

**PELUANG DAN TANTANGAN DALAM MEMETAKAN OPINI PUBLIK DI MEDIA  
SOSIAL**

**Mas Agus Firmansyah<sup>1</sup> Dedi Supriyadi<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP, Universitas Bengkulu

<sup>2</sup>Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP, Universitas Bengkulu

**ABSTRAK**

Tujuan dari tulisan ini adalah upaya untuk mengidentifikasi dan mengkaji berbagai peluang dan tantangan yang dihadapi dalam memetakan opini publik di media sosial. Berdasarkan tujuannya itulah, maka pendekatan yang digunakan untuk mendekati permasalahan dalam tulisan ini bersifat eksploratif, dengan menggunakan deskripsi analitis dalam pembahasan datanya. Melalui penelusuran dan pengalihan berbagai data yang dielaborasi dari berbagai sumber, maka terdapat beberapa hal yang dapat diidentifikasi sebagai peluang maupun tantangan yang akan dihadapi ketika menjadikan media sosial sebagai basis untuk memetakan opini publik. Permasalahan lain yang sekaligus menjadi tantangan, adalah terkait dengan ketersediaan metode yang benar-benar tepat dan sesuai untuk dapat memetakan / menjaring opini publik di media sosial.

Kata Kunci: Opini Publik, Media Sosial, Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)

***OPPORTUNITIES AND CHALLENGES IN MAPPING PUBLIC OPINION IN SOCIAL  
MEDIA***

***ABSTRACT***

*The purpose of this paper seeks to identify and assess the various opportunities and challenges in mapping the public opinion in social media. Based on that goal, then the approach used to approach the problem in this paper is explorative, using the description in the discussion of analytical data. Through search and multiplication elaborated various data from various sources, then there are some things that can be identified as the opportunities and challenges faced when making social media as a basis to map public opinion. Another issue which is also the challenge, is associated with the availability of methods that really appropriate and suitable to map / solicit public opinion on social media.*

*Key Words: Public Opinion, Social Media, Information Technology and Communication (ICT)*

## PENDAHULUAN

Seiring perkembangan teknologi informasi, khususnya kehadiran internet dan media sosial, riset opini publik kemudian tidak selalu harus dilakukan dengan cara survei menyebarkan kuesioner dan wawancara kepada sejumlah responden di lapangan. Melalui media sosial, riset opini publik dapat saja dilakukan dengan cara memonitor dan memetakan berbagai permasalahan publik yang sedang hangat diperbincangkan *netizen*. Sehingga bukan sesuatu yang mustahil menjadikan perbincangan publik di media sosial sebagai basis data untuk melakukan riset opini publik.

Media sosial saat ini bukan semata-mata hanyalah sebuah situs pertemanan yang berfungsi untuk menghubungkan tali silaturahmi antar saudara ataupun sahabat. Lebih dari itu, media sosial ternyata dapat pula dijadikan instrumen riset guna kepentingan memotret dan memetakan opini publik mengenai berbagai isu permasalahan yang sedang dihadapi publik. Keberadaan media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter* harus diakui menjadikan data / informasi yang berasal dari pendapat, pandangan ataupun opini seorang individu pada akhirnya dapat dengan mudah menjadi *viral* hingga kemudian meluas gaungnya menjadi opini publik.

Akses untuk mendapatkan pandangan, opini, persepsi maupun sikap masyarakat dengan sendirinya telah diwadahi oleh *update status* maupun komentar-komentar kicauan pemilik akun di media sosial. Situasi seperti itu, memungkinkan respon publik yang berkembang di media sosial menjadi elemen penting untuk kemudian dapat dimonitoring dan dipetakan. Saat era masifnya penggunaan media sosial seperti sekarang ini, sangatlah mungkin bagi peneliti atau bahkan bagi pengambil kebijakan untuk mengumpulkan dan menjaring data yang berkaitan dengan persepsi, opini maupun aspirasi publik melalui pengamatan di media sosial. Namun cara pandang yang seolah-olah menyederhanakan proses penjaringan opini publik tersebut, tentu saja mengundang pro dan kontra. Berbagai pendapat mengenai hal ini pun kemudian bermunculan, mulai dari yang meragukan kesahihan data yang di jaring di media sosial hingga kalangan yang lebih optimistis dan berkeyakinan bahwa data-data mengenai persepsi, pandangan dan opini masyarakat di media sosial merupakan gambaran realitas lapangan sebenarnya.

Memetakan opini publik merupakan salah satu kegiatan berbasis penelitian guna mengetahui pendapat masyarakat mengenai sejumlah isu yang

berhubungan dengan masalah publik. Untuk mendapatkan dan menjangkau opini publik biasanya dilakukan survei dengan cara penyebaran kuesioner ataupun wawancara kepada sejumlah orang di lapangan. Seiring dengan masifnya penggunaan media sosial sebagai saluran untuk mengartikulasikan berbagai pendapat, pandangan maupun persepsi masyarakat mengenai suatu permasalahan, maka media sosial kemudian berkelindan menjadi semacam *melting pot* yang mampu menyatukan berbagai pendapat publik kedalam suatu wadah. Kondisi ini menyebabkan proses untuk menjangkau / mendapatkan pandangan, persepsi maupun opini publik menjadi jauh lebih mudah, karena dapat diakses tanpa harus turun menyebarkan kuesioner ke lapangan. Namun demikian, untuk melakukan pemetaan opini publik berbasis media sosial, selain memerlukan metode riset yang berbeda dengan pelaksanaan riset opini publik konvensional (berbasis survei lapangan) juga akan dihadapkan pada sejumlah permasalahan.

Berdasarkan uraian dalam perumusan masalah diatas, maka tulisan ini berupaya untuk menjawab dan mengidentifikasi berbagai persoalan yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial sebagai basis data guna memetakan opini publik.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Salah satu perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang memberikan dampak luas terhadap kemudahan bagaimana cara manusia berkomunikasi adalah kehadiran media sosial yang mampu menghubungkan antar individu dibelahan dunia manapun untuk dapat berinteraksi hingga mampu membentuk masyarakat jaringan (*network society*). Dalam proses pembentukan masyarakat jaringan tersebut, media sosial berperan sebagai medium dan mata rantai yang menjadi pengikat dan penghubung interaksi diantara berbagai individu yang memiliki akun media sosial.

Media sosial seperti *Facebook* maupun *Twitter* bukan hanya telah terbukti mampu mengubah cara manusia berkomunikasi, berinteraksi dan bekerja, namun juga telah menunjukkan kemampuannya untuk mengubah praktik komunikasi politik dalam suatu sistem negara.

Menurut pendapat Hajnal dalam Nugroho (2011), situasi dan kondisi tersebut dapat dikatakan, "*bahwa perkembangan TIK, khususnya internet dan media sosial memang telah menjadi pendorong lahirnya atau lebih tepatnya penemuan kembali masyarakat sipil*". Melalui media sosial, berbagai pesan dan informasi yang bersumber dari pendapat dan pandangan dari seorang individu

kemudian dapat meluas hingga menjadi bahan perbincangan, diskusi maupun perdebatan yang melibatkan publik maupun masyarakat umum yang jauh lebih luas.

## **HASIL PENELITIAN**

### **Riset Opini Publik dan Proses Pelaksanaanya**

Untuk kepentingan menjangkau dan mendapatkan data / informasi mengenai persepsi, pandangan, pendapat, sikap maupun opini publik banyak sekali cara yang dapat dilakukan.

Tujuan dilakukannya riset opini publik adalah untuk mengetahui pandangan, pendapat dan persepsi masyarakat mengenai berbagai macam isu / permasalahan yang sedang dihadapi publik melalui suatu kegiatan yang berbasis pada penelitian. Penekanan pada prosedur penelitian inilah yang membedakannya dengan proses penjangkauan opini publik yang diperoleh dengan cara melakukan *dengar pendapat* atau penjangkauan aspirasi masyarakat (*jaring asmara*) yang biasa dilakukan oleh DPR atau *polling* dengan cara mengirimkan potongan kertas koran seperti yang dilakukan institusi media massa. Teknis pelaksanaan riset opini publik biasanya menggunakan metode survei, dan metode ini berbeda dengan riset yang menggunakan metode sensus seperti yang seringkali dilakukan oleh

Badan Pusat Statistik (BPS). Survei hanya menggunakan sejumlah orang dari anggota populasi sebagai responden penelitiannya, sementara sensus menjadikan seluruh anggota populasi sebagai sasaran penelitiannya.

### **Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia**

Di Indonesia, internet awalnya merupakan aktivitas pengemar jaringan teknologi komputer. Seiring dengan perkembangan waktu, Indonesia kemudian mencatatkan dirinya sebagai salah satu negara dengan tingkat penetrasi pengguna internet yang terus mengalami peningkatan. Dalam dua dekade ini, terhitung sejak fase awal perkembangan internet di Indonesia tahun 1990-an, jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat dengan sangat pesat.

Beberapa faktor yang dapat menjelaskan mengenai peningkatan pengguna internet di Indonesia itu diantaranya adalah; adanya perubahan perilaku masyarakat, berkembangnya teknologi *smartphone* dan mudahnya mengoperasikan perangkat teknologi yang mampu menghubungkan seseorang dengan internet.

Dikarenakan jumlah pengguna media sosial yang sedemikian besar, maka sangatlah disayangkan apabila sirkulasi informasi dan data percakapan pengguna media sosial di Indonesia tidak dijadikan

sebagai basis data untuk memetakan opini publik masyarakat Indonesia.

### **Memetakan Opini Publik di Media Sosial; Antara Peluang dan Tantangan**

Pola dan kultur dalam menggunakan media sosial oleh pengguna situs jejaring sosial di Indonesia sebagaimana telah diulas, sekaligus dapat dijadikan gambaran ketika kita ingin menjadikan media sosial sebagai basis data untuk memetakan opini publik.

Secara teknis, untuk melakukan pemantauan sirkulasi data / informasi di media sosial diperlukan perangkat khusus berupa aplikasi yang secara otomatis mampu merekam dan mengkategorikan beragam percakapan yang ada di media sosial. Beberapa aplikasi yang sering digunakan seperti aplikasi berbasis *Application Programming Interface* (API) atau *Natural Language Programming* (NLP). Cara kerja dari aplikasi tersebut adalah dengan menjangkau semua percakapan di media sosial berdasarkan kata kunci (*keyword*). Bahkan beberapa aplikasi yang lebih canggih mampu mengidentifikasi dan memetakan dari akun mana sumber pertama kali sebuah isu di release di media sosial. Pendekatan dengan menggunakan teknik media sosial monitoring adalah suatu hal yang lumrah dilakukan di negara-negara maju.

Menjadikan media sosial sebagai basis data untuk memetakan opini publik

bukanlah tanpa kendala. Beberapa tantangan dan kendala yang paling sering dihadapi adalah banyaknya akun-akun palsu yang sengaja dibuat oleh oknum tertentu untuk secara sengaja menyuarakan pendapat yang telah diseting terlebih dulu dengan tujuan tertentu. Selain itu banyaknya informasi *hoax* yang bersirkulasi di media sosial menjadikan monitoring media sosial harus dilakukan secara lebih hati-hati.

### **KESIMPULAN**

Masifnya penggunaan media sosial oleh masyarakat Indonesia sebagaimana ditunjukkan oleh berbagai data yang telah dibahas diatas, harus dipandang dari sisi perkembangan riset opini publik sebagai peluang sekaligus tantangan.

*Pertama*, sebagai peluang karena di era media sosial inilah publik secara sukarela menyampaikan pendapat, pandangan, maupun kritiknya mengenai berbagai persoalan yang dihadapinya tanpa harus disodori dengan lembaran kuesioner ataupun wawancara. Tanpa instrumen pengambilan data berupa kuesioner dan wawancara, publik pengguna media sosial dengan sangat antusias terlibat dalam berbagai debat dan dialog bebas yang setara mengenai berbagai permasalahan yang dihadapi masyarakat. Mulai dari komentar satir dan sindiran yang lucu hingga komentar-komentar serius yang didukung data dan fakta bahkan referensi

dapat kita temukan dalam perbincangan dan dialog di media sosial. Ketika suatu teks yang diproduksi publik apakah lewat postingan *update status* atau komentar dukungan, kritikan, kekecewaan atau bahkan pembunuhan karakter, maka disitulah ruang bagi peneliti maupun pengambil kebijakan untuk menjaring, memetakan dan menganalisisnya.

Kedua, dikatakan sebagai tantangan kerana untuk memetakan opini publik yang bersirkulasi di media sosial memerlukan metode riset yang berbeda dari proses penjaringan opini publik yang biasa dilakukan secara konvensional. Selain dikarenakan luasnya cakupan topik riset opini publik di media sosial yang sangat kaya akan data, kita akan dihadapkan pada fenomena autesitas / keaslian akun sekaligus validitas isi kontennya. Di era *cyber* teknologi saat ini, tidak menutup kemungkinan bahwa akun-akun di media sosial merupakan akun bajakan atau bahkan akun bot, dimana akun tersebut digerakan lewat bahasa pemrograman algoritma tertentu sehingga secara otomatis dapat memposting data sesuai yang diinginkan si pembuat.

Untuk itu, perumusan parameter dan teknik yang digunakan haruslah benar-banar mampu meminimalisir berbagai permasalahan yang dihadapi dalam memetakan opini publik di media sosial. Karena dalam menjaring dan melakukan

analisis data yang bersumber dari media sosial tidaklah mudah. Diperlukan suatu teknik dan metode yang berbeda dari proses penjaringan opini publik secara konvensional. Salah satu teknik yang dapat diadaptasi adalah dengan menggunakan teknik media sosial monitoring berbasis aplikasi sehingga dapat merekam proses perbincangan di media sosial secara otomatis. Termasuk dapat mengeliminir konten dan akun palsu dapat terjaring dalam proses penjaringan datanya. Oleh karenanya, penulis mempercayai bahwa teknik monitoring media sosial akan dapat berkembang secara terus menerus sesuai dengan kebutuhan akan pentingnya memetakan data berbasis media sosial.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **BUKU**

- Abugaza, Anwar. (2013). *Social Media Politica, Gerak Massa Tanpa Lembaga*. Tangerang: Tali Writing & Publishing House.
- Castells, Manuel. (2010). *The Rise of Network Society*. United Kingdom: Willey-Blackwell Publishing, Ltd.
- Devie, Rachmawati dan Adi Ahdiat. (2014). *Penelitian Sosial Digital, Menelaah Kehidupan Masyarakat di Era Teknologi Informasi*. Jakarta; Linea Pustaka.

Jensen, Klaus Bruhn. (2011) *New Media, Old Methods-Internet Methodologies and The Online/Offline Divide*. In Consalvo, Mia & Ess, Charles (ed). *“The Handbook of Internet Study”*. UK: Willey-Blackwell Publishing. 2011.

Mulyana, Deddy. (2013). *Komunikasi Politik Politik Komunikasi. Membedah Visi dan Gaya Komunikasi Praktisi Politik*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

#### **JURNAL & KARYA ILMIAH**

Bakardjieva, Maria. (2011). *Reconfiguring The Mediapolis: New Media And Civic Agency*. *Journal New Media & Society*. Vol. 14 I. hlm. 63-79. Sage

Boynton, G.R et al. (2013). *The Reach of Politics via Twitter- Can That Be Real?*. *Open Journal of Political Science* Vol.3, 3. hlm. 91-97.

Brock, Andre. (2012). *From the Blackhand Side: Twitter as Cultural Conversation*. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* Vol.56, 4. hlm. 529-549. Routledge.

Nugroho, Yanuar. (2011). *@ksi warga: Kolaborasi Demokrasi Partisipatoris, dan Kebebasan Informasi- Memetakan Aktivisme sipil kontemporer dan penggunaan media sosial di*

*Indonesia. Laporan. Kolaborasi Penelitian antara Manchester Institute Of Inovation Research, university of Manchester dan Hivos Regional Southeast Asia*. Manchester dan Jakarta: MIOIR dan Hivos.

Rane, Halim and Salem Sumra. (2012). *Social Media Social Movements and the Difussion of Ideas in The Arab Uprisings*. *Journal of International Communication*. Vol. 18 No.1 hlm.97-111. London: Routledge publisher.

#### **Surat Kabar**

*“Tiga Kesalahan Survey Petakan Pilkada Jakarta”*, *Kompas*, 15 Juli 2012.

#### **INTERNET**

*“Menyoal Fenomena Kultwit di Indonesia”* <http://inet.detik.com/read/2013/7/31/100129/2319727/398/menyoal-fenomena-kultwit-di-indonesia> diakses, 10 Desember 2013

*“Indonesia Snapshot”* <http://www.wearesocial.sg/> diakses, 4 Desember 2015

*“Big Data, Big Bussiness”* dalam majalah *New Scientists* <http://www.newscietist.com/cloudup/article/in423> diakses 12 Mei 2014

*”Internet, Media Online dan Demokrasi di Indonesia”*,

<http://www.aji.or.id/upload/article>

[doc](#) diakses 24 Mei 2014

“Media Monitoring”

<http://www.awesometrics.com/blog/media>

[-monitoring/](#) diakses, 30 Agustus

2016