



PENGERTIAN DAN DINAMIKA PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK

Siti Sarah¹, Meika Ananda Priskarini², Wahyu Hamdani³, Muhammad Rizki Ramadhani⁴

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara,
Jl. Lap. Golf No.120, Medan, Sumatera Utara, Indonesia

Email : Wahyu.hamdani2003@gmail.com

Abstract (English)

This article discusses the Understanding and Dynamics of Public Opinion Formation, which refers to attitudes, views, and perceptions from certain perspectives influenced by various factors, whether media factors, community environment, or social environment. Public opinion also plays an important role in influencing the perceptions of the audience and shaping societal perceptions. Dynamics also greatly influence the behavior of society and affect other societies. Dynamics is a change, this change involves behaviors, patterns, and interactions that are interconnected with each other. In the current era where technology is rapidly expanding, it has a significant power in shaping public opinion. The role of actors and mass media is also very influential on public opinion, which plays a role in influencing individuals and groups of people, as well as affecting the perspective of society in the process of opinion formation.

Article History

Submitted: 04 January 2025
Accepted: 13 January 2025
Published: 14 January 2025

Key Words

Public Opinion, Dynamics, Society, Role of Actors, Mass Media

Abstrak (Indonesia)

Tulisan ini membahas Pengertian Dan Dinamika Pembentukan Opini Publik yang merujuk pada sikap, pandangan, dan persepsi dari pandangan tertentu yang dipengaruhi berbagai faktor. Baik faktor secara media, lingkungan bermasyarakat atau lingkungan sosial. Opini publik juga memiliki peran penting dalam memengaruhi persepsi dari para khalayak dan membentuk persepsi masyarakat. Dinamika juga sangat memengaruhi tingkah laku masyarakat dan memengaruhi masyarakat lainnya. Dinamika merupakan suatu perubahan, perubahan ini melibatkan seperti perilaku, pola, dan interaksi yang saling berhubungan dengan lainnya. Di era sekarang yang dimana teknologi semakin cepat meluas memiliki kekuatan besar dalam pembentukan opini publik. Peran aktor dan media massa juga sangat berpengaruh besar kepada opini publik, yang dimana memiliki peran dalam mempengaruhi seseorang dan sekelompok orang dan juga memengaruhi sudut pandang masyarakat dalam proses pembentukan opini.

Sejarah Artikel

Submitted: 04 January 2025
Accepted: 13 January 2025
Published: 14 January 2025

Kata Kunci

Opini Publik, Dinamika, Masyarakat, Peran Aktor, Media Massa

Pendahuluan

Opini publik merupakan fenomena sosial yang terjadi khususnya pada masyarakat Indonesia. Dalam konteks ini, opini publik mengacu pada pandangan, sikap, dan persepsi masyarakat terhadap suatu isu tertentu. Opini publik dibentuk oleh banyak faktor, termasuk faktor





sosial, media, dan pengaruh kelompok. Saat ini, ketika dinamika opini publik berkembang pesat dan menjadi sangat kompleks.

Perkembangan teknologi dan komunikasi juga membawa perubahan yang semakin pesat dalam komunikasi dan transmisi informasi, bahkan mengarah pada pesatnya perkembangan opini masyarakat. Sehingga menjadikan permasalahan tersebut sebagai fokus perhatian masyarakat atau masyarakat. Opini masyarakat ini terjadi karena adanya pesan dari komunikator, yang kemudian menimbulkan ruang diskusi antar komunikator dan kemudian komunikator akan mempunyai sikap atau pendapat terhadap isi pesan komunikator. Pendapat para komunikator ini bisa positif atau negatif. Opini masyarakat ini bisa saja muncul akibat gambaran pesan yang disampaikan oleh penyampai pesan, misalnya permasalahan yang timbul dari isi pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, dalam membentuk opini publik, komunikator harus membuat isi pesan benar-benar mudah diserap dan dipahami oleh komunikator.

Kajian terdahulu tentang pengertian dan dinamika pembentukan opini publik menunjukkan bahwa opini publik adalah sekumpulan pandangan individu mengenai isu yang serupa, yang dapat dipengaruhi oleh beragam faktor, termasuk media dan hubungan masyarakat. Media massa memiliki peran krusial dalam mempengaruhi opini publik dengan menyebarkan informasi serta isu-isu yang relevan dalam masyarakat. Studi menunjukkan bahwa perkembangan teknologi komunikasi telah memperkuat fungsi media dalam memperlancar arus informasi yang cepat dan luas, sehingga membantu masyarakat dalam menyampaikan dan membentuk pandangan mereka (Aridho et al., 2024).¹

Dalam konteks pemerintahan, strategi Public Relations (PR) sangat penting untuk memahami serta membentuk persepsi publik tentang program-program pemerintah. PR bukan hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membangun citra baik dan reputasi pemerintah di hadapan publik. Dengan komunikasi yang efisien, PR dapat mendukung manajemen dalam mengawasi perubahan pandangan publik serta memprediksi kemungkinan masalah yang bisa timbul.

Dari perspektif hubungan masyarakat di institusi pendidikan, penekanan pada pentingnya membangun komunikasi timbal balik dengan masyarakat juga disoroti. Aktivitas ini bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat dan membangun pemahaman yang positif mengenai tujuan institusi pendidikan, sehingga dapat menciptakan pandangan publik yang menguntungkan. Studi ini mengindikasikan bahwa hubungan yang baik antara institusi pendidikan dan masyarakat dapat memperkuat dukungan dan keterlibatan masyarakat dalam aktivitas Pendidikan (Aryanti & Wulandari, 2023).²

Secara keseluruhan, penelitian sebelumnya menekankan bahwa pembentukan opini publik merupakan proses yang dinamis dan melibatkan interaksi rumit antara individu, media, dan institusi, serta dipengaruhi oleh konteks sosial dan politik yang ada (Hafizah, 2021).³

¹ Aridho, A., Situmeang, T. A., Tinambunan, D. R., Ramadhani, K. N., Lase, M. W., & Ivanna, J. (2024). Peran Media Massa Dalam Membentuk Opini Publik: Demokratisasi Pasca-Reformasi. *IJEDR: Indonesian Journal of Education and Development Research*, 2(1), 206–210. <https://doi.org/10.57235/ijedr.v2i1.1693>

² Aryanti, A., & Wulandari, R. (2023). Pengelolaan Hubungan Masyarakat Di Kelompok Bermain. *Jurnal Multidisipliner Kapalamada*, 2(02), 104–110.

³ Hafizah, E. (2021). Peran Media Dalam Pekerjaan Public Relations. *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial Dan Humaniora*, 5(2), 52–60.





Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kualitatif dengan menggunakan studi literatur yang melakukan Teknik pengumpulan data dari beberapa artikel-artikel, penelitian-penelitian yang menjadi referensi peneliti dalam menulis. Dalam studi literatur, peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber seperti buku, artikel, dan jurnal untuk memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai tema yang dianalisis. Proses ini termasuk penentuan tema-tema utama dan pola-pola yang muncul dari sumber-sumber tersebut. Pendekatan ini memfasilitasi peneliti dalam menyelidiki konteks sosial dan budaya yang melatarbelakangi fenomena yang sedang diteliti, dan memahami cara opini serta persepsi terbentuk dalam Masyarakat (Abolladaka & Abolla, 2022).⁴

Temuan dari penelitian kualitatif yang melalui studi literatur mampu memberikan pemahaman yang penting untuk pengembangan teori atau praktik dalam bidang tertentu. Oleh karena itu, pendekatan penelitian kualitatif tidak hanya bertujuan untuk mengumpulkan informasi, tetapi juga untuk menciptakan pemahaman yang lebih mendalam terkait isu-isu rumit dalam Masyarakat (Candra Susanto et al., 2024).⁵

Pembahasan

1.1 Pengertian Dinamika dan Opini Publik

1. Pengertian Opini Publik

Menurut contextt yang menjelaskan bahwasannya dua persoalan yang saling berhubungan yaitu “Whatpublic are wereferringto” (Publik apa yang kita maksud) serta “What is an opinion” (apa yang dikatakan dengan opini). Secara etimologi, opini publik yaitu terjemahan dari vocabulary yang berasal dari bahasa Inggris yakni publicopion. Berdasarkan asal katanya (etimologi) Public Opinion terdiri dari dua kata yang berasal dari bahasa latin yaitu publicus dan opinary.

Opini publik adalah hasil interaksi antara orang-orang yang tergabung dalam kelompok mana pun. Hal ini dapat mempengaruhi munculnya opini masyarakat sehingga menimbulkan interaksi komunikatif antar individu yang mampu mengemukakan pendapatnya.

Menurut Emory Bogardus dalam The Making of Public Opinion, “Opini publik adalah hasil opini berdasarkan diskusi yang terjadi dalam masyarakat demokratis. Opini publik bukanlah jumlah total opini yang dikumpulkan oleh individu. Dengan kata lain, opini publik tidak menciptakan konsensus. Dan bukan hanya jumlah pendapat yang bisa dihitung “secara numerik”. Pendapat merupakan ekspresi tindakan saat ini dan tentu saja, pendapat dapat sangat bervariasi tergantung pada intensitas dan tingkat stabilitas.

Opini publik adalah sekumpulan pandangan, sikap, atau pendapat masyarakat terkait isu-isu tertentu yang muncul dalam konteks sosial, politik, dan budaya. Ide ini menunjukkan cara individu atau kelompok bereaksi dan menilai berbagai peristiwa yang berlangsung di

⁴ Abolladaka, J., & Abolla, M. B. (2022). Upaya Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Menggunakan Metode Pembelajaran Mind Mapping Pada Materi Pengertian Dan Manfaat Pendapatan Nasional Di Kelas Xi Iis 2 Sma Negeri 4 Kota Kupang Tahun Ajaran 2021/2022. *Journal Economic Education, Business and Accounting*, 1(2), 66–78.

⁵ Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., Panatap Soehaditama, J., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(1), 1–12.





sekitar mereka (Judijanto et al., 2023).⁶ Beberapa elemen utama dari pandangan masyarakat mencakup:

- a) **Pembentukan Opini** : Opini masyarakat dibentuk melalui interaksi rumit antara individu, media, dan konteks sosial. Media massa, termasuk platform media sosial, memiliki peran krusial dalam menyebarkan informasi dan membentuk pandangan masyarakat. Seiring dengan perkembangan teknologi, masyarakat saat ini memiliki kesempatan yang lebih luas untuk menyampaikan pendapat mereka melalui beragam platform digital.
- b) **Fungsi Media** : Di dalam konteks demokrasi, media berperan sebagai medium komunikasi yang memungkinkan masyarakat untuk mengekspresikan aspirasi dan pandangan mereka kepada pemerintah. Media massa tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membangun narasi yang bisa memengaruhi perspektif masyarakat terhadap masalah-masalah tertentu.
- c) **Dinamika Sosial** : Pendapat masyarakat dapat beralih dari waktu ke waktu dan dipengaruhi oleh berbagai hal, seperti peristiwa terbaru, kampanye politik, dan perubahan sosial. Sebagai contoh, masalah kekerasan terhadap anak yang banyak dibahas di media sosial mencerminkan bagaimana opini publik dapat berubah dengan cepat sebagai reaksi terhadap keadaan yang dianggap mendesak.
- d) **Pengukuran Persepsi Masyarakat** : Penelitian mengenai persepsi masyarakat umumnya dilakukan lewat survei, wawancara, atau analisis konten media. Metode ini bertujuan untuk memahami cara masyarakat merespons isu tertentu dan untuk mengidentifikasi pola dalam opini publik.

Secara keseluruhan, pendapat masyarakat adalah unsur penting dalam proses demokrasi dan pengambilan keputusan oleh pemerintah. Memahami pandangan masyarakat membantu pemerintah dan lembaga untuk menjawab kebutuhan publik dengan lebih tepat serta menghasilkan kebijakan yang lebih efisien.

2. Pengertian Dinamika

Secara terminologi dalam Nandang Rusmana, kata dinamika berasal dari kata Dynamic (Yunani) yang bermakna “Kekuatan” (force). “Dynamics is facts or concepts with refer to conditions or change, especially to forces”. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, dinamika mengacu pada bagian ilmu fisika yang berhubungan dengan benda bergerak dan gaya yang menggerakkannya. gerakan (dari dalam) suatu kekuatan yang menggerakkan, semangat, sekelompok gerakan atau suatu kekuatan yang dimiliki oleh sekelompok orang dalam masyarakat dan dapat membawa perubahan dalam cara hidup masyarakat yang bersangkutan, berkembangnya suatu gerakan yang penuh dengan semangat dan semangat dalam mewujudkan pembangunan, gerakan sosial masyarakat yang tiada henti yang dapat membawa perubahan pola hidup masyarakat yang bersangkutan.

Menurut Slamet Santoso dari Nandang Rusmana, dinamisme berarti perilaku suatu warga negara dapat secara langsung mempengaruhi warga negara lainnya secara timbal balik. Dinamika ini juga berarti adanya interaksi dan saling ketergantungan antara anggota

⁶ Judijanto, L., Maulinda, R., Zulaika, S., Tjahyadi, I., & Suroso, S. (2023). Pengaruh Sumber Informasi dan Interaksi Sosial di Media Sosial terhadap Pembentukan Opini Politik Masyarakat di Indonesia. *Sanskara Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(01), 21–31.





suatu kelompok dengan anggota kelompok secara keseluruhan (Indah Suci Julia Sari, 2019).⁷

Dinamika adalah perubahan atau perkembangan yang biasanya terjadi dalam suatu sistem, situasi, atau bahkan proses dalam jangka waktu tertentu. Perubahan ini seringkali melibatkan banyak aspek seperti perilaku, pola, bahkan interaksi dan faktor-faktor lain yang saling berhubungan. Dinamika dapat menggambarkan sesuatu yang tidak tepat tetapi terus bergerak atau terus berubah sebagai respon terhadap berbagai faktor internal dan eksternal.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa dinamika adalah suatu kenyataan, suatu konsep, suatu kondisi yang sering terjadi dalam masyarakat dan dapat menimbulkan interaksi atau hubungan timbal balik.

Dinamika dalam pembentukan opini masyarakat melibatkan proses rumit yang mencakup perubahan serta interaksi antara individu, media, dan konteks sosial. Opini publik terbentuk oleh pengaruh berbagai elemen, termasuk media massa dan media sosial, yang berperan sebagai saluran untuk menyebarkan informasi dan menciptakan narasi. Di era digital, media sosial seperti Facebook dan Twitter memungkinkan informasi tersebar dengan cepat, sehingga mempengaruhi opini publik secara luas (Pratiwi, 2024).⁸ Penelitian mengindikasikan bahwa komunikasi digital tidak hanya mempercepat distribusi informasi, tetapi juga memungkinkan masyarakat untuk terlibat aktif dalam diskusi publik, yang pada akhirnya memengaruhi opini mereka. Di samping itu, konteks sosial dan politik juga memiliki peran yang signifikan; contohnya, pergeseran dalam nilai-nilai masyarakat atau reaksi terhadap kejadian terbaru bisa dengan cepat mengubah opini publik. Oleh karena itu, memahami dinamika ini sangat krusial bagi pembuat kebijakan dan praktisi media untuk dapat merespons dengan tepat terhadap kebutuhan serta harapan Masyarakat (Judijanto et al., 2023).⁹

1.2 Pembentukan dan Faktor-faktor Opini Publik

1. Pembentukan Opini Publik

Pembentukan opini publik adalah proses kompleks yang dihasilkan dari interaksi berbagai elemen masyarakat, termasuk informasi yang diterima, media, faktor sosial, dan lingkungan sosial. Proses ini dimulai dengan pemberitaan informasi dari berbagai sumber seperti media massa, media sosial, pihak berwenang atau orang yang berwenang. Informasi ini diterima oleh individu dan diproses sesuai dengan keadaan, nilai, dan keyakinannya serta dapat ditafsirkan dengan berbagai cara dari orang ke orang. Faktor psikologis seperti kecenderungan seseorang untuk mempercayai informasi yang mendukung keyakinannya juga berperan penting dalam proses ini.

Ide dihasilkan melalui obrolan dengan orang lain. Hal ini bisa dilakukan dengan keluarga, teman, atau tempat umum seperti media sosial. Media sosial merupakan alat penting untuk mempengaruhi opini masyarakat di era digital dengan kecepatan penyebaran informasi dan kemampuannya dalam menciptakan area diskusi yang lebih luas. Di sini, para

⁷ Indah Suci Julia Sari. (2019). Hakekat, Dinamika Organisasi, Dan Fungsi Pemimpin Dan Kepemimpinan Pendidikan Islam. *Jurnal Ilmiah Iqra*, 13(1). file:///C:/Users/ASUS/Downloads/934-1846-2-PB.pdf

⁸ Pratiwi, F. S. (2024). *Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik : Studi Kasus Media Sosial*. 293–315.

⁹ Judijanto, L., Maulinda, R., Zulaika, S., Tjahyadi, I., & Suroso, S. (2023). Pengaruh Sumber Informasi dan Interaksi Sosial di Media Sosial terhadap Pembentukan Opini Politik Masyarakat di Indonesia. *Sanskara Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(01), 21–31.



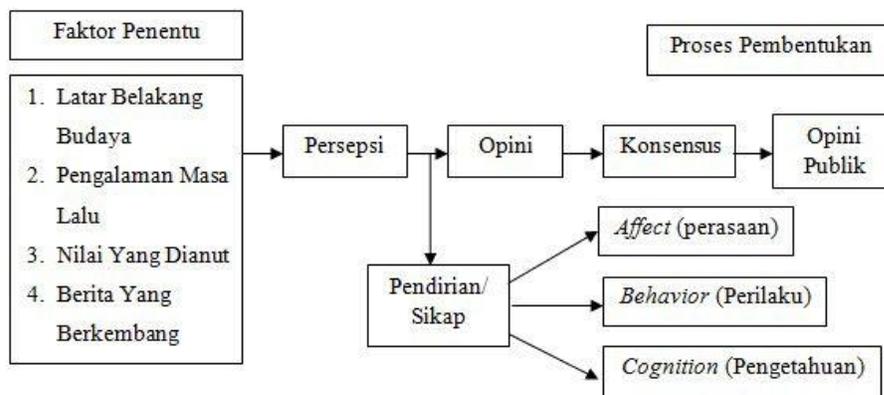


pemimpin pemikiran dan influencer, baik dalam kehidupan nyata maupun di media sosial, memainkan peran penting dalam mempengaruhi opini pengikut. Interaksi sosial ini membantu memperkuat dan, dalam beberapa kasus, mengubah keyakinan yang telah terbentuk sebelumnya.

Media juga berperan besar dalam membentuk opini publik. Melalui proses media menentukan apa yang dianggap penting oleh masyarakat dengan menghadirkan dan terus menghadirkan isu-isu tertentu. Tak hanya itu, media juga bisa menciptakan suatu isu dari sudut pandang tertentu yang disebut dengan framing. Bagaimana suatu peristiwa atau masalah dibingkai akan memandu persepsi masyarakat terhadap masalah tersebut, apakah itu masalah besar, peluang, atau masalah. Selain itu, kekuatan informasi juga mempengaruhi tingkat kesadaran masyarakat terhadap suatu isu.

Proses pembentukan opini publik sangat mempengaruhi proses sosial, ekonomi, dan politik yang mengatur masyarakat. Isu-isu yang mempengaruhi kehidupan sehari-hari, seperti kebijakan ekonomi atau sosial, cenderung semakin mempengaruhi opini publik. Pengalaman pribadi seseorang juga dapat memengaruhi seberapa kuat perasaan orang tersebut terhadap suatu permasalahan. Setelah opini publik terbentuk, pengaruhnya bisa menjadi signifikan, terutama dalam hal mempengaruhi keputusan politik dan kebijakan publik. Ketika opini publik mengenai suatu isu mencapai tingkat kritis, seperti gerakan sosial atau protes massal, pemerintah dan pembuat kebijakan sering kali terpaksa merespons. Dalam konteks politik, kekuatan opini publik dapat dilihat dari hasil pemilu atau referendum, dimana masyarakat menggunakan suaranya untuk mendukung, atau menolak kebijakan atau kandidat tertentu. Secara umum, pembentukan opini publik merupakan suatu proses yang dinamis dan selalu berubah karena saling mempengaruhi faktor eksternal dan internal. Proses pembangkitan ide dapat dilihat pada diagram di bawah ini.: (Syahrotul Afifah et al., n.d.)¹⁰

Proses Pembentukan Opini Publik



2. Faktor-Faktor Opini Publik

¹⁰ Syahrotul Afifah, U., Nurlita, I., & Ganefwati, R. (n.d.). *Artikel Jurnal Intelektual Fisip Universitas Bhayangkara Surabaya OPINI PUBLIK TERHADAP KEBIJAKAN PEMERINTAH PADA TINGKAT SEKOLAH DASAR (SD) DI MASA PANDEMI COVID-19.*





Faktor-faktor Pembentuk Opini Publik Pada buku Komunikasi Politik oleh Umaimah Wahid (2016:148), Bernard Hennessy (1990) dalam bukunya yang berjudul *Opini Public*, mengemukakan ada lima faktor pembentuk opini publik, yaitu : (Fajriawati et al., 2022)¹¹

1. Adanya isu (presence of an issue). Harus terdapat konsensus yang sesungguhnya, opini publik berkumpul di sekitar isu. Isu dapat didefinisikan sebagai suatu kontemporer yang di dalamnya mungkin tidak terdapat kesepakatan atau kontroversi juga konflik kontemporer,
2. Adanya kelompok yang dikenal dan berkepentingan terhadap suatu isu (nature of public).
3. Adanya pilihan yang sulit (complex of preferences) mengacu pada totalitas opini para anggota masyarakat tentang suatu isu.
4. Adanya suatu pernyataan/opini (expression of opinion). Berbagai pernyataan bertumpuk sekitar isu. Pernyataan biasanya melalui kata-kata yang diucapkan atau ditulis. Menurut Bernard Hennessy, opini publik internal mengacu pada sikap ketidakberkepercayaan publik terhadap isu tertentu yang tidak diungkapkan. Sementara opini publik tersembunyi mengacu pada sikap publik mengenai suatu isu, namun tidak menggugah atau memengaruhi perilakunya.
5. Adanya sejumlah orang yang terlibat (Number of person involved), opini publik adalah besarnya masyarakat yang menaruh perhatian terhadap suatu isu.

1.3 Peran Aktor Sosial Dalam Pembentukan Opini Publik

Opini publik merupakan hasil interaksi kompleks antara berbagai aktor sosial yang berkontribusi pada pembentukan persepsi masyarakat terhadap isu-isu tertentu. Aktor-aktor sosial ini mempunyai peran masing-masing dalam membentuk opini publik. Di dunia digital saat ini, media sosial menjadi salah satu alat utama untuk menciptakan dan mengembangkan opini publik. Banyaknya pengguna jejaring sosial mempengaruhi pembentukan opini masyarakat. Dengan berkembangnya teknologi media sosial, masyarakat dapat dengan mudah mengakses, berbagi informasi dan membuat konten di jejaring sosial seperti Instagram, Facebook, X dan media sosial lainnya. Selain itu, dengan banyaknya orang atau kelompok tertentu yang menggunakan media sosial, memang benar bahwa opini dapat terbentuk dengan cepat dan mudah dalam skala besar. Media sosial bekerja dengan menyebarkan informasi. Jika ada satu hal yang bisa dibedakan, di situlah media sosial dianggap mampu mempengaruhi opini publik secara langsung. Media sosial dapat menimbulkan dampak langsung atau sebaliknya. Tren ini sering kali didasarkan pada influencer yang bekerja di media sosial. Terkadang media sosial bisa menjadi eksklusif. Ada pula yang dijalankan oleh beberapa partai atau kelompok berdasarkan agenda politik. Ada juga metode penyiaran yang bisa digunakan oleh pihak berwenang. Selain media sosial, media sosial masih menjadi salah satu pilar pembentuk opini. Meski tingkat penetrasi media sosial sangat tinggi, namun media sosial masih dianggap oleh banyak orang sebagai sumber informasi yang lebih dapat diandalkan (Sri Choiriyati, 2020).¹²

¹¹ Fajriawati, F., Purwanti, S., Sos, S., & Si, M. (2022). *PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK PADA AKUN TWITTER PRIBADI NOVEL BASWEDAN*. <https://tirta.id/bagaimana-twitter-memengaruhi-opini-publik-dan-preferensi-politik-cGre>

¹² Sri Choiriyati, O. (2020). *PERAN MEDIA MASSA DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK*.





Media mempunyai banyak fungsi, salah satunya adalah mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang, sekelompok orang atau masyarakat, media mempengaruhi pemikiran masyarakat dalam melahirkan ide atau pemikiran. Boleh dikatakan media massa merupakan senjata ampuh untuk mematikan citra. Peran media massa adalah sebagai sarana komunikasi untuk menyebarkan informasi, gagasan, dan sikap kepada banyak orang. Hal ini menunjukkan bahwa media massa merupakan aktivitas sosial yang penting. Gagasan ini ditegaskan oleh McQuail ketika ia mengutarakan pemikirannya tentang media massa: Media adalah industri yang revolusioner dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang dan jasa serta merevitalisasi industri terkait lainnya. Di pihak masyarakat dan organisasi kemasyarakatan lainnya, sebaliknya organisasi tersebut dikelola oleh masyarakat.

Peran aktor sosial tidak hanya sekedar memberikan informasi, tetapi juga menciptakan kesadaran masyarakat terhadap pemberitaan tentang suatu peristiwa yang disajikan dalam berita serta menciptakan cara pandang yang mempengaruhi sekelompok orang. Dalam konteks ini, aktivis sosial berperan penting dalam mempengaruhi cara mereka berkomunikasi kepada publik melalui penciptaan ide.

1.4 Media Massa

Media massa sendiri memiliki berbagai peran, salah satunya ialah dalam mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang maupun sekelompok orang ataupun masyarakat (Waziz : 2012;21). Media mempengaruhi pandangan masyarakat dalam proses pembentukan opini atau sudut pandangnya. Media massa dapat dikatakan merupakan senjata yang ampuh bagi perebutan citra (image) (Bungin : 2001;31).

Karakteristik media massa seperti kehadiran media massa, jumlah khalayak yang besar, serta kecepatan dan sinkronisitas informasi menjadi alasan utama banyak kalangan yang berhenti memandang media massa sebagai sarana penyampaian informasi. Kekuatan media massa dalam menciptakan pertanyaan tidak dapat diragukan lagi. Dalam hal ini tentu saja pesan media tidak dapat dipisahkan dari keberadaan rumah media. Dalam perkembangannya, kemudian menjadi jelas bahwa media massa bekerja yang berdiri di antara kepentingan pemerintah dan pasar, sebagian pemimpin atau pemilik informasi.

Media melindungi kepentingan kelompok tertentu. Melalui kontennya, media massa mempengaruhi kepentingan kelompok tertentu guna memperoleh perhatian masyarakat. Media massa mencoba mempengaruhi sikap masyarakat dengan menyajikan satu pesan. Media juga mempunyai pengaruh yang besar terhadap dunia politik. Media massa mempunyai fungsi agenda setting. Media mempunyai hak untuk menyiarkan atau tidak menyiarkan suatu peristiwa. Sehingga media bisa menggiring opini publik ke dalam pembahasan. Hasil dari diskusi ini, proyek tersebut ditetapkan dalam kebijakan pemerintah dengan menghadirkan suatu isu yang seolah-olah penting untuk dijadikan bahan pertimbangan publik.

Media massa memuat berita-berita penting yang dapat mempengaruhi dan menerima pendapat masyarakat, mudah diikuti dan diterima apa yang disajikan dalam media. Informasi media mempunyai dampak yang signifikan terhadap pembentukan opini, dan dengan cara ini informasi yang diberikan mempengaruhi sifat komunikasi sosial dalam masyarakat. Dalam komunikasi massa, seseorang atau kelompok menyampaikan pesan tertentu melalui informasi yang telah disepakati sebelumnya. Dengan media massa, masyarakat bisa



berekspresi, meningkatkan kredibilitas tokoh-tokoh tertentu, meski jumlah penentangannya sedikit (Siregar & Padangsidimpuan, n.d.).¹³

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka diperoleh simpulan bahwa Opini publik merupakan hasil interaksi kompleks antara berbagai aktor sosial yang berkontribusi pada pembentukan persepsi masyarakat terhadap isu-isu tertentu. Aktor-aktor sosial ini mempunyai peran masing-masing dalam membentuk opini publik. Dinamika adalah perubahan atau perkembangan yang biasanya terjadi dalam suatu sistem, situasi, atau bahkan proses dalam jangka waktu tertentu. Pembentukan opini publik adalah proses kompleks yang dihasilkan dari interaksi berbagai elemen masyarakat, termasuk informasi yang diterima, media, faktor sosial, dan lingkungan sosial. Peran aktor sosial tidak hanya sekedar memberikan informasi, tetapi juga menciptakan kesadaran masyarakat terhadap pemberitaan tentang suatu peristiwa yang disajikan dalam berita serta menciptakan cara pandang yang mempengaruhi sekelompok orang.

Referensi

- Abolladaka, J., & Abolla, M. B. (2022). Upaya Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Menggunakan Metode Pembelajaran Mind Mapping Pada Materi Pengertian Dan Manfaat Pendapatan Nasional Di Kelas Xi Iis 2 Sma Negeri 4 Kota Kupang Tahun Ajaran 2021/2022. *Journal Economic Education, Business and Accounting*, 1(2), 66–78. <https://doi.org/10.35508/jeeba.v1i2.8270>
- Aridho, A., Situmeang, T. A., Tinambunan, D. R., Ramadhani, K. N., Lase, M. W., & Ivanna, J. (2024). Peran Media Massa Dalam Membentuk Opini Publik: Demokratisasi Pasca-Reformasi. *IJEDR: Indonesian Journal of Education and Development Research*, 2(1), 206–210. <https://doi.org/10.57235/ijedr.v2i1.1693>
- Aryanti, A., & Wulandari, R. (2023). Pengelolaan Hubungan Masyarakat Di Kelompok Bermain. *Jurnal Multidisipliner Kapalamada*, 2(02), 104–110. <https://doi.org/10.62668/kapalamada.v2i02.433>
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., Panatap Soehaditama, J., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>
- Fajriawati, F., Purwanti, S., Sos, S., & Si, M. (2022). *PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK PADA AKUN TWITTER PRIBADI NOVEL BASWEDAN*. <https://tirto.id/bagaimana-twitter-memengaruhi-opini-publik-dan-preferensi-politik-cGre>
- Hafizah, E. (2021). Peran Media Dalam Pekerjaan Public Relations. *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial Dan Humaniora*, 5(2), 52–60. <https://doi.org/10.33369/jkaganga.5.2.52-60>
- Indah Suci Julia Sari. (2019). Hakekat, Dinamika Organisasi, Dan Fungsi Pemimpin Dan Kepemimpinan Pendidikan Islam. *Jurnal Ilmiah Iqra*, 13(1). <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/934-1846-2-PB.pdf>

¹³ Siregar, N. M., & Padangsidimpuan, I. (n.d.). *Strategi Komunikasi dalam Pembentukan Opini Publik Masyarakat*.





- Judijanto, L., Maulinda, R., Zulaika, S., Tjahyadi, I., & Suroso, S. (2023). Pengaruh Sumber Informasi dan Interaksi Sosial di Media Sosial terhadap Pembentukan Opini Politik Masyarakat di Indonesia. *Sanskara Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(01), 21–31. <https://doi.org/10.58812/sish.v1i01.303>
- Pratiwi, F. S. (2024). *Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik : Studi Kasus Media Sosial*. 293–315.
- Siregar, N. M., & Padangsidempuan, I. (n.d.). *Strategi Komunikasi dalam Pembentukan Opini Publik Masyarakat*.
- Sri Choiriyati, O. (2020). *PERAN MEDIA MASSA DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK*.
- Syahrotul Afifah, U., Nurlita, I., & Ganefwati, R. (n.d.). *Artikel Jurnal Intelektual Fisip Universitas Bhayangkara Surabaya OPINI PUBLIK TERHADAP KEBIJAKAN PEMERINTAH PADA TINGKAT SEKOLAH DASAR (SD) DI MASA PANDEMI COVID-19*.