

Opini Publik Terkait Sikap Aparat Desa Ciburun Pada Konten Pandawara Group (Analisis Isi Komentar Pada Postingan Instagram @Folkative)

Muhammad Fadhlannurhakin¹, Muhammad Sufyan Abdurrahman²

¹ Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, fadhlannh@student.telkomuniversity.ac.id

² Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, sufyan@telkomuniversity.ac.id

Abstract

Social media is now present among the public and has changed the communication paradigm, becoming a platform for exchanging information and opinions. One of the most actively used social media platforms is Instagram. In this study, Pandawara Group posted a video about the cleanliness of Ciburun Beach, labeling it as the 4th dirtiest beach. This content was met with rejection from the village officials, who threatened to sue Pandawara Group. The aim of this study is to determine the extent of public opinion on the attitude of the Ciburun Village officials in Sukabumi regarding the Pandawara Group's content in an Instagram post by @folkative titled "Labeling the 4th Dirtiest Beach, Ciburun Village Officials Threaten to Sue Pandawara." This study uses the method of quantitative content analysis and is based on the positivism paradigm. The data collection technique employed is random sampling. For reliability testing, inter-coder reliability was tested using Holsti's formula. The results of the study show 46 positive opinions (12.01% of comments), 265 negative opinions (69.19% of comments), and 57 neutral opinions (18.80% of comments). Negative comments were the most dominant compared to the other two categories, indicating that the majority of the public who commented held critical views and disapproved of the actions and attitudes of the Ciburun Village officials regarding Pandawara Group's actions.

Keywords-Instagram, social media, public opinion

Abstrak

Media sosial kini hadir di kalangan masyarakat dan mengubah paradigma komunikasi, menjadi platform untuk bertukar informasi dan pendapat. Salah satu media sosial yang aktif digunakan adalah Instagram. Dalam penelitian ini, Pandawara group memposting video tentang kebersihan Pantai Ciburun, menyebutnya sebagai pantai terkotor ke-4. Konten ini mendapat penolakan dari Aparat Desa yang mengancam akan menuntut Pandawara group. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana opini publik pada sikap Aparat Desa Ciburun Sukabumi terkait konten pandawara group pada postingan Instagram @folkative dengan judul "Sebut pantai terkotor nomor 4, aparat desa Ciburun ancam menuntut Pandawara". Pada penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif, dan menggunakan paradigma positivisme. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik *random sampling*. Pada pengujian reliabilitas menggunakan reliabilitas antar coder menggunakan rumus *Hostly*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat opini positif sebanyak 46 (12,01% komentar), kategori opini negatif mendapatkan hasil frekuensi sebanyak 265 (69,19 komentar) dan opini netral yang mendapatkan hasil frekuensi sebesar 57 (18,80% komentar). Komentar negatif menjadi paling dominan dibandingkan dengan dua kategori lainnya, ini *menunjukkan* bahwa mayoritas masyarakat yang memberikan komentar memiliki pandangan yang kritis dan ketidaksetujuan terhadap tindakan dan sikap dari Aparat Desa Ciburun terhadap tindakan dari Pandawara Group.

Kata Kunci-Instagram, media sosial, opini publik

I. PENDAHULUAN

Kehadiran media sosial telah mengubah pola perilaku sosial, mempengaruhi aspek budaya, etika, dan norma yang berlaku. Dengan populasi yang besar serta keragaman budaya, etnis, dan agama, Indonesia memiliki potensi besar untuk mengalami perubahan sosial. Masyarakat dari berbagai latar belakang dan usia di Indonesia hampir semuanya

menggunakan media sosial sebagai alat untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi kepada publik. Media sosial tentunya memiliki peranan penting bagi masyarakat, Berbagai aktivitas seperti bertukar dan mencari informasi kini dianggap lebih cepat, mudah, dan efektif melalui media sosial. Saat ini, media sosial dimanfaatkan untuk berbagai tujuan komunikasi dan telah digunakan oleh organisasi, korporasi, pemerintahan, hingga lembaga sosial masyarakat. Manfaat yang beragam dari media sosial menjadi alasan mengapa banyak orang menjadikannya sebagai alat komunikasi, yang kini sudah menjadi kebutuhan primer masyarakat. Hal ini menyebabkan media sosial semakin populer di kalangan masyarakat, mulai dari anak-anak, orang dewasa, hingga lansia. Seperti halnya media sosial Instagram yang kerap digunakan oleh berbagai kalangan.

Folkative menjadi salah satu akun Instagram yang berkembang pesat, hal ini dikarenakan folkative mampu mengembangkan berbagai aspek media baru seperti interaktivitas, jaringan, visual, dan lainnya. Dalam menyajikan suatu informasi, folkative selalu memberikan desain berupa tulisan yang simple dan *to the point*, yang dimana hal ini memudahkan para pembaca. Salah satu isu menarik yang diberitakan pada akun Instagram folkative adalah pada postingan tanggal 3 Oktober 2023 mengenai salah satu kelompok sosial yaitu Pandawara *group* yang mengupload sebuah video yang menunjukkan kondisi pantai Cibutun Sukabumi, yang pada akhirnya viral. Pada video tersebut menyebutkan bahwa pantai cibutun sebagai pantai terkotor keempat di Indonesia. Menanggapi video tersebut aparat desa Cibutun Sukabumi Deris Alfausi, tidak setuju dengan tindakan Pandawara karena menurutnya tindakan tersebut tidak berdasarkan bukti, pengamatan, atau riset yang ada. Pihak pemerintah desa Cibutun pun meminta pihak pandawara untuk klarifikasi dalam waktu 2x24 jam, jika tidak mereka akan melakukan tindakan hukum, termasuk mengeluarkan peringatan resmi (somasi). Isu yang diangkat oleh akun Instagram @folkative ini banyak menuai opini publik yang disajikan pada isi komen yang menuai opini publik terkait tanggapan pemerintah Desa Cibutun dan juga tindakan Pandawara *group*.

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan *Agenda Setting Theory* sebagai teori inti, yang dimana *Agenda Setting Theory* ini termasuk salah satu teori komunikasi massa. Teori *agenda setting* pertama kali dikemukakan oleh Walter Lippman pada konsep "*The World Outside and The Picture in Our Head*". Menurut Syukur Kholil, Samsudim A. Rahim menggambarkan *agenda setting* sebagai fungsi media massa yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi opini dan tindakan masyarakat dengan menentukan topik yang dianggap penting (dalam, Ritonga, 2018). Jika dilihat dari pengertian tersebut maka komunikasi massa dan *agenda setting theory* memiliki keterkaitan dalam membangun opini publik, yang dimana media massa memiliki fungsi *agenda setting*. Untuk menyiarkan suatu peristiwa media massa memiliki hak untuk menyiarkannya atau tidak. Dalam hal tersebut media massa mampu menggiring opini publik dalam media massa.

Humas dalam menjalankan tugasnya memonitor opini publik kemudian menyampaikan hasil monitor kepada anajemen (Sengupta, 2001, dalam Yanuar 2013), apalagi jika hal tersebut terkait dengan citra dari organisasinya sendiri. Opini publik dapat berbagai macam bentuknya yaitu daoat berupa saran, kritik, atau pujian dari suatu kegiatan yang dilakukkann oleg organisasi tersebut. Dengan demikian, penelitian ini terkait dengan tanggung jawab seorang praktisi hubungan masyarakat dalam mengelola isu dan pandangan masyarakat supaya tahu apa saja isi opini yang disampaikan berbentuk opini yang mendukung, menolak, dan netral terhadap isu tersebut. Maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh konten pandawara grup terkait kebersihan pantai cibutun terhadap pembentukan opini publik positif, negatif, dan netral yang dituangkan pada isi komentar @folkative "Sebut pantai terkotor nomor 4, aparat Desa Cibutun ancam tuntutan pandawara group".

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Media Sosial Instagram

Menurut Jubilee Enterprise (2014) dalam bukunya, Instagram adalah sebuah platform media sosial yang fokus pada berbagi foto, gambar, dan video. Asal-usul nama "Instagram" berasal dari kata "instan", yang merujuk pada kamera Polaroid yang terkenal dengan sebutan "foto instan", dan kata "gram" berasal dari "telegram", yang digunakan untuk mengirimkan informasi dengan cepat. Hal ini menggambarkan fungsi Instagram untuk berbagi foto secara instan melalui jaringan internet, sehingga memungkinkan pengiriman informasi secara cepat. Oleh karena itu, Instagram adalah penggabungan dari kata "instan" dan "telegram". Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa Instagram adalah suatu aplikasi berbasis jejari sosial yang memiliki fungsi untuk menyebarkan informasi dan berbagi informasi, melakukan interaksi dengan pengguna lainnya, dan juga dapat mengenal lebih dekat dengan pengguna lainnya dengan mengomentari foto-foto atau video yang diunggahnya. Instagram juga merupakan media penyampaian informasi berupa berita, dan juga sebagai tempat diskusi, Pengguna Instagram juga bisa menggunakan akun mereka untuk

mendapatkan informasi yang edukatif dan terkini. Salah satu contoh akun Instagram yang menyajikan berita yang edukatif dan terkini adalah akun @folkative.

B. Opini Publik

Opini publik merupakan transliterasi dari istilah bahasa Inggris "public opinion". Secara etimologis, "public opinion" terdiri dari dua kata Latin, yaitu "publicus" dan "opinary". Untuk *opinary* sendiri dapat didefinisikan sebagai tindakan menduga atau berfikir. Dalam konteks bahasa Inggris, istilah ini juga dapat merujuk pada *option dan hope*, sejalan dengan makna opini yang berasal dari bahasa latin, yakni *option*. Sedangkan untuk *publicus* sendiri memiliki arti masyarakat luas. Secara sederhana opini adalah pendapat, pendapat adalah sikap kita terhadap suatu topik. Opini itu sendiri tidak mempunyai tingkatan ataupun strata, namun mempunyai arah, yaitu seperti berikut (Effendy, 1990, p.85, dalam Karra Sugianto, 2017) :

1. Positif adalah ketika opini secara tegas maupun tidak langsung mendukung subjek opini, misalnya ketika seseorang menyatakan sepakat
2. Netral terjadi ketika Opini yang disajikan tidak memihak kepada pihak manapun. atau ketika suatu individu menyatakan keraguan terhadap subjek opini
3. Negatif adalah ketika opini secara jelas atau tidak langsung menolak atau mengkritik subjek opini, misalnya ketika seseorang menyatakan tidak setuju.

C. Agenda Setting

Menurut Maxwell McComb dan Donald L. Shaw media massa memiliki kemampuan untuk mengalihkan fokus dari agenda berita mereka kepada agenda publik. Dengan demikian, media massa dapat menjadikan sesuatu yang mereka anggap penting menjadi penting juga bagi masyarakat. Adapun menurut Syukur Kholil merujuk pada pandangan Samsudin A. Rahim yang menyatakan bahwa *agenda setting* adalah peran media massa yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi opini dan perilaku masyarakat dengan menetapkan agenda mengenai isu-isu yang dianggap penting (Kholil, 2007: 36, dalam Ritonga, 2018).

Berdasarkan dari pengertian di atas terkait *agenda setting*, maka teori ini berasumsi bahwa media massa memiliki kekuatan untuk memberikan pengaruh terhadap apa yang dianggap penting oleh publik. Asumsi ini didasarkan pada pemahaman bahwa media tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai penentu agenda yang membentuk persepsi dan prioritas masyarakat terhadap berbagai isu. Dengan memberikan penekanan lebih pada isu tertentu melalui frekuensi, penempatan, dan durasi pemberitaan, media dapat mengarahkan perhatian dan kesadaran publik pada isu tersebut, sehingga menjadikannya topik yang dianggap penting. Oleh karena itu, agenda media cenderung menjadi agenda publik, dimana isu-isu yang diangkat oleh media akan lebih mungkin diadopsi oleh publik sebagai isu yang memerlukan tindakan.

D. Aktivisme Sosial

Istilah aktivisme berkaitan pada beragam kegiatan dan tindakan yang dirancang atau disengaja dengan tujuan untuk memengaruhi dan merangsang perubahan sosial atau politik (Brenman & Sanchez, 2014; Dumi Dumitraşcu, 2015; Meikle, 2018, dalam Kamaruzzaman, 2021). Menurut Meikle (2018), aktivisme memiliki tujuan untuk mencapai suatu tujuan tertentu, yang dapat menghasilkan perubahan yang diinginkan, dan mencapai dampak yang diharapkan, serta terkait dengan upaya membangkitkan perasaan tertentu atau mempengaruhi persepsi individu atau kelompok dalam masyarakat. Pelaku atau kelompok sosial yang terlibat dalam aktivisme dapat melakukan tindakan yang mendukung atau menentang suatu isu, kekuasaan, hegemoni (Melucci, 1996; Brenman & Sanchez, 2014; Meikle, 2018, dalam Kamaruzzaman, 2021).

E. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah suatu model konseptual yang terkait dengan teori dan mencakup berbagai faktor-faktor yang relevan terkait dengan masalah-masalah penting. Selain itu, kerangka berpikir juga berfungsi sebagai penjelasan awal terhadap berbagai gejala yang menjadi fokus penelitian



III. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian kali ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam Sugiyono (2013) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk menginvestigasi pada populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data menggunakan instrument penelitian dan analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh konten Pandawara *group* dalam membentuk opini publik positif pada media sosial *Instagram @folkative*.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis isi (*content analysis*). Dalam hal ini peneliti menggunakan analisis isi kuantitatif. Menurut Weber (1994, dalam Eriyanto 2011) Analisis merupakan suatu pendekatan penelitian yang melibatkan serangkaian langkah dan prosedur untuk membuat kesimpulan yang tepat dari sebuah teks. Prosedurnya yaitu dengan mengukur aspek dari isi *content* dan menyajikannya secara kuantitatif (Eriyanto 2011). Analisis isi kuantitatif yang digunakan hanya hanya memfokuskan pada bahan yang tersurat saja. Disini peneliti hanya meng-*coding* atau memberi tanda yang dilihat (berupa postingan *instagram @folkative* dengan judul “Sebut pantai terkotor nomor 4, aparat desa Cibutun ancam tuntutan Pandawara”). Ini berarti subjektivitas peneliti yang harus dihilangkan. Pada penelitian ini, pengambilan data akan dilakukan dengan mengcopy semua komentar kemudian memasukan komentar tersebut ke dalam lembar *coding sheet*. Alasan mengapa menggunakan lembar *coding sheet* untuk pengumpulan data karena alat ini merupakan alat yang dipakai untuk menghitung atau mengukur aspek tertentu dari isi media Eriyanto (2011). Maka dari itu, lembar *coding sheet* merupakan metode yang tepat untuk pengumpulan data pada penelitian ini.

Setelah memasukan isi komentar ke dalam lembar *coding sheet* maka data yang didapatkan dari lembar *coding sheet* akan dimasukan ke dalam tabel frekuensi Berdasarkan pengertian yang di paparkan oleh para ahli di atas maka penelitian ini dimaksudkan untuk menjelaskan pesan secara deskriptif dari konten, dengan menggunakan statistik deskriptif, yang menggunakan tabel frekuensi untuk memperlihatkan kemunculan kategori dan melakukan analisis frekuensi pada tiap komentar-komentar yang ada pada postingan *instagram @folkative* dengan judul “Sebut pantai terkotor nomor 4, aparat desa Cibutun ancam tuntutan Pandawara”.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa kemunculan komentar pada postingan *instagram @folkative* dengan judul “Sebut Pantai Terkotort ke 4, Aparat Desa Cibutun Ancam Tuntut Pandawara Grup” didominasi oleh opini negatif, ini Hasil penelitian menunjukkan bahwa opini negatif mendominasi dengan persentase sebesar 69.19%, jauh lebih tinggi dibandingkan dengan opini netral (18.80%) dan opini positif (12.01%). Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas masyarakat yang memberikan komentar memiliki pandangan yang kritis dan ketidaksetujuan terhadap tindakan dan sikap dari Aparat Desa Cibutun terhadap tindakan dari Pandawara *Group* yang menominasikan Pantai Cibutun Sukabumi sebagai pantai terkotor nomor 4. Adapun beberapa komentar menganggap bahwa Pandawara *Group* tidak melakukan riset yang cukup mendalam sebelum membuat klaim tersebut. Komentar-komentar tersebut mencerminkan rasa kekecewaan dan ketidakpuasan masyarakat, yang disebabkan oleh ketidakpuasan terhadap kebijakan atau tindakan aparat desa yang dianggap tidak sejalan dengan harapan publik. Dominasi opini negatif ini bisa menjadi indikasi adanya ketidakpercayaan masyarakat terhadap aparat desa, serta potensi perlunya perbaikan dalam komunikasi dan transparansi pihak aparat dalam menangani isu-isu yang dihadapi oleh masyarakat.

Tentunya ini penting untuk ditindaklanjuti oleh pihak Aparat Desa, karena opini publik yang negatif bisa berdampak buruk terhadap citra dan kinerja aparat desa, serta menghambat upaya untuk membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat.

B. Pembahasan Opini Publik Pada Sikap Aparat Desa Cibutun Terkait Konten Pandawara *Group* Pada Postingan Instagram @folkative

Dari hasil penelitian membuktikan bahwa opini publik pada komentar di postingan insragram @folkative memuat komentar yang mengandung opini publik dengan kategori yang paling dominan muncul adalah kategori opini publik negatif sebanyak 265 komentar atau sekitar 69,19%, kemudian disusul dengan kategori opini publik netral sebanyak 72 komentar atau sekitar 18,80%, dan opini publik positif yang paling sedikit yaitu sebanyak 46 komentar atau sekitar 12,01%. Berdasarkan hasil penelitian kali ini untuk menjawab tujuan penelitian dan rumusan masalah ini, peneliti mendapatkan hasil berikut:

Pada hasil kategori opini positif ini lebih mengarah kepada netizen yang memberikan dukungan kepada pandawara grup baik secara eksplisit dan juga implisit terkait tindakan pandawara yang akan melakukan kegiatan bersih-bersih di Pantai Cibutun tersebut. Dukungan ini mengarah kepada dukungan terhadap tindakan Pandawara Grup yang menominasikan pantai cibutun sebagai pantai terkotor ke-4. Para netizen menganggap tindakan tersebut adalah langkah yang tepat. Mereka menganggap tindakan Pandawara Grup sebagai langkah nyata dalam menjaga lingkungan dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya kebersihan pantai. Tak hanya itu, dukungan ini juga ditunjukkan dengan tindakan dari para netizen yang siap membantu Pandawara grup jika memang aparat desa akan melakukan ancaman tuntutan berupa somasi. Mereka juga yang berkomentar secara eksplisit terinspirasi oleh inisiatif tersebut, mengakui pentingnya menjaga kebersihan pantai dan dampak positifnya terhadap lingkungan. Dukungan ini tidak hanya memperkuat legitimasi dan relevansi tindakan Pandawara Grup tetapi juga menunjukkan adanya harapan dan kepercayaan masyarakat terhadap upaya kolektif dalam menjaga kebersihan lingkungan. Kategori komentar positif ini menggambarkan bahwa publik tidak hanya menyadari pentingnya kebersihan pantai tetapi juga bersedia untuk berpartisipasi aktif dan mendukung inisiatif yang dipimpin oleh Pandawara Grup.

Adapun pada kategori komentar netral ini tidak menunjukkan sikap memihak kepada Pandawara Grup maupun aparat desa, melainkan berfokus pada memberikan masukan yang bertujuan untuk memperbaiki situasi. Para pengguna Instagram yang memberikan komentar netral umumnya menawarkan ide-ide praktis dan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas kegiatan kebersihan pantai. Beberapa komentar menyarankan agar Pandawara Grup dan aparat desa bekerja sama untuk mencapai tujuan yang sama, yaitu menjaga kebersihan Pantai Cibutun. Komentar netral ini melihat konflik sebagai kesempatan untuk dialog dan kolaborasi, mengusulkan agar Pandawara dan aparat desa duduk bersama untuk mencari solusi terbaik yang menguntungkan semua pihak. Mereka percaya bahwa dengan kerjasama, hasil yang lebih baik dan berkelanjutan dapat dicapai untuk kepentingan lingkungan dan komunitas setempat.

Pada opini negatif ini terdapat dua perspektif yang pertama yaitu komentar yang menunjukkan ketidaksetujuan terhadap pihak Pandawara Grup yang menyebut pantai cibutun sebagai pantai terkotor keempat dan juga menunjukkan kritik tindakan aparat desa yang menuntut Pandawara Grup. Netizen yang memberikan komentar ketidaksetujuan terhadap tindakan Pandawara grup ini merasa bahwa tindakan Pandawara Grup yang menominasikan Pantai Cibutun sebagai pantai terkotor keempat tidak sesuai dengan data dan fakta, hal ini tentunya dapat merugikan reputasi daerah dan menciptakan citra negatif yang tidak sesuai dengan kenyataan. Sedangkan netizen yang menunjukkan kritik terhadap aparat desa menunjukkan bahwa tuntutan aparat desa tidak tepat dan mengabaikan kontribusi positif yang diberikan oleh Pandawara Grup dalam upaya membersihkan lingkungan Pantai Cibutun. Kritik ini mungkin mencakup pandangan bahwa aparat desa seharusnya lebih mendukung dan bekerja sama dengan Pandawara Grup daripada menuntut mereka.

Media memainkan peran yang sangat penting dalam mempengaruhi isu-isu yang dianggap penting oleh publik dengan menyoroti isu-isu tertentu. Hal ini sesuai dengan teori *agenda setting* yang digunakan sebagai teori inti pada penelitian ini. Menurut Maxwell McComb dan Donald L. Shaw media massa memiliki kemampuan untuk mengalihkan fokus dari agenda berita mereka kepada agenda publik. Dengan demikian, media massa dapat menjadikan sesuatu yang mereka anggap penting menjadi penting juga bagi masyarakat. Berdasarkan pengertian tersebut **teori agenda setting** menjelaskan bahwa media memiliki kemampuan untuk mempengaruhi isu-isu yang dianggap penting oleh publik dengan menyoroti isu-isu tertentu.

Dalam penelitian ini maka instagram @folkative memiliki peran dalam menentukan agenda bagi audiens mereka. Isu "Sebut Pantai Terkotor Nomor 4, Aparat Desa Cibutun Ancam Tuntut Pandawara Group" dapat dikaitkan dengan teori agenda setting, yang menyatakan bahwa media memiliki kekuatan untuk memengaruhi isu-isu yang dianggap penting oleh publik. Dalam konteks ini, ketika Pandawara Group menyebut Pantai Cibutun sebagai pantai terkotor nomor 4, mereka secara tidak langsung menetapkan agenda dan memusatkan perhatian publik pada masalah kebersihan pantai tersebut. Reaksi dari aparat desa yang mengancam akan menuntut Pandawara Group juga merupakan respon terhadap pengaruh agenda media yang dibentuk oleh Pandawara. Publik mulai memperdebatkan validitas klaim tersebut, mengkritik baik aparat desa maupun Pandawara Group. Dalam hal ini, Pandawara Group telah berhasil membawa isu kebersihan pantai ke permukaan dan menjadikannya topik diskusi yang signifikan, menunjukkan bagaimana media dapat membentuk dan mengarahkan opini publik melalui penentuan agenda.

Menurut Anwar Arifin dalam Raden (Asih & Rosit, 2018), opini publik merupakan pandangan yang dimiliki oleh banyak individu dan diungkapkan melalui diskusi mendalam sebagai reaksi terhadap pertanyaan dan isu yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat umum.

Seperti yang disampaikan oleh Leonard W. Dood dalam (Qadri, 2020), suatu isu baru dikatakan sebagai opini publik setelah masyarakat mengungkapkannya. Dalam penelitian ini masyarakat telah mengungkapkan opini individu kedalam bentuk komentar terhadap postingan mengenai isu Sebut Pantai Cibutun Terkotor ke-4, Aparat Desa Cibutun Ancam Tuntut Pandawara Grup" @folkative. Opini yang telah disampaikan oleh masyarakat pada kolom komentar postingan @folkative akan membentuk opini publik secara otomatis. Hal ini disampaikan oleh Morissan, masyarakat secara otomatis akan terpengaruh oleh isu-isu yang dibentuk oleh media, yang menyebabkan munculnya berbagai opini di jejaring sosial. Individu-individu akan menyatakan pendapat mereka terkait situasi yang diberitakan, baik dengan mendukung, menolak, atau bersikap netral terhadap isu tersebut (BIN MUHAMMAD ALKATIRI et al., 2020).

Teori *agenda setting* memang dikembangkan dalam konteks media massa tradisional seperti surat kabar, radio, dan televisi. Namun, dalam penelitian ini teori *agenda setting* sangat relevan dalam konteks media sosial karena platform ini memperluas dan mempercepat kemampuan individu dan kelompok untuk menentukan agenda publik. Media sosial memungkinkan proses agenda setting yang lebih dinamis dibandingkan dengan media massa, ini menjadikannya alat yang kuat untuk mempengaruhi opini publik.

Pada penelitian ini peneliti memiliki maksud untuk mengetahui sejauh mana opini publik terhadap sikap Aparat Desa Cibutun Sukabumi dengan melihat opini publik yang tercerminkan dari postingan Instagram @folkative dengan judul "Sebut Pantai Terkotor Nomor 4, Aparat Desa Cibutun Ancam Tuntut Pandawara Group" dapat dilihat bahwa opini publik negatif yang paling dominan, maka dapat disebutkan bahwa terdapat reaksi yang negatif terhadap sikap aparat desa.

Pada konteks penelitian ini dapat dilihat dari data hasil penelitian dapat dikatakan pihak aparat desa cibutun dapat dikatakan mendapatkan citra yang buruk dikarenakan tuntutan aparat desa tidak tepat dan mengabaikan kontribusi positif yang diberikan oleh Pandawara group dalam upaya membersihkan lingkungan Pantai Cibutun. Aparat desa harus berfokus pada transparansi dan komunikasi yang jujur dengan masyarakat. Hal ini dapat ditunjukkan dengan menunjukkan komitmen mereka terhadap kebersihan dan kesejahteraan lingkungan dengan terlibat aktif dalam kegiatan kebersihan dan mendukung inisiatif lingkungan lainnya. Dengan pendekatan yang proaktif dan berbasis kolaborasi, aparat desa dapat membangun kembali kepercayaan publik dan memperkuat citra positif di mata masyarakat.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa konten Pandawara Grup mengenai kebersihan Pantai Cibutun memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan opini publik di Instagram @folkative. Mayoritas opini publik yang terbentuk adalah positif, mencerminkan dukungan dan apresiasi terhadap inisiatif kebersihan tersebut. Namun, terdapat juga opini negatif yang mengkritik atau meragukan efektivitas upaya yang dilakukan. Opini netral menunjukkan adanya ketertarikan dan kebutuhan akan informasi lebih lanjut di kalangan pengguna Instagram. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya peran media sosial dalam membentuk opini publik dan bagaimana konten yang diposting dapat mempengaruhi persepsi dan tanggapan masyarakat.

REFERENSI

- Asih, D. N., & Rosit, M. (2018). Opini Publik di Media Sosial: Analisis Isi Opini Kandidat Ahok-Djarot dan Anies-Sandi di Twitter. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(2), 45–56. <https://doi.org/10.35814/coverage.v8i2.589>
- BIN MUHAMMAD ALKATIRI, A., NADIAH, Z., & NASUTION, A. N. S. (2020). Opini Publik Terhadap Penerapan New Normal Di Media Sosial Twitter. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 11(1), 19–26.
- Enterprise, J. (2014). *Instagram untuk fotografi digital dan bisnis kreatif*. Elex Media Komputindo.
- Eriyanto (2011). Analisis isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. *Prenada Media, Jakarta*
- Kamaruzzaman, K. (2021). Aktivisme Sosial Dan Pemerksaan Penglibatan Masyarakat Dalam Era Media Baharu. E-Prosiding Seminar Antarabangsa Islam Dan Sains 2021 “Wawasan Kemakmuran Bersama 2030,” September, 18–34. [https://oarep.usim.edu.my/jspui/handle/123456789/14350%0Ahttps://oarep.usim.edu.my/jspui/bitstream/123456789/14350/1/2.BM.SAIS2021 - Aktivisme Sosial Dan Pemerksaan Penglibatan Masyarakat Dalam Era Media Baharu.pdf](https://oarep.usim.edu.my/jspui/handle/123456789/14350%0Ahttps://oarep.usim.edu.my/jspui/bitstream/123456789/14350/1/2.BM.SAIS2021-Aktivisme%20Sosial%20Dan%20Pemerksaan%20Penglibatan%20Masyarakat%20Dalam%20Era%20Media%20Baharu.pdf)
- Karra Sugianto. (2017). Opini Pemirsa Surabaya Terhadap Blur dalam Program Acara di Televisi. *Jurnal E-Komunikasi PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSTIAS KRISTEN PETRA, SURABAYA*, 5(1), 1–10.
- Qadri, M. (2020). Pengaruh Media Sosial Dalam Membangun Opini Publik. *Qaumiyyah: Jurnal Hukum Tata Negara*, 1(1), 49–63. <https://doi.org/10.24239/qaumiyyah.v1i1.4>
- Ritonga, E. (2018). Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 4, 32. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1460>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.

