



Polarisasi Sebagai Bentuk Efek Negatif Dalam Pembentukan Opini Publik Pada Pemilihan Presiden 2019

Rizky Faturahman¹⁾, Nadia Azahra²⁾, Alfira Triana Perdika³⁾, Ferdian Mursidul Akmal⁴⁾,
Nazwa Rizqia Kamila⁵⁾, Pia Khoirotun⁶⁾

¹²³⁴⁵⁶ UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Email:

¹alfiraaa99@gmail.com, ²ferdianmursidul9@gmail.com, ³zahrayaya6477@gmail.com,
⁴nazwa.rizqial5@gmail.com, ⁵rizkyfatur004@gmail.com, ⁶pia.khoirotun@uinjkt.ac.id

Keywords

Democracy, Polarization,
Effects, Public Opinion,
Presidential Elections

ABSTRACT

In the context of democracy and the 2019 Indonesian presidential election, the use of social media has shown a significant impact in shaping public opinion, especially in the context of social polarization and division. This study hypothesizes that Agenda Setting strategies through social media strengthen societal divisions by prioritizing certain issues that mobilize group emotions and identities. The main question raised is how social media influences public opinion during elections and supporting questions include how issues are selected and framed to influence voters. The theoretical framework of this study focuses on Agenda Setting Theory to explain the manipulation of issues and public perceptions. The research methodology involved analyzing digital content from popular social media platforms during the election, looking at the frequency and context of the issues promoted. The analysis combines theory with empirical data, revealing how narratives are shaped to create 'echo chambers' and reinforce polarization. The study's conclusions show that although social media provides a platform for broader democratic participation, its uncritical use can deepen social divisions, highlighting the importance of media literacy in today's digital era.

Pendahuluan

Demokrasi, sebagai sistem pemerintahan yang mengutamakan kedaulatan rakyat, berfungsi sebagai fondasi bagi negara-negara yang menjunjung tinggi kebebasan individu dan partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan politik. Dalam konteks demokrasi, pemilihan presiden merupakan salah satu manifestasi paling vital, karena melalui proses ini, rakyat secara langsung memberikan suara mereka untuk memilih pemimpin yang akan mengemban amanah kebijakan publik dan arah negara dalam periode mendatang (Amanu, 2021a). Proses pemilihan ini mencerminkan esensi dari demokrasi itu sendiri, di mana suara setiap individu dihitung dan berkontribusi terhadap hasil akhir yang akan menentukan masa depan negara.

Peran media massa dalam konteks pemilihan presiden sangat krusial. Media bertindak sebagai jembatan informasi antara calon presiden dan pemilih, serta sebagai alat pengawasan yang kritis terhadap proses demokrasi itu sendiri. Media massa tidak hanya menyediakan platform untuk kampanye dan dialog antara kandidat dan konstituen, tetapi juga mempengaruhi formasi opini publik melalui cara berita disajikan dan dikonsumsi. Misalnya, bagaimana media menyoroti isu-isu tertentu atau memilih untuk menampilkan kandidat dalam cahaya yang positif atau negatif dapat sangat mempengaruhi persepsi publik. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang dinamika antara demokrasi, pemilihan presiden, dan peranan media massa dalam era informasi yang serba cepat dan digital ini menjadi penting. Terutama untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan media bersifat benar dan tidak memihak, sehingga mendukung proses demokrasi yang sehat dan inklusif (Sri Choiriyati, n.d.).

Peran media massa dalam perspektif politik merupakan sebuah konsep yang mempertimbangkan bagaimana media massa memengaruhi proses politik dalam suatu masyarakat (Jurusan et al., 2015a). Media massa memiliki kekuatan untuk membentuk opini publik, memengaruhi agenda politik, serta memfasilitasi dialog antara pemerintah dan rakyat. Dalam demokrasi modern, media massa sering kali dianggap sebagai pilar penting yang mendukung fungsi-fungsi demokratis, seperti akuntabilitas pemerintah, transparansi, dan partisipasi politik. Melalui liputan berita, editorial, dan program debat,

media dapat memperkenalkan isu-isu penting kepada masyarakat, serta memberikan berbagai perspektif yang membantu pemilih membuat keputusan yang lebih informasi.

Namun demikian, peran media massa juga dapat menjadi bahan kritik karena terkadang cenderung memihak pada kepentingan politik tertentu atau menciptakan narasi yang tidak objektif (Kustiawan et al., n.d.). Hal ini dapat terjadi karena berbagai alasan, termasuk tekanan dari pemilik media, pengiklan, atau pemerintah. Misalnya, media yang dimiliki oleh individu atau perusahaan yang memiliki kepentingan politik tertentu mungkin lebih cenderung menyajikan berita yang mendukung agenda mereka. Dalam konteks ini, independensi dan integritas jurnalis menjadi sangat penting untuk menjaga kepercayaan publik terhadap media massa.

Selain itu, media massa juga berperan sebagai alat kontrol dalam politik. Melalui pemberitaan dan penelitian yang mereka lakukan, media massa dapat mengungkap skandal politik, penyalahgunaan kekuasaan, atau ketidakpatuhan terhadap prinsip-prinsip demokrasi (Amanu, 2021b). Dengan demikian, mereka menjadi pengawas yang efektif terhadap para pemimpin politik dan institusi-institusi pemerintah. Misalnya, investigasi jurnalistik yang mengungkap korupsi atau penyalahgunaan kekuasaan dapat memicu tindakan hukum dan perubahan kebijakan yang penting. Namun, kekuatan media massa juga dapat disalahgunakan, baik oleh pemerintah atau kepentingan politik tertentu, untuk memanipulasi informasi dan memperkuat agenda mereka sendiri (Nacota Yeshida Sapahuma, 2015). Contohnya, pemerintah otoriter mungkin menggunakan media massa untuk menyebarkan propaganda dan membungkam suara-suara oposisi.

Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk menjadi kritis terhadap informasi yang disajikan oleh media massa, serta untuk memastikan kebebasan pers tetap terjaga sebagai salah satu pijakan utama bagi demokrasi yang sehat. Kebebasan pers memungkinkan media untuk beroperasi tanpa campur tangan atau sensor dari pemerintah, sehingga mereka dapat melaporkan berita dengan jujur dan akurat. Selain itu, masyarakat juga harus diberdayakan dengan literasi media yang baik, agar mereka dapat menganalisis dan mengevaluasi informasi yang mereka terima dengan lebih kritis.

Dalam era digital saat ini, media massa juga menghadapi tantangan baru. Kemunculan media sosial dan platform digital lainnya telah mengubah cara informasi

diproduksi dan dikonsumsi. Sementara media tradisional seperti surat kabar dan televisi masih memainkan peran penting, media sosial telah memungkinkan penyebaran informasi dengan lebih cepat dan luas. Namun, ini juga membawa risiko penyebaran informasi yang salah atau hoaks. Oleh karena itu, media massa harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi ini, sambil tetap menjaga standar jurnalisme yang tinggi.

Di sisi lain, masyarakat juga perlu lebih bijak dalam menggunakan media sosial. Mereka harus mampu membedakan antara sumber informasi yang kredibel dan yang tidak. Literasi digital menjadi kunci dalam hal ini, di mana pendidikan tentang penggunaan teknologi dan media harus dimasukkan dalam kurikulum pendidikan formal. Dalam era digital ini, adaptasi terhadap teknologi baru juga menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh media massa, agar mereka tetap relevan dan efektif dalam mendukung demokrasi yang sehat dan inklusif.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan kajian pustaka untuk memahami fenomena polarisasi sebagai efek negatif dalam pembentukan opini publik pada pemilihan presiden Indonesia tahun 2019. Pendekatan kualitatif dipilih karena tujuan penelitian adalah untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dan kontekstual mengenai isu ini. Metode studi kasus difokuskan pada pemilihan presiden 2019 sebagai unit analisis untuk mengkaji bagaimana polarisasi terjadi dan mempengaruhi opini publik selama periode tersebut. Selain itu, kajian pustaka dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis literatur yang relevan, termasuk buku dan jurnal ilmiah, yang akan digunakan untuk membangun kerangka teoretis dan mendukung analisis data dari studi kasus.

Hasil dan Pembahasan

1. Teori Agenda Setting

Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw merupakan pelopor teori agenda setting. Teori ini diperkenalkan sekitar tahun 1973 melalui publikasi pertama mereka yang berjudul "The Agenda Setting Function of The Mass Media" dalam jurnal *Public Opinion Quarterly* No.37 (Nurudin: 2011).

Singkatnya, teori ini menyatakan bahwa media, khususnya media berita, tidak selalu menentukan apa yang kita pikirkan, tetapi mereka sangat pandai dalam mengarahkan fokus dan perhatian kita pada isu-isu tertentu. Media massa ibarat kompas yang menuntun kita untuk memikirkan hal-hal yang dianggap penting oleh mereka. Teori ini berasumsi bahwa media memiliki kekuatan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian publik terhadap ide atau peristiwa tertentu. Media memberitahu kita apa yang penting dan apa yang tidak, serta memengaruhi siapa yang harus kita dukung dan apa yang harus kita lakukan.

Menurut Ardianto (2007) efek dari agenda setting model terdiri atas efek langsung dan efek lanjutan (*Subsequent Effect*). Efek langsung dari agenda setting berkaitan dengan keberadaan suatu isu dalam agenda publik. Media massa dapat menentukan isu mana yang dianggap penting oleh khalayak. Efek lanjutan adalah bagaimana media massa memengaruhi persepsi publik terhadap suatu isu. Media massa dapat membentuk opini dan keyakinan publik melalui pemberitaan mereka. Dalam hal ini, McCombs dan Shaw tidak menyatakan bahwa media sengaja berupaya mempengaruhi publik, tetapi publik melihat kepada profesional yang bekerja pada media massa untuk meminta petunjuk kepada media ke mana publik harus memfokuskan perhatiannya (Morissan: 2010).

Kekuatan media dalam membentuk agenda publik berhubungan erat dengan kedekatannya dengan pusat kekuasaan. Semakin dekat hubungan media dengan kelompok elit, semakin besar pengaruh mereka terhadap agenda media dan publik. Para penganut teori kritis meyakini bahwa media seringkali menjadi alat ideologi dominan di masyarakat. Ideologi ini kemudian mempengaruhi agenda publik melalui pemberitaan media (Jurusan et al., 2015b).

2. Demokrasi dan Pemilihan Presiden 2019

Demokrasi adalah sistem pemerintahan di mana rakyat memiliki peran langsung dalam proses pengambilan keputusan politik. Pemilihan umum merupakan salah satu mekanisme utama dalam demokrasi yang memungkinkan rakyat untuk memilih wakil-wakil mereka dalam pemerintahan. Dalam konteks Indonesia, pemilihan presiden dan wakil presiden dilakukan secara langsung oleh

rakyat melalui pemilu dengan masa jabatan lima tahun. Proses pemilihan umum ini merupakan wujud dari kedaulatan rakyat untuk memilih pemimpin yang aspiratif, berkualitas, dan bertanggung jawab dalam mensejahterakan rakyat.

Pemilihan presiden dan wakil presiden juga melibatkan partisipasi politik dari berbagai pihak, termasuk partai politik, pemerintah, pemilih, dan penyelenggara pemilu. Dalam konteks pemilihan presiden Indonesia, terdapat berbagai aspek yang perlu dipertimbangkan, seperti partisipasi politik pemilih pemula, budaya politik di masyarakat, serta koalisi partai politik (Ulzikri et al., 2021; Ekawati, 2019; Siboy, 2021). Koalisi partai politik memainkan peran penting dalam pemilihan presiden, di mana dinamika koalisi dapat memengaruhi hasil pemilu dan pemerintahan yang terbentuk.

Selain itu, sistem pemilihan presiden juga dapat menimbulkan perdebatan terkait aturan yang mengatur syarat pencalonan, seperti Presidential Threshold (PT) (Gobel, 2019; Sari, 2023). Penerapan PT pada pemilu serentak tahun 2019 menimbulkan krisis legitimasi, yang menunjukkan kompleksitas dalam sistem pemilihan presiden. Beberapa penelitian juga menyoroti perlindungan hukum terhadap hak pilih penyandang disabilitas mental dalam pemilihan umum di Indonesia (Agustino et al., 2023).

Dalam konteks global, demokrasi juga melibatkan aspek institusionalisasi dan ketahanan partai politik dalam sistem elektoral. Indonesia diakui berhasil membangun sistem elektoral yang terpercaya selama lebih dari 20 tahun dengan mengadakan pemilihan legislatif dan presiden secara langsung. Hal ini menunjukkan pentingnya membangun sistem demokrasi yang kuat dan terpercaya.

Demokrasi dan pemilihan presiden Indonesia pada tahun 2019 merupakan momen penting dalam sejarah politik negara tersebut. Pemilu presiden 2019 di Indonesia merupakan pesta demokrasi terbesar di dunia, di mana pemilihan presiden dan wakil presiden, anggota DPR RI, DPD RI, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota dilaksanakan secara serentak. Pemilihan presiden 2019 mencerminkan partisipasi politik masyarakat, di mana masyarakat tetap antusias

untuk memberikan suaranya dengan harapan adanya perubahan positif terhadap kesejahteraan masyarakat. Selain itu, keterlibatan tokoh politik dan partai politik, seperti keterlibatan pimpinan tertinggi Nahdlatul Ulama sebagai calon wakil presiden, juga memengaruhi dinamika politik pemilihan presiden (Ulzikri et al., 2021).

Media sosial, seperti Twitter dan Instagram, memainkan peran penting dalam kampanye pemilihan presiden 2019. Buzzer politik mulai memasuki dunia politik sejak pemilihan umum secara langsung diterapkan di Indonesia sejak tahun 2014. Penggunaan media sosial, terutama Instagram, oleh kandidat presiden seperti Joko Widodo, efektif dalam membangun citra positif dan personal branding selama kampanye (Fadiyah & Simorangkir, 2021; RAMADHAN, 2020).

Pemilihan presiden 2019 juga menyoroti isu-isu politik seperti politisasi SARA, oligarki media, dan kekerasan verbal di media sosial. Politisasi SARA memengaruhi tingkat partisipasi masyarakat dalam pemilihan presiden. Oligarki media juga menjadi perhatian dalam pemilihan presiden 2019, di mana media memainkan peran penting dalam membentuk opini publik. Selain itu, kekerasan verbal dalam merespons status dan komentar politik di media sosial juga menjadi isu yang perlu diperhatikan (Zein & Wagianti, 2021).

Dengan demikian, pemilihan presiden 2019 di Indonesia tidak hanya merupakan proses politik biasa, tetapi juga mencerminkan dinamika demokrasi, partisipasi politik masyarakat, pengaruh media sosial, dan reaksi pasar terhadap peristiwa politik. Semua aspek ini memberikan gambaran yang komprehensif tentang kompleksitas pemilihan presiden dan demokrasi di Indonesia.

3. Peran Media Massa Dalam Proses Pemilihan Presiden

Media massa memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi hasil pemilu selama pemilihan presiden. Sejumlah penelitian telah menekankan dampak besar media terhadap komunikasi politik dan perilaku pemilih. Platform media sosial seperti Facebook dan Twitter telah muncul sebagai alat yang ampuh untuk kampanye politik, yang memungkinkan kandidat untuk

terlibat langsung dengan pemilih, memobilisasi pendukung, dan membentuk agenda publik (Stier dkk., 2018).

Platform media sosial sangat penting dalam menjangkau khalayak luas dan mempengaruhi wacana politik. Kandidat politik menggunakan media sosial untuk menyebarkan pesan mereka, mengadakan kampanye virtual, dan berinteraksi dengan pemilih secara real-time. Ini memberikan mereka keunggulan dalam hal kecepatan dan jangkauan, dibandingkan dengan media tradisional seperti televisi dan surat kabar. Penggunaan media sosial dalam kampanye politik memungkinkan kandidat untuk menyampaikan pesan mereka secara langsung tanpa penyaringan oleh media tradisional, yang sering kali dianggap sebagai bias. Stier et al. (2018) menemukan bahwa penggunaan media sosial dalam kampanye politik dapat meningkatkan partisipasi politik dan keterlibatan masyarakat. Misalnya, selama kampanye pemilihan presiden di Amerika Serikat tahun 2016, kedua kandidat utama secara aktif menggunakan Twitter untuk berkomunikasi dengan pemilih mereka, menyebarkan informasi tentang kampanye mereka, dan merespon isu-isu yang muncul. Media sosial juga memungkinkan pemilih untuk berpartisipasi dalam diskusi politik, memberikan umpan balik, dan menyebarkan informasi kepada jaringan mereka sendiri, yang dapat memperluas jangkauan kampanye secara eksponensial.

Penyebaran informasi melalui media massa, yang meliputi media tradisional dan sumber online, dapat sangat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kandidat. Penelitian menunjukkan bahwa liputan media dapat mempengaruhi persepsi pemilih terhadap kandidat, dengan narasi dan bingkai tertentu yang membentuk opini publik (Samsudin, 2022). Media memiliki kekuatan untuk menetapkan agenda dan membingkai isu-isu tertentu dengan cara yang mempengaruhi bagaimana publik melihat kandidat dan platform mereka.

Selama Pemilihan Presiden Indonesia tahun 2019, misalnya, pemberitaan media berkontribusi terhadap rumor dan propaganda yang menggambarkan kandidat tertentu secara negatif, sehingga berdampak pada citra publik mereka. Media tradisional dan digital sering kali mengangkat isu-isu kontroversial atau

sensasional yang dapat mempengaruhi pandangan pemilih. Dalam konteks ini, liputan media yang bias atau tidak seimbang dapat mempengaruhi hasil pemilu dengan cara yang signifikan.

Selain itu, menjamurnya berita palsu dan misinformasi di platform media sosial telah menimbulkan kekhawatiran mengenai manipulasi opini publik selama kampanye pemilu. Penelitian telah menunjukkan bahwa cerita palsu dan propaganda dapat disebarluaskan secara luas di platform seperti Facebook, sehingga berpotensi memengaruhi perilaku pemilih. Penyebaran meme politik dan propaganda di media sosial telah diidentifikasi sebagai taktik yang digunakan untuk mendiskreditkan kandidat dan mempengaruhi opini publik (Aminulloh et al., 2022).

Berita palsu dapat menyebar dengan cepat dan luas di media sosial karena algoritma platform tersebut cenderung memprioritaskan konten yang menarik perhatian, yang sering kali berupa informasi yang sensasional atau kontroversial. Hal ini dapat menyebabkan pemilih menerima informasi yang tidak akurat atau menyesatkan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam pemilu. Misalnya, selama Pemilihan Presiden Amerika Serikat tahun 2016, banyak berita palsu yang disebarluaskan di media sosial dengan tujuan mempengaruhi hasil pemilu.

Selain membentuk opini publik, media massa juga memfasilitasi perdebatan dan diskusi politik. Debat calon presiden yang disiarkan televisi merupakan hal yang umum dalam kampanye pemilu dan dapat mempengaruhi persepsi pemilih secara signifikan. Debat-debat ini memberikan kesempatan bagi kandidat untuk mempresentasikan platform mereka, menjawab pertanyaan kritis, dan berinteraksi dengan satu sama lain secara langsung. Pemilih dapat menggunakan informasi yang diperoleh dari debat untuk membuat keputusan yang lebih terinformasi tentang kandidat yang mereka dukung.

Media digital juga memainkan peran penting dalam pengetahuan dan partisipasi politik. Platform media digital memungkinkan akses mudah ke informasi politik, termasuk berita, artikel, dan analisis. Ini membantu

meningkatkan kesadaran politik di kalangan masyarakat dan mendorong partisipasi aktif dalam proses politik. Namun, penelitian juga menyoroti kekhawatiran tentang penyebaran misinformasi dan manipulasi politik online. Dampak media sosial terhadap kesalahan persepsi politik dan penyebaran informasi palsu telah dipelajari dalam konteks pemilihan presiden AS, yang menekankan perlunya literasi media kritis di kalangan pemilih (Garrett, 2019).

Untuk mengatasi masalah penyebaran misinformasi dan manipulasi politik, penting bagi pemilih untuk memiliki literasi media yang kritis. Literasi media melibatkan kemampuan untuk mengevaluasi informasi secara kritis, memahami sumber dan konteksnya, dan membedakan antara fakta dan opini. Pemilih yang memiliki literasi media yang baik lebih mampu mengenali berita palsu dan propaganda, dan kurang mungkin dipengaruhi oleh informasi yang menyesatkan.

Program-program pendidikan dan kampanye kesadaran publik dapat membantu meningkatkan literasi media di kalangan masyarakat. Pemerintah, lembaga pendidikan, dan organisasi masyarakat sipil dapat berperan dalam menyediakan sumber daya dan pelatihan untuk membantu pemilih mengembangkan keterampilan literasi media. Dengan literasi media yang baik, pemilih dapat membuat keputusan yang lebih terinformasi dan berpartisipasi secara lebih efektif dalam proses demokratis

4. Opini Publik Pada Media Massa

Media massa tradisional, seperti surat kabar, radio, dan televisi, telah lama menjadi pilar utama dalam penyebaran informasi dan pembentukan opini publik. Dalam konteks ini, media tradisional berfungsi sebagai filter utama informasi, menentukan berita mana yang layak diberitakan dan bagaimana berita tersebut disajikan kepada masyarakat. Proses ini dikenal sebagai agenda-setting, di mana media memiliki kekuatan untuk memprioritaskan isu-isu tertentu dan mengarahkan perhatian publik pada topik-topik tersebut (McCombs & Shaw, 1972). Dengan demikian, media massa tradisional tidak hanya melaporkan fakta tetapi juga membentuk persepsi publik terhadap realitas sosial dan politik.

Penelitian oleh Happer dan Philo (2013) menunjukkan bahwa media memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk opini publik melalui pemilihan berita dan framing. Framing adalah cara media menyusun dan menyajikan berita, yang dapat mempengaruhi interpretasi audiens terhadap informasi tersebut. Misalnya, cara media melaporkan tentang isu-isu kontroversial, seperti kebijakan imigrasi atau perubahan iklim, dapat mempengaruhi opini publik dengan menekankan aspek-aspek tertentu dan mengabaikan yang lain. Dalam hal ini, framing dapat membentuk sikap dan persepsi publik terhadap isu-isu yang sedang dibahas.

Dampak media terhadap opini publik terlihat jelas dalam berbagai konteks, termasuk komunikasi politik. Media memiliki peran penting dalam proses demokrasi, khususnya dalam pemilu, di mana mereka menyediakan informasi tentang kandidat dan platform politik, serta memfasilitasi debat publik. Penelitian menunjukkan bahwa media mendorong adanya musyawarah dalam proses pemilu dibandingkan hanya memainkan peran partisan. Selain itu, pbingkaian media terhadap peristiwa dan kandidat politik dapat mempengaruhi persepsi dan opini publik secara signifikan (Park, 2015).

Dalam pemilihan presiden, misalnya, media dapat membentuk citra kandidat melalui liputan berita, debat, dan iklan kampanye. Penelitian oleh Iyengar dan Kinder (1987) menemukan bahwa berita televisi dapat mempengaruhi opini publik tentang kandidat dengan menyoroti isu-isu tertentu dan mengabaikan yang lain. Selain itu, penelitian oleh DellaVigna dan Kaplan (2007) menunjukkan bahwa media bias dapat mempengaruhi hasil pemilu dengan mempengaruhi preferensi pemilih. Dalam konteks ini, media berperan sebagai pengendali informasi yang dapat membentuk hasil politik dengan mengarahkan perhatian publik pada isu-isu yang menguntungkan kandidat tertentu.

Terlebih lagi, kemunculan media sosial telah membawa dinamika baru dalam pembentukan opini publik. Platform media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram telah menjadi sumber informasi utama bagi banyak orang, terutama generasi muda. Media sosial memungkinkan individu untuk berbagi

informasi dan berinteraksi dengan orang lain dalam waktu nyata, menciptakan ruang publik virtual di mana opini dapat dibentuk dan diperdebatkan. Platform media sosial telah diidentifikasi sebagai fasilitator opini publik online, dengan platform yang berbeda-beda dalam struktur dan pengaruhnya terhadap wacana publik (Stockmann & Luo, 2015).

Media sosial juga memungkinkan penyebaran informasi dengan lebih cepat dan luas dibandingkan media tradisional. Namun, ini juga membawa risiko penyebaran informasi yang salah atau hoaks. Penelitian oleh Vosoughi, Roy, dan Aral (2018) menemukan bahwa berita palsu menyebar lebih cepat di media sosial dibandingkan berita yang benar, yang dapat mempengaruhi opini publik dengan cara yang merugikan. Selain itu, algoritma media sosial cenderung menunjukkan konten yang sesuai dengan preferensi pengguna, menciptakan echo chambers di mana individu hanya terpapar pada informasi yang memperkuat keyakinan mereka sendiri (Pariser, 2011). Hal ini dapat meningkatkan polarisasi opini publik dan mengurangi peluang untuk dialog yang konstruktif.

5. Polarisasi

Polarisasi adalah sebuah fenomena di mana pendapat atau pandangan dalam suatu kelompok menjadi semakin ekstrem atau berbeda satu sama lain, menciptakan jurang yang lebih besar di antara kelompok-kelompok tersebut. Fenomena ini dapat terjadi di berbagai konteks, termasuk politik, sosial, dan ekonomi. Dalam konteks politik, polarisasi sering merujuk pada situasi di mana dua atau lebih kelompok politik memiliki pandangan yang sangat berbeda dan hampir tidak memiliki titik temu, yang sering kali mengarah pada konflik dan ketidakstabilan politik. Polarisasi dapat disebabkan oleh berbagai faktor. Salah satu faktor utama adalah media massa dan media sosial. Media sering kali cenderung menyoroti perbedaan dan konflik, yang dapat memperkuat perbedaan pendapat di antara kelompok-kelompok yang berbeda. Media sosial, dengan algoritma yang mendorong konten yang sejalan dengan pandangan pengguna, juga dapat memperkuat polarisasi dengan membentuk "ruang gema" di mana orang

hanya mendengar pendapat yang sejalan dengan pandangan mereka sendiri (Haryanto, 2018).

Selain media, polarisasi juga dapat dipicu oleh kepemimpinan yang ekstrem. Pemimpin politik atau sosial yang memiliki pandangan atau kebijakan yang sangat berbeda dari norma umum dapat memperkuat polarisasi dengan menarik dukungan dari satu kelompok sementara menolak kelompok lainnya. Hal ini sering kali terlihat dalam kampanye politik di mana kandidat mencoba menarik dukungan dengan mengambil posisi yang jelas dan berbeda dari lawan mereka. Dampak polarisasi dapat sangat merusak. Dalam konteks politik, polarisasi dapat menghambat kemampuan pemerintah untuk berfungsi secara efektif. Ketika kelompok-kelompok politik sangat terpolarisasi, sulit untuk mencapai konsensus atau kompromi, yang diperlukan untuk membuat kebijakan dan undang-undang. Hal ini dapat menyebabkan kebuntuan politik dan ketidakstabilan pemerintahan (Wahyudi, 2017).

Di sisi sosial, polarisasi dapat mengarah pada meningkatnya ketegangan dan konflik antar kelompok. Ketika kelompok-kelompok dalam masyarakat memandang satu sama lain sebagai lawan atau ancaman, hal ini dapat menyebabkan isolasi sosial, ketidakpercayaan, dan bahkan kekerasan. Polarisasi juga dapat menghambat kerja sama dan solidaritas yang diperlukan untuk mengatasi tantangan sosial bersama. Mengatasi polarisasi memerlukan upaya dari berbagai pihak. Salah satu pendekatan adalah dengan mempromosikan dialog dan komunikasi yang terbuka di antara kelompok-kelompok yang berbeda. Dengan mendengarkan dan mencoba memahami pandangan dan pengalaman orang lain, kita dapat mengurangi ketegangan dan menemukan titik temu.

Media juga memiliki peran penting dalam mengatasi polarisasi. Dengan menyajikan informasi yang seimbang dan tidak memihak, media dapat membantu mengurangi perbedaan pandangan dan mendorong pemahaman yang lebih baik di antara kelompok-kelompok yang berbeda. Selain itu, pendidikan juga memiliki peran penting dalam mengajarkan keterampilan berpikir kritis dan empati, yang diperlukan untuk memahami dan menghargai pandangan orang lain.

6. Efek Media Massa

Menurut Steven M. Chaffee, efek media massa dapat dikaji dari tiga pendekatan. Pertama, efek yang berkaitan dengan pesan dan media itu sendiri. Pendekatan ini fokus pada bagaimana isi pesan dan karakteristik media, seperti format dan gaya penyampaian, dapat memengaruhi khalayak. Kedua, efek yang terlihat dari perubahan dalam diri khalayak. Pendekatan ini mengamati bagaimana media massa dapat memengaruhi sikap, perasaan, dan perilaku khalayak. Ketiga, efek yang dilihat dari observasi terhadap khalayak. Pendekatan ini mempelajari bagaimana media massa memengaruhi individu, kelompok, organisasi, dan masyarakat secara keseluruhan. Ketiga pendekatan ini memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana media massa dapat memengaruhi khalayak. Dengan memahami ketiga pendekatan ini, kita dapat lebih memahami bagaimana media massa bekerja dan bagaimana pengaruhnya terhadap kehidupan kita (Ardianto, 2005).

Penjelasan tersebut memaparkan bahwa pesan media massa dapat memengaruhi komunikasi dalam tiga aspek: kognitif, afektif, dan behavioral. Untuk memahami dampak ini, digunakan tiga pendekatan penelitian. Penelitian ini berfokus pada pendekatan kedua, yaitu mengamati perubahan pada khalayak. Pendekatan ini meneliti bagaimana media massa memengaruhi sikap, perasaan, dan perilaku khalayak. Menurut Efrina (2011) ada tiga aspek yang meliputi, yakni:

- 1) Kognitif:

Media massa dapat meningkatkan pengetahuan dan intelektualitas komunikasi. Dalam hal ini, media massa sebagai komunikator bertujuan untuk mengubah pemikiran, pemahaman, dan pengetahuan khalayak.

- 2) Afektif:

Dampak afektif lebih mendalam dibandingkan dampak kognitif. Di tahap ini, komunikator tidak hanya ingin meningkatkan pemahaman dan pengetahuan, tetapi juga menyentuh perasaan komunikasi. Hal ini dapat memicu berbagai emosi seperti sedih, marah, senang, gembira, dan sebagainya.

- 3) Behavioral:

Efek behavioral merupakan dampak yang menghasilkan respon nyata dari komunikasi dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan. Dengan kata lain, efek ini terlihat dari tindakan nyata yang dilakukan khalayak setelah terpapar media massa.

7. Polarisasi Menjadi Efek Negatif Media Massa

Media massa memiliki peran penting dalam membentuk opini publik dan dapat menjadi alat yang ampuh dalam menciptakan polarisasi di masyarakat. Pemberitaan yang tidak netral atau bias dapat memicu konflik dan ketidakpercayaan terhadap media massa. Misalnya, liputan berita yang cenderung mendukung satu sisi dari suatu isu politik dapat menyebabkan masyarakat terpecah berdasarkan pandangan politik mereka. Hal ini sering kali terlihat dalam pemberitaan politik di Indonesia, di mana media cenderung memihak kepada kandidat atau partai politik tertentu, sehingga menciptakan perpecahan di kalangan pemilih.

Selain pemberitaan yang tidak netral, media massa juga dapat memainkan peran dalam menciptakan kepanikan moral. Kepanikan moral adalah situasi di mana isu-isu tertentu diperbesar oleh media, menyebabkan ketakutan dan keresahan di masyarakat. Dalam konteks ini, media dapat mencuatkan isu, melakukan polarisasi, memberikan stigma, dan bahkan mencari solusi terkait isu-isu tertentu (Listiorini, 2022). Misalnya, pemberitaan yang berlebihan tentang ancaman terorisme dapat menyebabkan masyarakat menjadi sangat waspada terhadap kelompok tertentu, yang pada gilirannya menciptakan polarisasi berdasarkan rasa takut dan ketidakpercayaan.

Pengaruh media sosial dalam menyebabkan polarisasi tidak bisa diabaikan. Platform seperti Twitter, Facebook, dan Instagram telah menjadi medan pertempuran opini publik. Diskusi di platform media sosial sering kali menunjukkan kuatnya pengaruh media sosial dalam menyebabkan polarisasi, bahkan ketika topik diskusi tidak berkaitan dengan isu politis. Misalnya, perang tagar (hashtag wars) di media sosial dapat mengakibatkan polarisasi massa terkait

fenomena tertentu, seperti aksi bela Islam, yang telah terjadi sejak beberapa tahun yang lalu. Tagar-tagar ini sering kali digunakan untuk mengkristalisasi pandangan tertentu dan mengarahkan perdebatan publik ke arah yang sangat terpolarisasi.

Studi menunjukkan bahwa algoritma di media sosial dapat menciptakan polarisasi dari kasus-kasus kontroversial. Misalnya, kasus Ahok dan Aksi Bela Islam menjadi contoh bagaimana algoritma media sosial mempromosikan konten yang menguatkan pandangan pengguna, menciptakan echo chambers di mana individu hanya terpapar pada informasi yang sesuai dengan keyakinan mereka (Fariansyah et al., 2020). Ini memperkuat keyakinan yang sudah ada dan mengurangi kesempatan untuk dialog yang terbuka dan inklusif. CNN Indonesia, sebagai salah satu media online, telah membingkai film-film tertentu sebagai cerminan polarisasi bangsa. Misalnya, pemberitaan tentang film "212 The Power of Love" dan "The Santri" menunjukkan bagaimana media massa dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap isu-isu tertentu (Maulany & Abdullah, 2019). Media sering kali memilih untuk menyoroati aspek-aspek tertentu dari suatu isu, yang dapat memperkuat perpecahan dan ketidakpercayaan di masyarakat.

Polarisasi dalam media massa dapat memiliki dampak negatif yang signifikan. Salah satu dampak utamanya adalah terciptanya ketidakpercayaan terhadap media. Ketika media dianggap tidak netral dan bias, masyarakat cenderung kehilangan kepercayaan terhadap informasi yang disajikan. Hal ini dapat mengarah pada peningkatan skeptisisme dan bahkan ketidakpercayaan terhadap institusi-institusi penting lainnya, seperti pemerintah dan lembaga penegak hukum. Selain itu, polarisasi juga dapat memicu konflik dan perpecahan di masyarakat. Ketika masyarakat terbagi berdasarkan pandangan politik atau ideologi, interaksi sosial menjadi lebih sulit dan sering kali penuh dengan ketegangan. Polarisasi juga dapat memperburuk situasi politik, di mana kerja sama dan konsensus menjadi semakin sulit dicapai. Misalnya, dalam pemilihan presiden 2019 di Indonesia, polarisasi yang intensif menyebabkan perpecahan yang tajam di kalangan pemilih, menghambat dialog konstruktif dan upaya untuk menemukan solusi bersama.

Penelitian juga menunjukkan bahwa polarisasi dalam media massa dapat memengaruhi preferensi ideologi dan perilaku politik individu. Karakteristik psikologis seperti *openness to experience*, *conscientiousness*, dan *agreeableness* berhubungan dengan perilaku politik dan preferensi ideologi pemilih (Nugroho et al., 2022). Dalam konteks ini, polarisasi media dapat memperkuat preferensi ideologi dan perilaku politik yang sudah ada, sehingga memperdalam perpecahan di masyarakat. Untuk mengurangi dampak negatif dari polarisasi media, penting bagi media massa untuk mempertimbangkan dampak dari pemberitaan mereka dan berupaya menyajikan informasi secara netral dan seimbang. Media harus berkomitmen pada prinsip-prinsip jurnalisme yang adil dan tidak memihak, memastikan bahwa semua suara dan perspektif didengarkan dan dipertimbangkan. Ini bisa dilakukan dengan memberikan ruang bagi debat yang konstruktif dan inklusif, serta menghindari framing yang bias dan sensasional.

Selain itu, literasi media menjadi sangat penting dalam konteks ini. Masyarakat perlu dibekali dengan kemampuan untuk mengevaluasi dan menganalisis informasi secara kritis. Pendidikan literasi media dapat membantu individu mengenali bias, memahami proses framing, dan mengevaluasi sumber informasi dengan lebih baik. Dengan demikian, masyarakat dapat menjadi konsumen informasi yang lebih cerdas dan kritis, mengurangi dampak negatif dari polarisasi media. Media sosial juga harus memainkan peran mereka dalam mengurangi polarisasi. Platform media sosial harus lebih transparan tentang algoritma mereka dan bagaimana konten dipromosikan kepada pengguna. Mereka juga harus mengambil langkah-langkah untuk mengurangi penyebaran informasi yang salah dan hoaks, serta mempromosikan dialog yang inklusif dan konstruktif. Ini bisa dilakukan dengan mempromosikan konten dari berbagai perspektif dan memastikan bahwa diskusi online tetap sehat dan produktif.

8. Studi Kasus

Polarisasi dalam media massa dapat memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap pembentukan opini publik, terutama selama periode