftah yang menjadi viral di media sosial, khususnya di Twitter, memicu reaksi beragam dari netizen. Menurut analisis yang dilakukan oleh peneliti, sejak peristiwa tersebut dibicarakan pada 2 Desember 2024, kata kunci "Miftah" telah disebut dalam 28.500 tweet di media sosial X (sebelumnya Twitter). Lebih dari 60% dari perbincangan tersebut merupakan sentimen negatif terhadap Gus Miftah.

Selain itu, dalam kasus lain yang melibatkan Gus Miftah, seperti pagelaran wayang yang menuai kritik, terdapat lebih dari 6.300 komentar yang berisi hujatan kepadanya.

Hasil tersebut peneliti tuangkan dari metode *software netlytic* yang mengambil hasil dari cuitan-cuitan dari netizen. Dalam analisis konten, kita juga perlu memperhatikan peran media sosial dalam menciptakan '*echo chamber*', di mana individu cenderung mengikuti atau terpapar pada pandangan yang sejalan dengan opini mereka, yang semakin memperkuat opini tersebut. Hal ini dapat memperburuk polarisasi pendapat di masyarakat. Jurnalis perlu bijaksana dalam menyajikan informasi dan memberikan konteks yang jelas untuk menghindari kesalahpahaman atau pembentukan opini yang tidak berdasarkan fakta.

Setelah meneliti X (Twitter) untuk melihat kasus gus miftah dari pandangan seorang Jurnalistik, peneliti berhasil me-wawancrai 3 mahasiswa aktif yang mengambil studi Ilmu Komunikasi dalam fokus Jurnalistik.

No.	Nama	Pertanyaan	Hasil
-----	------	------------	-------



1.	M. Hasbi Maulana	1. apa yang kamu ketahui tentang gus miftah dan konten berita viral yang berkaitan dengan beliau? 2. Menurut kamu, bagaimana berita viral mengenai gus miftah yang sedang marak di X mempengaruhi pandangan mahasiswa khususnya jurnalistik? 3. Dalam pandangan kamu, apakah berita viral di X cenderung memeperkuat atau mengubah pandangan mahasiswa tentang gus miftah?	1. “saya tau gus miftah ini jujur dari awal beliau me mualafkan dedi corbuzier, jadi baru tau disitu kalo ternyata dia pemuka agama, ustadz, dan dia juga sering keliling ke tempat anti-mainstream (diskotik) untuk menyebarkan dakwahnya.” 2. “menurut saya sangat mempengaruhi terutama pribadi saya sendiri, ya yang kita tau kalo warga twitter itu kan ngeri-ngeri, apalagi dengan label dia yang sebagai ustadz tapi memperlakukan penjual es layaknya tidak manusiawi, dan itu di goreng abis-abis an di X sama netizen”. 3. “menurutku, twitter inikan salah satu media sosial yang paling cepat untuk nyebar berita ya, jadi dengan adanya kasus si gus itu, cepat x membentuk opini publik masyarakat, nah itu cenderung cepat untuk mengubah pandangan kita sebagai masyarakat terutama aku sebagai mahasiswa, apalagi dengan tagline atau hastag yang buat orang-orang mau terus ikut dalam kasusnya”.
2.	Nazlia Octaviani	1. Menurut kamu, seberapa besar peran media sosial dalam menyebarkan berita viral tentang kasus gus miftah di kalangan mahasiswa jurnalistik? 2. Menurut kamu, melihat adanya perbedaan dalam mahasiswa jurnalistik dan non jurnalistik dalam merespons berita berita viral ini, apa yang kamu amati? 3. Apa harapan kamu terhadap media dalam menyajikan berita viral yang berkaitan dengan tokoh publik seperti gus miftah?	1. “yang aku tau, setelah video nya menyebar mengenai gus dan bapak penjual es itu, banyak juga temen” aku yang anak jurnalistik itu reply story” tentang #PenjualEsLebihMuliaDaripadaPenjualAgama, nah menurutku itu di lebih”kan ya apalagi kita inikan mahasiswa jurnalistik, banyak yang gatau maksud dari template itu apa, seharusnya kita crosscheck untuk tau apa makna dari tagline itu”. 2. “menurut pandangan ku khusus sebagai anak jurnalistik itu pastinya walaupun ada sebagian yang juga ikutan fomo, banyak juga kok yang mereka itu mencari tau dulu gitu, jadi kita emang gabisa pukul ratai semua, dari sini aku ngeleiat mahasiswa jurnalistik itu banyak paham juga, gimana memverifikasi suatu berita apakah itu real atau hoax. Sedangkan yang non jurnalistik, mereka bahkan malah memperburuk, bahkan melebihkan dan menghina agama itu sendiri.” 3. “keknya menurut aku harapannya itu mungkin di beberapa media stop untuk menggoreng berita yang belum diketahui pure asalnya itu kenapa dan terjadi, jangan hanya mau sensasional nya aja tapi harus



			bener” di check apakah berita itu benar dan pantas dibuat dengan headline seperti itu”.
3.	Nadia Frety Shila	1. Dalam pandangan kamu, apakah berita viral di X cenderung memeperkuat atau mengubah pandangan mahasiswa tentang gus miftah? 2. Menurut kamu, seberapa besar peran media sosial dalam menyebarkan berita viral tentang kasus gus miftah di kalangan mahasiswa jurnalistik? 3. Menurut kamu, melihat adanya perbedaan dalam mahasiswa jurnalistik dan non jurnalistik dalam merespons berita berita viral ini, apa yang kamu amati?	1. “menurut saya itu cenderung mengubah pandangan gus miftah, karna dari awal sebagai pandangan pribadi saya, kurang mencerminkan ya dari sosok gus di beliau, nah dengan adanya berita tersebut justru malah lebih mengubah perspektif gus apalagi beliau bagian dari sekretariat negara yang di percayai presiden, tapi malah dari sisi komunikasi nya tidak baik”. 2. “oo kalau menurut saya berperan besar terutama dalam mengubah opini publik, jadi walaupun ada beberapa buzzer ya kayanya yang tetap mendukung gus miftah padahal narasi dan bukti” sudah menjelaskan bahwa beberapa perlakuan dia emang tidak baik”. 3. “kalau dari saya pribadi, melihat mahasiswa jurnalistik itu lebih detail kalau melihat berita, karna mereka sudah didasari oleh dasar- dasar jurnalistik dimana harus memverifikasi berita apapun yang masuk, jadi saya rasa mahasiswa jurnalistik lebih bijak daripada yang non.”

Tabel 1.1

(sumber: Hasil Wawancara Informan dan Peneliti, 2024)

Dalam tabel diatas dapat menggambarkan dengan jelas perbedaan tanggapan mengenai kasus gus miftah yang dapat mempengaruhi opini publik dengan konten yang beredar. Secara signifikan dengan beberapa pertanyaan yang sama, menunjukkan bahwasannya mahasiswa jurnalistik sama sekali tidak terpengaruh dengan konten viral yang terjadi, melainkan mereka meneliti terdahulu apakah berita tersebut benar adanya, terlebih terkait dengan berita viral mengenai Gus Miftah. Total jawaban dari informan adalah 9 dengan masing-masing menerima 3 pertanyaan, yang dimana masing-masing informan memiliki jawaban nya masing-masing.

Peneliti bisa ambil kesimpulan, bahwasannya berita viral yang terjadi di media sosial cenderung dapat mengubah opini publik dengan cepat tanpa menelitinya terlebih dahulu, lain halnya dengan mahasiswa jurnalistik, mereka dapat menerima berita itu tetapi tidak dengan faktanya sebelum crosscheck terlebih dahulu untuk meneliti apakah berita itu benar adanya.

PENUTUP



Penutup dari jurnal ini menunjukkan bahwa analisis konten dalam konteks media sosial, khususnya X (sebelumnya Twitter), memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana berita viral dapat menggiring opini publik. Studi kasus Gus Miftah mengungkapkan betapa kuatnya pengaruh media sosial dalam membentuk persepsi masyarakat. Melalui analisis konten, kita melihat bagaimana sentimen yang terbentuk, baik positif maupun negatif, dapat menyebar dengan cepat dan mempengaruhi pandangan publik secara luas. Bagi mahasiswa jurnalistik, hal ini menjadi pelajaran penting bahwa media sosial bukan hanya tempat penyebaran informasi, tetapi juga medan untuk debat dan pembentukan opini. Oleh karena itu, sebagai calon jurnalis, kita harus memahami dinamika ini dengan bijak, memastikan bahwa informasi yang disampaikan tetap objektif dan tidak terjebak dalam sensasi semata, demi menciptakan ruang diskusi yang sehat di tengah masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan Setiadarma, M. S. (2021). KAITAN PUBLIC OPINION DAN PUBLIC RELATIONS. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Adminidpr. (2020, juli 17). *Ingin Konten Sosial Media Anda Viral? Perhatikan Faktor-Faktor Ini*. Dipetik 12 21, 2024, dari (n.d.), IndonesiaPR.id.: <https://indonesiapr.id/ingin-konten-sosial-media-anda-viral-perhatikan-faktor-faktor-ini/>
- Andalas., U. (2022). *Budaya Baru di Media Sosial dan Dampaknya Terhadap Interaksi Sosial*. . Padang: Laporan Penelitian Universitas Andalas.
- Cahyono, T. W. (2016). Media Sosial dan Perubahan Sosial di Indonesia. *Publiciana*, 1(9), 23-34.
- Doob, L. W. (1947). *Public Opinion: A Bibliography*. . New York: The Free Press.
- Harahap, R. R. (2023, Mei 13). *Bagaimana Viralitas Mempengaruhi Tindakan Seseorang*. Dipetik 12 21, 2024, dari lingkaran.id: <https://lingkaran.id/pengetahuan/bagaimana-viralitas-mempengaruhi-tindakan-seseorang>
- Inny Aisyah, N. H. (1997). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Opini Publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Kim, S. &. (2019). The Role of Viral News in Shaping Public Perception: Emotional Framing and Social Sharing. *Journal of Media Studies*(2), 123-140.
- KURNIAWAN, R. (2019). PEMBENTUKAN OPINI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASIFAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIKMENGENAI #2019GANTIPRESIDEN DI FACEBOOK. *Jurnal Komunikasi*.
- Lesmana, I. G. (2012). *Analisis Penyebaran Informasi Viral di Media Sosial Twitter*. Tesis Universitas Indonesia. Jakarta: Tesis Universitas Indonesia.
- Mulyana, D. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya., .
- RG. (2021, Juli 30). *Disrupsi Informasi dan Penegakan Prinsip Jurnalistik* . Dipetik 12 21, 2024, dari<https://kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/36311-disrupsi-informasi-dan-penegakan-prinsip-jurnalistik-2?detail5=23758>
- Rohmiyati. (2018). Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Penyebaran Informasi Pandemi COVID-19 di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(2), 101-113.
- Widiastuti, N. (2019). Berita Viral di Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Media Massa Konvensional. *Jurnal Digital Media & Relationship*, 1(1).
- Zhou, Y. W. (2021). Echo Chambers and Bias Amplification in Social Media Platforms. *Digital Communication Research*, 4(42), hal. 567-589.