

PERAN MEDIA ONLINE DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK: STUDI KASUS KRITIK FERRY IRAWANDI TERHADAP FENOMENA 'ANAK KORUPTOR'

Karenina Gadis Alexander¹, Meva Cantika Septiani², Eva Setya Permana³,
Bayu Satyayoga Purwidyaswara⁴

^{1,2,3,4}Universitas Slamet Riyadi, Surakarta

Email: bayusatya95@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi opini public terhadap isu 'anak koruptor' yang berkembang dalam media digital. Fenomena ini menjadi perhatian karena berkaitan dengan aspek keadilan social dan stigma terhadap individu yang tidak terlibat langsung dalam Tindakan korupsi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana kritis. Data diperoleh dari konten podcast, media online, serta interaksi audiens di media sosia. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi pola naras, framin, serta respons public terhadap isu tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital memiliki peran signifikan dalam membentuk persepsi public melalui mekanisme produksi wacana, distribusi informasi, serta interaksi social. Selain itu, ditemukan adanya konflik antara nilai empati dan tuntutan keadilan social yang memengaruhi cara masyarakat memandang individu yang terkait dengan pelaku korupsi. Penelitian ini menegaskan pentingnya literasi media dalam menghadapi dinamika informasi di era digital.

Kata Kunci: Public Opinion, Digital Media, Discourse Analysis

PENDAHULUAN

Perkembangan media online di era digital telah membawa perubahan signifikan dalam proses komunikasi publik, khususnya dalam pembentukan opini publik. Media tidak lagi berfungsi hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai aktor yang mampu membentuk, mengarahkan, dan bahkan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu isu. Dalam konteks Public Relations (PR), komunikasi modern telah berkembang menjadi fungsi strategis yang berorientasi pada pembentukan hubungan jangka panjang antara organisasi dan publik melalui pesan yang terencana dan berbasis data (Lattimore et al., 2021). Hal ini sejalan dengan pendapat Onong Uchjana Effendy (2017) yang menyatakan bahwa komunikasi massa memiliki peran penting dalam membentuk sikap, opini, dan perilaku masyarakat melalui proses penyebaran pesan secara luas dan berkelanjutan. Transformasi ini semakin diperkuat dengan hadirnya media sosial yang memungkinkan interaksi dua arah antara komunikator dan audiens secara real-time. Menurut Rachmat Kriyantono (2020), media online memberikan ruang partisipasi yang luas bagi publik untuk turut serta dalam memproduksi dan menyebarkan informasi, sehingga opini publik terbentuk secara kolektif dan dinamis. Dalam perspektif teori komunikasi, fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori

agenda setting yang menyatakan bahwa media memiliki kemampuan untuk menentukan isu yang dianggap penting oleh publik (McCombs, 2014), serta teori framing yang menjelaskan bahwa cara media membingkai suatu peristiwa akan memengaruhi cara publik memahami dan menilai isu tersebut (Entman, 1993). Dengan demikian, media online memiliki kekuatan besar dalam membentuk konstruksi realitas sosial di masyarakat.

Fenomena tersebut tercermin dalam kasus yang diberitakan oleh Suara.com terkait kritik terhadap Ferry Irwandi yang mengundang anak dari pelaku korupsi ke dalam konten podcastnya. Kasus ini memicu perdebatan luas di masyarakat karena menyentuh aspek moral dan keadilan sosial. Sebagian masyarakat menilai bahwa tindakan tersebut tidak sensitif terhadap dampak korupsi yang merugikan publik, sementara sebagian lainnya berpendapat bahwa individu tidak dapat dipersalahkan atas kesalahan orang tuanya. Menurut Deddy Mulyana (2018), perbedaan persepsi dalam masyarakat merupakan hal yang wajar dalam proses komunikasi, karena setiap individu memiliki latar belakang, nilai, dan pengalaman yang berbeda dalam menafsirkan suatu pesan. Dalam konteks komunikasi massa, fenomena ini juga dapat dijelaskan melalui teori two-step flow of communication yang menyatakan bahwa opini publik sering kali dipengaruhi oleh opinion leader sebelum menyebar ke masyarakat luas (Katz & Lazarsfeld, 1955).

Dalam hal ini, Ferry Irwandi berperan sebagai opinion leader yang memiliki pengaruh dalam membentuk persepsi audiens melalui konten digital yang disampaikan. Selain itu, dinamika opini publik di media online juga berkaitan dengan konsep spiral of silence, di mana individu cenderung mengikuti opini mayoritas untuk menghindari isolasi sosial (Noelle-Neumann, 1974). Hal ini menyebabkan opini yang dominan di media online menjadi semakin kuat dan mempengaruhi arah diskursus publik secara keseluruhan. Lebih lanjut, dalam perspektif Public Relations, fenomena ini menunjukkan bahwa komunikasi di era digital memiliki risiko tinggi terhadap pembentukan krisis reputasi apabila tidak dikelola secara strategis. Menurut Rachmat Kriyantono (2020), pengelolaan komunikasi yang efektif harus mempertimbangkan transparansi, konsistensi pesan, serta sensitivitas terhadap nilai-nilai sosial yang berkembang di masyarakat.

Hal ini sejalan dengan Coombs (2019) yang menekankan bahwa komunikasi krisis memerlukan respons yang cepat, tepat, dan terencana untuk menjaga kepercayaan publik. Reputasi sebagai aset intangible sangat dipengaruhi oleh persepsi publik yang terbentuk melalui media, sehingga setiap aktivitas komunikasi harus dilakukan secara hati-hati dan strategis. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa media online memiliki peran yang sangat

signifikan dalam membentuk opini publik, khususnya dalam isu-isu yang bersifat kontroversial dan sensitif. Interaksi antara media, konten kreator, dan publik menciptakan dinamika komunikasi yang kompleks, di mana opini publik terbentuk melalui proses yang tidak linear dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik rasional maupun emosional. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media online dalam membentuk opini publik melalui studi kasus kritik terhadap fenomena anak koruptor dalam konten digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam memahami dinamika opini publik, peran media online, serta strategi komunikasi dalam menghadapi isu-isu kontroversial di era digital.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Media Digital dan Pembentukan Opini Publik

Perkembangan media digital telah mengubah pola komunikasi masyarakat secara signifikan. Platform seperti media sosial dan podcast memungkinkan penyebaran informasi berlangsung secara cepat dan luas. Laporan dari We Are Social menunjukkan bahwa tingkat penggunaan internet dan media sosial di Indonesia sangat tinggi, sehingga masyarakat menjadi sangat aktif dalam mengonsumsi sekaligus memproduksi informasi. Dalam perspektif komunikasi massa, Denis McQuail menjelaskan bahwa media tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai pembentuk realitas sosial. Artinya, bagaimana suatu isu disajikan dalam media akan memengaruhi cara audiens memahami dan menilai isu tersebut. Hal ini menjadi relevan dalam konteks podcast, di mana narasi yang dibangun oleh kreator dapat memicu interpretasi yang beragam dari publik.

B. Podcast sebagai Media Komunikasi dan Diskursus Publik

Podcast merupakan salah satu bentuk media digital yang memberikan ruang diskusi yang lebih fleksibel dan mendalam dibandingkan media konvensional. Podcast memungkinkan penyampaian opini, pengalaman, dan perspektif secara lebih personal, sehingga memiliki pengaruh yang kuat terhadap audiens. Dalam konteks ruang publik, Jürgen Habermas memperkenalkan konsep public sphere, yaitu ruang di mana masyarakat dapat berdiskusi secara bebas mengenai isu-isu sosial. Media digital saat ini dapat dianggap sebagai bentuk modern dari ruang publik tersebut. Melalui media sosial, masyarakat tidak hanya menerima informasi, tetapi juga memberikan tanggapan, kritik, dan opini terhadap konten yang beredar.

Dengan demikian, podcast tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan atau informasi, tetapi juga sebagai sarana pembentukan diskursus publik.

C. Kritik Sosial dalam Media Digital

Kritik sosial merupakan bentuk respon masyarakat terhadap fenomena yang dianggap tidak sesuai dengan norma atau nilai sosial. Dalam era digital, kritik sosial menjadi lebih terbuka dan mudah disampaikan karena didukung oleh akses teknologi yang luas. Media digital memungkinkan setiap individu untuk menyuarakan pendapatnya secara langsung. Hal ini mempercepat terbentuknya opini publik, sekaligus meningkatkan intensitas kritik terhadap suatu isu. Dalam konteks ini, media sosial berperan sebagai alat demokratisasi komunikasi, di mana suara masyarakat dapat muncul tanpa melalui filter institusi media tradisional. Fenomena ini menunjukkan bahwa audiens tidak lagi bersifat pasif, tetapi aktif dalam menafsirkan dan menilai pesan yang diterima

D. Teori Representasi dalam Media

Konsep representasi dalam media dijelaskan oleh Stuart Hall yang menyatakan bahwa representasi adalah proses pembentukan makna melalui bahasa, simbol, dan narasi. Media tidak hanya mencerminkan realitas, tetapi juga membangun realitas tersebut melalui cara penyajian informasi. Dalam konteks ini, bagaimana sosok tertentu ditampilkan dalam media akan memengaruhi persepsi publik terhadap individu tersebut. Representasi yang dibangun dalam podcast dapat menghasilkan makna yang berbeda tergantung pada interpretasi audiens. Oleh karena itu, representasi menjadi elemen penting dalam memahami bagaimana suatu isu dipahami dan diperdebatkan dalam masyarakat

E. Stigma Sosial dan Identitas Individu

Dalam kajian sosiologi, Erving Goffman menjelaskan bahwa stigma merupakan label sosial yang melekat pada individu akibat atribut tertentu yang dianggap negatif oleh masyarakat. Stigma ini dapat memengaruhi cara individu dipersepsikan, bahkan ketika individu tersebut tidak secara langsung terlibat dalam tindakan yang menjadi sumber stigma.

Dalam konteks isu anak koruptor, stigma sosial menjadi faktor penting yang memengaruhi respons publik. Masyarakat cenderung mengaitkan identitas individu dengan latar belakang keluarganya, sehingga memunculkan penilaian yang tidak selalu objektif. Hal

ini menunjukkan bahwa persepsi sosial sering kali dibentuk oleh konstruksi sosial yang lebih luas, bukan hanya oleh fakta individu.

F. Sensitivitas Isu Korupsi dalam Masyarakat

Korupsi merupakan salah satu isu yang memiliki sensitivitas tinggi di Indonesia. Kejahatan ini tidak hanya berdampak pada kerugian negara, tetapi juga memengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap institusi public. Lembaga seperti Komisi Pemberantasan Korupsi secara konsisten menekankan bahwa korupsi memiliki dampak luas terhadap kesejahteraan masyarakat. Selain itu, laporan dari Transparency International menunjukkan bahwa korupsi merupakan masalah global yang memengaruhi stabilitas sosial dan ekonomi. Karena itu, setiap isu yang berkaitan dengan korupsi cenderung memicu reaksi emosional dan kritik yang kuat dari masyarakat. Sensitivitas ini menjadi konteks penting dalam memahami respons publik terhadap konten media yang membahas topik tersebut.

G. Media Online dan Konstruksi Opini Publik dalam Isu Kontroversial

Perkembangan media online telah menciptakan perubahan signifikan dalam proses pembentukan opini publik, khususnya dalam isu-isu yang bersifat kontroversial dan sensitif secara sosial. Media tidak lagi hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai agen konstruksi realitas sosial yang membentuk persepsi masyarakat terhadap suatu peristiwa. Dalam konteks ini, publik tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai aktor aktif yang turut serta dalam menafsirkan, memproduksi, dan mendistribusikan kembali informasi melalui berbagai platform digital. Menurut Rachmat Kriyantono (2020), media online memperkuat partisipasi publik dalam proses komunikasi sehingga opini yang terbentuk merupakan hasil interaksi kolektif yang bersifat dinamis, terbuka, dan terus berkembang. Selain itu, karakteristik media online yang berbasis kecepatan dan aksesibilitas tinggi memungkinkan suatu isu berkembang secara masif dalam waktu yang relatif singkat. Informasi yang awalnya bersifat terbatas dapat dengan cepat menyebar dan menjadi konsumsi publik luas, terutama jika isu tersebut memiliki nilai konflik atau daya tarik emosional yang tinggi. Fenomena ini terlihat dalam kasus yang diberitakan oleh Suara.com terkait kritik terhadap Ferry Irwandi yang mengundang anak dari pelaku korupsi dalam konten podcastnya. Isu tersebut tidak hanya berhenti pada level konten digital, tetapi berkembang menjadi diskursus publik yang melibatkan berbagai pihak dengan pandangan yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa media online memiliki kemampuan tidak hanya untuk memperluas

jangkauan isu, tetapi juga untuk mempercepat proses pembentukan opini publik melalui interaksi digital yang intens. Lebih jauh, konstruksi opini publik dalam media online juga dipengaruhi oleh dinamika sosial yang terjadi di ruang digital, seperti perdebatan, komentar, dan respons publik yang saling berinteraksi. Proses ini menciptakan ruang deliberasi publik yang bersifat terbuka, namun sekaligus rentan terhadap bias dan distorsi informasi. Oleh karena itu, opini publik yang terbentuk di media online sering kali tidak hanya didasarkan pada fakta, tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi, emosi, serta pengalaman subjektif masing-masing individu.

H. Framing Media dan Polarisasi Persepsi Publik

Dalam studi komunikasi, framing merupakan salah satu konsep penting yang menjelaskan bagaimana media membentuk cara pandang publik terhadap suatu isu. Framing tidak hanya berkaitan dengan apa yang disampaikan, tetapi juga bagaimana suatu informasi disusun, dipilih, dan ditekankan sehingga membentuk makna tertentu bagi audiens. Menurut Entman (1993), framing berfungsi untuk menonjolkan aspek tertentu dari realitas dan mengabaikan aspek lainnya, sehingga memengaruhi penilaian publik terhadap suatu peristiwa.

Dalam kasus Ferry Irwandi, terdapat dua pola framing yang berkembang di media online. Pertama, framing yang menekankan aspek empati dan individualitas, yaitu bahwa anak tidak dapat dipersalahkan atas tindakan orang tuanya. Framing ini berusaha menggeser fokus dari stigma sosial menuju perspektif kemanusiaan dan keadilan individu. Kedua, framing yang menyoroti aspek moral dan keadilan sosial, di mana kehadiran anak koruptor di ruang publik dianggap sebagai bentuk normalisasi terhadap dampak korupsi yang merugikan masyarakat luas. Perbedaan framing ini kemudian menghasilkan interpretasi yang berbeda di kalangan public. Menurut Deddy Mulyana (2018), perbedaan persepsi dalam komunikasi massa merupakan hal yang tidak terhindarkan karena setiap individu memiliki latar belakang sosial, budaya, dan nilai yang berbeda dalam menafsirkan pesan. Dalam konteks media online, perbedaan ini semakin diperkuat oleh algoritma platform yang cenderung menampilkan konten sesuai dengan preferensi pengguna. Akibatnya, individu cenderung terpapar pada informasi yang sejalan dengan pandangannya, sehingga memperbesar potensi polarisasi opini publik. Polarisasi ini tidak hanya mencerminkan perbedaan pendapat, tetapi juga menunjukkan adanya fragmentasi sosial dalam cara masyarakat memahami suatu isu.

I. Peran Opinion Leader dalam Media Digital

Teori two-step flow of communication menjelaskan bahwa pengaruh media terhadap publik tidak terjadi secara langsung, melainkan melalui perantara opinion leader yang memiliki kredibilitas dan pengaruh sosial (Katz & Lazarsfeld, 1955). Dalam era digital, peran opinion leader tidak lagi terbatas pada tokoh formal seperti pemimpin opini atau jurnalis, tetapi juga mencakup konten kreator yang memiliki basis audiens yang besar di media sosial. Dalam kasus ini, Ferry Irwandi berperan sebagai opinion leader yang mampu membentuk persepsi audiens melalui narasi yang disampaikan dalam kontennya.

Pengaruh ini tidak hanya berasal dari isi pesan, tetapi juga dari kredibilitas dan kedekatan yang dirasakan oleh audiens terhadap figur tersebut. Menurut Onong Uchjana Effendy (2017), opinion leader memiliki kemampuan untuk memediasi pesan komunikasi dan memengaruhi sikap serta opini publik secara signifikan. Namun demikian, dalam konteks isu yang sensitif seperti korupsi, peran opinion leader juga memiliki risiko yang besar. Pesan yang disampaikan dapat menimbulkan interpretasi yang beragam dan berpotensi memicu kontroversi apabila tidak sesuai dengan nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat. Oleh karena itu, peran opinion leader dalam media digital tidak hanya sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai aktor yang memiliki tanggung jawab sosial dalam membentuk opini publik.

J. Opini Publik, Emosi Sosial, dan Isu Korupsi

Isu korupsi di Indonesia memiliki dimensi emosional yang sangat kuat karena berkaitan langsung dengan ketidakadilan sosial, penyalahgunaan kekuasaan, dan kerugian yang dialami oleh masyarakat luas. Oleh karena itu, setiap isu yang memiliki keterkaitan dengan korupsi cenderung memicu respons emosional yang tinggi dari publik. Menurut Coombs (2019), dalam situasi yang melibatkan isu sensitif, opini publik tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan rasional, tetapi juga oleh faktor emosional yang dapat memperkuat reaksi publik terhadap suatu peristiwa. Dalam kasus yang dianalisis, respons negatif dari sebagian masyarakat terhadap konten Ferry Irwandi menunjukkan adanya moral judgment yang kuat terhadap fenomena anak koruptor. Publik tidak hanya menilai berdasarkan fakta bahwa individu tersebut bukan pelaku korupsi, tetapi juga mempertimbangkan aspek moral dan simbolik yang melekat pada hubungan keluarga dengan pelaku kejahatan.

Hal ini menunjukkan bahwa opini publik dalam isu ini dipengaruhi oleh nilai-nilai sosial yang berkembang di masyarakat, seperti keadilan, empati, dan tanggung jawab sosial.

Selain itu, media online berperan dalam memperkuat ekspresi emosi kolektif melalui interaksi digital yang terjadi di ruang publik. Komentar, diskusi, dan respons publik yang tersebar di berbagai platform menciptakan dinamika komunikasi yang mempercepat pembentukan opini publik. Dalam konteks ini, media online tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi ruang ekspresi emosi sosial yang berkontribusi terhadap pembentukan opini publik secara luas.

K. Implikasi terhadap Public Relations dan Reputasi

Dalam perspektif Public Relations, fenomena ini menunjukkan bahwa media online memiliki peran strategis sekaligus risiko dalam pembentukan reputasi. Reputasi tidak lagi hanya dibangun melalui komunikasi formal, tetapi juga melalui persepsi publik yang terbentuk di media digital. Dalam konteks ini, setiap konten yang disampaikan oleh individu maupun organisasi memiliki potensi untuk memengaruhi citra dan kepercayaan publik. Menurut Rachmat Kriyantono (2020), pengelolaan komunikasi di era digital harus mempertimbangkan kecepatan respons, transparansi, konsistensi pesan, serta sensitivitas terhadap nilai-nilai sosial yang berkembang di masyarakat. Hal ini penting untuk menjaga kepercayaan publik dan meminimalkan risiko terjadinya krisis reputasi.

Dalam kasus Ferry Irwandi, konten yang bersifat kontroversial menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan dapat diinterpretasikan secara berbeda oleh publik, sehingga memerlukan strategi komunikasi yang lebih hati-hati dan terencana. Sejalan dengan itu, Coombs (2019) menekankan bahwa dalam situasi yang berpotensi menimbulkan krisis, respons yang cepat, tepat, dan konsisten menjadi kunci dalam menjaga reputasi. Media online yang bersifat real-time menuntut individu maupun organisasi untuk mampu merespons isu dengan segera, karena keterlambatan dalam memberikan klarifikasi dapat memperburuk persepsi publik. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang adaptif dan berbasis pemahaman terhadap dinamika media digital menjadi sangat penting dalam menghadapi tantangan komunikasi di era digital. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media online tidak hanya berperan sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai faktor utama dalam pembentukan opini publik dan reputasi. Interaksi antara media, konten kreator, dan publik menciptakan dinamika komunikasi yang kompleks, di mana opini publik terbentuk melalui proses yang melibatkan aspek rasional, emosional, dan teknologi secara bersamaan.

L. Viralitas Media Online dan Amplifikasi Isu Kontroversial

Karakteristik utama media online yang membedakannya dari media konvensional adalah kemampuannya dalam menciptakan viralitas secara cepat melalui mekanisme algoritma dan partisipasi pengguna. Viralitas tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh tingkat interaksi publik seperti komentar, likes, dan shares yang secara otomatis meningkatkan visibilitas suatu konten. Menurut Rachmat Kriyantono (2020), media digital memiliki kecenderungan untuk mengamplifikasi isu-isu yang bersifat kontroversial karena isu tersebut mampu menarik perhatian dan keterlibatan publik dalam jumlah besar. Hal ini menyebabkan informasi yang memiliki muatan emosional atau konflik cenderung lebih cepat menyebar dibandingkan informasi yang bersifat netral.

Fenomena ini terlihat jelas dalam kasus yang diberitakan oleh Suara.com terkait kritik terhadap Ferry Irwandi. Konten podcast yang awalnya merupakan bagian dari diskusi digital kemudian berkembang menjadi isu publik yang luas karena dipicu oleh reaksi netizen di berbagai platform media sosial. Potongan konten yang bersifat kontroversial lebih mudah viral karena memicu emosi publik, baik berupa kemarahan, empati, maupun perdebatan moral. Dalam konteks ini, media online tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai mekanisme amplifikasi yang memperbesar dampak suatu isu hingga menjadi perhatian publik secara nasional. Lebih lanjut, viralitas dalam media online juga berkaitan dengan konsep emotional contagion, di mana emosi yang ditampilkan dalam suatu konten dapat menyebar kepada audiens dan memengaruhi respons mereka. Isu yang berkaitan dengan korupsi, seperti dalam kasus ini, memiliki daya tarik emosional yang tinggi karena berkaitan dengan ketidakadilan sosial yang dirasakan masyarakat. Oleh karena itu, respons publik terhadap konten Ferry Irwandi tidak hanya bersifat rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh emosi kolektif yang berkembang di ruang digital. Hal ini memperkuat argumen bahwa media online memiliki peran signifikan dalam membentuk opini publik melalui mekanisme viralitas dan amplifikasi isu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten untuk memahami bagaimana kritik sosial direpresentasikan dalam media digital, khususnya pada podcast yang menghadirkan Bigmo. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemaknaan dan interpretasi terhadap suatu fenomena sosial. Dalam kajian komunikasi, analisis media tidak hanya melihat isi pesan, tetapi juga bagaimana pesan tersebut dipahami

oleh audiens dalam konteks sosialnya (McQuail, 2010). Oleh karena itu, pendekatan ini dianggap paling sesuai untuk mengkaji dinamika respons publik terhadap isu anak koruptor.

Metode analisis konten digunakan untuk mengkaji isi pesan dalam podcast secara mendalam, termasuk narasi yang dibangun oleh kreator serta bagaimana isu direpresentasikan. Analisis konten merupakan teknik penelitian yang digunakan untuk menghasilkan inferensi yang valid dari data dengan mempertimbangkan konteksnya (Krippendorff, 2018). Dalam penelitian ini, analisis tidak hanya dilakukan pada isi podcast, tetapi juga pada konteks sosial yang melatarbelakanginya. Selain itu, dalam kajian komunikasi strategis dijelaskan bahwa penyusunan pesan atau framing sangat memengaruhi persepsi publik (Coombs, 2019), sehingga analisis konten menjadi penting untuk memahami bagaimana pesan diterima oleh audiens.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari konten podcast yang menjadi objek penelitian, sedangkan data sekunder berasal dari artikel berita, termasuk pemberitaan mengenai kontroversi podcast oleh Ferry Irwandi, serta berbagai literatur yang relevan. Penggunaan data primer dan sekunder bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2017).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan menonton dan menganalisis isi podcast, sedangkan dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan komentar publik di media sosial. Media digital dalam hal ini dapat dipahami sebagai ruang publik modern, di mana masyarakat dapat menyampaikan opini dan kritik secara terbuka (Habermas, 1989). Oleh karena itu, respons publik menjadi bagian penting dalam penelitian ini.

Proses analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis data kualitatif terdiri dari tiga alur kegiatan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Miles & Huberman, 2014). Reduksi data dilakukan dengan memilih data yang relevan dengan fokus penelitian, kemudian data disajikan dalam bentuk narasi agar mudah dipahami, dan selanjutnya ditarik kesimpulan berdasarkan pola yang ditemukan.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan data dari berbagai sumber seperti podcast, media sosial, dan artikel berita. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu di luar data untuk mengecek atau sebagai pembanding terhadap data tersebut (Sugiyono, 2017). Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan lebih valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Framing Media dalam membentuk Persepsi Publik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media online memiliki peran dominan dalam membingkai (framing) kritik Ferry Irwandi terhadap fenomena “anak koruptor”. Dalam perspektif teori framing, media memilih dan menonjolkan aspek tertentu dari suatu realitas untuk membentuk interpretasi publik. Entman menyebut framing sebagai proses seleksi dan penonjolan isu tertentu sehingga menjadi lebih bermakna bagi audiens . Dalam kasus ini, media online cenderung menyoroti kontroversi dan aspek moral dari pernyataan Ferry Irwandi, sehingga publik lebih fokus pada polemik daripada tujuan diskusi kritis yang ingin dibangun. Akibatnya, opini publik terbentuk secara emosional dan cenderung negatif.

Dalam konteks public relations, framing menjadi strategi penting dalam pengelolaan isu. Praktisi PR memiliki peran dalam membentuk narasi agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara positif oleh publik . Namun, jika framing media tidak sejalan dengan pesan utama komunikator, maka dapat terjadi distorsi makna yang berujung pada krisis reputasi. Kasus ini menunjukkan bahwa tanpa pengelolaan framing yang tepat, media online justru dapat memperkuat persepsi negatif yang berkembang di masyarakat.

B. Agenda Setting dan Pembentukan Prioritas Isu Publik

Temuan berikutnya menunjukkan bahwa media online berfungsi sebagai agenda setter dalam menentukan isu apa yang dianggap penting oleh publik. Teori agenda setting menyatakan bahwa media memiliki kemampuan untuk mempengaruhi tingkat kepentingan suatu isu dalam benak masyarakat dengan cara memberikan intensitas pemberitaan tertentu . Dalam kasus ini, tingginya eksposur terhadap kritik Ferry Irwandi membuat isu “anak koruptor” menjadi viral dan mendominasi diskusi publik, baik di media online maupun media sosial.

Dalam perspektif public relations, agenda setting menjadi tantangan sekaligus peluang. Media relations yang efektif dapat membantu organisasi atau individu mengarahkan perhatian publik pada isu yang lebih konstruktif . Namun, dalam kasus ini, dominasi media dalam mengangkat sisi kontroversial menyebabkan publik lebih terfokus pada konflik daripada substansi pesan. Hal ini menunjukkan bahwa kegagalan dalam

mengelola agenda media dapat berdampak pada terbentuknya opini publik yang tidak seimbang.

C. Model Two-Way Symmetrical dalam Interaksi Digital

Analisis menunjukkan bahwa interaksi antara Ferry Irwandi dan publik di media sosial mencerminkan pentingnya model two-way symmetrical dalam public relations. Model ini menekankan komunikasi dua arah yang seimbang, dialogis, dan bertujuan menciptakan saling pengertian antara komunikator dan publik. Dalam kasus ini, respon publik terhadap kritik Ferry Irwandi menunjukkan adanya kebutuhan akan dialog yang lebih terbuka untuk menjelaskan maksud dari konten yang disampaikan.

Namun, realitas di media online seringkali menunjukkan komunikasi yang tidak sepenuhnya simetris. Banyak komentar publik yang bersifat reaktif tanpa adanya klarifikasi mendalam dari komunikator. Padahal, dalam teori Grunig dan Hunt, komunikasi yang efektif dalam public relations harus melibatkan proses timbal balik yang memungkinkan perubahan persepsi di kedua belah pihak. Hal ini mengindikasikan bahwa kurangnya komunikasi dialogis dapat memperburuk kesalahpahaman dan memperkuat opini negatif di ruang digital.

D. Two-Way Asymmetrical dan Strategi Persuasi dalam Media Online

Hasil penelitian juga menunjukkan adanya indikasi penggunaan pendekatan two-way asymmetrical dalam komunikasi yang dilakukan. Model ini menekankan penggunaan riset dan umpan balik publik untuk mempengaruhi opini tanpa mengubah posisi komunikator secara signifikan. Dalam konteks ini, kritik Ferry Irwandi dapat dipahami sebagai upaya untuk mempengaruhi cara pandang publik terhadap fenomena “anak koruptor” melalui pendekatan argumentatif dan berbasis opini.

Namun, pendekatan ini memiliki kelemahan dalam konteks media digital yang sangat sensitif terhadap isu sosial. Ketika publik merasa bahwa pesan yang disampaikan bersifat persuasif tanpa mempertimbangkan nilai-nilai sosial yang berlaku, maka resistensi akan muncul. Dalam perspektif public relations, strategi persuasi yang tidak diimbangi dengan empati dan dialog dapat menimbulkan backlash dari publik. Oleh karena itu, penggunaan model asymmetrical harus dilakukan secara hati-hati agar tidak menimbulkan konflik opini yang lebih luas.

E. Peran Media Online sebagai Ruang Opini Publik dan Krisis Reputasi

Temuan terakhir menunjukkan bahwa media online berfungsi sebagai ruang pembentukan opini publik yang sangat dinamis dan cepat. Dalam teori public relations modern, media digital tidak hanya menjadi saluran komunikasi, tetapi juga arena interaksi sosial yang memungkinkan publik berpartisipasi aktif dalam membentuk opini. Dalam kasus ini, komentar, reaksi, dan diskusi publik di media sosial mempercepat terbentuknya opini kolektif terhadap kritik Ferry Irwandi.

Dari sudut pandang public relations, kondisi ini dapat berkembang menjadi krisis reputasi apabila tidak dikelola dengan baik. Ketika opini negatif mendominasi ruang digital, maka citra individu dapat terpengaruh secara signifikan dalam waktu singkat. Oleh karena itu, penting bagi praktisi public relations untuk memiliki strategi komunikasi krisis yang responsif, transparan, dan berbasis dialog. Hal ini menegaskan bahwa dalam era media online, pengelolaan opini publik menjadi semakin kompleks dan membutuhkan pendekatan yang adaptif serta strategis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa media online memiliki peran yang sangat strategis dalam membentuk opini publik, khususnya dalam isu yang bersifat kontroversial dan memiliki dimensi sosial yang sensitif. Kasus yang melibatkan Ferry Irwandi yang diberitakan oleh Suara.com menunjukkan bahwa media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang interaktif yang memungkinkan publik untuk berpartisipasi aktif dalam proses komunikasi. Opini publik yang terbentuk bukanlah hasil dari satu arah komunikasi, melainkan merupakan hasil interaksi yang kompleks antara media, konten kreator, dan masyarakat sebagai audiens aktif. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pembentukan opini publik di media online dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Framing media menjadi salah satu faktor utama yang menentukan bagaimana suatu isu dipahami oleh publik, di mana perbedaan cara penyajian informasi dapat menghasilkan interpretasi yang beragam. Selain itu, peran opinion leader dalam hal ini Ferry Irwandi turut memengaruhi arah diskursus publik melalui narasi yang disampaikan kepada audiens. Namun demikian, pengaruh tersebut tidak bersifat mutlak, karena publik tetap memiliki kebebasan untuk menafsirkan dan merespons pesan sesuai dengan nilai dan perspektif masing-masing.

Selanjutnya, fenomena viralitas dan digital engagement dalam media online terbukti mempercepat penyebaran informasi sekaligus memperkuat pembentukan opini publik.

Tingginya interaksi publik terhadap suatu konten menunjukkan bahwa komunikasi di era digital tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga partisipatif. Di sisi lain, algoritma media sosial yang bekerja berdasarkan preferensi pengguna turut menciptakan fenomena echo chamber, di mana individu lebih sering terpapar pada informasi yang sejalan dengan pandangannya. Kondisi ini berkontribusi terhadap munculnya polarisasi opini publik, sehingga perbedaan pandangan menjadi semakin tajam dan sulit untuk dijembatani. Dalam konteks isu korupsi, yang memiliki muatan emosional dan moral yang kuat di masyarakat, pembentukan opini publik tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional, tetapi juga oleh nilai-nilai sosial dan emosi kolektif. Respons publik terhadap kasus ini menunjukkan adanya moral judgment yang kuat, di mana masyarakat tidak hanya menilai berdasarkan fakta, tetapi juga berdasarkan persepsi keadilan sosial dan sensitivitas terhadap dampak korupsi. Hal ini menegaskan bahwa komunikasi dalam isu sensitif memerlukan pendekatan yang lebih hati-hati dan mempertimbangkan aspek sosial yang lebih luas. Dari perspektif Public Relations, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa media online memiliki implikasi besar terhadap pembentukan reputasi. Setiap pesan yang disampaikan di ruang digital memiliki potensi untuk diinterpretasikan secara luas dan berkembang menjadi opini publik yang memengaruhi citra individu maupun organisasi. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang efektif harus mampu mengantisipasi berbagai kemungkinan respons publik, serta mengedepankan transparansi, konsistensi, dan sensitivitas terhadap nilai-nilai sosial. Kemampuan dalam merespons isu secara cepat dan tepat juga menjadi faktor penting dalam menjaga kepercayaan publik di era digital yang serba cepat. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa media online merupakan elemen kunci dalam dinamika pembentukan opini publik di era digital. Interaksi antara teknologi, konten, dan publik menciptakan proses komunikasi yang kompleks dan multidimensional.

Oleh karena itu, pemahaman yang komprehensif terhadap karakteristik media digital serta perilaku audiens menjadi sangat penting bagi individu maupun organisasi dalam mengelola komunikasi secara efektif. Dengan demikian, komunikasi yang dilakukan tidak hanya mampu menyampaikan informasi, tetapi juga berkontribusi dalam membangun opini publik yang lebih konstruktif, rasional, dan berimbang di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Coombs, W. T. (2019). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding* (5th ed.). SAGE Publications.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.



- Goffman, E. (1963). *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity*. Prentice-Hall.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. MIT Press.
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Free Press.
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (4th ed.). SAGE Publications.
- Kriyantono, R. (2020). *Public Relations, Issue & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations, Etnografi Kritis & Kualitatif*. Prenadamedia Group.
- Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S. T., & Toth, E. L. (2021). *Public Relations: The Profession and the Practice*. McGraw-Hill Education.
- McCombs, M. (2014). *Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion* (2nd ed.). Polity Press.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Mulyana, D. (2018). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Noelle-Neumann, E. (1974). The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43–51.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- We Are Social & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Global Digital Report.
- Transparency International. (2024). *Corruption Perceptions Index 2024*.
- Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). (2024). *Pendidikan dan Informasi Antikorupsi*.