

Opini Publik Terhadap Kasus “KPK Lawan Polisi” dalam Media Sosial *Twitter*

Public Opinion on Case “Police Versus KPK” in Twitter

Christiany Juditha

Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BBPPKI) Makassar
Jl. Prof.Dr. Abdurahman Basalamah II No. 25 Makassar. Telp. 0411-4460084

christiany.juditha@kominfo.go.id

Diterima: 22 April 2014 || Revisi: 16 Juli 2014 || Disetujui: 4 Agustus 2014

Abstrak - Saat ini kebebasan berpendapat semakin terbuka. Apalagi sejak media sosial mulai ramai digunakan. Pendapat apapun dapat dengan mudah dan cepat disampaikan oleh penggunanya melalui media sosial. Kasus KPK versus Polisi merupakan kasus yang paling banyak mendapat tanggapan dari masyarakat salah satunya melalui media sosial *Twitter*. Dalam waktu beberapa hari saja, opini yang terbentuk adalah KPK berada diposisi yang benar, sementara polisi berada diposisi yang salah. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran bagaimana opini publik tersebut terbentuk. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa isi *tweet*/status dengan *hashtag* #saveKPK dan #saveindonesia mayoritas mendukung kinerja KPK dan tidak mendukung insitusi Polri. Isi pesan *tweet* juga banyak yang tidak mendukung kinerja presiden SBY dengan mempertanyakan keberadaan presiden disaat-saat perseteruan antara KPK vs Polisi itu sedang berlangsung. Opini-opini pribadi pada *Twitter* ini dengan cepat saling mempengaruhi satu sama lain sehingga dapat membentuk satu kesamaan opini yang menggiring opini pribadi menjadi opini publik.

Kata Kunci: opini publik, KPK vs polisi, media sosial, *Twitter*

Abstract - Now, freedom of speech is opened. Especially since social media began to use. Any opinion can be easily and quickly delivered by users through social media. KPK vs Police is the case of the most widely received one response from the community through social media *Twitter*. Within a few days, that opinion is formed KPK is positioned on the right, while the police were positioned wrong. Important to study how public opinion is formed. The method used is quantitative content analysis. The results showed that the content of tweets/status with the hashtag # saveKPK and # saveindonesia majority to support KPK and did not support the police institutions. Many tweets did not to support the performance of President Susilo Bambang Yudhoyono to question the existence of the president in times when the feud between the KPK vs Police is underway. Personal opinions on *Twitter* is quickly each to affect one another so as to form an opinion similarity that led to personal opinion into public opinion.

Keywords: public opinion, KPK vs police, social media, *Twitter*

PENDAHULUAN

Pasca pemerintahan presiden Soeharto, dimana era reformasi mulai bergulir menjadikan ruang publik juga semakin terbuka. Era keterbukaan semakin menguat yang dimanifestasikan dengan ekspresi masyarakat tentang berbagai hal dalam menanggapi isu apapun di negara ini. Jika dahulu suara rakyat terbungkamkan karena kondisi politik negara ini, tetapi sekarang hal tersebut tidak lagi terjadi. Kini rakyat memiliki suara sendiri dan menggunakan media rakyat sendiri juga, salah satunya yaitu media sosial.

Saat ini, kita dapat menyaksikan bagaimana media jejaring sosial dipakai oleh masyarakat umum dalam menggencarkan opini rakyat terhadap suatu proses politik atau kasus yang tengah terjadi di Indonesia. Contoh isu-isu sosial dan politik di Indonesia yang

mendapat banyak respons melalui media sosial seperti *Twitter* antara lain peringatan pembunuhan aktivis HAM, Munir, atau ucapan Mendiknas M. Nuh yang dinilai tidak berempati terhadap siswi SMP korban penculikan dan perkosaan yang dilakukan oleh orang yang dikenalnya melalui jejaring *Facebook*. Di luar Indonesia, banyak pihak yang juga memanfaatkan media sosial dalam berbagi pesan ke seluruh dunia yang mengakibatkan terbangunnya opini publik untuk mendukung tujuan politik tertentu.

Sebagai contoh, Wael Ghonim mencuat sebagai pahlawan Revolusi Mesir. Ghonim merupakan tokoh kunci gerakan oposisi Mesir ini mengatakan bahwa semuanya berawal dari gerakan jejaring sosial *online* yang bernama *Facebook*. Ghonim pun membuat laman *Facebook* yang diberi nama 'We Are All Khaled Said' yang berisikan foto-foto mayat Khaled Said.

Dalam waktu singkat *Facebook* tersebut meraup sekitar 450 ribu anggota. Ketika ia memposting sebuah video, video itu dilihat oleh 60.000 orang di dinding mereka hanya dalam hitungan jam. Apa yang dilakukan Ghonim akhirnya membentuk sebuah opini publik tentang tindakan represif pemerintah Mesir.

Keruntuhan diktator Presiden Tunisia, Ben Ali menginspirasi para pengguna jejaring sosial Mesir untuk menuntut Husni Mubarak mundur. Ghonim pun mengumumkan kepada anggota laman agar turun ke jalan pada 25 Januari. Ia juga ikut turun ke jalan, bahkan sampai harus diculik aparat selama 12 hari. Karena panik, internet pun akhirnya ditutup oleh pemerintah Mesir. Justru hal ini mengakumulasi peningkatan kemarahan rakyat untuk melawan pemerintah. Aksi Ghonim dan rakyat Mesir ini akhirnya berhasil menumbangkan sang diktator pada 11 Februari 2011 (Hidayat, 2011).

Perkembangan media sosial hingga kini memang sangat pesat, hal ini terlihat dari pengguna media sosial yang semakin hari semakin banyak. Kini pengguna *Twitter* mencapai 250.000.000 pengguna, *Facebook* 122.000.000, dan *Mysapce* berjumlah 80.500.000. Jumlah pengguna *Facebook* di Indonesia menduduki peringkat ketiga setelah Amerika dan Inggris berdasarkan data Nicburker.com atau mencapai 27.338.560 pengguna berdasarkan data dari Internet World Stats. Data ini menunjukkan bahwa kini masyarakat dunia sudah bergantung pada sosial media. Hal ini tidak terlepas dari kemudahan yang ditawarkan media sosial yaitu kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, dan sebagai media untuk bersosialisasi.

Salah satu isu atau kasus yang paling menonjol di Indonesia adalah korupsi, khususnya pro dan kontra dalam isu KPK versus Polisi. Kasus 2 institusi besar ini sudah pernah terjadi beberapa waktu lalu dimana dikenal dengan slogan Cicak vs Buaya. Dan pada tahun 2012, perseteruan dua institusi ini kembali terjadi. Berawal dari upaya KPK dengan bantuan para penyidik dari kepolisian membongkar kasus simulator SIM di tubuh Polri yang melibatkan petingginya. Disaat yang sama, meski telah menegaskan akan memberikan dukungan kepada kinerja KPK, namun tidak disertai dengan tindakan yang nyata. Karena selanjutnya yang kemudian berkembang adalah Polri menarik hampir seluruh penyidik dari kepolisian yang berada di KPK termasuk Komisarisi Polisi Novel Baswedan, yang menjadi penyidik dalam kasus dugaan korupsi simulator SIM.

Puncak dari kasus ini adalah saat kedatangan aparat kepolisian pada 6 Oktober 2012 malam ke kantor KPK untuk menangkap Kompol Novel Baswedan dengan alasan harus ditahan setelah melakukan tindak pidana di Bengkulu tahun 2004. Peristiwa ini secara cepat membangkitkan keprihatinan publik apalagi tekanan pada upaya pemberantasan korupsi oleh KPK dirasa sudah sangat kuat. Akibatnya dukungan pun mengalir cepat dengan terbentuknya secara spontan gerakan solidaritas menduduki kantor KPK untuk mendukung KPK. Dukungan ini tidak saja disiarkan melalui media media nasional, tetapi media jejaring sosial terutama *Twitter* ikut menyiarkan apa yang tengah berlangsung di gedung KPK. Bahkan dengan cepat media jejaring sosial ini dapat membentuk opini publik tentang “Upaya Kriminalisasi KPK” dengan tanda pagar (#) *hashtag* #saveKPK dan #saveindonesia. Setiap detik dari peristiwa selanjutnya, di dunia maya, selalu muncul dalam *timeline* yang di *re-tweet* oleh para *followers* yang membaca dan mengikuti proses ini.

Proses yang terjadi kemudian dengan cepat membentuk opini publik yang kebanyakan memang mendukung KPK daripada Polisi. Polisi dianggap sebagai pihak yang bersalah sementara KPK sebagai pihak yang benar. Namun kemudian yang menjadi permasalahan karena opini yang terbentuk melalui ruang virtual ini sangat menyudutkan pihak-pihak tertentu dengan menggunakan kata-kata makian, hujatan, mencemarkan nama baik serta sejenisnya. Jika dihubungkan maka hal tersebut juga melanggar Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).

Paparan latar belakang tersebut diatas memunculkan pentingnya untuk melakukan penelitian tentang opini publik melalui *tweet*/kicauan (pesan/status) pada *Twitter*, khususnya kasus KPK vs Polisi. Sehingga rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana opini publik terhadap kasus KPK vs Polisi di media sosial *Twitter*? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang opini publik terhadap kasus KPK vs Polisi di media sosial *Twitter*.

Penelitian tentang pembentukan opini publik terhadap berita di media massa, sudah sangat banyak dilakukan. Namun penelitian tentang hal yang sama tetapi menggunakan media baru merupakan sesuatu yang baru dan menarik untuk dilakukan. Salah satu penelitian tersebut dilakukan oleh Army Sandi (2012) berjudul Analisis Isi Opini *Followers* Akun *Twitter*

@Interclubindo. Hasil penelitian yang menggunakan metode analisis isi ini menunjukkan bahwa total opini positif yang masuk paling tinggi dibanding opini negatif dan opini netral (Sandi, 2012).

Peneliti-peneliti dibidang TIK juga sudah banyak melakukan perancangan sistem untuk mengukur pola-pola opini pada media sosial. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Ismail Sunni dan Dwi Hendratmo Widyantoro dengan judul “Analisis Sentimen dan Ekstraksi Topik Penentu Sentimen pada Opini Terhadap Tokoh Publik di Jejaring Sosial”. Penelitian ini untuk mengetahui opini atau sentimen pengguna jejaring sosial terhadap tokoh publik, seperti calon gubernur, ketua partai, dan lain sebagainya (Sunni & Widyantoro, 2012).

Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Huberman dkk (2011) menyimpulkan terdapat dua tipe orang yang berkontribusi dalam *trending topics* pada media sosial *Twitter*. Pertama, sumber yang memulai topik agar menjadi *trending topics*, dan yang kedua adalah orang-orang yang bertanggung jawab menyebarkan topik tersebut ke seluruh jaringan *Twitter*. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, *trending topics* terjadi sebagian besar karena disebarkan melalui seluruh jaringan *Twitter*. Cara utama untuk menyebarkan topik tersebut adalah dengan *retweet*. 31% *tweets* yang menjadi *trending topics* adalah hasil *retweet*. Hal ini sekaligus berhubungan dengan durasi sebuah topik dapat menjadi tren. Selama para pengguna *Twitter* melakukan *retweet*, topik tersebut akan semakin lama bertahan dalam daftar *trending topics*.

Kata Opini Publik, terdiri dari kata Opini dan Publik. Opini menurut Effendi (2003) tidak memiliki tingkatan namun memiliki arah yaitu 1. Opini positif, menyebabkan seseorang bereaksi secara menyenangkan terhadap orang lain atau suatu persoalan; 2. Opini netral, jika seseorang tidak memiliki opini mengenai persoalan yang mempengaruhi keadaan; dan 3. Opini negatif, menyebabkan seseorang memberikan opini yang tidak menyenangkan atau beranggapan buruk terhadap orang lain atau suatu persoalan.

Susanto (1975) berpendapat bahwa opini publik mengandung unsur-unsur yaitu kemungkinan pro dan kontra, sebelum mencapai konsensus; Melibatkan lebih dari seseorang (misalnya, kelompok, masyarakat, dan lain-lain); Dinyatakan; dan Mengadakan tanggapan yang pro maupun yang kontra. Sementara Herbert Blumer (1967) berpendapat bahwa unsur-unsur opini

publik dikonfrontasikan/dihadapkan pada suatu isu; memiliki perbedaan pendapat tentang isu; dan terlibat dalam diskusi mengenai isu tersebut.

Media sosial *Twitter* merupakan situs yang sedang populer di seluruh dunia. Menurut Elcom (2010), *Twitter* adalah jejaring sosial yang dapat memberikan *update* (pembaruan) berbagai informasi melalui status yang disebut sebagai *tweets*. Kesederhanaan tampilan dan keringkasannya dalam 140 karakter tidak membuat pengguna kesulitan dalam mengakses berbagai informasi. Pengguna *Twitter* justru dapat leluasa mengakses berbagai informasi yang paling *up to date*.

Berbagai fitur ditawarkan oleh situs jejaring sosial *Twitter*. Salah satu fitur yang menarik adalah *trending topics*, yaitu sebuah fitur yang menampilkan daftar topik yang sedang menarik perhatian banyak pengguna *Twitter* (Huberman dkk., 2011). O'Reilly dan Milstein (2009) menyatakan, *trending topics* memuat daftar sepuluh peringkat teratas kata paling populer yang terdapat pada *tweets* pengguna *Twitter* dalam waktu tertentu. Daftar *trending topics* diperbarui setiap beberapa menit, khususnya ketika terdapat topik baru yang menjadi populer.

Tim O'Really dalam *The Twitter Book* (2011) mengatakan bahwa pengguna *Twitter* akan menjadi lebih aktif ketika ada kejadian menonjol. Sebagai contoh, rekor diciptakan pada Piala Dunia 2010, ketika penggemar menulis 2940 kicauan per detik di kedua periode 30 setelah Jepang mencetak gol melawan Kamerun pada tanggal 14 Juni 2010. Rekor dipatahkan lagi ketika 3085 kicauan per detik yang dikirim-tampil setelah kemenangan Los Angeles Lakers di Final NBA 2010 pada tanggal 17 Juni 2010. Hal ini pun terjadi ketika penyanyi Michael Jackson meninggal dunia pada tanggal 25 Juni 2009, server *Twitter* turun karena pengguna memperbarui status mereka untuk memasukkan kata-kata "Michael Jackson" pada tingkat 100.000 kicauan per jam.

Pengguna *Twitter* dapat menulis pesan berdasarkan topik yang sedang diperbincangkan dengan menggunakan tanda pagar (#) atau *hashtag*. Sedangkan untuk menyebutkan atau membalas pesan dari pengguna lain dapat menggunakan tanda @. Topik yang sedang banyak dibicarakan oleh pengguna *Twitter* dalam suatu waktu yang bersamaan biasa disebut topik hangat (*trending topic*) dan menjadi populer baik yang melalui upaya yang dilakukan sendiri oleh pengguna untuk mencari sebuah popularitas atau karena suatu peristiwa penting yang

mendorong orang untuk berbicara tentang satu hal tertentu tersebut.

Penjelasan baik tentang opini maupun opini publik yang terbentuk melalui media sosial seperti *Twitter*, akan saling mempengaruhi satu sama lain sehingga dapat membentuk satu kesamaan opini yang menggiring opini pribadi menjadi opini publik. Apalagi melalui media sosial yang memiliki sifat yang cepat sehingga dengan cepat juga dapat membentuk opini publik. Disamping itu terbuka luasnya jaringan melalui internet di seluruh dunia, menjadikan informasi berbagai bidang, termasuk sebuah isu yang sedang berkembang dapat dengan mudah diperoleh.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Holsti (1969) mengatakan metode ini dipakai untuk menjawab pertanyaan *what, to whom* dan *how* dari suatu proses komunikasi. Sedangkan jenis atau tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif guna menggambarkan secara objektif dan sistematis frekuensi kemunculan serta sikap pemberitaan pada media yang diteliti.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua *tweet* yang dimuat pada media jejaring sosial *Twitter* yang berisikan tentang informasi tentang KPK vs Polisi. Unit sampelnya adalah seluruh *tweet* dengan *hashtag* #saveKPK dan #saveindonesia tanggal 5-8 Oktober 2012. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang diteliti adalah 256 *tweet/status* yaitu keseluruhan jumlah *tweet* dari tanggal 5 sampai 8 Oktober 2012. Kedua *hashtag* ini dipilih secara purposif karena dianggap merupakan *hashtag* yang paling populer mengangkat isu perseteruan KPK vs Polisi ini. Sedangkan pemilihan tanggal 5 hingga 8 Oktober 2012 karena merupakan tanggal-tanggal dimana isu kasus ini sedang merebak hebat. Data yang dimuat ini bisa saja telah *out of date*, tetapi fenomena sosial dan komunikasinya masih tetap *up to date*.

Unit rekaman adalah bagian dari isi yang menjadi dasar dalam pencatatan dan analisis. Unit rekaman ini yang kemudian akan dicatat, dihitung dan dianalisis. Dalam penelitian ini unit rekamannya adalah unit tematik dimana melihat keseluruhan isi teks *tweet* pada *Twitter* yang berbicara tentang isu KPK vs Polisi, kemudian dikategorikan sesuai kategorisasi yang telah ditetapkan.

Penelitian analisis isi kuantitatif mengedepankan pengkategorisasian pesan karena hal ini berkaitan dengan validitas dan reabilitas hasil penelitian. Karena itu dalam penelitian ini, pesan/status/*tweet* dari media sosial *Twitter* akan dikategorisasikan berdasarkan kecenderungan isi *tweet/status*. Kategorisasi tersebut diukur berdasarkan intensitas guna mengetahui pembentukan opini publik terhadap isu perseteruan KPK vs Polisi berdasarkan konsep-konsep yang berlaku.

Sebelumnya, telah disebutkan bahwa opini publik menurut Susanto mengandung unsur-unsur yaitu kemungkinan pro dan kontra, dan terdapat tanggapan yang pro maupun yang kontra. Serta unsur-unsur opini publik tang menurut Blumer dihadapkan pada suatu isu yang bisa jadi memiliki perbedaan pendapat tentang isu. Dan pendapat Effendi tentang tingkatan opini yaitu opini positif, netral, dan negatif. Dasar konsep tersebut diatas kemudian diturunkan dalam kategori kecenderungan isi pesan/*tweet/status* pada *Twitter* baik tentang ‘apa’ maupun ‘siapa’ yang diopinikan. Kategorisasi kecenderungan/sikap isi pesan dalam penelitian ini berdasarkan referensi :

1. *Favourable* (Mendukung/Positif) KPK/Polisi/Presiden: bila pernyataan atau pendapat/opini yang ditampilkan dalam *tweet/status* secara eksplisit dan implisit mendukung atau positif yaitu memuji, menyanjung, menyetujui suatu isu.
2. *Unfavourable* (Tidak Mendukung/Negatif) KPK/Polisi/Presiden : bila pernyataan pendapat atau opini yang ditampilkan dalam *tweet/status* secara eksplisit dan implisit tidak mendukung yaitu dengan mencela, meremehkan, menolak suatu isu.
3. *Favourable* dan *Unfavourable* KPK/Polisi/Presiden: bila pernyataan pendapat atau opini yang ditampilkan dalam *tweet/status* secara eksplisit dan implisit mendukung dan juga tidak mendukung tentang suatu isu.
4. Netral: bila pernyataan pendapat atau opini dalam yang ditampilkan dalam *tweet/status* secara eksplisit maupun implisit tidak bersikap memihak atau netral tentang suatu isu atau institusi tertentu baik itu KPK, Polisi maupun Presiden.
5. Tidak Jelas: bila pernyataan pendapat atau opini yang ditampilkan dalam *tweet/status* tidak memiliki hubungan (tidak jelas) dengan isu yang dibahas.

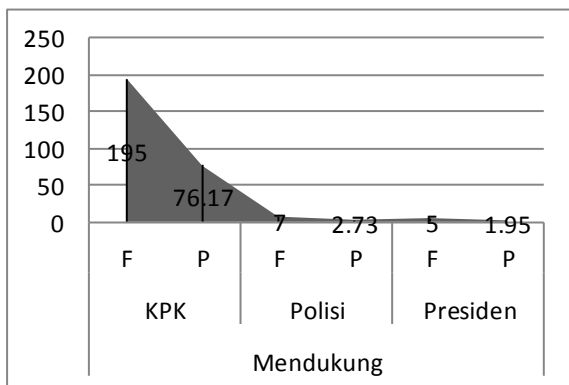
Penentuan besaran sampel adalah secara keseluruhan *tweet* pada tanggal 5 – 8 Oktober 2012. Teknik pengumpulan data penelitian analisis isi ini adalah dengan menggunakan lembar koding (*coding sheet*) yang disusun berdasarkan variabel penelitian.

Guna keakurasian pengkodean, maka peneliti dibantu oleh seorang pengkoder sebagai pembanding. Dari hasil pengumpulan data yang kemudian diinput ke dalam program statistik SPSS 21, data kemudian dianalisis dengan menggunakan tabel frekuensi/grafik. Data tabel frekuensi/grafik ini kemudian dideskripsikan secara kualitatif untuk menjawab pertanyaan permasalahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengkaji kategorisasi 256 isi *tweet/status* pada *Twitter* terhadap isu perseteruan KPK vs Polisi yang meliputi mendukung, tidak mendukung KPK/polisi/presiden, gabungan keduanya (mendukung dan tidak mendukung), netral dan tidak jelas. Meski hanya dua institusi yang berseteru dalam kasus ini yaitu KPK dan polisi, namun presiden (mewakili pemerintah) juga ikut dimasukkan dalam kajian ini. Karena sosok inilah yang banyak dicari-cari masyarakat saat perseteruan terjadi. Masyarakat menilai bahwa presiden seharusnya menjadi sosok yang paling tepat untuk menyelesaikan masalah ini.

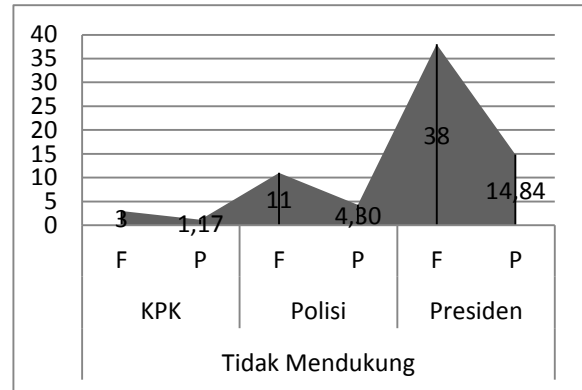
Hasil temuan (Grafik 1) menunjukkan bahwa untuk kategori pertama yaitu mendukung KPK/polisi/presiden, ternyata institusi KPK mendapat dukungan dalam 195 *tweet/status* (76,17%). Sementara dukungan terhadap polisi sangat rendah yaitu hanya 7 *tweet/status* (2,73%) dan dukungan terhadap presiden hanya 5 *tweet/status* (1,95%).



Grafik 1 Frekuensi Kategori Mendukung KPK/Polisi/Presiden Periode 5-8 Oktober 2012

Kategorisasi kedua dalam penelitian ini adalah *tweet* yang tidak mendukung KPK/polisi/presiden. Hasil penelitian ini (Grafik 2) menunjukkan bahwa paling banyak *tweet* yang tidak mendukung pemerintah (presiden) sebanyak 38 *tweet* (14,84%). Disusul kemudian *tweet* yang tidak mendukung institusi polisi sebanyak 11 *tweet/status* (4,30%).

Sedangkan yang tidak mendukung KPK sangat sedikit yaitu hanya 3 *tweet* (1,17%).



Grafik 2 Frekuensi Kategori Tidak Mendukung KPK/Polisi/Presiden Periode 5-8 Oktober 2012

Selanjutnya, kategorisasi isi *tweet/status* yang dikaji dalam penelitian ini adalah yang bersifat netral. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 11 *tweet/status* (4,30%) yang bersifat netral atau tidak memihak siapa pun yang terlibat dalam isu KPK vs Polisi ini. Sedangkan untuk kategori isi *tweet/status* yang terakhir yaitu ‘tidak jelas’, hasil penelitian ini juga menunjukkan hal bahwa sebanyak 19 *tweet* (7,42%) berisi pesan yang dikategorikan tidak jelas atau sama sekali tidak berhubungan dengan isu yang sementara dibahas, meski dalam *tweet-tweet* tersebut tetap menyertakan *hashtag* #saveKPK #saveindonesia.

Media sosial seperti *Twitter* merupakan situs yang sedang populer di dunia. Media jejaring sosial ini populer karena selain dapat memberikan *update* (pembaruan) berbagai informasi melalui status (*tweets*) juga tampilannya yang sederhana dan ringkas yaitu hanya dengan 140 karakter, pengguna dengan mudah dapat mengakses berbagai informasi. Selain itu pengguna media sosial ini juga dapat berbagi informasi yang paling *up to date* serta mengirim pesan dengan cepat.

Kemudahan yang ditawarkan media sosial *Twitter* ini menjadikan media ini dipakai oleh para penggunanya untuk membahas topik tertentu sehingga menjadi *trending topics* atau topik yang sedang menarik perhatian banyak pengguna *Twitter* (Huberman dkk., 2011). Hal inilah yang mempercepat pembentukan opini publik tentang suatu masalah yang dibahas atau yang sedang terjadi dan hangat dibicarakan. Seperti yang terjadi pada kasus perseteruan KPK vs Polisi. Hubungan dua lembaga penegak hukum ini kembali mengalami ketegangan

sehingga istilah Cicak vs Buaya jilid 2 juga kembali muncul.

Pertikaian ini bermula saat KPK menangani kasus simulator SIM yang melibatkan petinggi Polri. KPK yang makin populer dikalangan masyarakat karena institusi ini dianggap berani menangani kasus-kasus korupsi kelas kakap secara hukum dengan cepat, lugas dan tangkas sampai pada akhirnya memasukkan para koruptor itu ke penjara. Padahal sebelum ada KPK, perkara korupsi banyak berakhir tanpa proses.

Apa yang dilakukan KPK ini menjadikannya sebagai satu institusi yang mendapat banyak apresiasi dari masyarakat. Tidak sedikit masyarakat dengan terang-terangan mendukung apa yang dilakukan oleh KPK termasuk saat penyidik KPK, Novel Baswedan akan ditangkap polisi. Masyarakat menunjukkan reaksi perlawanan terhadapnya terhadap polisi baik secara langsung turun ke jalan maupun melalui media sosial seperti *Twitter*. Dukungan deras dari elemen masyarakat terhadap KPK terus mengalir. Massa berbondong-bondong datang ke Gedung KPK malam itu untuk mendukung KPK dan Kopol Novel. Opini publik pun terbentuk dimana KPK sebagai institusi yang benar dan Polri sebagai institusi yang bersalah. Apalagi opini publik yang terbentuk melalui media sosial *Twitter*.



Gambar 1 *Tweet* #saveKPK edisi 5 Oktober 2012

Hasil penelitian ini dengan tegas juga mendukung KPK, dan tidak mendukung institusi polisi. Bahkan presiden SBY juga ikut terbawa-bawa dalam kasus perseteruan ini karena dianggap lambat bersuara dan turun tangan menangani kisruh ini. Jika diamati proses

tweet yang mulai mengalir dari tanggal 5 hingga 8 Oktober 2013, nampak jelas bahwa diawal pergerakan #saveKPK dan #saveindonesia ini mulai bergulir melalui *Twitter*, para pengguna, hanya banyak mengungkapkan keprihatinan mereka terhadap masalah ini (5 Oktober 2012), khususnya keprihatinan tentang masalah pemberantasan korupsi. Seperti yang terlihat pada beberapa *tweet* postingan edisi 5 Oktober 2012 yang ditunjukkan pada Gambar 1.

Sehari kemudian yaitu tanggal 6 Oktober 2012, hari dimana Polri menetapkan penangkapan penyidik Novel Baswedan, opini publik yang mulai terbentuk di *Twitter* semakin deras. Dari sekedar menggambarkan keprihatinan tentang penanganan pemberantasan korupsi, kini mulai mendukung KPK secara nyata dengan kata-kata pujian. Dan kalimat-kalimat yang sama sekali tidak mendukung polisi. Bahkan tidak sedikit pengguna *Twitter* mengajak untuk ikut turun ke jalan atau ke kantor KPK untuk menyatakan dukungan mereka secara langsung terhadap KPK. Bahkan pengguna *Twitter* yang sudah berada di lokasi kejadian (kantor KPK) dengan antusias juga melaporkan secara langsung kejadian yang sedang terjadi melalui *tweet-tweet* mereka maupun foto/gambar. Seperti beberapa contoh *tweets* yang ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2 *Tweet dan retweet* #saveKPK edisi 6 Oktober 2012

Waktu terus bergulir, dukungan semakin banyak. Opini publik yang terbentuk melalui media sosial *Twitter* juga semakin besar. Jika sehari sebelumnya kejadian penangkapan penyidik KPK, Novel Baswedan di kantor KPK gagal dilakukan oleh Polisi, karena banyaknya tekanan yang terjadi, maka di

tanggal 7 Oktober 2012 Opini yang terbentuk kebanyakan mulai menanyakan keberadaan presiden SBY. Sosok ini mulai didesak untuk segera menyelesaikan masalah ini. Aksi dukungan pun berlanjut di bundarah HI. Seperti yang tampak pada beberapa contoh tweet berikut ini:

7 Oct **Hikmat Darmawan @hikmatdarmawan**
Presiden di mana? Tiduurr! **#SaveKPK** (@ Bunderan HI w/ 6 others) [pic]: <http://4sq.com/Q2K9KI>

7 Oct **Shafiq Pontoh @ShafiqPontoh**
#SaveKPK Ya... Inilah lirik naskah authentic lagunya "where are you Mr. President" :) dipegang sama mas **@AbdeeNegara** <http://pic.twitter.com/Bh1UvDAH>

7 Oct **Slank Band @slankdotcom**
RT **@AbdeeNegara**: Saya tergerak buat lagu "Where are you Mr.President" karena banyaknya org yg menanyakan di manakah presiden? **#SaveKPK**

7 Oct **Aufi Bella Diena @aupiiii**
Where are u mr.president? **#savekpk**

Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) akhirnya turun tangan setelah mendapat desakan publik. Dalam jumpa persnya di Istana Negara pada 8 Oktober 2012, Presiden SBY menginstruksikan agar Polri menyerahkan penanganan kasus simulator SIM kepada KPK sepenuhnya. Presiden juga meminta Polri menghentikan kasus Kompol Novel. Sementara, soal penyidik, presiden meminta masa penugasan penyidik KPK yang tercantum dalam PP diatur kembali. Namun, selang berapa lama Polri kembali menarik penyidiknya di KPK. Akibatnya, komisi antikorupsi itu terancam lumpuh dalam memberantas korupsi di Tanah Air, karena mengalami krisis penyidik (Merdeka.com, 2012).

Meski presiden SBY sudah memberikan pidatonya tepat di tanggal 8 Oktober 2012 tersebut, namun opini publik yang terbentuk melalui *Twitter* tetap saja tetap mendukung pemberantasan korupsi, mendukung KPK, tidak mendukung polisi serta masih tetap memberikan penilaian baik positif maupun negatif terhadap presiden SBY. Seperti contoh *tweet* di bawah ini:

8 Oct **Koran Tempo @korantempo**
Suara Twitter Suara Rakyat **#save** KPK: Gerakan **#saveKPK** di Twitter bukanlah bentuk serangan kepada Presiden SBY. <http://bit.ly/QWWNdU>

8 Oct **Glensukagowes @Glensukagowes**
pak Beye "Keep calm and save KPK"

Hasil penelitian ini juga sepaham dengan apa yang dikemukakan oleh O'Reilly dan Milstein (2009) bahwa sebuah kasus dapat menjadi topik yang terhangat dan paling populer (*trending topics*) dalam media sosial *Twitter* dalam waktu tertentu. Kasus KPK vs Polisi ini contohnya menjadi topik yang paling sering dibicarakan melalui *Twitter*. Bahkan kasus ini semakin banyak mendapat tanggapan dari masyarakat, karena orang-orang terkenal (artis, politisi dan lainnya) ikut mem-*posting* status mereka yang mendukung aksi *saveKPK*. Maka *tweet* tersebut akan *direrweet* berkali-kali kembali oleh *followers* lainnya. Hal ini membuat semakin cepatnya opini publik terbentuk tentang KPK, polisi maupun presiden. Seperti contoh *tweet* dari penyanyi Glenn Fredly yang di-*retweet* sebanyak 243 kali (lihat Gambar 3).



Gambar 3 *Tweet* #saveKPK #saveINDONESIA

Opini dapat saja terbentuk karena banyaknya dukungan dari berbagai pihak baik itu melalui media massa, secara ril di lapangan maupun melalui media sosial *Twitter* terhadap KPK dan pemberantasan korupsi. Dan ketidakpersetujuan masyarakat terhadap polisi maupun presiden. Awalnya dukungan tersebut hanya disampaikan orang per orang, tetapi karena postingan *tweet* yang semakin gencar maka terbentuklah opini publik. Seperti yang dikemukakan oleh Effendi (2003) bahwa opini yang terbentuk bisa dalam bentuk positif, yang menyebabkan seseorang bereaksi secara menyenangkan dan mendukung terhadap KPK; opini negatif, yang menyebabkan para pengguna *Twitter* memberikan opini yang tidak menyenangkan atau beranggapan buruk terhadap polisi maupun presiden dalam kasus ini serta opini netral, dimana pengguna *Twitter*, ada juga yang memposting status-status mereka yang tidak memihak salah satu pihak yang bertikai. Tetapi justru mendukung semua pihak yang terlibat untuk

memperjuangkan Indonesia menjadi negara yang bebas dari korupsi.

Opini publik yang terbentuk melalui *Twitter* ini pula merupakan akumulasi dari pribadi-pribadi pengguna *Twitter* tentang ketidaksetujuan mereka terhadap kebijakan-kebijakan pemerintah. Dimana dalam kasus ini, mereka sama sekali tidak mendukung upaya polisi yang dinilai justru tidak mendukung pemberantasan korupsi. Padahal polisi merupakan salah satu institusi peradilan yang memiliki tanggungjawab yang sama seperti KPK. Hal ini sesuai pendapat Dan Nimmo (2001) bahwa opini publik merupakan proses yang menggabungkan pikiran-pikiran, perasaan-perasaan, dan usulan-usulan yang dinyatakan oleh pribadi warga negara terhadap kebijakan yang dibuat oleh pejabat pemerintah yang bertugas untuk mencapai ketertiban sosial dalam situasi yang menyangkut konflik, sengketa, dan ketidaksepakatan mengenai apa yang harus dilakukan dan bagaimana melakukannya.

Hasil ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Alien Chairina Husni (2013) yang berjudul “Opini Publik di Media Sosial *Twitter*. (Analisis Isi Opini Kekerasan Seksual Pada Anak)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa opini publik di media sosial *Twitter* terbentuk karena ketidaksukaan pengguna *Twitter* terhadap kasus-kasus kekerasan seksual pada anak. Dan yang membentuk opini ini adalah obyek, subyek, persepsi, reaksi/opini, tendensi (keberpihakan), dan opini mayoritas efektif.

Sama halnya yang diungkap oleh Darajati (2013) bahwa ada dua persoalan yang dapat dilihat dalam aktifitas di media sosial yaitu adanya ruang publik yang dikemukakan Habermas, dimana publik merupakan suatu ruang demokratis atau wahana diskursus masyarakat, di mana warga negara dapat menyatakan opini-opini, kepentingan-kepentingan dan kebutuhan-kebutuhan informasi secara diskursif sehingga dapat membentuk sebuah komunikasi. Dan yang kedua adalah persoalan empiris. Pada realitanya ruang publik juga memiliki peran dalam membangun suatu gerakan sosial. Gerakan sosial dapat dibangun dalam ruang publik, melalui situs media sosial seperti *Facebook* atau *Twitter* digunakan untuk menggerakkan, menggalakkan, menghimpun, dan mempengaruhi masa untuk melakukan suatu gerakan sosial atas isu yang diangkat di ruang publik. Opini publik yang terbentuk dalam *Twitter* yang mendukung KPK ini ternyata juga merambah dengan perwujudan gerakan sosial yang nyata. Ini terlihat dari banyaknya *tweet*

yang diposting secara langsung dari bundaran HI, lokasi dimana masyarakat berkumpul untuk mendukung KPK 8 Oktober 2012.

Pembentukan opini ini tidak terlepas dari ada pihak yang pro maupun kontra. Itu biasa terjadi dalam sebuah pembentukan opini publik, seperti yang disampaikan Astrid Susanto (1975). Bahkan meski kebanyakan opini yang terbentuk adalah mendukung KPK, tetapi masih saja ada opini yang bersifat netral. Opini ini lebih menginginkan permasalahan diselesaikan dengan baik dengan tidak terlalu menghakimi pihak polisi secara berlebihan dan mendukung KPK dengan secara berlebihan juga. Menurut mereka mendukung kedua institusi ini merupakan hal yang terbaik dalam rangka menciptakan Indonesia yang bebas korupsi. Namun ada juga yang menggunakan kesempatan, dimana mereka memposting iklan-iklan sebuah produk pada status-status mereka. Dengan asumsi hal tersebut akan banyak dibaca oleh orang yang sedang ‘berkerumun’ secara maya di tempat itu. Atau ada pula pengguna *Twitter* yang membuat postingan yang sama sekali tidak berhubungan dengan isu yang sedang dibahas.

Penelitian yang dilakukan Fei Xiong and Yun Liu (2014) dari Beijing Jiaotong University juga mengungkapkan bahwa ketika pendapat dominan muncul di media sosial *Twitter*, bagaimanapun, mereka cenderung tidak mencapai konsensus lengkap. Bahkan, ketika pengguna *Twitter* yang memiliki pandangan minoritas dihadapkan dengan oposisi yang luar biasa, mereka masih tidak mungkin untuk mengubah pendapat mereka.

Hasil ini juga menyimpulkan bahwa inilah kemenangan rakyat dalam menyuarakan aspirasi mereka melalui kekuatan media sosial. Dimana dahulu untuk mengeluarkan suatu opini atau pendapat yang berbeda saja dengan penguasa atau pemerintah, hal tersebut sangat mustahil terjadi. Namun sekarang dengan adanya media sosial, masyarakat bisa dengan leluasa menyampaikan apa saja tentang pendapat mereka tentang suatu hal baik yang bersifat pribadi maupun kelompok. Kekuatan dan kecepatan akses yang dimiliki media sosial ini pula yang ikut memberi sumbangsih lahirnya opini-opini masyarakat yang selanjutnya menjadi opini publik untuk menyuarakan suatu hal yang dianggap penting oleh mereka.

Penelitian yang dilakukan oleh Ruth Deller (2011) berjudul “*Twittering on: Audience research and participation using Twitter*” mengungkapkan bahwa orang menggunakan media sosial *Twitter*

menunjukkan alasan yang beragam antara lain merekomendasikan sesuatu yang mereka telah menikmati kepada orang lain yang mereka pikir mungkin menikmatinya juga. Sedangkan bagi orang lain media *Twitter* sebagai tempat berdebat atau setuju dengan perspektif tertentu dan dengan berbuat demikian, membuat pandangan seseorang ikut didengar orang lain. Hal ini ikut memberi peluang bagi sesama pengguna untuk menguatkan suatu pendapat yang mereka pegang.

Sifat media sosial yang bebas dan cenderung tidak terkendali sehingga tanpa sadar terkadang pengguna *Twitter* dengan bebas juga menyerang privasi seseorang. Kemarahan mereka terhadap polisi saat berselisih dengan KPK seakan tidak terkendali sehingga melupakan etika. Padahal dengan menjunjung etika, informasi yang dipublikasikan tidak merugikan dan memojokkan orang lain. Jika tidak menggunakan etika, sangat mudah tersangkut kasus hukum. Kasus Prita Mulyasari dan Luna Maya dapat dijadikan contoh, bahwa informasi yang disampaikan lewat dunia maya dapat dengan mudah digugat secara hukum. Apalagi, tidak ada perlindungan bagi pelaku diranah maya. Anggota Dewan Pers, Agus Sudibyo, mengakui regulasi maupun standar etika yang baku diperlukan agar tidak menimbulkan konflik dengan pihak lain (Kompas.com, 2010).

Penting bagi pengguna internet termasuk media sosial memahami etika mengemukakan pendapat di media sosial dengan cara santun. Meski tidak dipungkiri saat seseorang sedang tersulut emosinya, maka apa saja yang ingin diungkapkan melalui media sosial bisa diungkapkan tanpa filter. Hal ini pula yang bisa menyulut emosi dari pengguna lain jika sempat membacanya dengan membuat status yang sama, memberikan komen bahkan membagikan (*share*) ke media sosial lainnya. Inilah yang terjadi dan tergambar dalam hasil penelitian ini. Disamping itu pengguna internet (media sosial) juga banyak yang belum memahami UU Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) khususnya Pasal 27, tentang penghinaan melalui internet. Sehingga tanpa sadar dengan leluasa memberikan opini-opini yang memojokkan pihak-pihak tertentu. Bahkan opini tersebut terbentuk dengan cepat dan menglobal.

Hasil penelitian ini juga terlihat bahwa media sosial seperti *Twitter* merupakan media yang sangat familiar di kalangan pengguna dengan kelas menengah ke atas, dimana mereka sering cepat sekali merespon tentang suatu hal/masalah, apalagi jika hal

tersebut menyangkut masalah pemerintahan. Karena itulah membuat pemerintah perlu memperhatikan secara cermat tentang opini yang terbentuk melalui media sosial, apalagi itu menyangkut persoalan yang besar. Hal itu sekaligus dapat dipakai sebagai penentuan kebijakan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa opini pengguna *Twitter* yang termuat dalam isi *tweet/status* dengan *hashtag* #saveKPK dan #saveindonesia mayoritas mendukung kinerja KPK dan tidak mendukung insitusi Polri dan polisi. Isi pesan *tweet* juga banyak yang tidak mendukung kinerja presiden SBY dengan mempertanyakan keberadaan presiden disaat-saat persetujuan antara KPK vs Polisi ini sedang berlangsung. Opini-opini pribadi yang terbentuk pada media sosial seperti *Twitter*, akan saling mempengaruhi satu sama lain sehingga dapat membentuk satu kesamaan opini yang menggiring opini pribadi menjadi opini publik. Apalagi melalui media sosial seperti *Twitter* yang memiliki sifat yang cepat sehingga dengan cepat juga dapat membentuk opini publik. *Tweet* yang diposting oleh orang-orang ternama seperti artis dan selebriti lainnya akan semakin memudahkan opini publik tersebut terbentuk. Ini ditandai dengan adanya *retweet* berkali-kali dari postingan sang selebriti tersebut. Hal ini tentunya menyebabkan opini semakin cepat menyebar dan dibaca orang lain sekaligus membentuk kesamaan opini.

Kebebasan berpendapat melalui media sosial tentunya harus diikuti dengan pemberlakuan etika dalam berpendapat. Dimana kebanyakan pengguna internet saat mengemukakan pendapat mereka melalui media sosial tidak mengedepankan etika dan tata krama. Sehingga banyak status dan komen yang tidak menghargai baik pribadi seseorang maupun institusi. Tidak dipungkiri bahwa sifat media sosial yang bebas dan cenderung tidak terkendali sehingga tanpa sadar terkadang pengguna dengan bebas juga menyerang privasi seseorang. Dengan menjunjung etika, informasi yang dipublikasikan meski itu tentang ketidaksetujuan terhadap suatu masalah, namun tidak merugikan dan memojokkan orang lain, maka informasi tersebut dapat juga ditanggapi secara positif bagi setiap orang yang baca dan menerimanya.

Penelitian ini juga merekomendasikan beberapa hal diantaranya, bahwa pemerintah perlu

memperhatikan secara cermat tentang opini yang terbentuk melalui media sosial, apalagi itu menyangkut persoalan yang besar. Hal itu sekaligus dapat dipakai sebagai penentuan kebijakan. Bagi pengguna media sosial, perlu pemahaman tentang mengemukakan pendapat di media sosial dengan cara santun. Disamping itu pengguna perlu juga memahami akan UU Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) khususnya Pasal 27, tentang penghinaan melalui internet, sehingga tidak mendapat masalah dikemudian hari. Penelitian-penelitian lanjutan mengenai opini publik melalui media sosial hendaknya terus dilakukan untuk memperkaya pemahaman tentang hal tersebut. Mengingat pembentukan opini publik pada media sosial sangat berbeda dengan yang terbentuk melalui media massa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini dapat selesai karena dukungan berbagai pihak. Karena itu ucapan terima kasih diberikan kepada Kementerian Kominfo UPT BBPPKI Makassar, yang telah menyediakan segala fasilitas untuk mendukung proses penelitian ini. Begitu pula para *tweeps* yang telah aktif di media sosial dengan memposting *tweet-tweet*-nya khusus dengan hashtag #savekpk dan #saveindonesia untuk dapat dikaji. Serta semua pihak yang mendukung terselesainya penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Sudiby, A. (2012). *Jurnalisme Warga*. Kompas 13 Oktober 2012.
- Blumer, H. (1967). *Interactionism*. New Jersey : Prentice-Hall. 9.
- Darajati, Z. K. (2013). Gerakan Sosial Mahasiswa Komunikasi FISIP Universitas Airlangga Pada Ruang Publik Facebook. *Jurnal Media Komunitas* Volume : 2 - No. 1 Terbit : 1 2013. http://journal.unair.ac.id/filerPDF/abstrak_4705135_tpjua.pdf. akses 16 Juli 2014.
- Deller, R. (2011). *Twittering on: Audience research and participation using Twitter*. *Participations Journal of Audience & Reception Studies*, Vol. 8 Issue 1 (May 2011).

- <http://www.participations.org/Volume%208/Issue%201/deller.htm>, akses 16 Juli 2014.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bhakti. 35.
- Elcom. (2010). *Twitter Best Social Networking*. Yogyakarta : Penerbit Andi. 1.
- Huberman, B. A., Wu, F. (2007). *Novelty and collective attention*. *Proceedings of the National*. 20.
- Hidayat, R. (2011) *Media Sosial Sebagai Alat Pembentuk Opini*.
<http://www.ridwanhidayat.com/2011/02/media-sosial-sebagai-alat-pembentuk.html>, diakses 28 Agustus 2013.
- Holsti, O. R. (1969). *Content Analysis for the Social Science and Humanitiens*. Massachusetts : Addison-Wesley Publishing. 28.
- Husni, A. C. (2013). *Opini Publik di Media Sosial Twitter. (Analisis Isi Opini Kekerasan Seksual Pada Anak)*.
<http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/7324/pdf?sequence=1>, akses 16 Juli 2014.
- Kompas.com. (2012). *Jurnalisme Warga Perlu etika*.
<http://nasional.kompas.com/read/2010/04/12/1724043/Jurnalisme.Warga.Tetap.Perlu.Etika>, diakses 28 Agustus 2013.
- Merdeka.com. (2012) *Perseteteruan Panas KPK vs Polisi di 2012*.
<http://www.merdeka.com/peristiwa/perseteteruan-panas-kpk-vs-polri-di-2012.html>, diakses 5 September 2013.
- O'reilly, T. dan Milstein, S. (2009) *The Twitter Book*.
<http://books.google.co.id/books?id=kHRvB9pp1RwC&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>, akses 4 September 2013.
- Sandi, A. (2012). *Analisis Isi Opini Followers Akun Twitter @Interclubindo, 2012*. akses 4 September 2013. 1.
- Sunni, I., Widyantoro, D.H. (2012). *Analisis Sentimen dan Ekstraksi Topik Penentu Sentimen pada Opini Terhadap Tokoh Publik di Jejaring Sosial*. *Jurnal Sarjana Institut Teknologi Bandung Bidang Teknik Elektro dan Informatika*. Volume 1, Number 2, Juli 2012. 4.
- Susanto, Astrid, S. (1975). *Pendapat Umum*. Bandung : Bina Cipta.156.
- Xiong, Fei dan Liu, Y. (2014). *How Twitter Shapes Public Opinion*. *Journal Chaos. AIP. Cahaos An Interdisciplinary Journal of Nonlinier Science*.
<http://www.aip.org/publishing/journal-highlights/how-twitter-shapes-public-opinion>, akses 16 Juli 2014