

Peran Netizen Dalam Membentuk Opini Publik (Studi Kasus Pada Siswa SMKN 4 Bekasi)

Fitriyanto, Ilham Albar Pane, Romi Syahril, Achmad Maulizal, Ade Chitra Permatasari
AKOM BSI Jakarta, fitriyanto.fyt@bsi.ac.id

Abstrak

Artikel ini membahas mengenai perilaku masyarakat dalam hal ini adalah siswa-siswi SMK 4 Bekasi agar memahami peran mereka dalam menggunakan media sosial atau lebih familiar di dunia maya dengan istilah Netizen, mereka-mereka adalah remaja yang menggunakan beragam media sosial. Hal ini dikaji dikarenakan masih terdapat masyarakat yang belum memahami tentang peran mereka untuk menyampaikan informasi ke publik. Penelitian ini menggunakan studi kasus dengan paradigma konstruktif, penelitian merupakan bagian dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada remaja khususnya siswa-siswi SMKN 4 Bekasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui diskusi dan wawancara yang melibatkan 15 siswa dan siswi SMKN 4 Bekasi. Hasil penelitian ini menemukan bahwa remaja masih sangat awam dalam pemahaman dampak dari apa yang di sebar, mereka hanya sebatas menyebarkan dan cenderung mengikuti berita viral. Hal ini dikarenakan remaja belum memiliki pengetahuan tentang bagaimana menyaring informasi, membedakan informasi dan kecenderungan mengikuti Netizen lainnya atau tren yang terjadi di dunia maya. Tingkat pemahaman mereka akan teruji ketika diberikan materi dan diskusi mengenai dampak dari peran mereka dalam menyebarkan informasi bisa berdampak opini publik, yang bersifat menggiring pada keyakinan masyarakat luas bahwa berita viral itu benar. Kesimpulan bahwa pentingnya mengajak dan memberika pemahaman pada remaja mengenai pentingnya mendapatkan pengetahuan lebih bahwa mereka turut andil dalam menggiring informasi masyarakat, mereka harus paham bahwa informasi yang mereka terima tidak boleh langsung di *share*, harus ada kroscek dulu tentang kebenaran dan sumber berita yang mereka peroleh, andaikata boleh di *share* pun harus melihat dulu grup dan teman sekitarnya, apakah perlu dan apakah ada dampak sosial didalamnya. Pada akhirnya mereka akan paham dampak dari informasi yang mereka sebar dan menghindari dari maraknya salah informasi selama ini.

Kata Kunci: Netizen, Berita Viral, Opini Publik

Abstract

This article discusses the behavior of the community in this case is the students of SMK 4 Bekasi to understand their role in using social media or more familiar atcyberspace with the term Netizen, they-they are teenagers who use diversesocial media. This is studied because there are still people who do not understandabout their role to convey information to the public. This study usescase studies with constructive paradigms, research is part of the activitydevotion to the community conducted in adolescents, especially students SMKN

4Bekasi. Data collection techniques used through discussions and interviews involving 15 students of SMK 4 Bekasi. The results of this study found that adolescents still very layman in understanding the impact of what is spread, they are limited spread and tend to follow viral news. This is because teenagers do not have knowledge of how to filter information, differentiate information and trends follow other Netizens or trends that occur in cyberspace. Their level of understanding will be tested when given the material and discussion about the impact of their role in disseminating information can impact public opinion, which leads to confidence the general public that viral news is true. The conclusion that the importance of inviting and giving the adolescent an understanding of the importance of gaining more knowledge that they take part in bringing people's information, they must understand that the information they receive can not be directly shared, there must be a first check about the truth and the source of the news they get, if they should share it should see first group and friends around, whether necessary and whether there is social impact in it. One eventually they will understand the impact of the information they are dissipating and avoiding from rampant misinformation so far.

Keywords: Netizen, Viral News, Public Opinion

Diterima :28 Juli 2018, Direvisi :16 Agustus 2018, Dipublikasikan : 20 Agustus 2018

Pendahuluan.

Pengabdian Kepada Masyarakat merupakan suatu media untuk menjembatani dunia pendidikan dengan masyarakat, dimana perguruan tinggi dihadapkan pada masalah bagaimana agar warga masyarakat mampu menghadapi tantangan lebih jauh kedepan di era globalisasi. Terkait hal tersebut AKOM BSI Jakarta merencanakan satu kegiatan pendidikan, pelatihan dan penyuluhan kepada remaja SMKN 4 Bekasi, tentang pelatihan dalam merancang grafis dengan perkembangan teknologi dan bahaya konten negatif media sosial dan penyuluhan tentang cerdas memilah berita serta menjadi Netizen.

Bagi masyarakat Indonesia khususnya kalangan remaja, media sosial seakan sudah menjadi candu, tiada hari tanpa membuka media sosial, bahkan nyaris waktu mereka dihabiskan dengan aktivitas tersebut, namun faktanya remaja belum memiliki kemampuan memahami, menyeleksi, mengevaluasi, dan mengkritisi konten media sosial termasuk di daerah perkotaan maupun pedesaan. Selain itu remaja juga belum memiliki wawasan luas tentang bagaimana mengelola suatu grafis untuk kepentingan program dan media sosial. Oleh karena PPPM AKOM BSI merasa penting berbagi pengetahuan kepada target audiens melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat dalam bentuk pendidikan, pelatihan dan penyuluhan.

Seiring dengan kebutuhan komunikasi yang lebih luas maka lahirlah komunikasi massa yang memenuhi kebutuhan informan masyarakat luas. Mengutip dari buku Sendjaja *Pengantar Ilmu Komunikasi* definisi Defleur dan Dennis (1985) Komunikasi Massa adalah suatu proses dimana komunikator-komunikator menggunakan media untuk untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus menciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang

besar dan berbeda-beda melalui berbagai cara. Kini media massa bisa hadir setiap saat seiring dengan perkembangan teknologi, dimanapun informasi dapat dengan mudah diperoleh dengan cepat melalui televisi, radio dan internet. Dampak dari media massa ini sendiri dapat dilihat dari dua aspek, yaitu dampak yang berkaitan dengan media secara fisik dan dampak yang berkaitan dengan pesan media massa (Sendjaja, 2009:732). Salah satu perkembangan komunikasi massa adalah lahirnya internet sebagai peradaban baru dalam kehidupan masyarakat, semakin tingginya peradaban melalui internet sebagai sarana komunikasi. Internet adalah sumber informasi, alat komunikasi serta alat hiburan (Akbar, 200:10).

Internet sendiri terus berinovasi dan mengalami perkembangan yang sangat pesat, jika dibandingkan dengan kemajuan lainnya. Karena internet sendiri telah memberikan beberapa keunggulan yang semakin baik di antaranya: manusia telah menggunakan fasilitas komunikasi ini sebagai sarana penyampai pesan mereka, khususnya pada media sosial. Bahkan, semakin ke sini, perkembangan internet pun semakin canggih. Seperti ibarat, orang bisa mendapatkan uang hanya dengan duduk menatap layar komputer atau ponselnya. Atau orang cukup duduk ketika ia menginginkan sesuatu atau berbelanja, tanpa perlu berjalan, manusia sudah bisa melakukan aktivitasnya. Tak heran jika kita tengok samping kanan kiri, orang mulai tunduk dan fokus pada ponsel mereka masing-masing. Hal inilah sebagai salah satu dampak negatif dari internet itu sendiri. Rasa sosial mereka akan semakin berkurang. Budaya tegur sapa pun akan semakin punah di kalangan masyarakat. Dari mulai anak-anak hingga orang dewasa, semua sudah melekat dalam diri mereka dengan internet. Sehingga, manusia akan termakan waktu yang lebih banyak di internet (dunia maya) dibandingkan dengan dunia masyarakat (dunia sebenarnya). Pengalaman yang dianggap histori pun menjadi status keadaan yang mudah diketahui oleh orang lain yang tidak mengenal individu tersebut. Namun, dampak positif daripada internet dalam komunikasi ini sendiri adalah dengan menyebarkan suatu jaringan, maka manusia pun merasa lebih mudah untuk berkomunikasi dengan siapa saja dan di mana saja. Sehingga, waktu akan terasa lebih efisien dan efektif ketika manusia hendak melakukan aktivitas komunikasi. Karena fungsi dari internet sendiri tidak membatasi segala umur maupun jarak lokasi. Sehingga, manusia bisa mampu berkomunikasi dengan siapa saja dan kapanpun hingga di mana saja kita berada.

Pada tahun 2017 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa. Data tersebut merupakan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Angka tersebut meningkat dibandingkan pada tahun sebelumnya yakni tahun 2016 yang tercatat mencapai 132,7 juta jiwa, artinya jumlah tersebut mencakup 54, 68 persen dari jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 262 juta orang. Sebelumnya, berdasarkan survei yang dilakukan APJII pada tahun 2016, jumlah pengguna internet Indonesia mencapai 132,7 juta jiwa. Kehadiran beragam aplikasi dan media sosial yang menghubungkan langsung ke dunia maya, menjadikan masyarakat dimanjakan oleh informasi yang bebas dan menyebarkan berita tanpa batas, yang kadang memperoleh berita baik ataupun tidak, dan menyebarkan berita benar ataupun berita yang tidak valid. Hadirnya teknologi komunikasi dan informasi yang pesat saat ini mendorong masyarakat

dunia untuk turut aktif dalam memperoleh dan mengelola informasi yang diinginkan. Masyarakat virtual atau Netizen yang terbentuk akibat kemunculan teknologi komunikasi dan informasi berdampak kepada terbentuknya public sphere dalam membicarakan suatu opini public yang berkembang. Informasi yang mereka peroleh dan mereka sebarkan menggiring golongan masyarakat untuk memberikan aspirasi yang mereka inginkan. Netizen adalah istilah atau perumpamaan yang seringnya dipakai untuk "Warganya Internet". Karena itu, Netizen biasa diartikan sebagai orang-orang yang secara aktif selalu hadir terlibat di komunitas-komunitas online, komunitas digital, atau Internet secara umumnya. Pada umumnya netizen adalah mereka yang mengakses dan menggunakan jaringan internet. Mereka juga saling berkolaborasi dan bertukar aspirasi di dunia maya. Misalnya melalui sosial media seperti Facebook, Twitter, Tumblr, Blogger, dan sebagainya. Dengan kata lain netizen adalah aktivis dunia maya. Melakukan komunikasi dengan netizen lain melalui akses sosial media. Di sini antarnetizen saling melakukan interaksi. Misalnya melalui Skype, wall to wall, email, chat, dan sebagainya. Menyuarakan pendapatnya ke publik luas, misalnya berupa opini, kecaman, promosi, dan sebagainya. Menyuarakan pendapat dapat dilakukan di banyak sosial media, misalnya melalui Facebook, Twitter, Tumblr, dan sebagainya. Sejauh ini, netizen sangat berpengaruh dalam ranah dunia maya. Netizen adalah mereka yang tergabung dalam jaringan yang luas dan berani menyuarakan pendapatnya dengan tegas. Mereka bisa mengkritik dengan pedas, mengecam dengan kejam, dan memberi simpati dengan hebat. Tak mengherankan bila jagad dunia maya adalah bergantung dengan para netizen ini, namun semua itu tergantung dari sikap individu masing-masing dalam menyikapi adanya fenomena ini. Bila kita mampu memanfaatkan sarana tersebut dengan baik dan benar, maka kita tidak akan tersesat dan terjebak dalam modernisasi bahkan digitalisasi.

Dalam pengembangan masyarakat mengenai beragam informasi yang di peroleh dan yang di sebarkan pada akhirnya memebentuk sebuah opini publik, Opini Publik Menurut Arifin (2010:5) opini publik terdiri dari kata yakni opini dan publik. Opini berasal dari opinion di bahasa Inggris yang mempunyai pendapat. Kata publik dalam bahasa Inggris adalah public yang apabila dibahasakan ke bahasa Indonesia memiliki beberapa pengertian. Jika dirangkaikan dengan yakni publik opinion maka kata tersebut berarti pendapat umum atau opini publik. Dalam konteks agenda setting media massa Arifin (2010) memaparkan tiga unsur dari opini publik ini yakni : (1) Harus ada peristiwa atau kata-kata, penting dan menyangkut kepentingan publik yang disebarluaskan melalui media massa (2) Harus terdapat sekelompok orang yang berdiskusi mengenai isu tersebut dan bersepakat terhadap sikap dan pendapat mereka. (3) Pendapat hasil kesepakatan kemudian diekspresikan atau dikomunikasikan dalam bentuk lisan, tertulis, dan perilaku. Opini publik dapat terbagi menjadi dua yakni yang bersifat latent dan aktual.

Opini publik aktual adalah pendapat umum yang sebenarnya karena dikomunikasikan secara terbuka dan dijawab dengan segera oleh publik dan berpengaruh signifikan. Opini Publik menurut batasan dari Hennessy (1970, dalam Blake 2003:119) adalah kekuatan kerangka pikiran yang seringkali berasal dari suatu susunan pendapat yang berbedabeda dinyatakan secara terbuka oleh sejumlah besar

orang tentang suatu ihwal masyarakat. Kekuatan kerangka pikiran menyatakan berkumpulnya sejumlah besar pendapat pribadi dengan tujuan membedakan keadaan ini dari semua keadaan lainnya yang ada. Susunan pendapat yang berbeda menyatakan bahwa setiap isu tertentu akan menghasilkan dua atau lebih, mungkin banyak sekali sudut pandang. Dinyatakan secara terbuka, pendapat ini dikomunikasikan dalam cara demikian sehingga memperoleh perhatian dari para pengambil keputusan atau pemerintah. Suatu isu yang berkenaan dengan ihwal masyarakat adalah suatu keadaan yang berhubungan dengan banyak orang dan berkenaan dengan adanya kemungkinan ketidaksepakatan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, maka artikel ini fokus pada kegiatan sosialisasi peran netizen dalam membentuk opini. Diharapkan kajian ini selain memberikan aspek manfaat secara teoritis yaitu pengetahuan di bidang ilmu komunikasi khususnya di media sosial, juga berkontribusi secara praktis untuk generasi muda dalam menggunakan internet dan media sosial, sehingga para generasi muda paham bahwa apa yang mereka sebarkan dalam media sosial akan memiliki dampak yang besar dalam pandangan orang banyak yang akhirnya menggiring opini publik, baik yang baik maupun yang tidak benar.

Metode

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif (*qualitative research*). Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007: 4) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Penelitian kualitatif ini secara spesifik lebih diarahkan pada penggunaan metode studi kasus. Pada dasarnya penelitian dengan jenis studi kasus bertujuan untuk mengetahui tentang sesuatu hal secara mendalam. Maka dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode studi kasus untuk mengungkap tentang penggunaan media sosial dalam dunia remaja, dengan memahami dan memaknai pandangan serta kejadian pada subyek penelitian dalam rangka menggali tentang siswa-siswi SMK N 4 Bekasi dalam memahami media internet khususnya media sosial. Pemilihan metode ini didasari 65 pada fakta bahwa tema dalam penelitian ini termasuk unik dan merupakan perilaku dalam masyarakat (Dedy Mulyana, 2004: 201).

Pertanyaan yang dikemukakan lebih kepada penggunaan media sosial, pengetahuan media sosial, pengetahuan tentang kebenaran informasi, berita viral dan efek dari berita yang membentuk opini publik. Untuk menjawab beberapa aspek tersebut peneliti melakukan pengumpulan data melalui beberapa tahap sesuai dengan kebutuhan studi kasus yaitu dengan wawancara dan observasi. Wawancara dipergunakan untuk mengadakan komunikasi dengan subjek penelitian sehingga diperoleh data-data yang diperlukan (Moloeng, 2007: 186). Sedangkan observasi Burhan (2007: 115) digunakan untuk mengamati melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya. Dalam melaksanakan pengamatan

ini sebelumnya peneliti akan mengadakan pendekatan dengan subjek penelitian sehingga terjadi keakraban antara peneliti dengan subjek penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Materi mengenai “Peran Netizen dalam Membentuk Opini Publik” sangat erat kaitan dengan pola komunikasi kekinian yang dialami oleh siswa-siswi SMK N 4 Bekasi. Fenomena-fenomena seperti viral marketing, citizen journalism, merupakan sebuah aktivitas yang perlu dipahami sebagai sebuah tujuan yang sangat kritis, seperti akan dibawa kemana sebuah pemahaman tentang sebuah wacana dalam sebuah pemberitaan. Banyak anak muda yang sering kali meneruskan sebuah pesan tanpa menimbang efek yang berlaku sehingga melupakan fungsi keaktifan mereka di dunia sosial dapat menentukan opini publik. Untuk itu, perlu adanya pemahaman khusus kepada para remaja, khususnya siswa-siswi ini dalam mengembangkan pola komunikasi melalui media sosial.

Penggunaan media sosial Siswa-siswi SMKN 4 Bekasi sangat membantu pihak sekolah dalam memajukan ekstra kurikuler, sebab ekstrakurikuler tersebut sudah terbukti dapat membawa pulang banyak piala dan berprestasi bagi Siswa-siswi SMKN 4 Bekasi. Sehingga pengguna media sosial mengenal istilah Viral, Viral adalah kata sifat yang berhubungan dengan internet yang artinya adalah untuk menggambarkan sesuatu yang sangat cepat menjadi populer di kalangan pengguna internet dengan cara mempublikasikan atau mengirim e-mail ke orang-orang .misalnya foto, video, atau informasi lainnya.

Pendekatan dan Panduan Dalam Mengelola Informasi

Sebagai remaja tentu rasa ingin tahu dan ingin cepat memberi tahu adalah sifat yang lumrah, nah ini sangat berbahaya jika tidak dibarengi dengan pemahaman yang luas tentang informasi yang benar dan yang salah. Jika tidak ada kehati-hatian, netizen pun dengan mudah termakan tipuan hoax tersebut bahkan ikut menyebarkan informasi palsu itu, tentunya akan sangat merugikan bagi pihak korban fitnah bahkan dapat menghasut. Ada lima langkah sederhana yang bisa membantu dalam mengidentifikasi mana berita hoax dan mana berita asli:(1) Hati-hati dengan judul provokatif, berita hoax seringkali menggunakan judul sensasional yang provokatif, misalnya dengan langsung menudingkan jari ke pihak tertentu. Isinya pun bisa diambil dari berita media resmi, hanya saja diubah-ubah agar menimbulkan persepsi sesuai yang dikehendaki sang pembuat hoax. (2) Cermati alamat situs, untuk informasi yang diperoleh dari website atau mencantumkan link, cermatilah alamat URL situs dimaksud. Apabila berasal dari situs yang belum terverifikasi sebagai institusi pers resmi -misalnya menggunakan domain blog, maka informasinya bisa dibilang meragukan. (3) Periksa fakta, perhatikan dari mana berita berasal dan siapa sumbernya? Apakah dari institusi resmi seperti KPK atau Polri? Sebaiknya jangan cepat percaya apabila informasi berasal dari pegiat ormas, tokoh politik, atau pengamat.(4) Cek keaslian foto, di era teknologi digital saat ini , bukan hanya konten berupa teks yang bisa dimanipulasi, melainkan juga konten lain berupa foto atau

video. Ada kalanya pembuat berita palsu juga mengedit foto untuk memprovokasi pembaca. (5) Ikut serta grup diskusi anti-hoax, di Facebook terdapat sejumlah fanpage dan grup diskusi anti hoax, misalnya Forum Anti Fitnah, Hasut, dan Hoax (FAFHH), Fanpage & Group Indonesian Hoax Buster, Fanpage Indonesian Hoaxes, dan Grup Sekoci. Kemudian, bagi pengguna internet Anda dapat mengadukan konten negatif ke Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan melayangkan e-mail ke alamat aduankonten@mail.kominfo.go.id.

Simpulan dan Rekomendasi

Data dari hasil penelitian dan analisis menyimpulkan bahwa Siswa-siswi SMK N 4 Bekasi belum mengetahui tentang apa dan bagaimana fungsi media sosial dalam mengolah pesan, rata-rata mereka tidak menyaring pesan yang di sampaikan itu benar atau tidak sebelum dipublikasikan. Untuk mengatasi ketidakpahaman siswa-siswi SMK N 4 Bekasi, maka dilakukan kampanye media massa dalam menggunakan dan mengolah pesan melalui media sosial. Agar tidak terjadi berita-berita bohong pada saat mau mempublikasikan pesan yang ingin disampaikan kepada netizen. Kegiatan ini bertujuan agar siswa-siswi SMK N 4 Bekasi memahami dalam menggunakan media sosial baik di dalam sekolah maupun diluar sekolah.

Acknowledgements

Artikel ini merupakan bagian dari hasil penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, lokasi kegiatan di SMKN 4 Bekasi. Penulis menyampaikan rasa terima kasih atas dukungan berupa waktu dengan berkenan hadir pada kegiatan pengabdian. Diharapkan kegiatan ini dapat dilakukan secara berkesinambungan agar remaja paham bahwa harus bijak dalam mengolah pesan melalui media sosial.

Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan, 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Kencana
Arifin, Anwar, 2010. *Opini Publik*. Jakarta : Gramata Publishing, Bara.
Akbar Ali, 2005, *Menguasai Internet Plus Pembuatan Web*, Bandung: M2S.
Moleong, Lexy J, 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : Remaja Rodaskary.
Mulyana, Dedy, 2008. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung : Rosdakarya
Sendjaja, Djuarsa, 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : Universitas Terbuka.