

MAKALAH
PENGANTAR TEKNOLOGI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DAN
POLA INTERAKSI SOSIAL DI ERA DIGITAL

Oleh:

Muhamad Rizki Ismail (NIM: 240401010126)

Kelas: IF103

Dosen pembimbing:

Khasanah, S.Pd, M.Kom



Program Studi Informatika

Universitas Siber Asia

Tahun 2025

Abstract - Social media has become an inseparable part in modern society. Almost every profession in the modern era involves the internet and social media. This platform not only significantly shapes public opinion, but also alters social interaction patterns in society, potentially bringing both positive and negative impact cultural influences. This paper presents an analysis of how social media affects public opinion and social interaction, focusing on the role of influencer and the algorithm implemented by the platform.

Keywords - social media, social interaction, public opinion

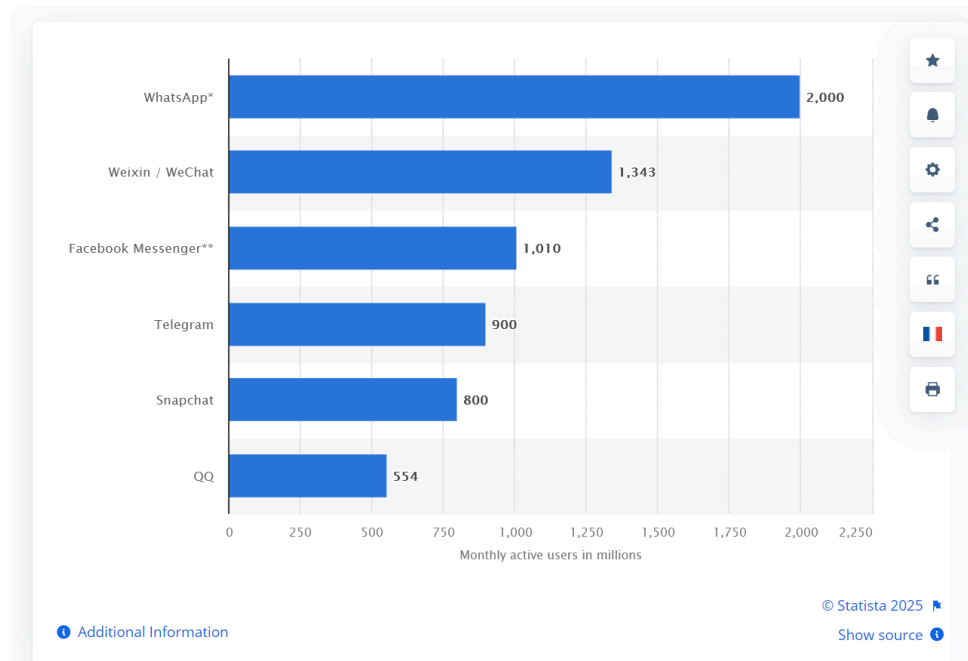
Abstraksi - Media sosial adalah bagian yang sudah tidak terpisahkan dari masyarakat modern. Hampir setiap profesi yang dijalani oleh manusia di zaman modern melibatkan internet dan sosial media. Platform ini tidak hanya dapat secara signifikan mengubah opini publik, tetapi juga pola interaksi sosial di masyarakat yang bisa berpotensi membawa budaya positif dan negatif sekaligus. Makalah ini menyajikan analisis bagaimana media sosial memengaruhi opini publik dan interaksi sosial masyarakat, mulai dari peran influencer dan algoritma yang ditawarkan oleh platform itu sendiri.

Kata Kunci: media sosial, interaksi sosial, opini publik

I. Pendahuluan

A. Latar Belakang

Di era modern ini, hal pertama yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat ketika terbangun di pagi hari adalah membuka ponsel, menyalakan internet, dan memeriksa apakah ada pesan masuk dari atasan mereka. Aplikasi pesan yang luas dipakai seperti WhatsApp, Snapchat, dan Telegram menjadi menu sarapan wajib yang selalu tersaji di layar ponsel.



gambar 1. Statistik pengguna aplikasi pesan

Pada 2025 sendiri, dilansir dari statista.com, terdapat 2 Miliar pengguna WhatsApp, 900 Juta pengguna Telegram, dan 800 Juta pengguna SnapChat. Aplikasi-aplikasi tersebut merupakan contoh dari media yang disebut media sosial. Ini menunjukkan jika media sosial sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari aktivitas harian manusia modern. Hampir setiap aspek kehidupan, mulai dari pendidikan, kegiatan ekonomi, kegiatan sosial, hingga aspek budaya selalu melibatkan media sosial.

Media sosial telah menjadi sebuah wadah bagi miliaran manusia untuk berinteraksi tanpa terpengaruh oleh batasan ruang dan waktu. Media sosial memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat, dengan biaya lebih murah (Fatmawati, 2025). Kelebihan ini menciptakan sebuah kondisi dimana orang bisa mengeluarkan biaya yang lebih murah untuk bisa mendapatkan sesuatu yang mereka inginkan. Akibatnya, mereka bisa mendapatkan waktu luang lebih banyak untuk bisa meningkatkan produktivitas. Sebuah pola hidup yang membuat manusia amat sibuk ini, bukan tak mungkin akan mengarahkan sebuah pola interaksi sosial yang baru.

Di media sosial, orang-orang juga secara bebas dapat membagikan berbagai ide dan gagasan mereka sendiri atau yang mereka yakini bahkan secara anonim. Demokrasi ini bisa menyebabkan dua pendapat yang saling bertentangan bertemu. Bukan tidak mungkin, jika kedua sisi yang memiliki gagasan berbeda ini bisa mendapatkan dukungan dari banyak orang dengan ide yang sama. Orang yang banyak ini pun membela kubu mereka masing-masing dan pertengkaran antar keduanya terjadi.

Makalah ini akan menyajikan pembahasan bagaimana sosial media dapat membawa pengaruh kuat terhadap perubahan pendapat publik dan interaksi sosial masyarakat satu sama lain.

B. Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana media sosial memengaruhi pembentukan opini publik?
- 2) Bagaimana media sosial mengubah cara individu berinteraksi dalam kehidupan sosial?
- 3) Bagaimana algoritma media sosial memengaruhi persepsi pengguna terhadap suatu isu?

C. Tujuan Penelitian

- 1) Menganalisis dampak media sosial dalam memengaruhi opini publik
- 2) Menganalisis dampak media sosial dalam memengaruhi interaksi sosial masyarakat

D. Metode Penelitian

Penelitian dilakukan dengan cara pengamatan langsung ke berbagai platform media sosial dan mengamati bagaimana perilaku pengguna menanggapi isu yang sedang dibahas. Penelitian ini juga menggunakan metode studi literatur dengan mengumpulkan dan menganalisis sumber seperti artikel ilmiah, jurnal, situs resmi pemerintah, atau buku-buku yang berkaitan yang dipublikasi oleh pihak yang kredibel di bidangnya demi menjaga relevansi dari informasi yang tersaji. Informasi yang dikumpulkan kemudian dirangkum, dianalisis, dan disusun secara sistematis agar mendukung pembahasan sesuai dengan tujuan makalah ini.

II. Landasan Teori

A. Pengertian Media Sosial

Menurut Anang Sugeng Cahyono, media sosial adalah sebuah media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, form, dan dunia virtual.

Sementara itu, menurut Jonathan A. Obar dan Steve Wildman, sosial media adalah konsep dunia digital yang merujuk pada platform daring yang mana individu atau kelompok dapat berinteraksi, berbagi informasi, dan berpartisipasi dalam berbagai form komunikasi melalui internet.

Di dalam media sosial, individu maupun kelompok dapat mengutarakan pendapat soal isu di dunia, bisa melalui video, tulisan, hingga sekadar gambar. Orang lain juga bisa membalas gagasan orang lain dengan berkomentar, lantas berbagi tautan atau *posting*-an untuk mengajak temannya ikut membalas argumen.

Seperti yang telah disebutkan di atas, beberapa contoh media sosial terbesar antara lain,

- 1) Facebook, sebuah jejaring sosial yang memiliki banyak fitur, seperti berbagi tulisan, gambar, video, hingga *marketplace*, dimana orang bisa melakukan transaksi jual-beli di sana. Pengguna facebook saat ini adalah 2.11 Miliar akun (Backlinko, 2025)
- 2) Whatsapp, sebuah aplikasi pesan singkat yang di dalamnya orang saling berkirim pesan secara instan, berbagi dokumen, gambar, bahkan pemungutan suara. Pengguna bahkan dapat berkumpul dan membuat kelompok dengan fitur *group chat*. Whatsapp kini telah digunakan oleh 2,78 Miliar pengguna (Nair, 2024).
- 3) X (dulu Twitter), aplikasi ini merupakan tempat yang paling sering dijadikan tempat untuk mengemukakan pendapat, fitur trending yang dimilikinya membuat pengguna dapat dengan mudah tahu isu apa yang sedang dibahas oleh masyarakat di sekitarnya. Fitur retweet juga sering menjadi alat untuk membalas atau mendukung argumen milik orang lain. Pada 2024, pengguna situs X telah mencapai 335,7 juta akun (Geuens, 2024)

B. Pengertian Interaksi Sosial

Interaksi sosial atau relasi sosial adalah cara orang-orang berbicara bertindak satu sama lain (Argyle, 2007). Interaksi ini memiliki pengaruh yang kuat terhadap pembentukan kultur dan budaya di masyarakat.

Interaksi sosial sendiri dapat mengalami perubahan. Perubahan pada arah interaksi sosial merupakan sebuah gejala yang normal (Cahyono, 145). Perubahannya sendiri dapat dipengaruhi oleh media komunikasi dan informasi yang digunakan oleh masyarakat tersebut.

C. Pengertian Opini Publik

Menurut Santoso Sastropetro istilah opini publik sering digunakan untuk menunjuk kepada pendapat-pendapat kolektif dari sejumlah besar orang. Secara sederhana, opini ini berarti pendapat atau pandangan satu individu atau kelompok terhadap satu topik.

Sementara itu, menurut KBBI publik berarti khalayak banyak atau umum. Sehingga, opini publik bisa dipahami sebagai pendapat umum dari masyarakat kebanyakan atau pendapat mayoritas.

III. Pembahasan

A. Dampak Media Sosial Terhadap Opini Publik

Opini dari seorang individu umumnya berasal dari informasi yang telah individu tersebut dapatkan. Di zaman modern sendiri, seseorang bisa mendapatkan informasi melalui berbagai sumber yang mungkin di zaman dulu tidak terpikir sama sekali bahwa orang bisa mendapatkan informasi dari sana, yaitu internet. Dengan internet, bahkan seorang pelajar dari satu sudut bangunan sekolah di Cianjur dapat mendapatkan informasi berita bahwa pemerintah Australia akan melarang anak di bawah 16 tahun untuk mengakses media sosial tanpa harus meninggalkan rumah sama sekali.

Media sosial adalah platform dengan kunjungan paling besar di Internet. Menurut backlinko.com, youtube sebagai situs media sosial video telah mencapai 71,97 Miliar kunjungan di tahun 2024.

Ranking	Website	Traffic
1	google.com	132.34B
2	youtube.com	71.97B
3	facebook.com	12.92B
4	wikipedia.org	6.73B
5	instagram.com	6.5B
6	reddit.com	5.69B
7	bing.com	4.76B
8	x.com	4.07B
9	whatsapp.com	3.88B
10	taboola.com	3.81B

Tabel 1. Ranking kunjungan situs 2024 versi backlinko.com

Dengan kunjungan sebesar ini, sudah tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat lebih banyak mendapatkan informasi di internet melalui media sosial dibandingkan jurnal-jurnal ilmiah.

Jumlah besar pengguna ini dapat menjadikan sebuah kesempatan besar bagi suatu kelompok atau individu untuk bisa menyampaikan gagasan atau pengaruhnya kepada khalayak yang luas dalam waktu singkat.

Informasi di media sosial sendiri tidak terikat oleh aturan-aturan khusus. Seseorang bisa saja membuat sebuah paragraf pendek dengan huruf kapital besar yang menampilkan satu informasi kemudian mengunggahnya di salah satu platform media sosial, kita ambil contoh X (dulu twitter). Ketika sepenggal informasi pendek itu sampai di depan layar seseorang yang sedang *scrolling* layar, informasi itu pun didapatkan oleh orang tersebut. Begitu itu menggulir layar lagi, informasi baru dari orang lain pun muncul. Begitu seterusnya. Hingga dalam waktu lima menit saja, satu orang memperoleh ratusan informasi baru dari berbagai wilayah di dunia.

Dengan begitu luasnya sumber informasi yang “tumpah” di dalam media sosial, bukan tidak mungkin, seseorang atau kelompok menemukan sebuah pernyataan dari orang lain yang bertentangan dengan nilai dan budaya di tempat asal orang atau kelompok tersebut. Perdebatan pun bisa terjadi.

Peristiwa seperti ini amat sering terjadi di dalam platform X. Platform ini telah muncul sebagai sebuah medan tempur wacana publik, dimana

orang-orang dari latar belakang yang berbeda dapat secara aktif berkomentar terhadap peristiwa terkini dan isu publik serta berusaha untuk memberikan pengaruh (Konway, 2015).

Pada 5 Februari 2025, seorang influencer bernama Ferry Irwandi membagikan sebuah utas yang merupakan sebuah interupsi atas sebuah kabar yang sebelumnya diyakini sebagai kabar baik oleh mayoritas orang terkait inflasi Indonesia yang hanya 0,76% yang merupakan terendah sejak tahun 2000.



Gambar 2. Postingan seorang Influencer yang mendapat 2,2 Juta tontonan

Pandangan banyak orang yang semula mengira inflasi rendah adalah kabar baik berubah dengan cepat hanya satu *posting*-an dari satu influencer yang mendapatkan 2,2 juta tontonan.

Peran influencer, ruang debat terbuka secara publik, dan bebasnya dari hambatan ruang dan waktu serta aturan yang sangat demokratis ini menjadi faktor penting yang membuat media sosial dapat membentuk pandangan dari satu individu atau kelompok.

Algoritma media sosial juga cenderung akan selalu berusaha membuat penggunanya berada di platform-mereka selama mungkin dengan cara hanya menyuguhkan konten-konten yang dapat meningkatkan keinginan untuk berinteraksi atau dengan kata lain konten yang mereka sukai. Hal ini akan

makin memengaruhi opini pengguna karena konten yang akan tampil di beranda media sosial umumnya adalah konten yang mendukung ide mereka sendiri atau ide oposisi yang membuat pengguna berhasrat untuk duduk menyanggah ide lawannya.

Contoh lainnya adalah peristiwa gerakan 212 yang secara mengejutkan dapat mengumpulkan ratusan ribu orang (jumlah ini juga diperdebatkan di platform X) dari berbagai wilayah di Indonesia melalui ajakan-ajakan di media sosial.

B. Dampak Media Sosial Terhadap Interaksi Sosial

Media sosial memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan kepada siapa saja secara instan, memberikan akses pada orang-orang untuk tetap terhubung dengan orang lain. Media sosial menghapus batas-batas dalam bersosialisasi (Cahyono, 152). Namun, ini menimbulkan tantangan tersendiri karena sosial media negatif berpengaruh terhadap kualitas interaksi dan hubungan sosial yang lebih mendalam di dunia nyata (Apriyanti, 230).

Media sosial memiliki sebuah fitur atau kemampuan yang dapat membuat penggunanya bersifat anonim selama di internet, wajahnya tersembunyi, namanya palsu, dan punya waktu banyak untuk memikirkan jawaban yang akan dikeluarkan untuk menjawab pesan instan dari orang lain. Ini berkaitan erat dengan kurangnya rasa percaya diri untuk berinteraksi secara langsung, perasaan aman ketika tidak merespon, dan tidak ada tekanan ketika saling bertatap muka. Hal ini membuat kebanyakan orang lebih nyaman saat berinteraksi secara daring.

Dilansir dari CDC.GOV, kurangnya interaksi sosial secara fisik dapat menyebabkan beberapa gangguan mental serius seperti depresi, gangguan kecemasan, hingga kesepian.

Fenomena lain yang terjadi akibat menjamurnya media sosial adalah krisis eksistensi yang kerap dialami para remaja yang tidak pernah dialami oleh generasi sebelumnya. Sebagai contoh, seorang remaja SMA yang melihat anak seusianya telah lulus kuliah atau meraih medali emas di olimpiade luar negeri di media sosial.

Di zaman yang segalanya serba terhubung ini, menyebabkan jumlah pesaing naik dari seratus ribu warga sekota ke jutaan sampai miliaran orang di seluruh dunia (Housel, 98). Akibatnya, banyak remaja yang mengalami suatu gejala ketidakpercayaan diri yang parah.

Di samping itu semua, media sosial juga berhasil membawakan beberapa suara-suara yang positif yang membuka pandangan masyarakat dan memengaruhi struktur sosial. Misalnya, rasisme.

Media sosial adalah salah satu media yang paling berperan sehingga interaksi sosial antarras berubah drastis dibandingkan beberapa dekade lalu.

Media sosial juga membuat masyarakat luas lebih memahami akan suatu penyakit yang sebelumnya tabu dibicarakan yaitu penyakit mental yang ternyata dapat diobati jika ditangani dengan tepat. Selain dua hal itu, ada pula isu pemanasan global, *parenting*, hingga pendidikan seks.

IV. Kesimpulan

Media sosial adalah media yang dapat menembus dinding jarak dan waktu, membuat interaksi sosial masyarakat jadi lebih luas ke arah yang tak terjangkau sebelumnya. Media sosial dapat menjangkau jutaan bahkan miliaran orang dalam waktu singkat, membuatnya menjadi alat untuk menyebarkan suatu informasi baik benar maupun salah ke khalayak luas dalam waktu singkat. Lewat influencer-influencer, beberapa pihak yang memerlukan dapat dengan cepat mengubah opini publik terhadap suatu isu yang mana ia bisa membuat sebuah masyarakat dengan interaksi sosial yang lebih baik atau bisa juga hanya menguntungkan satu golongan saja.

Algoritma media sosial memiliki kemampuan untuk hanya menyuguhkan konten yang disukai oleh penggunanya sehingga ide dan gagasannya bisa semakin diyakini. Algoritma juga dapat menyajikan konten bertentangan dengan gagasan pengguna sehingga meningkatkan hasrat pengguna untuk membalas argumen lawan.

Tantangan lain dari media sosial adalah menumpulnya kemampuan atau *soft skill* individu dalam berinteraksi sosial secara fisik di dunia nyata khususnya kalangan pemuda. Ini karena berbagai fitur yang menyebabkan orang-orang lebih nyaman

berinteraksi secara daring. Alhasil, mereka merasakan tekanan saat berinteraksi secara fisik. Ini semua dapat memicu pada gangguan mental parah di masa yang akan datang.

Daftar Pustaka

- Apriyanti, H., Aeni, I. S., Nabilla, N. H., Laksana, A., & Latief, L. M. (237). Keterlibatan Penggunaan Media Sosial pada Interaksi Sosial di Kalangan Gen Z. *Sosial Simbiosis : Jurnal Integrasi Ilmu Sosial dan Politik*, 4(2024), 229. Retrieved February 15, 2025, from https://www.researchgate.net/publication/387040088_Keterlibatan_Penggunaan_Media_Sosial_pada_Interaksi_Sosial_di_Kalangan_Gen_Z
- Argyle, M. (2007). *Social Interaction*. Aldine Transaction.
- Backlinko. (2025, January 30). *Facebook User & Growth Statistics to Know in 2025*. Backlinko. Retrieved February 15, 2025, from <https://backlinko.com/facebook-users>
- Cahyono, A. S. (n.d.). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA. *Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Fatmawati, N. (2021, November 2). *Website DJKN*. Website DJKN. Retrieved February 15, 2025, from https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/14366/pengaruh-positif-dan-negatif-media-sosial-terhadap-masyarakat.html?utm_source=chatgpt.com
- Geuens, R. (2024, October 30). *How many monthly active users does X (Twitter) have?* SOAX. Retrieved February 15, 2025, from <https://soax.com/research/twitter-active-users>
- Housel, M. (2021). *Psychology Of Money*. penerbit baca.
- Konway, B. A., Kanski, K., & Wang, D. (2015). The Rise of Twitter in the Political Campaign: Searching for Intermedia Agenda-Setting Effects in the Presidential

Primary. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(4).

<https://academic.oup.com/jcmc/article/20/4/363/4067549?login=false>

Nair, A. (2024, August 13). *WhatsApp Statistics for 2024 - All You Need to Know*. Verloop.io.

Retrieved February 15, 2025, from

<https://www.verloop.io/blog/whatsapp-statistics-2024/>

Obar, J. A., & Wildman, S. (2015). Social Media Definition and the Governance Challenge:

An Introduction to the Special Issue. *SSRN Electronic Journal*, 1(1), 1. Retrieved

February 15, 2025, from <https://doi.org/10.2139/ssrn.2647377>

Sastropetro, S. (1990). Pendapat Publik, Pendapat Umum, dan Pendapat Khalayak dalam

Komunikasi Sosia. *Bandung: Remaja Rosdakary*, (1990), 49.