

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DI ERA DIGITAL

Vincent Danis Lekahena

*Mahasiswa Program Studi Teknik Informatika,
Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, Indonesia*

ABSTRACT

The digital era has fundamentally transformed how society accesses information and forms opinions. Social media platforms such as Facebook, Twitter/X, Instagram, and YouTube have become the main channels for individuals to disseminate information, exchange ideas, and shape collective perceptions of various social and political issues. This study aims to analyze the influence of social media on the formation of public opinion in the digital era, focusing on mechanisms of information dissemination, the role of algorithms, and the phenomena of echo chambers and filter bubbles that contribute to opinion polarization. The method used is a literature review of various relevant scholarly sources. The findings indicate that social media has a significant influence on shaping public opinion through content virality, the role of influencers, and algorithmic curation that reinforces exposure to information aligned with users' existing beliefs. On the other hand, social media is also vulnerable to misuse in the form of the spread of misinformation and disinformation, which can distort public perception. Therefore, digital literacy and platform regulation are key to ensuring that social media plays a positive role in democratic processes.

Keywords: *social media, public opinion, digital era, echo chamber, filter bubble, digital literacy*

Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan mendasar dalam lanskap komunikasi publik. Kehadiran platform media sosial seperti Facebook, Twitter/X, Instagram, TikTok, dan YouTube telah menciptakan ruang baru bagi masyarakat untuk mengakses, memproduksi, dan mendistribusikan informasi secara masif dan instan (Modi & Patel, 2025). Dengan miliaran pengguna aktif di seluruh dunia, media sosial tidak lagi sekedar alat komunikasi personal — ia telah bertransformasi menjadi arena utama pembentukan wacana dan opini publik (Naik, 2025).

Secara tradisional, pembentukan opini publik sangat dipengaruhi oleh media massa konvensional seperti televisi, radio, dan surat kabar, yang beroperasi dengan model komunikasi satu arah (*one-to-many*). Media sosial mengubah paradigma ini secara fundamental dengan memungkinkan komunikasi banyak-ke-banyak (*many-to-many*), di mana setiap individu dapat menjadi produsen sekaligus konsumen informasi (Swastiningsih, Aziz, & Dharta, 2024). Pergeseran ini memiliki implikasi besar: suara-suara yang sebelumnya terpinggirkan kini mendapat ruang untuk didengar, gerakan sosial dapat dimobilisasi dengan cepat, dan diskusi publik berlangsung dalam skala yang belum pernah terjadi sebelumnya (Ishrat, 2023).

Namun, di balik potensi demokratisasi informasi tersebut, media sosial juga menghadirkan tantangan serius. Mekanisme algoritma yang dirancang untuk memaksimalkan keterlibatan pengguna cenderung menciptakan *echo chamber* dan *filter bubble* yang menyaring informasi berdasarkan preferensi pengguna (Ishrat, 2023). Fenomena ini diperparah oleh maraknya penyebaran misinformasi dan disinformasi yang dapat memanipulasi opini publik secara sistematis (Azzahra & Tekle, 2024).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif pengaruh media sosial terhadap pembentukan opini publik di era digital. Secara spesifik, penelitian ini akan menganalisis: (1) mekanisme media sosial dalam menyebarkan informasi dan membentuk narasi kolektif; (2) peran algoritma, *echo chamber*, dan *filter bubble* dalam memperkuat atau mendistorsi opini publik; serta (3) tantangan dan peluang yang dihadirkan media sosial bagi proses deliberasi demokratis.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kajian pustaka (*literature review*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui penelusuran sistematis terhadap artikel jurnal ilmiah, prosiding konferensi, dan buku referensi yang diterbitkan dalam rentang tahun 2018–2025 dari basis data akademik seperti Scopus, Google Scholar, dan Semantic Scholar. Kata kunci pencarian meliputi: "social media," "public opinion formation," "echo chamber," "filter bubble," "misinformation," "digital literacy," dan "algorithmic curation."

Kriteria inklusi mencakup artikel yang: (a) membahas secara langsung pengaruh media sosial terhadap pembentukan opini publik; (b) diterbitkan dalam jurnal *peer-reviewed* atau prosiding konferensi bereputasi; dan (c) tersedia dalam bahasa Inggris atau bahasa Indonesia. Artikel yang tidak relevan dengan topik utama atau tidak memenuhi standar akademik dieksklusikan dari analisis. Dari hasil penelusuran, dipilih sejumlah artikel yang kemudian dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola, temuan utama, dan kesenjangan dalam literatur yang ada.

Media Sosial sebagai Platform Pembentukan Opini Publik

Media sosial telah mengubah arsitektur komunikasi publik secara mendasar. Berbeda dengan media konvensional yang dikontrol oleh sekelompok kecil editor dan pemilik media, media sosial memungkinkan setiap pengguna untuk memproduksi, mendistribusikan, dan merespons informasi secara real-time. Sjoraida et al. (2024) menemukan bahwa platform daring telah menjadi sarana utama bagi individu untuk mengakses informasi, berbagi ide, dan bertukar pendapat, sehingga mengubah cara opini publik terbentuk dan disebarluaskan.

Tiga karakteristik utama yang membedakan media sosial dari media tradisional dalam konteks pembentukan opini adalah interaktivitas, kedekatan waktu (*immediacy*), dan konten yang dihasilkan pengguna (*user-generated content*) (Swastiningsih, Aziz, & Dharta, 2024). Interaktivitas memungkinkan dialog dua arah antara pembuat konten dan audiens, menciptakan ruang diskursif yang lebih dinamis. Kedekatan waktu membuat informasi tersebar dengan kecepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya — sebuah peristiwa dapat menjadi viral dalam hitungan menit. Sementara itu, konten yang dihasilkan pengguna mendemokratisasi produksi informasi, sehingga narasi publik tidak lagi dimonopoli oleh media arus utama.

Djunaidi (2025) menegaskan bahwa media sosial memiliki kekuatan untuk mendistribusikan informasi secara masif dan cepat, membentuk narasi kolektif, meningkatkan viralitas konten, dan menciptakan ruang dialog interaktif di antara warga. Dalam konteks isu-isu sosial, Hasanuddin et al. (2025) menemukan bahwa topik seperti kesetaraan gender, lingkungan hidup, dan keadilan sosial menjadi bahan diskusi aktif di media sosial dan mampu menciptakan gerakan sosial digital.

Peran *influencer* juga tidak dapat diabaikan. Individu dengan jumlah pengikut yang besar memiliki kapasitas untuk membentuk dan mengarahkan opini pengikutnya terhadap suatu isu. Mekanisme ini beroperasi melalui apa yang dalam teori komunikasi disebut *two-step flow of communication* — di mana informasi mengalir dari media ke *opinion leader*, lalu dari *opinion leader* ke publik yang lebih luas. Di era media sosial, *influencer* mengambil peran *opinion leader* ini dengan jangkauan yang jauh lebih besar dibandingkan era media konvensional.

Algoritma, Echo Chamber, dan Filter Bubble

Salah satu mekanisme paling krusial dalam pembentukan opini publik di media sosial adalah peran algoritma kurasi konten. Platform seperti Facebook, Instagram, dan TikTok menggunakan algoritma yang dirancang untuk memaksimalkan keterlibatan pengguna dengan menyajikan konten yang sesuai dengan preferensi, perilaku, dan riwayat interaksi mereka (Anju, 2024). Meskipun bertujuan meningkatkan pengalaman pengguna, mekanisme ini memiliki konsekuensi yang signifikan terhadap pembentukan opini.

Algoritma kurasi konten menciptakan dua fenomena yang saling berkaitan: *echo chamber* dan *filter bubble*. *Echo chamber* merujuk pada situasi di mana individu hanya terpapar pada opini yang sejalan dengan keyakinannya sendiri, sehingga pandangan tersebut terus diperkuat dan diampifikasi tanpa ada paparan terhadap perspektif yang berbeda. Garimella et al. (2018) dalam studi terhadap pengguna Twitter menemukan bahwa pengguna secara dominan terpapar opini politik yang sesuai dengan pandangan mereka sendiri. Temuan yang lebih mengkhawatirkan adalah bahwa pengguna yang berusaha menjembatani perbedaan dengan membagikan konten dari berbagai spektrum politik justru mengalami penurunan sentralitas jaringan dan apresiasi konten — sebuah fenomena yang disebut "harga bipartisanship."

Sasahara et al. (2019) memperkuat temuan ini melalui model komputasional yang menunjukkan bahwa bahkan dengan tingkat pengaruh sosial dan *unfollowing* yang minimal, jaringan sosial secara cepat berevolusi menjadi komunitas-komunitas yang tersegregasi dan homogen. Prediksi model ini konsisten dengan data empiris dari Twitter, menunjukkan bahwa *echo chamber* merupakan konsekuensi yang hampir tak terhindarkan dari mekanisme yang beroperasi di media sosial.

Hameed et al. (2026) dalam survei kuantitatif terhadap 450 pengguna aktif media sosial menemukan bahwa tingkat *selective exposure* yang tinggi berkorelasi positif dengan peningkatan polarisasi opini, yang menunjukkan bahwa keterlibatan berulang dengan konten yang sejalan memperkuat keyakinan yang sudah ada dan membatasi paparan terhadap perspektif yang berbeda. Implikasi dari fenomena ini sangat serius bagi kualitas diskursus publik dan proses demokrasi, karena warga yang terjebak dalam *echo chamber* cenderung memiliki persepsi yang terdistorsi tentang realitas sosial dan politik.

Barberá (2020) menjelaskan bahwa argumen utama yang menghubungkan teknologi digital dengan polarisasi politik berkaitan dengan kemampuannya menciptakan *echo chamber* di mana ide-ide ekstrem diamplifikasi. Karakteristik utama situs jejaring sosial adalah memungkinkan individu dengan pandangan politik serupa untuk saling menemukan, sehingga warga hanya terpapar informasi yang memperkuat pandangan politik mereka.

Misinformasi dan Disinformasi sebagai Ancaman terhadap Opini Publik

Salah satu tantangan terbesar yang dihadirkan media sosial dalam konteks pembentukan opini publik adalah maraknya penyebaran misinformasi dan disinformasi. Misinformasi merujuk pada informasi yang tidak akurat yang disebarkan tanpa niat jahat, sementara disinformasi adalah informasi palsu yang sengaja diciptakan dan disebarkan untuk memanipulasi opini publik.

Chen (2025) mengidentifikasi bahwa fitur-fitur media sosial — termasuk konten yang dihasilkan pengguna, struktur jaringan yang dinamis, dan algoritma rekomendasi yang kompleks — telah memicu penyebaran misinformasi secara cepat. Misinformasi mengambil berbagai bentuk seperti rumor, berita palsu (*fake news*), dan klaim pseudosaintifik. Azzahra dan Tekle (2024) menemukan bahwa kampanye misinformasi dan disinformasi secara sistematis memanfaatkan media sosial untuk memanipulasi opini publik, terutama dalam konteks era *post-truth* yang ditandai oleh maraknya penyebaran informasi bias atau tidak akurat.

Menczer (2020) mengidentifikasi empat alasan utama mengapa media sosial membuat kita rentan terhadap manipulasi: interaksi kompleks antara bias kognitif, bias sosial, dan bias algoritmik yang dipicu oleh ketergantungan kita pada jejaring sosial daring. Lebih jauh, studi oleh Lee et al. (2024) yang diterbitkan di *MIS Quarterly* menunjukkan bahwa operasi *fake social engagement* berbantuan *bot* secara disproportional meningkatkan perhatian publik digital terhadap topik yang dimaksudkan oleh manipulator — sebuah fenomena yang disebut "disinformation spillover."

Stoica (2024) dalam analisis terhadap sebuah grup Facebook politik dengan 93.800 anggota menemukan adanya konstruksi *echo chamber* yang sistematis dan amplifikasi misinformasi. Menggunakan deteksi *hate speech* berbasis *machine learning*, studi ini mengungkap bagaimana ruang gema daring secara signifikan mempengaruhi opini publik. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa ancaman misinformasi dan disinformasi bukan sekadar masalah individual, melainkan merupakan tantangan struktural yang melekat pada arsitektur media sosial itu sendiri.

Literasi Digital sebagai Strategi Mitigasi

Menghadapi kompleksitas pengaruh media sosial terhadap pembentukan opini publik, literasi digital muncul sebagai strategi mitigasi yang paling banyak direkomendasikan oleh para peneliti. Literasi digital mencakup kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan menciptakan konten media secara kritis.

Ridzki (2024) menekankan pentingnya literasi media kritis dan pertimbangan regulasi untuk mengurangi potensi misinformasi dalam pembentukan kebijakan. Penelitian ini menyoroti peran ganda media sosial sebagai alat demokratisasi sekaligus sumber

misinformasi, sehingga pendekatan yang seimbang antara pemberdayaan pengguna dan regulasi platform menjadi krusial.

Dalam konteks pendidikan, Tadeo et al. (2025) menyoroti pentingnya mengintegrasikan literasi media dan informasi ke dalam pendidikan untuk membentuk kemampuan berpikir kritis siswa dalam memberantas berita palsu dan misinformasi. Sudianto et al. (2025) menemukan bahwa literasi digital berpengaruh besar dalam meningkatkan kemampuan berpikir kritis mahasiswa, terutama dalam hal pemilihan, evaluasi, dan pemahaman informasi digital.

Chara-DelosRios et al. (2025) dalam tinjauan sistematisnya menegaskan bahwa literasi media dan informasi merupakan keterampilan kunci untuk memitigasi dampak negatif dari informasi yang berlebihan (*information overload*) terhadap kemampuan berpikir kritis. Temuan ini menggarisbawahi bahwa solusi terhadap dampak negatif media sosial tidak semata-mata bersifat teknologis atau regulatoris, tetapi juga memerlukan investasi signifikan dalam pendidikan dan pemberdayaan literasi digital masyarakat.

Kesimpulan

Berdasarkan kajian pustaka yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang signifikan dan multidimensional terhadap pembentukan opini publik di era digital. Pengaruh ini beroperasi melalui beberapa mekanisme utama: (1) viralitas konten dan kecepatan penyebaran informasi yang memungkinkan narasi tertentu mendominasi diskursus publik dalam waktu singkat; (2) peran *influencer* sebagai *opinion leader* digital yang mampu mengarahkan persepsi dan sikap pengikutnya; (3) algoritma kurasi konten yang menciptakan *echo chamber* dan *filter bubble*, memperkuat keyakinan yang sudah ada dan membatasi paparan terhadap perspektif alternatif; serta (4) kerentanan terhadap penyebaran misinformasi dan disinformasi yang dapat mendistorsi persepsi publik secara sistematis.

Di satu sisi, media sosial membuka peluang besar bagi demokratisasi informasi, partisipasi sipil, dan mobilisasi gerakan sosial. Di sisi lain, mekanisme yang sama juga menciptakan risiko polarisasi opini, fragmentasi ruang publik, dan manipulasi sistematis terhadap persepsi masyarakat. Literasi digital dan kebijakan regulasi platform yang tepat menjadi dua pilar utama untuk memastikan bahwa media sosial berkontribusi positif terhadap kualitas diskursus publik dan proses demokrasi.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi konteks lokal secara lebih mendalam — termasuk dinamika media sosial dalam pembentukan opini publik di Indonesia — serta mengembangkan kerangka evaluasi yang lebih komprehensif untuk mengukur efektivitas intervensi literasi digital dalam mengurangi dampak negatif media sosial.

Daftar Pustaka

- Anju. (2024). Exploring the Impact of Social Media on Public Opinion Formation: A Comparative Analysis.
- Azzahra, A., & Tekle, K. C. (2024). The Influence of Social Media on Public Opinion Formation in the Post-Truth Era.
- Barberá, P. (2020). Social Media, Echo Chambers, and Political Polarization.

- Chara-DelosRios, T., Bejarano-Álvarez, P., Poma-Cornejo, H., Quispe-Munares, M., & Reyes-Contreras, K. (2025). Critical Thinking in the Information Age: A Systematic Review on the Role of MIL and Information Overload.
- Chen, P. (2025). The Spread Mechanism of Misinformation on Social Media.
- Hameed, M., Faheem, M., Durdana, & Hussain, A. (2026). Echo Chambers, Filter Bubbles, and Selective Exposure: Media Use and Opinion Formation in Polarized Digital Spaces.
- Hasanuddin, M., Khodijah, S., & Rizki, C. A. (2025). Analysis of the Role of Social Media in Shaping Public Opinion on Social Issues.
- Ishrat, J. (2023). Changing Public Opinion and Politics in the Social Media Era.
- Lee, S., Shin, D., Kwon, K. H., Han, S., & Lee, S. K. (2024). Disinformation Spillover: Uncovering the Ripple Effect of Bot-Assisted Fake Social Engagement on Public Attention.
- Menczer, F. (2020). 4 Reasons Why Social Media Make Us Vulnerable to Manipulation.
- Modi, K., & Patel, V. B. (2025). The Role of Social Media in Shaping Public Opinion: A Comprehensive Literature Review.
- Naik, S. N. (2025). The Influence of Social Media on Public Opinion in the Digital Age.
- Ridzki, M. M. (2024). Analyzing the Role of Social Media in Shaping Public Opinion and Public Policy in the Post-Truth Era.
- Sasahara, K., Chen, W., Peng, H., Ciampaglia, G. L., Flammini, A., & Menczer, F. (2019). Social influence and unfollowing accelerate the emergence of echo chambers.
- Sjoraida, D., Wibawa, B., Guna, K., Nugraha, A. R., Pasaribu, D., & Djafri, N. (2024). Public Opinion Formation in the Digital Age: A Review of Literature.
- Stoica, Ş.-E. (2024). Disinformation Dynamics Unveiling the Impact of Echo Chambers in Shaping Online Public Opinion.
- Sudianto, R., Agustina, W., Jannah, A. K., & Hidayah, R. (2025). Analisis Literasi Digital dan Berpikir Kritis Mahasiswa pada Era Media Sosial.
- Swastiningsih, S., Aziz, A., & Dharta, Y. (2024). The Role of Social Media in Shaping Public Opinion: A Comparative Analysis of Traditional vs. Digital Media Platforms.
- Tadeo, J. J., Hoper, S. J., & Ilustre, R. (2025). Truth Warriors: Enhancing the Students' Critical Thinking Skills through Media and Information Literacy in the Battle against Fake News.