



Kontribusi Media Digital Dalam Membangun Opini Publik Pemilu 2024 (Studi Kasus NarasiNewsroom)

Lulu Nur Zalzillah¹, Rangga Galura Gumelar²

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Abstract

General elections (Pemilu) are an optimal implementation of political communication that is adapted to communication strategies. In the 4.0 era, political communication strategies tend to use digital media to convey political messages (campaigns). This aims to receive community support. On the other hand, these conditions shape opinions in the public which cause public reactions. So, this research analyzes how NarasiNewsroom as a digital media forms public opinion in the 2024 election. This research also uses qualitative methods (case studies) which are guided by the theory of stubbornness and new media. The research results show that NarasiNewsroom has a role as a new media. NarasiNewsroom is a new media that provides fast, actual and internet-based information to assist in conducting fast, actual and internet-based research and analysis related to the 2024 election which creates points of view and conveys opinions that become public opinion. So, NarasiNewsRoom becomes a new medium for providing information that guarantees credibility and validity. The abstract must be written in English and Indonesian. The abstract is a summary of the article. The abstract is written in one paragraph with single space and the maximum length is 250 words. The abstract must be straightforward and contains four aspects of logical reasoning such as the importance of the research, approaches or methods that are used, the result of the research and conclusion. (IMRAD: introduction, methods, results, analysis, and discussions).

Pemilihan umum (Pemilu) merupakan implemtasi komunikasi politik secara optimal yang disesuaikan dengan strategi komunikasi. Pada era 4.0, strategi komunikasi politik cenderung menggunakan media digital untuk menyampaikan pesan politik (kampanye). Hal ini bertujuan untuk menerima dukungan masyarakat. Di sisi lain, kondisi tersebut membentuk opini-opini di publik yang menimbulkan reaksi masyarakat. Maka, penelitian ini menganalisis bagaimana NarasiNewsroom sebagai media digital dalam pembentukan opini publik di pemilu 2024. Penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif (studi kasus) yang berpedoman pada teori kepala batu dan new media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa NarasiNewsroom memiliki peran sebagai media baru yang NarasiNewsroom menjadi media baru yang menyediakan informasi secara cepat, aktual dan berbasis internet guna membantu dalam melakukan riset dan analisis secara cepat, aktual dan berbasis internet terkait pemilu 2024 yang menimbulkan sudut pandang dan penyampaian opini-opini yang menjadi opini publik. Jadi, NarasiNewsRoom menjadi media baru dalam memberikan informasi yang terjamin kredibilitas dan validitas.

Keywords: Media digital, NarasiNewsRoom, Opini publik, Pemilu 2024

Pendahuluan

Pelaksanaan Pemilu di Indonesia akan diselenggarakan pada Febuari 2024. Pemilu atau pemilihan umum yang disebut pesta demokrasi di Indonesia menjadi acara paling dinantikan oleh masyarakat. Selama proses pelaksanaan banyak dinamika terjadi di

masyarakat. Setiap waktu, menimbulkan berbagai aksi-reaksi antara masyarakat dan pelaku politik, guna menerima dukungan dalam Pemilu 2024. Oleh karena itu, dalam ajang pemilu komunikasi dilakukan dengan optimal oleh partai politik ataupun aktor politik, tujuan komunikasi agar pesan-pesan

yang disampaikan bisa dimengerti masyarakat.

Komunikasi dalam kegiatan politik disebut komunikasi politik. Shahreza mengatakan Komunikasi politik merupakan kegiatan komunikator menyampaikan informasi politik kepada komunikan untuk menerima output dan input dari sistem politik yang diharapkan (Nofiard, 2022). Strategi komunikasi politik biasanya diimplemtasikan dalam kegiatankegiatan politik contohnya saat kampanye. Alur komunikasi pada komunikasi politik menimbulkan respon berbeda-beda menimbulkan

opini-opini masyarakat terkait pandangan terhadap isu-isu Pemilu 2024, sehingga menimbulkan prokontra pada suatu permasalahan. Dampak situasi tersebut adalah terbentuknya opini publik dari isu atau permasalahan yang sedang ramai diperbincangkan di publik. Opini publik menurut Webster's New Collegiate Dictionary yaitu sebuah persepsi atau pandangan yang terbentuk dalam pikiran seseorang berdasarkan suatu permasalahan (Yesicha, 2012). Opini publik dapat terlaksana apabila memenuhi kriteria dari Abelson dalam (Soemirat, 2003) berdasarkan Kepercayaan, sikap, dan persepsi tentang suatu hal (Yesicha, 2012). Maka, antara media sosial dan opini publik dapat berjalan berdampingan karena komunikator memiliki media dalam mendistribusikan pesan-pesan kepada komunikan.

Perkembangan terkini dalam media digital, terutama munculnya platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok, telah merevolusi komunikasi politik. Platform ini memungkinkan politisi dan partai politik untuk berinteraksi langsung dengan pemilih tanpa perantara media tradisional. Hal ini mengubah dinamika kampanye politik, di mana pesan dapat disampaikan secara instan dan viral, mencapai audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Misalnya, kampanye digital pada Pemilu 2024 di Indonesia menunjukkan bagaimana politisi menggunakan media sosial untuk membentuk narasi, menjawab kritik, dan membangun citra diri. Selain itu, platform

ini juga memfasilitasi partisipasi publik yang lebih besar, memungkinkan warga untuk terlibat dalam diskusi politik, menyuarakan pendapat, dan mengorganisir gerakan sosial dengan lebih mudah.

Dalam konteks kontemporer, dampak media sosial terhadap komunikasi politik menjadi sangat relevan, terutama di tengah meningkatnya ketidakpercayaan terhadap media tradisional dan berita palsu (hoaks). Penelitian menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya mempengaruhi persepsi publik tentang isu politik, tetapi juga dapat memobilisasi pemilih muda yang sebelumnya apatis. Contohnya, pada Pemilu 2020 di Amerika Serikat, penggunaan media sosial oleh kampanye Joe Biden dan Donald Trump menjadi faktor kunci dalam mencapai dan memobilisasi basis pemilih mereka. Di Indonesia, fenomena serupa terlihat dengan meningkatnya penggunaan media sosial oleh tokoh politik seperti Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo, yang secara aktif menggunakan platform ini untuk membangun narasi politik dan berinteraksi dengan pemilih. Oleh karena itu, penelitian tentang kontribusi media digital dalam membangun opini publik menjadi sangat penting untuk memahami dinamika politik modern.

Didukung pada Era 4.0, dimana proses mengakses informasi dan komunikasi di media digital memiliki tingkat intensitas tinggi. Menurut (Apjii, 2023) penggunaan internet di Indonesia mencapai 215,63 juta atau setara 78,18% dari penduduk dalam negeri.



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Tahun 2022-2023

Berdasarkan data penggunaan media digital dapat diketahui bahwa media digital menjadi media bagi masyarakat memenuhi kebutuhan informasi dan komunikasi secara digital. Membuat media digital digunakan sebagai saluran keperluan

untuk mendistribusikan pesan-pesan politik kepada masyarakat. Media digital dimanfaatkan untuk keperluan Pemilu 2024, transformasi sistem informasi dan bentuk komunikasi baru melalui media digital sedang gencar-gencar dilaksanakan.

Bentuk komunikasi digital pada masa Pemilu, salah satunya adalah ketiga calon Presiden RI 2024 yaitu Prabowo Subianto, Ganjar Pranowo, dan Anies Baswedan pada masa kampanye aktif menggunggah dan melaporkan kegiatan masing-masing di media sosial baik Facebook, Instagram, Twitter, dan Youtube. Ketiga calon presiden memperlihatkan aktivitas untuk membangun citra diri dipublik. Pesan-pesan politik disampaikan kepada masyarakat dengan keunikan masing-masing. Opini-opini ketiga cawapres menyebar dan menciptakan topik tertentu kemudian membentuk sebuah diskusi publik. Dampak diskusi publik dalam komunikasi politik digital menimbulkan Pro-kontra masyarakat di media digital. Pendukung setiap cawapres akan memberikan asumsi subjektif di publik membuat terciptanya opini yang berkembang di masyarakat.

NarasiNewsRoom merupakan salah satu media digital yang dipegang oleh jurnalis terkenal Najwa Shihab. Media digital masuk dalam kelompok Narasi, Media ini lamannya banyak dikunjungi oleh masyarakat guna mencari informasi terutama terkait Pemilu 2024. Media digital dipercayai oleh publik selain dikelola oleh jurnalis dengan independensi tinggi, beritanya yang disampaikan bersifat netral dan tidak memihak. Hal ini, membuat masyarakat memiliki "trust" atau kepercayaan dalam mencari, menerima, dan mengelola berita berdasarkan pandangan yang terbentuk dari masing-masing orang.

Media digital dan opini publik merupakan dua aspek yang paling diperhatikan pada era pemilu tahun ini. Media sosial telah menjadi platform penting dalam membentuk partisipasi politik masyarakat. Studi oleh Gil de Zúñiga, Jung, dan Valenzuela (2012) menemukan bahwa penggunaan media sosial meningkatkan keterlibatan

politik dan partisipasi pemilih. Selain itu, Kaplan dan Haenlein (2010) menekankan bahwa media sosial memungkinkan interaksi dua arah yang memperkuat hubungan antara politisi dan pemilih.

Mayoritas masyarakat mencari informasi melalui media digital, sehingga opini publik dapat berubah dalam jangka waktu beberapa hari. Fenomena ini, dapat menunjukkan bahwa manusia memiliki kemampuan selektif dalam menerima informasi artinya tidak merespon begitu saja. Contoh melansir dari artikel, hasil Survei Lembaga SMRC elektabilitas partai politik pada pemilu 2024 memiliki perbedaan dengan pemilu 2019, Dalam survei menunjukkan bahwa PDIP mengalami peningkatan dari 19,3% menjadi 23,4%, Gerinda 12,6% menjadi 14,1%, PKB juga mengalami peningkatan meskipun tingkat signifikansi tidak terlalu pesat (TribunWOW.com, 2023). Beberapa bulan kemudian Survei NIRC memperlihatkan tingkat elektabilitas Prabowo, Ganjar dan Anies, jangka waktu survei kembali menunjukkan persaingan ketat antara Prabowo Subianto dan Ganjar Pranowo. Kedudukan pertama dipegang oleh PDIP (17,8%) berbeda selisih tipis Gerinda (17,4%) (REPUBLIK, 2023).

Namun, tingkat dukungan masyarakat kepada Prabowo terus meningkat, mempengaruhi peningkatan elektabilitas, hal ini dipengaruhi oleh para pesaing politiknya yang memberikan beberapa perilaku kurang baik, menurunkan tingkat empati masyarakat. Apabila Prabowo mempertahankan kedudukannya, kemungkinan Gerinda akan menyalip PDIP. Fenomena tadi, membuktikan opini publik dalam pemilu merupakan komponen vital bagi individu maupun lembaga. Berdasarkan permasalahan terjadi, masyarakat terlibat dalam respon terkait setuju atau tidak setuju terkait tindakan, perilaku, dan ucapan tokoh politik dipublik. Oleh sebab itu, penelitian menggunakan perspektif teori kepala batu. Teori kepala batu merupakan masyarakat sebagai audiens masyarakat tidak bersifat pasif dan memiliki keberanian melawan media. Masyarakat memiliki kemampuan untuk melakukan filter

konseptual yaitu dapat mengelompokan informasi yang dibutuhkan dan mana yang tidak dari media. Selain itu, Media digital sebagai media informasi dan komunikasi masyarakat merupakan bagian media baru yang muncul di lingkungan masyarakat, Sehingga memberikan transformasi kepada masyarakat terkait penyebaran informasi. Bahkan, dimanfaatkan dalam pelaksanaan komunikasi politik. Mencantumkan teori new media pada penelitian karena pengertian, keberadaan, dan fungsi sangat sesuai bagi kebutuhan manusia serta perkembangan zaman.

Berdasarkan pembahasan diatas mengenai komunikasi politik digital, Pemilu, kontribusi media digital, serta opini publik. Peneliti penasaran untuk meneliti dan menganalisis bagaimana peran NarasiNewsroom sebagai media digital dalam pembentukan opini publik di pemilu 2024. Maka, Peneliti memutuskan penelitian berjudul "Kontribusi Media Digital dalam Membangun Opini Publik Pemilu 2024".

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. penelitian kualitatif yang berbasis pada pemahaman dan perilaku manusia berdasarkan pada opini manusia (Polit & Beck, 2004). Jadi, metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus merupakan metode untuk menganalisis suatu kasus tertentu atau hasil penelitian suatu kasus tertentu. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik analisis observasi dan wawancara berdasarkan kriteria.

Kajian Teori

Perspektif Teori Kepala Batu dalam Komunikasi Politik

Teori Kepala Batu, atau yang sering disebut "Stubborn Theory," berfokus pada resistensi individu terhadap perubahan pandangan atau sikap mereka meskipun dihadapkan dengan informasi baru yang bertentangan. Dalam konteks komunikasi politik, teori ini sangat relevan karena mencerminkan kecenderungan individu untuk tetap berpegang pada keyakinan politik mereka meskipun terdapat bukti atau argumen yang kuat dari pihak lawan. Asumsi

dasar teori ini adalah bahwa individu memiliki kecenderungan untuk mencari, memproses, dan mengingat informasi yang sesuai dengan keyakinan awal mereka, sambil mengabaikan atau menolak informasi yang bertentangan.

Penelitian menunjukkan bahwa media digital, terutama media sosial, memperkuat efek Teori Kepala Batu. Algoritma platform media sosial sering kali menyediakan konten yang disesuaikan dengan preferensi pengguna, yang dikenal sebagai filter bubbles atau echo chambers. Hal ini menyebabkan pengguna cenderung terpapar pada informasi yang memperkuat pandangan mereka sendiri, dan jarang terpapar pada perspektif yang berlawanan. Dengan demikian, bukannya memperluas wawasan dan pemahaman, media sosial justru dapat memperkuat keyakinan yang sudah ada dan meningkatkan polaritas politik.

Dalam konteks Pemilu 2024 di Indonesia, aplikasi dari Teori Kepala Batu dapat diamati dalam cara masyarakat mengonsumsi informasi politik melalui media digital. Misalnya, pendukung berbagai calon presiden cenderung mengonsumsi konten dari sumber yang mendukung calon mereka dan mengabaikan atau menolak sumber yang mendukung calon lain. Hal ini diperparah oleh fenomena berita palsu (hoaks) yang sering kali disebarkan melalui media sosial untuk mendiskreditkan lawan politik. Teori Kepala Batu menjelaskan mengapa meskipun terdapat upaya untuk memberikan informasi yang faktual dan berimbang, sebagian besar pemilih tetap teguh pada pilihan politik mereka dan sulit untuk berubah pikiran.

Dengan menggunakan perspektif Teori Kepala Batu, penelitian ini berupaya untuk memahami bagaimana media digital dan media sosial khususnya mempengaruhi opini publik dan perilaku pemilih dalam konteks Pemilu 2024. Penelitian ini juga menyoroti tantangan dalam menyampaikan informasi yang akurat dan berimbang di tengah lingkungan media yang sangat terpolarisasi. Dengan memahami dinamika ini, diharapkan dapat ditemukan strategi yang lebih efektif dalam menyampaikan informasi politik yang

dapat menjangkau dan memengaruhi audiens secara lebih luas dan beragam.

Pembahasan

Media Digital Sebagai Media Baru Pemilu 2024

Komunikasi menjadi bagian aktifitas kehidupan sehari-hari yang dilakukan oleh semua orang dengan tujuan dan kepentingan masing-masing. komunikasi memiliki arah fokus pada sektor yang dibutuhkan seperti ekonomi, sosial, bahkan politik,

Di Era Pemilu, komunikasi politik akan diterapkan oleh aktor-aktor politik maupun organisasi (Partai) yang mewakili aktor tersebut. Komunikasi politik memiliki beberapa bentuk kegiatan seperti agitasi, retorika politik, propaganda, lobi, dan kampanye yang bertujuan untuk membentuk citra diri individu ataupun kelompok.

Tujuan lain komunikasi politik adalah memudahkan penyampaian pesan-pesan politik kepada masyarakat agar pesan dapat dimengerti oleh publik. Sehingga, para individu atau organisasi politik mendapatkan dukungan dari publik.

Setiap konteks politik di Pemilu 2024, komunikasi politik memuat sistem politik, sosialisasi, perekrutan, kelompok, penguasa, peraturan dan masih banyak lagi (Cecep Suryana & Pustaka, 2018). Proses sistem politik dapat dilaksanakan membutuhkan jangka waktu panjang, namun kemajuan teknologi dan informasi memberikan masyarakat mengalami transisi yang membutuhkan waktu adaptasi.

Peristiwa ini menciptakan media baru bagi masyarakat yaitu media digital yang memiliki fungsi yang memudahkan kehidupan manusia dalam pelaksanaan aktifitas resmi maupun kehidupan sehari-hari. Keberadaan media digital mempengaruhi rutinitas masyarakat, begitu pula komunikasi politik mengoptimalkan media digital di Pemilihan Umum Tahun 2024.

Media digital memiliki berbagai jenisnya seperti blog, email, media sosial, dan juga artikel. Ciri-ciri media baru menurut teori new

media membutuhkan karakteristik merepresentasikan virtual dan digital dalam komunikasi politik digital Pemilu 2024.

Masyarakat beralih menggunakan media digital dalam mencari informasi terkait permasalahan di masyarakat. Pandangan masyarakat memilih menggunakan media digital dalam kebutuhan mencari informasi.

Pernyataan-pernyataan di atas memberikan pemahaman bahwa masyarakat cenderung mencari informasi melalui media digital dalam pelaksanaan komunikasi politik pada masa pemilu 2024. Kelebihan media digital terdiri dari

a. Akses Informasi cepat

Di pemilihan umum 2024, proses komunikasi beralih pada komunikasi berbasis digital. Adanya kedekatan media digital dengan masyarakat secara optimal membuat masyarakat hidup saling berdampingan dengan media tersebut.

Penggunaan media digital memudahkan orang-orang mencari informasi secara cepat, mudah, dan gratis. Oleh karena itu, masyarakat

b. bersifat terkini

Media digital memiliki proses cepat dan aktual dalam mengakses informasi, artinya publikasi informasi dapat dilakukan segera mungkin karena tidak membutuhkan produksi tanpa aturan ketat dan jangka waktu panjang. Pembaharuan informasi bisa dilakukan setiap waktu yang membuat masyarakat lebih up to date terhadap isu-isu politik, budaya, sosial, ataupun ekonomi.

Berita-berita pada media digital memiliki kaidah penulisan tidak menggunakan kalimat baku, tapi lebih dinamis dengan memperhatikan penulisan seperti SEO (Cecep Suryana & Pustaka, 2018). SEO adalah tahapan-tahapan secara struktural yang bertujuan meningkatkan volume dan kualitas trafik melalui pemanfaatan algoritma agar situs web menjadu pencarian paling atas dengan kata kunci.

Maka, informasi mengalami pembaharuan bahkan disituasi kejadian peristiwa sedang berlangsung. Sehingga, kondisi ini mengalihkan orang-orang menggunakan media baru yaitu media digital untuk memberikan kemudahan mengetahui informasi terkait isu-isu yang diperbincangkan.

Berbasis Internet

Tidak kalah penting, mengingat teori new media menyatakan bahwa media baru bersifat digital dan virtual. Membutuhkan internet menjadi elemen utama agar kedua aspek media digital dapat diimplementasikan secara maksimal.

Media digital dapat diakses kapanpun-dimanapun selama ketersediaan internet dalam jangkauan. Oleh karena itu, internet menciptakan efisiensi waktu bagi masyarakat. Publikasi berita di media digital selalu up to date merupakan dampak ketersediaan internet memberikan akses mempublikasikan informasi ke masyarakat melalui situs-situs digital.

Nilai-nilai inilah mengetahui bahwa media digital adalah media baru yang memberikan fungsi yang bermanfaat bagi orang banyak. Serta, kelebihan-kelebihan media digital sebagai media berita terkini, kemudahan akses, dan kebebasan berpendapat menciptakan ketertarikan orang-orang mencari informasi di media digital.

Dibalik kelebihan yang ada, kekurangan pada media digital tidak bisa dihiraukan karena dapat menimbulkan dampak merugikan orang lain seperti. Jika, fenomena hoaks dibiarkan akan menciptakan sebuah citra buruk ataupun kehilangan kepercayaan terhadap individu dan juga organisasi.

Dampak negatif ketersediaan media digital di masa Pemilu 2024 adalah keberadaan buzzer dan penggunaan media sosial sebagai media kampanye hitam. Orang-orang yang terlibat di kedua kelompok tersebut agar mewujudkan segala strategi untuk mencapai tujuan melalui penilaian subjektif.

Oleh karena itu, Keberadaan media digital dalam pemilu 2024 memiliki peran utama dalam proses kampanye. Indonesia sudah mengalami transformasi sistem informasi sehingga setiap informasi akan dipublikasikan melalui media digital contoh di media sosial. Media sosial memiliki kesempatan untuk kita membangun hubungan interpersonal melalui interaksi melalui ruang chat, komentar atau share. Maka, dibutuhkan media yang mempertahankan independent dan kenetralannya dalam menyampaikan sebuah informasi atau berita.

Peran Media Digital NarasiNewsRoom pada Pemilu 2024

Akun NarasiNewsRoom sebagai portal informasi di media digital. NarasiNewsRoom merupakan bagian Narasi.TV, sebuah media yang didirikan oleh tiga jurnalis terkenal yaitu Dahlia Citra, Catharina Davy, dan Najwa Shihab. Ketiga tokoh tersebut memiliki pengalaman dan kualitas yang sudah terpercaya di masyarakat.

NarasiNewsRoom merupakan bagian Narasi.TV, sebuah media yang didirikan oleh tiga jurnalis terkenal yaitu Dahlia Citra, Catharina Davy, dan Najwa Shihab. Ketiga tokoh tersebut memiliki pengalaman dan kualitas yang sudah terpercaya di masyarakat.

NarasiNewsRoom merupakan media digital berbentuk website yang berafiliasi dengan website Narasi TV, ada juga di Media Sosial khususnya Instagram memiliki jumlah 15.313 postingan dan 1.2 juta Followers. Serta media digital NarasiNewsRoom yang aktif dalam membagikan informasi.

membuktikan keaktifan NarasiNewsRoom menyediakan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Selain itu, NarasiNewsRoom memiliki ciri khas dalam mempublikasi berita membuat masyarakat tertarik mengunjungi media digital NarasiNewsRoom untuk memenuhi kebutuhan informasi.

Menurut informan penelitian, ciri khas NarasiNewsRoom adalah

media digital NarasiNewsRoom memberikan fleksibilitas dalam melakukan akses informasi yaitu dapat diakses dimanapun dan kapanpun selama memiliki jaringan internet. Informasi terkini disampaikan secara tepat dan aktual oleh NarasiNewsRoom, di situasi pemilu saat ini informasi disebarluaskan secara luas, melihat dinamika topik Pemilu 2024 memiliki perubahan secara cepat.

Beberapa bulan lagi, pelaksanaan Pemilu 2024 menjadi puncak komunikasi politik berskala besar yang dilakukan bertujuan menerima dukungan dan partisipasi politik publik. Oleh sebab itu, kampanye bersifat badan resmi atau individu terang-terangan melakukan kegiatan tersebut.

Dalam proses komunikasi politik digital, setiap orang memiliki strategi dalam mengoptimalkan perencanaan yang telah dibuat. Maka, dalam mewujudkan tujuan mereka menerapkan segala tindakan yang bisa menimbulkan resiko tinggi.

Hal ini, menyebabkan menciptakan kesalahpahaman, hoaxes atau menjadi ujaran kebencian di media digital. Oleh sebab itu, masyarakat membutuhkan media bersifat netral dan menyediakan informasi terpercaya. Media NarasiNewsRoom menjadi media digital bagi masyarakat yang mencari informasi terkait isu ekonomi, budaya, sosial, maupun politik.

Di Pemilu 2024, NarasiNewsRoom masih mempertahankan peran sebagai media digital yaitu memenuhi kebutuhan informasi terkait isu-isu pemilu. Kepercayaan masyarakat kepada media digital NarasiNewsRoom didasari beberapa komponen yang membentuk kepercayaan.

komponen-komponen masyarakat mempercayai Narasi NewsRoom sebagai media pilihan didasari oleh kredibilitas, validitas, dan netralitas. Tiga komponen membentuk kepercayaan masyarakat tetap menerima informasi yang dipublikasikan.

Selain itu, faktor lain yang mempengaruhi keyakinan masyarakat adalah orang-orang

yang terlibat dalam media tersebut. Diawal dijelaskan bahwa media ini dibuat oleh ketiga jurnalis yang memiliki pengalaman dibidangnya. Lalu, sekarang dikepalai Najwa shihab, publik figure yang memiliki reputasi positif di masyarakat.

NarasiNewsRoom menempatkan posisi dengan menyesuaikan fungsi dan tujuan di masyarakat. Sehingga, peran NarasiNewsRoom sebagai media digital berjalan berdasarkan ketentuan-ketentuan yang ditetapkan yaitu saluran yang menyediakan informasi secara kredibel, valid, dan bersifat netral.

NarasiNewsroom, sebagai salah satu platform media digital yang terkemuka di Indonesia, memainkan peran signifikan dalam membentuk opini publik selama siklus Pemilu 2024. Dengan pendekatan jurnalisme yang interaktif dan inovatif, NarasiNewsroom tidak hanya menyajikan berita tetapi juga mendorong diskusi yang lebih dalam di antara audiensnya, terutama di kalangan pemilih muda yang aktif di media sosial.

Salah satu contoh spesifik pengaruh NarasiNewsroom adalah saat mereka mengadakan program diskusi langsung melalui platform YouTube dan Instagram Live menjelang debat calon presiden. Dalam program ini, NarasiNewsroom mengundang pakar politik, akademisi, dan jurnalis independen untuk membedah isu-isu yang akan dibahas dalam debat. Diskusi ini tidak hanya memberikan konteks yang lebih kaya bagi audiens tetapi juga membuka ruang untuk pertanyaan dan interaksi langsung dari penonton. Hal ini memungkinkan audiens untuk memahami isu-isu yang kompleks secara lebih mendalam, yang pada gilirannya membantu mereka membentuk opini yang lebih terinformasi tentang para kandidat.

Contoh lainnya adalah inisiatif NarasiNewsroom dalam meluncurkan kampanye fact-checking selama masa kampanye. Kampanye ini dirancang untuk memverifikasi klaim-klaim yang dibuat oleh kandidat atau pendukung mereka, baik dalam

pidato publik maupun di media sosial. Dengan memanfaatkan data dan sumber yang kredibel, NarasiNewsroom memproduksi konten infografis dan video pendek yang membantah klaim palsu atau menyesatkan, yang kemudian disebarluaskan secara luas melalui berbagai platform digital mereka. Upaya ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan literasi politik masyarakat tetapi juga membantu mencegah penyebaran hoaks yang sering kali dimanfaatkan dalam kampanye politik untuk memengaruhi pemilih.

Pengaruh NarasiNewsroom juga terlihat dalam bagaimana mereka menyoroti isu-isu lokal yang sering kali terabaikan oleh media nasional arus utama. Misalnya, dalam siklus Pemilu 2024, NarasiNewsroom melakukan liputan mendalam tentang dampak kebijakan pemerintah terhadap komunitas-komunitas marginal di berbagai daerah. Dengan menyajikan narasi yang kuat dan memanusiakan isu-isu tersebut, NarasiNewsroom berhasil menarik perhatian nasional dan mendorong diskusi publik yang lebih luas mengenai pentingnya representasi yang adil dalam proses politik. Hal ini menunjukkan bagaimana NarasiNewsroom tidak hanya melaporkan berita, tetapi juga aktif dalam membentuk agenda publik dan mendorong perubahan sosial.

Melalui pendekatan yang inovatif dan fokus pada isu-isu penting, NarasiNewsroom mampu memainkan peran yang signifikan dalam membentuk opini publik selama siklus Pemilu 2024, menjadikannya contoh yang kuat dari bagaimana media digital dapat memengaruhi dinamika politik di era modern.

Proses Opini Publik: Melihat, Melakukan Riset Dan Menyampaikan Kepada Publik.

Media digital memiliki ruang gerak dengan jangkauan luas yaitu seluruh segmen lapisan masyarakat dapat mengetahuinya. Komunikasi politik digital bisa mengoptimalkan strategi untuk mencapai dukungan masyarakat. Dalam melakukan strategi politik, membutuhkan tindakan yang bisa menarik perhatian masyarakat.

Tindakan dari suatu tokoh akan menimbulkan efek besar yang menciptakan dua kelompok dalam pandangan positif atau negatif. Tindakan seperti itu membuat orang-orang melakukan interaksi berbasis digital atau dunia maya yang bisa memperhatikan bagaimana respon masyarakat terhadap suatu informasi Pemilu 2024 yang ada.

Jadi, opini publik pada Pemilu 2024 memiliki keberagaman dalam opini yang beredar di media digital. Keterbukaan yang bisa diakses oleh siapapun dan kapanpun memberikan ruang membagikan pandangan yang bisa mempengaruhi organisasi, sistem, ataupun dukungan. Masyarakat di era teknologi dan informasi yang membuat pikiran masyarakat lebih maju dalam berpikir atau open minded terhadap suatu permasalahan di masyarakat.

Opini publik pada Pemilu 2024 berdasarkan Erikson dan Tedin bahwa Proses pembentukan opini publik melalui 4 tahapan:

1. Adanya isu penting yang relevan dirasakan oleh semua orang

Pemilu 2024 merupakan isu politik yang menarik perhatian besar dikalangan masyarakat. Dalam kondisi ini, Opini-opini masyarakat memiliki perbedaan dalam pandangan terhadap suatu permasalahan. Opini publik memiliki dua respon yaitu pro-kontra, media digital dimanfaatkan oleh orang-orang untuk memperlihatkan keunggulan melalui suatu tindakan, opini pribadi, ataupun visi-misi. Kebutuhan lain adalah menginformasi dan mempersuasionkan bagaimana Pemilu 2024 dapat dilakukan secara jujur dan adil.

Isu di media digital bisa terjadi karena ketidaksengajaan atau direncanakan oleh suatu pihak untuk mewujudkan tujuan tertentu. Sehingga, bisa disimpulkan bahwa tahapan pertama dalam proses pembentukan opini adalah kemunculan isu. Pada komunikasi politik digital ini, isu yang dibangun berkaitan seputar Pemilu 2024 baik dinamika dukungan ataupun strategi

-
2. komunikasi politik (kampanye) oleh para pihak-pihak yang terlibat.

Isu baru menimbulkan penilaian standar ganda.

Berdasarkan penjelasan diatas, tahap dua adalah proses bagaimana reaksi masyarakat terhadap isu-isu di Pemilu 2024. Isu-isu beredar menimbulkan pro-kontra di masyarakat.

Opini publik berdasarkan dari suara mayoritas menjadi banyak diperbincangkan. Pro-kontra artinya masyarakat berubah menjadi publik, kedua publik memiliki pandangan dan pendekatan berdasarkan pola pikir dan latar belakang baik budaya, sosial, maupun pengalaman dalam kehidupannya.

Membuat masing-masing orang di kedua publik memiliki standar yang subjektif terhadap seseorang atau sebuah lembaga, istilah ini mungkin disebut bias (cenderung memihak pilihannya). Standar ganda pada suatu hal yaitu penilaian yang dibuat berdasarkan memenuhi kriteria-kriteria yang dibuat dari pandangan sendiri.

3. Ada opinion leaders atau tokoh penting yang tertarik mengikuti isu

Ketika isu telah beredar dengan jangkauan luas, Dimana hampir seluruh lapisan masyarakat mengetahui informasi tersebut. Informasi-informasi yang tersedia belum terjamin kredibilitas dan validitasnya. Oleh karena itu, kompetensi, citra, dan reputasi seseorang mempengaruhi opini kepercayaan publik.

Opinion leader atau key farmer dalam pemilu 2024 dapat mempengaruhi opini publik. Orang-orang yang memiliki keahlian dibidang politik dalam pemilu 2024 memberikan peluang membentuk kepercayaan masyarakat melalui pandangan yang disampaikan.

4. Menarik perhatian pers untuk mempublikasi secara luas isu kepada khalayak.

Adanya opini publik diawali dari peristiwa terjadi oleh individu, kelompok, ataupun lembaga resmi. di masa perpolitikan yang ketat, setiap tindakan, opini, bahkan kegiatan yang dilakukan para aktor dan partai politik serta stakeholder lain merupakan fokus perhatian masyarakat dalam penilaian Pemilu 2024.

Perhatian publik terhadap sebuah isu mendorong pers membahas isu secara meluas. Media memiliki kemampuan membuat isu dianggap lebih penting oleh publik. Pemilu 2024 segala informasi dari pandangan antara masyarakat, aktor politik, dan pemerintah menarik dalam segi momentum, bahkan pengalihan isu dapat dilakukan pada masa-masa pemilu.

Oleh karena itu, isu yang di sebarluaskan oleh pers adalah pembentukan media menganggap informasi terkait isu perlu dimasifkan kepada masyarakat. Maka, opini publik tercipta dari peran pers yang melakukan publikasi kepada isu. Sama kaitan halnya, bahwa opini publik ada melalui tahapan-tahapan yang melibatkan segala komponen. Di Pemilu 2024 sebagai negara demokrasi pembentukan opini memiliki kebebasan di media digital ataupun media konvensional.

Di media digital pembentukan opini publik bisa terjadi beberapa kali dalam seminggu. Hal ini disebabkan akses informasi yang cepat, up to date, dan hanya membutuhkan internet mampu mengirimkan, membagikan dan membuat tanggapan terkait isu yang dianggap menjadi urgensi.

Pemilu 2024 menimbulkan berbagai pandangan untuk seluruh pihak yang berkontribusi dalam prosesnya. Setiap hari, informasi-informasi seputar Pemilu akan diangkat bahkan diangkat penting.

Karena pada waktu kampanye, citra dan partisipasi publik merupakan tujuan utama para aktor politik menerima dukungan masyarakat, terutama agar pesan politik bisa dipahami oleh masyarakat dan dipahami

sebagai urgensi yang perlu diselesaikan bersama-sama.

Hubungan Media Digital (NarasiNewsRoom) Dalam Membangun Opini Publik Di Media Digital.

Media digital memberikan kesempatan masyarakat memiliki kebebasan berpendapat menyampaikan opini kepada khalayak. Memberikan opini tidak memandang usia selama menyampaikan dengan tutur kata yang baik dan tidak kasar. Tentang opini publik 2024, dijelaskan diatas bahwa opini publik Pemilu 2024 sangat mempengaruhi aktor politik dalam menerima dukungan, kampanye digitalisasi dibuat secara maksimal guna menciptakan perhatian publik.

Oleh karena itu, orang-orang membutuhkan media yang memberikan informasi netral, kredibel, dan valid. NarasiNewsRoom aktif menerapkan peran sebagai media independen yang diketuai oleh Najwa Shihab. Setiap hari melaporkan tentang berita-berita seputar Pemilu, tak jarang mengajak anak-anak muda untuk terlibat dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh NarasiNewsRoom.

NarasiNewsRoom dikunjungi oleh orang-orang yang memiliki keinginan mengetahui informasi terkini. Perubahan informasi yang cepat, membuat digitalisasi di manfaatkan oleh segala sektor. Jangkauan yang luas membuat arus informasi semakin mudah disampaikan kepada publik.

Sebagai media baru, Media digitalisasi membagikan informasi secara konsisten setiap hari. Membuat masyarakat juga memberikan respon yang pro-kontra terhadap berita tersebut. NarasiNewsRoom membagikan berita-berita terkini tentang isu yang ramai dipublik membuat orang-orang tidak melewatkan informasi penting terkait topik tersebut.

Dari berita-berita NarasiNewsRoom publik akan memberikan pandangan terkait pemberitaan, didukung caption NarasiNewsRoom berakhir dengan tanda tanya menciptakan masyarakat

berpartisipasi menyampaikan penilaian terhadap berita yang dibagikan.

Orang-orang melakukan riset terhadap berita di NarasiNewsRoom dan informasi dari berbagai sumber lain. Tidak melalui komentar saja, tapi publik juga memberikan respon like, share dan bahkan memberikan opini-opini yang dibagikan melalui media digital seperti media sosial.

NarasiNewsRoom memiliki kondisi dapat membantu pembentukan opini di masyarakat terkait komunikasi politik digital. NarasiNewsRoom sebagai media digital yang memiliki kenetralan dan independent juga bisa memiliki peran terbentuknya opini publik terutama dibidang politik. Selain itu, orang-orang pengguna media digital mengalami perubahan dalam transmisi antara media konvensional dan media digital.

Meskipun belum sepenuhnya berubah terutama orang tua yang membutuhkan pengajaran dalam pemakaian digital. Ada juga anak muda yang masih malas membaca cukup dengan melihat headline saja, diperkuat pernyataan Ketua Komisi X DPR RI Syaiful Huda bahwa literasi Indonesia berada di peringkat 74 dari 79 yaitu peringkat enam dibawah. Kondisi ini memperhatikan.

Namun, masih banyak orang-orang melek politik yaitu mengikuti arus politik terutama di masa pemilu. orang-orang aktif membagikan pandangannya. Oleh sebab itu, penulisan digital seperti postingan media sosial, artikel, E-paper (media resmi), bahkan blog pribadi akan dipenuhi seputar komunikasi politik.

Hasil wawancara informan, menunjukkan bahwa informan mengikuti dan mencari informasi melalui NarasiNewsRoom dalam Pemilu 2024 ini. Mereka mempercayai kenetralan dari media digital NarasiNewsRoom. Mereka, juga aktif dalam menulis dan menyampaikan opini-opini mereka terkait politik, sosial, ataupun ekonomi.

Dalam menyampaikan informasi publik, ketertarikan orang-orang menulis opini

publik adalah keinginan menyampaikan informasi atau pandangan permasalahan terakit topik tertentu. Pada Pemilu 2024, tujuan orang-orang menyampaikan informasi ke publik adalah memberikan opini terhadap sebuah isu, meningkat awareness, memberikan kesadaran kepada publik.

Sebelum menyampaikan opini, mereka akan melakukan riset terhadap berita tersebut, kemudian dikumpulkan data-data dan informasi yang memperkuat opini untuk dimuat ke publik. Para informan membagikan pandangan mereka melalui proses panjang untuk meyakinkan bahwa opini yang disampaikan berdasarkan data dan analisis.

Berdasarkan saluran media (NarasiNewsRoom) dan opini publik keduanya saling berhubungan dalam proses komunikasi politik digital Pemilu 2024. Bisa disimpulkan bahwa NarasiNewsRoom mengimplementasikan mereka sebagai media digital yaitu cepat, aktual, terkini dan berbasis digital (Internet) yang artinya memiliki fungsi hiburan dan pola komunikasi, merepresentasikan masyarakat virtual, membentuk hubungan baru, memberikan pengalan identitas dan memiliki budaya media, kelima aspek tadi terdapat pada NarasiNewsRoom sebagai media digital. Di sisi lain, opini publik untuk Pemilu 2024 meiliki reaksi beragam di masyarakat.

Orang-orang aktif dalam penggunaan media digital, informasi-informasi yang didapatkan melalui media tidak sepenuhnya diterima dan percaya, Mayoritas masyarakat akan melakukan riset atau mencari data memperkuat berita guna tidak menimbulkan persepsi salah. Implementasi sikap masyarakat menyesuaikan dengan teori kepala batu bahwa masyarakat memiliki konsep filter diri dalam setiap menerima informasi.

Orang-orang yang aktif dalam isu-isu politik memiliki ketertarikan menyampaikan pandangan mereka terhadap informasi-informasi yang diterima. Opini-opini yang disampaikan menjadi penilaian bahwa melalui opini publik dapat memberikan masyarakat

sudut pandang lain, serta dari informasn jurnalis diharapkan mencari informasi dari media yang kredibil, valid dan terdaftar dalam dewan pers. Harapan para informan di Pemilu 2024 adalah menciptakan Pemilu 2024 yang jujur dan adil dengan penggunaan hak suara secara bijak.

Kesimpulan

Media digital merupakan media informasi dan komunikasi yang memiliki sifat cepat, aktual, terkini dan berbasis internet. NarasiNewsRoom sebagai media digital memenuhi kriteria virtual dan digital melalui web, media sosial, atau audio-visual yang diunggah pada laman media digital.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa media digital, khususnya platform media sosial seperti yang digunakan oleh NarasiNewsroom, memiliki peran penting dalam membentuk opini publik selama siklus Pemilu 2024 di Indonesia. Dengan pendekatan yang interaktif dan inovatif, NarasiNewsroom berhasil tidak hanya menyajikan berita tetapi juga memfasilitasi diskusi publik yang lebih mendalam dan terinformasi. Program diskusi langsung dan kampanye fact-checking yang mereka adakan membantu meningkatkan literasi politik masyarakat dan mencegah penyebaran hoaks.

Selain itu, NarasiNewsroom menunjukkan bahwa media digital dapat membawa perhatian pada isu-isu lokal yang sering kali terabaikan oleh media arus utama, sehingga memperluas jangkauan informasi politik dan meningkatkan partisipasi publik. Fenomena filter bubbles dan echo chambers yang dijelaskan oleh Teori Kepala Batu memperlihatkan bahwa meskipun ada resistensi terhadap perubahan pandangan, platform seperti NarasiNewsroom dapat memainkan peran dalam menyajikan informasi yang lebih seimbang dan mendorong diskusi yang lebih terbuka.

Implikasi penelitian ini untuk penelitian dan praktik di masa depan sangat signifikan. Studi ini menekankan pentingnya strategi komunikasi yang adaptif dan berbasis pada

pemahaman mendalam tentang audiens dalam konteks media digital. Untuk praktik di masa depan, penting bagi media dan politisi untuk memanfaatkan kekuatan media sosial dalam menyampaikan informasi yang akurat dan mendorong partisipasi politik yang lebih inklusif. Penelitian lanjutan diperlukan untuk

mengeksplorasi lebih dalam bagaimana media digital dapat terus beradaptasi dan berkontribusi dalam memperkuat demokrasi di Indonesia dan di seluruh dunia.

DAFTAR PUSTAKA

- Apjii. (2023). Survei Penggunaan Internet Di Indoensia. <https://survei.apjii.or.id/>
- Cecep Suryana, H., & Pustaka, M. (2018). KOMUNIKASI POLITIK Teori Dan Praktik.
- Nofiard, F. (2022). Komunikasi Politik Digital di Indonesia. *Al-Hiwar : Jurnal Ilmu Dan Teknik Dakwah*, 10(2), 31. <https://doi.org/10.18592/alhiwar.v10i2.7548>
- Polit, & Beck. (2004). *Nursing research: Principle and methods. (7th edition)*. J.B. Lippincott Company.
- REPUBLIK. (2023). Ini Hasil Survei Terbaru Elektabilitas Parpol-Parpol Pendukung Bakal Capres. <https://news.republika.co.id/berita/s1lpxh409/ini-hasil-surveiterbaru-elektabilitas-parpolparpolpendukung-bakal-capres>
- Soemirat, S., & A. E. (2003). *Dasar-Dasar Public Relations*. PT. Remaja Rosdakarya.
- J., Jati, K., No, V., & Timur, J. (2017). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PROSES PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK (ANALISA WACANA TWITTER SBY). In *Jurnal Komunikasi (Vol. 3)*.
- WOW.com. (2023). Hasil Survei Elektabilitas Parpol Terbaru Bulan Maret oleh SMRC, Tiga Partai Alami Kenaikan Suara. <https://wow.tribunnews.com/2023/03/20/hasil-survei-elektabilitasparpol-terbaru-bulan-maret-olehsmrc-tiga-partai-alami-kenaikansuara>
- Yesicha, C. (2012). Pengertian Opini Publik. <https://chelsyyesicha.staff.unri.ac.id/files/2012/03/OP1.pdf>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Subakti, R. (2018). MEMAHAMI ILMU POLTIK.
- Gil de Zúñiga, H., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 319-336.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.