



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**PERSEPSI MAHASISWA TENTANG  
PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK PADA  
PERNYATAAN ERNEST PRAKASA DALAM  
KEBIJAKAN PENANGANAN COVID-19  
AKUN INSTAGRAM**

**@LAMBETURAH\_OFFICIAL: Studi  
Deskriptif Mahasiswa Pengikut Akun Instagram  
@LambeTurah\_Official**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Negeri Sunan Ampel  
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :  
**Nur Lailiyah Agustina**  
**NIM. B95218127**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2021**

PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN  
OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Lailiyah Agustina  
NIM : B95218127  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul Persepsi Mahasiswa Tentang Pembentukan Opini Publik Pada Pernyataan Ernest Prakasa Dalam Kebijakan Penanganan Covid-19 Akun Instagram @Lambeturah\_Official: Studi Deskriptif Mahasiswa Pengikut Akun Instagram @Lambeturah\_Official adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 13 Januari 2022  
Yang membuat pernyataan



**Nur Lailiyah Agustina**  
**B95218127**

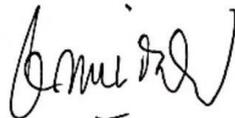
## PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama :Nur Lailiyah Agustina  
NIM :B95218127  
Program Studi :Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi :Persepsi Mahasiswa Tentang Pembentukan Opini Publik Pada Pernyataan Ernest Prakasa dalam Kebijakan Penanganan Covid-19 Akun Instagram @Lambeturah\_Official: Studi Deskriptif Mahasiswa Pengikut Akun Instagram @Lambeturah\_Official

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 13 Januari 2022

Menyetujui  
Pembimbing,



**Dr. Lilik Hamidah, S. Ag., M. Si.**  
(NIP. 197312171998032002)

**PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**  
**Persepsi Mahasiswa Tentang Pembentukan Opini**  
**Publik Akun Instagram @Lambeturah\_Official:**  
**Studi Deskriptif Mahasiswa Pengikut Akun**  
**Instagram @Lambeturah\_Official**

SKRIPSI

Disusun oleh  
Nur Lailiyah Agustina  
B95218127

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana  
Strata Satu Pada tanggal 31 Januari 2022

Penguji I



Dr. Lilik Hamidah, S.Ag., M.Si.  
NIP. 197312171998032002

Penguji III



Advan Navis Zubaidi, S.ST., M.Si.  
NIP. 198311182009011006

Penguji II



Dr. Moch. Choirul Arief, S.Ag., M.Fil.I  
NIP. 197110171998031001

Penguji IV



Abu Amar Bustomi, M.Si  
NIP. 197102042005011004



Surabaya, 09 Februari 2022  
Dekan,

Dr. H. Abdul Halim, M.Ag  
NIP. 196307251991031003



UIN SUNAN AMPEL  
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nur Lailiyah Agustina  
NIM : B9521827  
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ Ilmu Komunikasi  
E-mail address : nurlailiyah1908@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

Persepsi Mahasiswa Tentang Pembentukan Opini Publik Pada Pernyataan Ernest Prakasa dalam Kebijakan Penangan Covid-19 Akun Instagram @lambeturah\_official

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 27 Mei 2022

Penulis

(Nur Lailiyah Agustina)

## ABSTRAK

**Nur Lailiyah Agustina, NIM. B95218127, 2021.  
Persepsi Mahasiswa Tentang Pembentukan Opini Publik  
Pada Pernyataan Ernest Prakasa Dalam Kebijakan  
Penanganan Covid-19 Pada Akun Instagram  
@lambeturah\_official: Studi Deskriptif Mahasiswa  
Pengikut Akun Instagram @lambeturah\_official**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa tentang akun Instagram @lambeturah\_official untuk membentuk opini publik. Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan metode kualitatif serta pendekatan studi kasus dalam bingkai teori komunikasi psikologi model SOR (Stimulus-Organisme-Respon).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @lambeturah\_official dapat membentuk opini publik melalui persepsi dan interpretasi mahasiswa yang mengikuti akun Instagram tersebut. Komentar yang terdapat dalam sebuah postingan seringkali menimbulkan kontroversi bagi *followers* lainnya. Juga terkadang komentar tersebut menjadi komentar ujaran kebencian.

**Kata Kunci: Teori SOR, Persepsi Mahasiswa, Opini Publik, Instagram**

## ***ABSTRACT***

**Nur Lailiyah Agustina, NIM. B95218127, 2021.  
Student Perceptions About The Formation of Public  
Opinion On Ernest Prakasa's Statement On Covid-19  
Handling Policies On The Instagram Account  
@lambeturah\_official: Descriptive Study of Students  
following Instagram Account @lambeturah\_official**

This study aims to determine student perceptions of the @lambeturah\_official Instagram account to form public opinion. Researchers used descriptive research with qualitative methods and case study approaches within the framework of the SOR (Stimulus-Organism-Response) psychological communication theory model.

The results of this study indicate that the @lambeturah\_official Instagram account can form public opinion through the perceptions and interpretations of students who follow the Instagram account. Comments contained in a post often create controversy for other followers. Also sometimes these comments become hate speech comments.

**Keywords: *SOR Theory, Student Perception, Public Opinion, Instagram***

## نبذة مختصرة

**Nur Lailiyah Agustina, NIM. B95218127, 2021.** تصورات الطلاب حول تكوين الرأي العام حول بيان إرنست براكاسا بشأن سياسات التعامل مع Covid-19 على حساب Instagramlambeturah\_official: دراسة Instagramlambeturah\_official وصفية للطلاب الذين يتابعون حساب

Instagram على lambeturah\_official تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن حساب يمكنه تكوين رأي عام من خلال تصورات وتفسيرات الطلاب الذين يتابعون حساب غالبًا ما تثير التعليقات الواردة في المنشور جدلاً للمتابعين الآخرين. Instagram. أحيانًا تصبح هذه التعليقات أيضًا تعليقات على كلام يحض على الكراهية على إحدى الحفلات.

، تصور الطالب ، الرأي العام ، إنستغرام SOR الكلمات المفتاحية: نظرية

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN .....	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	i
PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
1. Praktis.....	6
2. Teoretis.....	6
E. Definisi Konsep .....	7
1.Pengertian Persepsi .....	7
2.Pengertian Instagram .....	11
3.Pengertian Opini Publik.....	12
4.Teori S-O-R .....	15

5. Akun Instagram @lambeturah_official Membentuk Opini Publik .....	19
F. Sistematika Pembahasan .....	22
<b>BAB II KAJIAN TEORETIS .....</b>	<b>24</b>
A. Kajian Pustaka .....	24
1. Psikologi Komunikasi .....	24
2. Persepsi .....	27
a. Pengertian Persepsi .....	27
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi .....	35
3. Opini Publik .....	42
a. Pengertian Opini Publik .....	42
b. Karakteristik Opini Publik .....	46
c. Faktor Pemicu Opini Publik .....	48
d. Fungsi Opini Publik .....	50
e. Proses Terbentuknya Opini Publik .....	51
B. Persepsi Dalam Perspektif Islam .....	53
C. Teori S-O-R .....	56
D. Kerangka Pikir Penelitian .....	60
E. Penelitian Terdahulu .....	60
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>64</b>
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian .....	64
B. Lokasi Penelitian .....	66

C. Jenis Dan Sumber Data .....	66
D. Tahap-Tahap Penelitian .....	68
E. Teknik Pengumpulan Data.....	70
F. Teknik Validitas Data .....	71
G. Teknik Analisis Data.....	72
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN HAL PENELITIAN .....</b>	<b>75</b>
A. Gambaran Umum Akun Instagram @lambeturah_official	75
1. Tentang Lambe Turah Official .....	75
2. Sejarah Akun Instagram Lambe Turah Official.....	77
3. Informasi Dalam Akun Instagram Lambe turah Official.....	78
4. Data Informan .....	80
B. Persepsi Mahasiswa Tentang Pembentukan Opini Publik Akun Instagram @lambeturah_official .....	82
1. Persepsi mahasiswa tentang akun Instagram @lambeturah_official dalam membentuk opini publik	82
2. Interpretasi mahasiswa tentang akun Instagram @lambeturah_official dalam membentuk opini publik.....	87
C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data).....	93
1. Temuan Penelitian .....	93
2. Konfirmasi Temuan Dengan Teori .....	98
3. Konfirmasi Teori Dengan Perspektif Islam .....	104

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	113
A. Simpulan .....	113
B. Saran atau Rekomendasi .....	114
C. Keterbatasan Penelitian.....	115
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	116
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	122
<b>BIOGRAFI PENELITI</b> .....	142



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **DAFTAR GAMBAR**

**Gambar 1.1** Postingan @lambeturah\_official

**Gambar 4.1** Logo akun Instagram Lambe Turah Official

**Gambar 4.2** Jumlah Followers Akun Instagram Lambe Turah Official

**Gambar 4.3** Postingan Instagram @lambeturah\_official

**Gambar 4.4** Tangkapan Layar Komentar Pengikut @lambeturah\_official



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan zaman yang semakin modern, perkembangan teknologi menjadi semakin canggih dan maju. Beberapa dari masyarakat memanfaatkannya sebagai media berbagi informasi untuk menyampaikan suatu pesan atau hanya sebagai alat untuk mencari informasi yang belum diketahui. Dengan adanya media ini, masyarakat tidak dibatasi dengan jarak dan waktu untuk berinteraksi antara satu dengan yang lain. Salah satu bentuk dari interaksi tersebut yaitu berbagi informasi melalui teknologi modern yang disebut internet. Internet memberikan beberapa kemudahan untuk penggunaannya yang akhirnya dapat membuat pengguna internet semakin meningkat.

Menurut data yang diambil dari Internet world stats, pengguna internet di tanah air sudah mencapai 212,3 juta jiwa yang menjadikan Indonesia berada di nomor 15 sebagai Negara dengan pengguna internet terbesar di Asia. Posisi Indonesia berada diatas rata-rata pengguna Internet terbesar di Asia yakni sebesar 63,9% dari jumlah populasi 4,3 miliar jiwa dan sekaligus diatas dunia sebesar 65,7% dari perkiraan total 7,86 miliar jiwa.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Viva Budy Kusnandar, "Penetrasi Internet Indonesia Urutan Ke-15 di Asia pada 2021, diakses dari

Dapat dilihat dari data di tersebut, pengguna Internet di Indonesia mengalami kemajuan dengan cepat. Internet menghadirkan berbagai macam kebutuhan manusia dari berbagai macam kalangan mulai dari anak kecil, remaja, hingga orang tua. Dari beberapa kalangan, pengguna terbanyak Internet adalah mayoritas remaja khususnya mahasiswa. Mahasiswa banyak menggunakan berbagai macam platform yang ada di Internet terlebih lagi media sosial.

Media sosial merupakan salah satu bagian dari perkembangan internet yang saat ini sedang banyak dinikmati. Media sosial bukanlah media yang digunakan untuk perseorang melainkan ruang publik yang mana siapa saja dapat, menggunakannya. Berdasarkan beberapa pengamatan remaja dapat menghabiskan waktu selama berjam-jam hanya untuk mengakses media sosial. Jenis media sosial yang banyak digunakan antara lain Facebook, Twitter, dan Instagram.

Dari beberapa media sosial dengan banyak pengguna, Instagram adalah salah satu media sosial yang paling banyak diminati masyarakat. Instagram merupakan salah satu media sosial sebagai sarana untuk berbagi foto ataupun video yang memungkinkan pengguna mengabadikan momen, menerapkan filter yang ada, dan membagikannya ke berbagai situs jejaring sosial.

---

(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/12/penetrasi-internet-indonesia-urutan-ke-15-di-asia-pada-2021>), pada tanggal 16 September 2021, pukul 12:10

Informasi yang diunggah saat itu juga memberikan pengalaman baru dikarenakan orang lain dapat mengetahui informasi terkini yang diunggah. Media Sosial Instagram tidak hanya menjadi media sosial sarana berbagi foto atau video saja, kini Instagram juga dapat dijadikan sebagai wadah suatu pemberitaan, baik berita local, manca negara, sederet cerita artis ibukota bahkan berita gosip.

Salah satu akun gosip yang sedang naik daun dikalangan masyarakat Indonesia adalah akun Instagram 'Lambe Turah Official'. Akun ini berisi berbagai informasi yang terpusat pada kehidupan para artis dan keadaan yang sedang viral terjadi dimasyarakat, bencana yang terjadi di Indonesia, penghargaan terhadap masyarakat Indonesia yang berprestasi, bahkan tidak jarang menyebarkan berita yang membuat pengikut Lambe Turah Official harus berfikir jawabannya. Akun gosip dengan frasa "gosip adalah fakta yang tertunda" ini dibuat tahun 2019. Peningkatan pada pengikut akun Instagram Lambe Turah Official semakin pesat setiap tahunnya dikarenakan apapun yang diunggah oleh akun Lambe Turah Official selalu menjadi perbincangan hangat ditengah dimasyarakat. Akun dengan nama @lambeturah\_official di Instagram memiliki 1.2 juta pengikut dengan 2 ribu lebih postingan (data diambil pada tanggal 26 Juli 2021).

Banyak terdapat akun gosip yang bermunculan setelah viralnya akun Instagram Lambe Turah Official. Akun-akun ini antara lain:

1. Akun Instagram @lambecewek

Akun gossip ini mempunyai pengikut sebanyak 1,1 juta dan postingan yang berjumlah 4407. Akun Instagram ini tidak hanya digunakan sebagai wadah informasi seputar selebriti, tetapi akun gossip ini pun juga meraup keuntungan akan kepopulerannya dengan membuka *endorse* atau mempromosikan barang atau jasa dari pengikutnya. (data diambil pada tanggal 11 Desember 2021, pukul 12:02)

2. Akun Instagram @lambenyinyir

Sama-sama terdapat kata “lambe” tetapi akun gossip ini tentu berbeda dengan @lambeturah\_official. Target dari akun ini menasar kepada ibu-ibu dengan bahasa khas yang digungkannya. *Caption* juga dibuat selucu mungkin untuk mengundang pengikutnya untuk berkomentar. (data diambil pada tanggal 11 Desember 2021, pukul 13:01)

3. Akun Instagram @insta.nyinyir

Akun gossip satu ini mempunyai 562 ribu pengikut dan 502 postingan. Dengan konten yang sama, tetapi admin dari akun ini lebih suka dipanggil sebagai nyai daripada mimin atau yang lain. Mengikuti akun ini bukan hanya mendapat informasi terbaru, tetapi pengikutnya juga diajak

untuk melihat sisi lain dari kehidupan para artis yang belum ada di akun gossip lain. (data diambil pada tanggal 11 Desember 2021, pukul 13:22)

Dari beberapa akun gosip yang ada di media sosial Instagram, akun gosip @lambeturah\_official yang paling banyak menarik minat masyarakat untuk mengikuti *update* berita. Akun ini selalu mempunyai cara untuk mendapatkan berita yang tidak terduga. Kekuatan @lambeturah\_official yang sangat besar bahkan membuat sejumlah selebriti tanah air juga mengikuti akun gosip tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Persepsi Mahasiswa Tentang Pembentukan Opini publik Pada Postingan Ernest Dalam Kebijakan Penanganan Covid-19 Akun Instagram @lambeturah\_official”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana persepsi mahasiswa tentang akun Instagram @lambeturah\_official dalam membentuk opini publik pada postingan Ernest Prakasa Dalam Kebijakan Penanganan Covid-19?
- b. Bagaimana interpretasi mahasiswa tentang akun Instagram @lambeturah\_official dalam membentuk opini publik pada postingan

Ernest Prakasa dalam kebijakan penanganan Covid-19?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa tentang akun Instagram @lambeturah\_official dalam membentuk opini publik pada postingan Ernest Prakasa dalam kebijakan penanganan Covid-19.
2. Untuk mengetahui interpretasi mahasiswa tentang akun Instagram @lambeturah\_official dalam membentuk opini publik pada postingan Ernest Prakasa dalam kebijakan penanganan Covid-19.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Praktis**

Secara praktis penelitian ini dapat menjadi referensi para pembaca dan pembaca selanjutnya khususnya dalam bidang penelitian kualitatif. Lebih lagi penelitian ini juga dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

#### **2. Teoretis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah gambaran maupun referensi untuk penelitian selanjutnya. Manfaat lain

diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa pada akun Instagram @lambe\_turah dalam membentuk opini publik pada postingan Ernest Prakasa dalam kebijakan penanganan Covid-19.

## **E. Definisi Konsep**

### **1. Pengertian Persepsi**

Dalam bahasa Inggris, persepsi disebut dengan *perception*, yang artinya cara pandang seseorang untuk memahami sesuatu yang dihasilkan dari olahan daya pikir, yang maknanya persepsi berkaitan dengan faktor-faktor luar yang awalnya direspon melalui panca indra, diproses melalui otak, dan daya psikologis.<sup>2</sup> Tidak hanya terdapat pada rangsangan fisik, persepsi juga terdapat pada rangsangan yang memiliki kaitan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu itu sendiri. Tokoh utama dalam mendefinisikan kata persepsi adalah individu. Beberapa orang mungkin menganggap wiraniaga yang sedang berbicara dengan lantang sebagai seorang yang agresif dan berbohong, tetapi orang lain dapat menganggap wiraniaga tersebut sebagai seseorang yang pintar dan suka membantu. Semua orang dapat

---

<sup>2</sup> Rosleny Marliani, "*Psikologi Umum*", CV. Pustaka Setia, Bandung, 2010, h187

memiliki pandangan yang berbeda terhadap obyek yang sama.

Terdapat pengertian lain mengenai persepsi yaitu proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan-masukan dari internal maupun eksternal guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki makna.<sup>3</sup> Persepsi sama halnya dengan memberikan makna kepada objek tertentu yang pada akhirnya dapat memberikan kesimpulan dari suatu objek tersebut.

Solomon mendefinisikan persepsi sebagai suatu proses dimana stimulus yang diterima oleh seseorang akan dipilah dan dipilih, lalu diolah yang pada akhirnya dapat diinterpretasikan<sup>4</sup>. Persepsi adalah salah satu aspek bagian dari ilmu psikologis yang sangat berperan penting bagi manusia ketika merespon berbagai aspek dan keadaan di sekitarnya. Persepsi dapat didefinisikan dalam arti luas, yang menyangkut faktor internal dan eksternal suatu individu. Berbagai peneliti mendefinisikan makna yang beragam terkait persepsi, walaupun pada intinya mengandung makna yang sama.

---

<sup>3</sup> Philip Kotler, “*Manajemen Pemasaran*”, Jilid 1, terj. Hendra Teguh, Romy A. Rusli dan Benjamin Molan, PT. Indeks, Jakarta, 2004, h 198

<sup>4</sup> Ristiayanti Prasetyo, dan PJhon J.O.I Ihalauw, “*Perilaku Konsumen*”, Andi, Yogyakarta, 2005, h 67

Jalaludin mengungkapkan pandangannya bahwa persepsi adalah pengetahuan tentang suatu objek, kejadian, atau keadaan yang didapat melalui informasi dan menafsirkan pesan.<sup>5</sup> Walaupun demikian, menafsirkan makna tentang sesuatu tidak hanya melibatkan inderawi tetapi juga harapan, ambisi, dan memori. Pakar lain bernama Kreitner dan Kinicki, menurut penuturannya, persepsi merupakan proses psikologis yang memungkinkan kita untuk dapat menafsirkan suatu hal disekitar kita.<sup>6</sup> Oleh karena itu setiap orang berbeda cara mendeskripsikan suatu objek tertentu, hal ini lah yang dapat mempengaruhi seseorang dalam perilaku dan pembentukan sikap. Berdasarkan hal diatas, dapat dipahami bahwa perasaan, cara berfikir, pengalaman-pengalaman yang di miliki setiap orang pasti berbeda.

Maka dalam memaknai suatu stimulus, hasil pemaknaan mungkin akan berbeda dengan orang lain. Setiap manusia memiliki kecenderungan cara berfikir dan melihat hal yang sama tetapi dengan hasil pemaknaan yang beragam. Perbedaan tersebut disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya yaitu pengetahuan, pengalaman dan sudut

---

<sup>5</sup> Roslenny Marliani, "*Psikologi Umum*", CV.Pustaka Setia, Bandung, 2010, h 187-189

<sup>6</sup> Wibowo, "*Perilaku Dalam Organisasi*", PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2013, h 59

pandang. Persepsi tidak lepas dari penilaian manusia terhadap sesuatu dengan metode yang tentunya berbeda-beda menggunakan panca indera yang dimiliki, kemudian dapat ditafsirkan oleh pikiran.

Persepsi merupakan pemberian makna terhadap suatu objek melalui alat indera. Sebenarnya persepsi tumbuh dan dapat berkembang dikarenakan adanya stimulus dari lingkungan sekitar. Persepsi didefinisikan sebagai suatu proses yang mana individu melakukan suatu rangsangan terhadap sesuatu yang diterima dari alat indera dan diinterpretasikan sehingga seseorang dapat memahami dan mengerti apa yang diterima oleh rangsangan. Hal ini juga dapat berdampak pada sikap dan perilaku individu itu sendiri.

Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge menuturkan bahwa persepsi (*perception*) merupakan suatu proses individu dalam memproses dan menafsirkan pesan guna memberikan pemahaman bagi lingkungan sekitarnya. Pendapat lain juga diungkapkan oleh Fred Luthans bahwa hal utama untuk memahami persepsi yaitu memahami jika persepsi merupakan interpretasi unik bukan rekaman situasi dari suatu keadaan. Dapat dijelaskan bahwa, persepsi merupakan proses psikologis yang menghasilkan pandangan tentang dunia dari sudut pandang yang berbeda dan mungkin

akan sedikit berbeda dari keadaan sebenarnya. Beberapa pengertian persepsi dari beberapa ahli yang sudah disebutkan dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi adalah proses individu dalam memahami segala sesuatu yang diperoleh dari lingkungan sekitar, baik melalui pendengaran, penglihatan, penghayatan, ataupun perasaan. Beberapa ahli juga menuturkan jika persepsi merupakan proses psikologis dalam berfikir.<sup>7</sup>

Dari berbagai pemaparan diatas dapat peneliti simpulkan bahwa persepsi adalah proses penerimaan pesan dari stimulus yang datang dari lingkungan sekitar individu yang pada akhirnya dapat menciptakan nilai tersendiri.

## **2. Pengertian Instagram**

Instagram merupakan salah satu media sosial dari banyak media sosial yang digunakan manusia mulai dari orang dewasa, remaja bahkan kalangan anak-anak serta orang tua. Instagram berasal dari dua kata yaitu “*insta*” dan “*gram*”. “*Insta*” berasal dari kata instan yang memiliki arti cepat atau mudah. Penggunaan kata instan juga dipakai dalam nama lain dari kamera Polaroid. Sedangkan untuk kata “*gram*” berasal dari

---

<sup>7</sup> Murwati Eni, “*Persepsi Mahasiswa IPS Terhadap Pembelajaran Kewirausahaan Di Jurusan Pendidikan IPS UNY*”, skripsi. Yogyakarta, UNY. 2014. H 6-7

telegram yang memiliki makna kerja cepat dalam mengirimkan informasi kepada orang lain. Media sosial Instagram adalah aplikasi yang menyediakan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan sebagai media untuk pengambilan foto dan dapat juga mengirimkannya kepada orang lain sehingga informasi tersebut dapat diterima dengan cepat dan efisien juga pastinya menggunakan jaringan internet.

Awalnya Instagram diciptakan untuk pecinta fotografi yang mana pengguna dapat berbagi foto dan video. Tidak sampai disitu saja, Instagram juga menghadirkan fitur percantik yang disebut filter. Pengguna dapat mengaplikasikan filter digital lalu dapat membagikannya ke berbagai situs jejaring sosial. Banyak sekali fitur-fitur baru yang ditambahkan untuk memanjakan pengguna.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Instagram adalah salah satu media sosial yang mempunyai banyak pengguna di Indonesia yang didalamnya berisi beberapa fitur menarik dan berbeda dari media sosial lainnya.

### **3. Pengertian Opini Publik**

Opini publik dapat digunakan untuk menandai setiap terkumpulnya pendapat yang dilakukan beberapa orang. Opini merupakan pendapat atau penilaian

seseorang yang bersifat khusus yang berkaitan dengan suatu persoalan atau kejadian yang disajikan dalam teks naratif pada media massa atau dapat disampaikan melalui wartawan. Dalam dunia jurnalistik dikatakan bahwa opini masih tergolong dalam kategori fakta. Oleh sebab itu, opini juga disebut dengan fakta dalam pandangan, dan dapat dijadikan sebagai suatu pemberitaan<sup>8</sup>. Opini publik diartikan sebagai pendapat umum yang berarti proses dimana beberapa orang mengemukakan pendapatnya tanpa adanya desakan dengan tujuan yang sama yang berkaitan dengan isu terhadap suatu kepentingan umum. Opini publik mempertimbangkan proses dinamis dalam komunikasi antar orang serta media tentang persoalan di kalangan sekelompok individu yang memiliki kepentingan untuk melakukan hal yang sama.<sup>9</sup>

Proses komunikasi juga berkaitan dengan adanya efek, dan salah satu jenisnya adalah pendapat. Sastropoetro dalam penelitiannya mengemukakan bahwa efek komunikasi merupakan segala perubahan yang terjadi dalam diri komunikan sebagai efek dari diterimanya stimulus atau pesan oleh komunikan. Perubahan disini yang

---

<sup>8</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Kamus Jurnalistik*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2008, h 95

<sup>9</sup> Dani Verdiansyah, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Bogor, Ghalia Indonesia, 2004, Cet. Ke-1, h127

dimaksud adalah perubahan perspektif, perubahan sikap, perubahan pendapat, perubahan tingkah laku dan lain-lain yang terjadi dalam diri komunikan atau seorang individu yang menerima pesan.

Opini publik juga didefinisikan oleh Leonard W. Doob menurut pemaparannya opini publik diartikan sebagai sikap dari beberapa orang yang tergabung dalam suatu kelompok yang memiliki tujuan tertentu.<sup>10</sup> William Albiq berpendapat yang dikutip oleh Sastropetro, bahwa opini publik adalah sesuatu yang dihasilkan dari pemikiran beberapa orang yang didapat dari perbincangan yang memunculkan opini publik antara beberapa individu dalam suatu kelompok.<sup>11</sup> Berbeda dengan William Albiq, menurut Walter Lippmann opini public didefinisikan secara khusus yang berarti opini umum yaitu gambaran dari beberapa orang atau individu yang mengatasnamakan kelompok. Di mana pandangan dalam diri individu akan dunia sekitar yang menyangkut dengan sikap atau perilaku, dan sejauh mana perilaku tersebut melekat dalam diri, seluruhnya tergantung pada individu, dalam menarik perhatian seseorang, atau

---

<sup>10</sup>Djoenaesih S. Sunarjo. "*Opini Publik*". Penerbit Liberty. Yogyakarta, 1984, h 26

<sup>11</sup> Helena Olii. "*Opini Publik*"., Penerbit Indeks , Jakarta, 2007

yang disebut dengan suatu persoalan masyarakat umum.<sup>12</sup>

Dari beberapa penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa opini publik adalah pendapat yang dimiliki oleh beberapa individu dalam suatu perkumpulan dimana pendapat dari beberapa individu tersebut dijadikan satu dan dapat ditarik garis besarnya.

#### 4. Teori S-O-R

Penelitian ini menggunakan teori S-O-R kepanjangan dari (*Stimulus - Organism - Respon*). Singkatnya, sekitar tahun 1930an muncul suatu model teori baru komunikasi yang banyak dipengaruhi oleh teori psikologi. Objek dasar dari Teori S-O-R mengambil bentuk yang sama dari ilmu psikologi dan ilmu komunikasi yaitu jiwa meliputi komponen termasuk sikap, pendapat, tindakan, kognisi, efek dan implikasi. Setelah mendapat rangsangan dari luar dan diproses melalui pikiran, efek yang akhirnya muncul ialah reaksi khusus terhadap rangsangan tertentu, sehingga individu dapat memperkirakan antara pesan yang sesuai dengan reaksi komunikan. Teori ini menganggap media massa memiliki dampak langsung terhadap komunikan. Unsur-unsur yang terdapat dalam model ini

---

<sup>12</sup> Walter Lippmann. “*Opini Umum*”, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta, 1998, h 26

adalah: Pesan (stimulus, S), komunikan (organism, O), efek (respon, R)<sup>13</sup>

Beberapa peneliti bernama Hovland, Janis, dan Kelly pertama kali mengemukakan teori baru yang disebut Teori S-O-R yang memiliki makna Stimulus (pesan)- Organism (penerima pesan)- Respon (tanggapan). Huruf O melambangkan peran akan pemahaman yang ada diantara huruf S dan R, pemahaman atau kognisi dalam hal ini yaitu suatu proses dimana akal atau fikiran memperoleh, mengolah, dan merespon pengetahuan.<sup>14</sup>

Teori S-O-R sebenarnya masih bagian dari teori psikologi komunikasi. Menurut teori ini, media masa memiliki kekuatan yang sangat besar dan berdampak pada komunikan, teori S-O-R juga menjelaskan tentang proses komunikasi dimana hanya membutuhkan dua elemen, yaitu media massa sebagai sumber informasi dan komunikan sebagai penerima pesan, dalam hal ini adalah manusia. Akan tetapi, respon sebenarnya juga melalui perubahan oleh organisme (O) dimana rangsangan yang

---

<sup>13</sup> Dana Fitriana, “*Efek Tayangan Reportase Investigasi Di Transtv Episode Makanan Berbahaya Pada Masyarakat Rt. 22 Kelurahan Pelita Samarinda*”, *Ejurnal ilmu komunikasi*, 3(3) 2015:41-50 ISSN 0000-0000, [ejournal.ilkom.co.id](http://ejournal.ilkom.co.id), diakses tanggal 22 September 2021 jam 17.25

<sup>14</sup> Chaer, “*Psikolinguistik Kajian Teoretik*”, PT Rineka Cipta, Jakarta , 2003, h 97

datang dari luar dan diterima oleh organisme dan menunjukkan tanggapan hingga pada akhirnya dinamakan teori S-O-R.<sup>15</sup>

Dalam penelitian ini, proses komunikasi dilandasi oleh teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*). Teori S-O-R dipilih lantaran objek dalam penelitian ini adalah manusia dimana komponen yang terdapat dalam jiwanya meliputi sikap, pendapat, perilaku, kognisi, efeksi dan konasi. Dalam teori ini membahas proses komunikasi yang berkaitan dengan perubahan sikap yaitu aspek “*How*” bukan “*What*” dan “*Why*” perubahan sikap dalam hal ini tergantung ketika komunikasi berlangsung pada individu.<sup>16</sup>

Rangsangan yang terjadi pada komunikan tidak selalu mendapat respon yang baik, bahkan mungkin mendapat penolakan. Komunikasi akan berjalan lancar apabila mendapat respon dari komunikan. Proses selanjutnya yaitu komunikator memahami stimulus yang disampaikan. Kemampuan komunikan ini yang selanjutnya dapat diteruskan proses berikutnya.

---

<sup>15</sup> Morissan, “*Teori Komunikasi Massa*”, PT. Ghalia Indonesia, Bogor, 2010, h 17

<sup>16</sup> Christopher, “*Sikap Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Video Klip Psy Gangnam Style*”, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya, [Christopher.tuper@gmail.com](mailto:Christopher.tuper@gmail.com), dikutip pada Kamis tanggal 23 september 2021 pukul 09.56

Komunikasikan yang telah mengolah pesan dan menerimanya, lalu akhirnya dapat terjadi perubahan sikap.

Landasan dalam teori ini terletak pada penyebab adanya perubahan sikap pada seseorang tergantung pada rangsangan (*stimulus*) yang berhubungan dengan organisme. Menurut Stimulus Organisme Respon ini, dampak yang terjadi yaitu respon khusus terhadap rangsangan yang diterima, sehingga individu dapat menyesuaikan antara pesan dan reaksi dari komunikasikan. Untuk dapat mencapai titik ini diperlukan pengutaraan yang efektif dan efisien.

Apabila penerima pesan menunjukkan respon positif terhadap stimulus yang disampaikan, maka dapat dikatakan bahwa komunikasi yang dilakukan berhasil. Hingga sampai pada titik dimana komunikasikan tersebut memproses dalam otak yang pada akhirnya muncul pemahaman untuk menolak ataupun menerima. Pada hal ini akan terjadi perubahan perilaku berupa yang bersifat kognitif, afektif atau behavioral. Dalam teori ini memperlihatkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Maknanya dalam teori ini berpendapat bahwa komunikasi langsung atau tidak langsung, dan karakter-karakter tertentu dapat memicu seseorang untuk mengungkapkan tanggapan dengan cara tertentu. Pola teori S-O-R ini dapat diterima secara baik atau bahkan

ditolak, contoh ketika melihat seseorang tersenyum dan dibalas senyuman dengan orang lain, hal tersebut merupakan reaksi positif, namun ketika seseorang tersenyum tetapi dibalas dengan palingan wajah, maka dapat dipastikan hal tersebut merupakan suatu reaksi negatif.<sup>17</sup>

Dalam teori S-O-R, isi dari media diibaratkan sebagai obat yang dimasukkan ke dalam tubuh penonton, yang dihapkan akan merespon sesuai dengan yang diinginkan. Prinsip dalam teori ini beranggapan bahwa pesan ditanggapi dan disebarkan secara tersusun dalam skala yang luas. Untuk dapat menyampaikan stimulus sebanyak mungkin, digunakan teknologi untuk menunjang kegiatan tersebut. Tetapi, jika seseorang tidak terjangkau pesan yang disampaikan, diharapkan individu tersebut tidak terpengaruh oleh konten yang ada di dalam pesan.<sup>18</sup>

## **5. Akun Instagram @lambeturah\_official Membentuk Opini Publik**

Akhir-akhir ini banyak bermunculan akun gosip di media sosial, terutama Instagram. Seperti sebuah media pemberitaan, akun-akun gosip tersebut

---

<sup>17</sup> Onong Uchjana Effendy, “*Dinamika Komunikasi*”, PT.Remaja Rosdakarya, Jakarta, 1997, h 225

<sup>18</sup> Muhammad Mufid, “*Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*”, cet.ke-3, Kencana, Jakarta, 2010, h 22.

membeberkan berita gosip yang belum diketahui masyarakat dari sumber-sumber yang dirahasiakan. Meski sering dijuluki sebagai akun instagram ‘tidak jelas’ karena pengelolanya tidak pernah muncul, namun respon pengikut sangat tinggi dan beragam. Buktinya, salah satu akun gossip yang mengangkat berita seputar artis hingga kejadian fenomenal di instagram yang sudah memiliki *pengikut* hingga jutaan adalah @lambeturah\_official.

Lambe Turah merupakan julukan kepada seseorang yang sering menggossipkan atau membicarakan orang lain, menggunjing, sumber berita, atau seseorang yang dengan mudah melebih-lebihkan suatu berita seperti media, dimana konotasinya bersifat negatif. Jadi, dapat dikatakan bahwa Lambe turah diibaratkan sebagai bibir seseorang yang suka bicara, menyebarkan aib orang lain, dan memperbincangkan hal-hal yang pada intinya tidak penting. @lambeturah\_official adalah akun kedua dari akun yang awalnya bernama @lambe\_turah dengan jutaan pengikut kini di hapus oleh pihak instagram dan berganti nama menjadi @lambeturah\_official dikarenakan akun yang lama telah dilaporkan oleh beberapa pihak karena postingannya yang dinilai meresahkan publik.

Banyak yang sudah menjadi korban akun media sosial gossip dengan

pemberitaan yang diberikan. Bukti-bukti berupa foto atau tangkapan layar membuat orang semakin bertanya-tanya tentang kejelasan foto tersebut. Video yang tidak jelas *angle*-nya hanya bisa terdengar suara orang sedang bicarapun sepertinya telah membuat orang langsung percaya dengan gosip-gosip yang secara sekilas sering terlihat di *penelusuran* instagram atau sebagainya.

Untuk orang-orang yang hanya menganggap berita-berita gosip untuk sekedar hiburan mungkin beberapa komentar dari warganet adalah sebuah tontonan yang sangat menghibur. Pasalnya mereka tidak perlu membayar ataupun melakukan perjalanan jauh, hanya cukup membuka handphone mereka sudah mendapatkan hiburan yang asik terlebih lagi komentar dari sebagian orang terlihat seperti lelucon. Bagaimana tidak, secara jelas mereka tidak saling mengenal, tapi sudah saling membalas komentar satu sama lain.

Dalam beberapa postingan pun akun @lambeturah\_official ini kerap membuat pengikutnya tidak sepaham dengan *caption* yang dibuatnya. Hal tersebut menimbulkan perdebatan di dalam laman komentar.

Dari situ dapat diketahui bahwa postingan yang dibuat oleh akun dengan slogan “gossip adalah fakta yang tertunda” ini dapat membentuk opini warganet yang

mengikutinya ataupun ketika postingan tersebut muncul di beranda pengguna lain.

Postingan dari akun Lambe Turah bebrapa menggunakan hasil tangkapan layar atau video yang diunggah ulang dari postingan selebriti atau media lain, yang dinilai dapat menuai kontroversi, atau pesan yang belum jelas kebenarannya. Lalu dari postingan tersebut dimuat ulang oleh akun Instagram Lambe Turah Official dengan *caption* yang dapat membuat pengikutnya tertarik untuk berkomentar.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Penelitian ini memiliki sistematika pembahasan yang dapat mempermudah bagi peneliti adapun sistematika pembahasan pada penelitian ini sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hasil penelitian terdahulu, definisi konsep, kerangka teoritik, metode penelitian dan sistem pembahasan.

### **BAB II: KAJIAN TEORITIS**

Berisi tentang kajian pustaka, teori yang digunakan peneliti untuk menjelaskan tentang data penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Berisi tentang metode penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validitas data dan teknik analisis data.

#### BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang menguraikan gambaran umum mengenai subjek penelitian, penyajian data dari hasil wawancara. Kemudian akan membahas tentang kajian dengan teori yang sudah ada sesuai dengan masalah dan menjawab pertanyaan pada rumusan masalah.

#### BAB V: PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan penelitian, saran-saran atau rekomendasi. Hasil kesimpulan ditulis oleh peneliti secara ringkas dalam keseluruhan penelitian.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB II KAJIAN TEORITIK

### A. Kajian Pustaka

#### 1. Psikologi Komunikasi

Manusia diciptakan Tuhan sebagai makhluk yang bergantung pada satu sama lain yang memiliki motivasi, kebutuhan, serta karakteristik di dalam dirinya yang berhubungan antara satu sama lain. Pendekatan dalam psikologi merupakan upaya yang dilakukan untuk mencari jalan keluar terhadap sebuah persoalan yang dihadapi setiap orang. Psikologi merupakan alat yang ampuh digunakan sebagai pijakan untuk membuat kehidupan yang aman, nyaman, dan lebih sehat. Kata Psikologi awalnya berasal dari bahasa Yunani *psyche* yang berarti jiwa, dan *logos* yang berarti ilmu pengetahuan. Secara bahasa, psikologi adalah ilmu yang meneliti mengenai macam-macam gejala maupun proses kejiwaan.<sup>19</sup>

Bagaimanapun bentuk konseptualnya, komunikasi dapat diartikan sebagai peristiwa psikologis dalam diri masing-masing individu yang berhubungan. Dapat disimpulkan juga

---

<sup>19</sup> Riswandi, “*Psikologi Komunikasi*”, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2013, h 4

dengan kata lain, ilmu psikologi mencoba mengkaji seluruh elemen yang yang terdapat pada proses komunikasi. Psikologi dalam diri komunikan menganalisis tentang karakteristik dari komunikan serta faktor-faktor yang dapat menyebabkan perbedaan perilaku pada komunikasinya. Pada komunikan, psikologi menggali sifat-sifatnya dan menanyakan: pemicu terjadinya pada suatu sumber komunikasi yang berhasil dalam memberikan pengaruhnya kepada orang lain, ketika sumber komunikasi lain tidak.

Raymond S. Ross mengartikan komunikasi sebagai *“a transaccional process involving cognitive sorting, selecting, and sharing of symbol in such away as to help another elicit from his own experiences a meaning or responses similar to that intended by the source.”* (suatu proses transaksional yang mencakup pemilihan, dan pembagian symbol sedemikian rupa, untuk membantu seseorang dalam memahami arti dari pengetahuan sendiri atau respon yang serupa dengan apa yang dimaksud oleh sumber.<sup>20</sup>

Hal ini menunjukkan pengertian komunikasi yang digunakan dalam dunia

---

<sup>20</sup> Jalaluddin Rahmat, *“Psikologi Komunikasi”*, PT. Remaja Rosda Karya Offset, Bandung, 2015, h 3

psikologi. Dalam hal psikologis komunikasi memiliki arti yang sangat luas, sebagaimana meliputi berbagai gelombang suara, penyampaian energi, tanda di antara tempat, organism, atau sistem. Komunikasi sendiri memiliki arti sebagai informasi, proses, dampak, atau lebih spesifik menjadi pesan dari pasien dalam psikoterapi. Oleh karena itu, psikologi mengacu pada transmisi energi dan organ-organ indera ke otak dalam penerimaan dan pengolahan pesan, dalam proses ini saling berdampak dari beragam interaksi dalam diri individu dan di antara individu lainnya.<sup>21</sup>

Ketika pesan tersampaikan kepada komunikator, psikologi meneliti prosedur penerimaan pesan, mengkaji faktor subjektif dan situasional yang berdampak baginya, lalu mengungkapkan berbagai macam sikap komunikasi pada saat sendiri atau saat di dalam kelompok.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Jalaluddin Rahmat, “*Psikologi Komunikasi*”, PT.Remaja Rosda Karya Offset, Bandung , 2015, h 4

<sup>22</sup> Jalaluddin Rahmat, “*Psikologi Komunikasi*”, PT.Remaja Rosda Karya Offset, Bandung , 2015, h 5

## 2. Persepsi

### a. Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan pengetahuan tentang suatu objek, suatu kejadian yang didapat dengan menyimpulkan suatu pesan dan mengartikannya.<sup>23</sup> Persepsi adalah dasar dari komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) merupakan inti dari persepsi yang identik menggunakan pengalih bahasaan atau dalam proses komunikasi biasa disebut penyandian-balik (*decoding*).<sup>24</sup>

Mulyana menuturkan bahwa persepsi manusia dibedakan menjadi dua, yaitu persepsi terhadap objek sekitar. Persepsi adalah obyek disekitar kita, yang bisa ditangkap menggunakan panca indera dan diproyeksikan dalam pikiran sehingga individu bisa meneliti suatu obyek tertentu.<sup>25</sup> Persepsi juga diartikan sebagai proses yang

---

<sup>23</sup> Jalaluddin Rahmat, “*Psikologi Komunikasi*”, PT. Remaja Rosda Karya Offset, Bandung, 2015, h 50

<sup>24</sup> Deddy Mulyana, “*Ilmu Komunikasi*”, PT Rosda Karya Offset, Bandung, 2015, h 180

<sup>25</sup> Sarlito Wirawan Sarwono, “*Pengantar Umum Psikologi*”, Bulan Bintang, Jakarta, 1975, h 44

dipakai untuk mengartikan data sensoris.<sup>26</sup>

Ketika menyampaikan suatu penjelasan tentang suatu objek, tentu terlebih dahulu terdapat suatu proses mempresepsi, Bimo Walgito menjelaskan, persepsi adalah suatu proses yang berawal dari alat penginderaan. Dalam hal ini penginderaan merupakan proses penerimaan rangsangan oleh seseorang yang melewati alat indera manusia. Tetapi prosesnya tidak berhenti sampai disitu saja, biasanya rangsangan yang diterima akan diteruskan oleh syaraf ke otak sebagai pusat kendali tubuh, dan yang selanjutnya dianggap sebagai proses persepsi. Oleh sebab itu, proses persepsi tidak terlepas dari proses penginderaan yang merupakan proses awal terjadinya persepsi. Proses penginderaan berlangsung setiap saat, pada saat individu menangkap sebuah rangsangan yang menyentuh dirinya yang disebabkan oleh alat indera. Alat indera juga disebut sebagai

---

<sup>26</sup> Wenner J. Severin, *“Teori Komunikasi: Metode Dan Terapan di Dalam Media Massa”*, Kencana, Jakarta, 2008, Edisi ke-5, h 83

penghubung antara manusia, dengan lingkungan sekitarnya.<sup>27</sup>

Rangsangan yang diterima manusia lalu diolah, ditafsirkan, sehingga manusia tersebut dapat mengetahui suatu hal yang ditangkap oleh panca inderanya. Proses ini yang disebut dengan persepsi. Jadi, pesan yang diperoleh panca indera, setelah itu akan melalui proses pemahaman yang diolah dalam pikiran untuk menjadi sesuatu yang memiliki arti setelah diorganisasikan dan diinterpretasikan.<sup>28</sup> Dengan adanya persepsi individu dapat memahami, mengerti tentang bagaimana keadaan lingkungan sekelilingnya, segala sesuatu yang dilihat dan juga dapat memahami diri sendiri. Persepsi terjadi ketika mendapat stimulus dari luar diri manusia atau lingkungan sekitar seperti berita, peristiwa dan lain-lain.

Penelitian yang dilakukan Robbins mengenai persepsi memperlihatkan bahwa seseorang yang berbeda ketika memandang objek yang sama, pasti

---

<sup>27</sup> Bimo Walgito, “*Psikologi Sosial Suatu Pengantar*”, Edisi Revisi, Yogyakarta, Andi, 1999, h 53

<sup>28</sup> Bimo Walgito, “*Psikologi Sosial...*”, h 54

penafsirannya yang dihasilkan akan berbeda. Kebenarannya ialah tidak ada seorangpun yang dapat melihat realistik, yang selama ini dilakukan manusia hanya menafsirkan apa yang dilihat kemudian mengungkapkannya sebagai bentuk suatu realitas.<sup>29</sup>

Adapun pandangan Gitosudarmo serta Sudita tentang persepsi ialah suatu proses mengamati serta menyeleksi, mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimulus dari lingkungannya.<sup>30</sup>

Persepsi memiliki keterkaitan dengan sensasi, dimana sensasi merujuk pada penemuan awal energi yang berasal dari luar, lalu studi tentang sensasi biasanya berkaitan dengan wujud dan prosedur sensorik, kemudian persepsi dikaitkan dengan pemahaman dalam penafsiran terhadap pesan yang diterima. Setelah itu, peristiwa-peristiwa yang diterima diolah sesuai pandangan mengenai budaya, dunia, dan

---

<sup>29</sup> Robbins. P.S. 2002, "*Prinsip-prinsip Perilaku Organisasi*", Edisi kelima, Jakarta, Penerbit Erlangga, h 46

<sup>30</sup> I Gito sudarmo dan I Nyoman Sudita, 2000, "*Perilaku Keorganisasian*", Yogyakarta, BPFE, h 16

pengharapan bahkan disesuaikan dengan lingkungan sekitar. Peristiwa tersebut memberikan arti pemahaman terhadap pengetahuan diri sendiri.<sup>31</sup>

Dari beberapa pengertian para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan proses menginterpretasi suatu objek disekitar yang pada akhirnya dapat memberi pemahaman dan mempengaruhi individu.

b. Bentuk-Bentuk Persepsi

Persepsi dapat dibentuk melalui panca indera pendengaran (audio), penglihatan (visual), penciuman, pengecapan, dan melalui kulit atau perasa.<sup>32</sup> Berbeda dengan pendapat irwanto yaitu sebagai berikut:

1. Persepsi positif adalah pandangan yang menjelaskan semua pemahaman dan jawaban yang dilanjutkan dengan cara pemanfaatannya. Hal tersebut dapat dilihat dari

---

<sup>31</sup> Robert L. Solso, dkk, "*Psikologi Kognitif*", Jakarta, Erlangga, 2007, Edisi ke-8, h. 75-76

<sup>32</sup> Bimo Walgito, "*Pengantar Umum Psikologi*", Yogyakarta, Andi Offest, 2010, h 124

reaksi dalam menerima dan mendukung objek yang dipersepsikan.

2. Persepsi negatif, didefinisikan sebagai persepsi yang menjelaskan semua pengetahuan yang tidak sesuai dengan suatu realita yang ada.<sup>33</sup>

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa persepsi positif maupun negatif selalu dapat memberikan dampak pada seseorang setiap kali mengambil suatu tindakan. Kemunculan persepsi yang bersifat positif atau negatif bergantung pada bagaimana pandangan seseorang terhadap segala sesuatu yang berkaitan dengan objek yang dipersepsinya.

#### c. Proses Terjadinya Persepsi

Proses persepsi terjadi diawali dengan komunikasi yang menerima pesan lalu terjadi proses pemahaman terhadap individu. Proses yang mengikuti pesan yang diperoleh dari pikiran individu dan mengabaikan informasi lainnya disebut *selective attention* atau

---

<sup>33</sup> Irwanto, "Psikologi Umum", Jakarta, PT. Prehallindo, 2002, h. 71

*selective perception. Selective attention* berdampak pada sifat yang dirasakan seseorang atau objek yang melalui proses persepsi, terutama ukuran, kekuatan, gerakan, pengulangan dan otentisitas. *Selective attention* dipicu oleh sesuatu atau individu yang mungkin berada di luar konteks, seperti mendengar seseorang berbicara dengan bahasa asing.<sup>34</sup>

Persepsi ialah suatu proses penerimaan suatu stimulus melalui alat rangsang, lalu rangsangan berlanjut kemudian diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi.<sup>35</sup>

Dari sudut pandang ilmu psikologi, dapat dikatakan bahwa perilaku manusia dipengaruhi dari cara individu dalam menafsirkan sesuatu. Dalam proses persepsi, terdapat tiga komponen antara lain yaitu:

- 1) Seleksi yaitu proses dilakukannya penyortiran oleh panca indera terhadap

---

<sup>34</sup> Wibowo, “*Perilaku Dalam Organisasi*”, Jakarta, Rajawali Pers, 2013, h 61

<sup>35</sup> Dimiyati Mahmud, “*Psikologi Suatu Pengantar*”, Jakarta, BPFE, 1990, h 57

stimulus dari lingkungan sekitar.

- 2) Interpretasi adalah proses dimana menyusun informasi sehingga dapat dipahami oleh orang lain. Interpretasi juga dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, contohnya keadaan di masa lalu, kepribadian, motivasi, dan ketakutan akan suatu hal.
- 3) Interpretasi dan persepsi lalu didefinisikan ke dalam suatu tindakan sebagai respon. Maka dari itu proses persepsi terdiri dari memilih, menafsirkan, dan membulatkan terhadap informasi yang masuk.<sup>36</sup>

Persepsi terjadi ketika informasi yang datang dari lingkungan sekitar individu melalui alat indera, seperti telinga, mata, lidah, dan kulit. Dari situ stimulus diterima dan akan dimaknai. Proses selanjutnya adalah pemahaman oleh individu tersebut. Setiap orang mempunyai latar belakang yang berbeda-beda, hal itu mempengaruhi stimulus yang

---

<sup>36</sup> Dimiyati Mahmud, ".....", h 54

diterima hingga pada akhirnya menghasilkan persepsi yang berbeda.

Jika individu tersebut yang menjadi objek persepsi, hal ini yang disebut mempersepsi diri (*self-perception*). Karena dalam suatu persepsi merupakan kegiatan yang *integrated*, maka semua bagian dalam diri individu tersebut akan turut berperan dalam persepsi tersebut.<sup>37</sup>

#### c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Persepsi kadangkala salah diartikan karena dipengaruhi oleh berbagai faktor dari dalam diri individu, faktor tersebut antara lain kontekstual, fungsional dan struktural. Dalam hal ini faktor yang paling besar berdampak dalam mempersepsi sesuatu ialah ketertarikan, konsep fungsional dan konsep struktural.<sup>38</sup> Persepsi dari setiap manusia tentunya akan sangat berbeda, hal itu dapat disebabkan oleh berbagai macam faktor.

---

<sup>37</sup> Jalaluddin Rakhmat, Psikologi Komunikasi, Bandung, Remaja Rosdakarya, 2007, h 55

<sup>38</sup> Achmad Mubarak, "*Psikologi Dakwah*", Jakarta, Pustaka Firdaus, 1997, h 11

Metode dalam menafsirkan situasi pada saat ini tidak dapat terlepas dari adanya pengalaman sensor terdahulu. Jika pengalaman sebelumnya sering terjadi, maka reaksi seseorang akan menjadi terbiasa dalam menghadapi respon-perseptual yang ditunjukkannya. Mungkin 90% dari pengalaman-pengalaman sensorik sehari-hari dianggap sebagai kebiasaan berdasarkan pengalaman yang diulang-ulang dari masa lalu.<sup>39</sup>

Oleh karena itu apa yang dipersepsikan pada sesuatu hal akan berkaitan dalam hal stimulus manusia itu sendiri, persepsi pun ditentukan oleh latar belakang keberadaan stimulus tersebut. Seperti keadaan masa lalu seseorang, perasaan seseorang saat itu, dugaan-dugaan, maksud, perilaku dan tujuan.

Menurut Robbins dan Judge, terdapat tiga faktor yang berdampak pada persepsi, diantaranya (1) *preceiver*, seseorang yang memberikan pesan, (2) target, objek yang akan dimaknai, (3) situasi,

---

<sup>39</sup> Dimiyati Mahmud, “*Psikologi Suatu Pengantar*”, Jakarta, BPFE, 1990, h 41

kejadian maupun keadaan pada saat persepsi terjadi.<sup>40</sup>

Adapula faktor lain yang bisa mempengaruhi terjadinya persepsi yaitu:

1) Faktor Perhatian

Perhatian dapat diartikan sebagai suatu proses di mana rangkaian stimulus muncul dalam kesadaran ketika stimulus lainnya melemah.<sup>41</sup>

Perhatian bisa datang dari manapun sekalipun dari sekitar individu (*eksternal*), tetapi bisa juga datang dari dalam diri yang bersangkutan (*internal*). Faktor diluar individu (*eksternal*) yang menarik perhatian secara psikologis dapat disebabkan karena hal tersebut mempunyai sifat-sifat yang menonjol dibanding rangsangan lain, misalnya karena bergerak sementara yang lain diam, atau karena adanya unsur

---

<sup>40</sup> Wibowo, “*Perilaku Dalam Organisasi*”, Jakarta, Rajawali Pers, 2013, h 60

<sup>41</sup> Jalaluddin Rakhmat, “*Psikologi Komunikasi*”, Bandung, Remaja Rosdakarya, 2007, h 51

kontras, kebaruan atau perulangan.<sup>42</sup>

## 2) Faktor Fungsional

Faktor selanjutnya adalah faktor fungsional. Faktor ini berdampak pada persepsi diantaranya dalam hal kesiapan diri, kebutuhan, suasana hati, emosional, dan latar belakang.<sup>43</sup>

Menurut Krechand dan Crutch Field yang dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat terdapat empat faktor yang dapat mempengaruhi persepsi diatas antara lain:

- a) Kebutuhan: maksud dari kebutuhan ini adalah salah satu dorongan psikologis yang dilakukan manusia untuk melakukan suatu tindakan, misalnya rangsangan, keinginan,

---

<sup>42</sup> Achmad Mubarak, "*Psikologi Dakwah*", Jakarta, Pustaka Firdaus, 1997, h 110

<sup>43</sup> Achmad Mubarak,"*Psikologi Dakwah*", h 113-114

tuntutan dan cita-cita.

- b) Kesiapan mental: Kesanggupan untuk menyesuaikan keadaan sosial sekaligus untuk membangun suatu relasi dengan harapan agar berjalan lancar.
- c) Suasana emosional: tiga jenis suasana emosional yang dihasilkan oleh hipnotis, yaitu rasa senang, gelisah, dan kritis.
- d) Latar belakang budaya: Merupakan bidang tersendiri dalam psikologi antar budaya.<sup>44</sup>

### 3) Faktor Struktural

Faktor struktural muncul dari rangsangan yang diterima fisik dan efek

---

<sup>44</sup> Jalaluddin Rakhmat, “*Psikologi Komunikasi*”, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), h 56

yang terjadi pada sistem saraf individu. Teori Gestalt mengatakan bahwa ketika seseorang mempersepsikan sesuatu, ia akan menafsirkannya secara menyeluruh, bukan sebagai bagian darinya, lalu mengumpulkannya.<sup>45</sup>

Dapat dijadikan sebagai contoh ketika menjumpai seorang kiai, beliau berjalan dengan mengenakan pakaian yang lusuh dan penuh dengan jahitan, maka orang lain dapat mempersepsikan jika beliau memang orang yang sederhana, berbeda cerita ketika pakaian itu dikenakan oleh seorang seniman terkemuka, maka orang lain mempersepsikan sebagai orang yang nyentrik (netral), lain halnya ketika pakaian yang dipakai oleh seorang penjahat, maka dapat dipastikan orang lain memaknainya sebagai orang jelek yang pakaiannya berantakan (negatif).<sup>46</sup>

Cara individu dalam memandang situasi sekarang tidak

---

<sup>45</sup> Jalaluddin Rakhmat, "*Psikologi Komunikasi*", (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), h 57

<sup>46</sup> Achmad Mubarak, "*Psikologi Dakwah*", (Jakarta: Pustaka Firdaus, 1997 ), h 115

dapat dipisahkan dari adanya pengalaman terdahulu. Jika seorang individu melakukan kebiasaan secara terus-menerus maka akan terjadi respon yang menjadi suatu kebiasaan. Dapat dikatakan bahwa 99% dari pengalaman sensorik sehari-hari dianggap sebagai kebiasaan yang didasarkan pada pengalaman terdahulu yang akan terus terulang.<sup>47</sup>

Jika persepsi seseorang dapat dipengaruhi oleh harapan dan penilaian terhadap stimulus individu itu sendiri, maka dapat dikatakan bahwa individu tersebut memiliki harapan dan pandangan yang baik terhadap peristiwa tertentu begitupun sebaliknya. Pandangan individu dalam mempersepsikan sesuatu sesuai dengan pengalaman dan harapan yang ada pada dirinya, sehingga persepsinya terhadap suatu hal tersebut dapat bersifat paten ataupun tidak dapat diubah.

---

<sup>47</sup> Dimiyati Mahmud, "*Psikologi Suatu Pengantar*", (Jakarta: BPFE, 1990), h. 41

### 3. Opini Publik

#### a. Definisi Opini Publik

Opini public dalam istilah dapat digunakan untuk menggambarkan pandangan yang diungkapkan oleh beberapa individu. Salah satu ahli bernama Santoso Sastroetro mengemukakan jika opini publik sering digunakan untuk penyebutan pendapat-pendapat pribadi dari sejumlah orang.<sup>48</sup>

Perhatian dapat datang dari manapun termasuk lingkungan sekitar (*eksternal*), bisa juga dari dalam diri sendiri (*internal*). Faktor luar secara psikologis menonjol biasanya disebabkan oleh sifat-sifat yang menarik dibanding stimulus yang lain, contohnya ketika orang lain bergerak sementara yang lain diam, atau hal lain karena terdapat unsur kontras, kebaruan atau pengulangan.<sup>49</sup>

Secara sederhana, opini dapat dikatakan sebagai pendapat. Tetapi setidaknya terdapat pengungkapan

---

<sup>48</sup> Santoso Sastroetro, "*Pendapat Publik, Pendapat Umum, Pendapat Khalayak dalam Komunikasi Sosial*", Bandung, Remaja Rosdakarya, 1990, h 49

<sup>49</sup> Achmad Mubarak, "*Psikologi Dakwah*", (Jakarta: Pustaka Firdaus, 1997 ), h 110

secara langsung maupun tidak dari pendapat tersebut. Tetapi pendapat tersebut masih dalam kategori pendapat pribadi. Menurut Leonard W. Dood, opini publik adalah isu baru, yang dapat diartikan sebagai opini publik setelah individu mengungkapkannya.<sup>50</sup>

William Albiq yang dikutip dari Sastropetro mengungkapkan bahwa, opini publik adalah suatu jumlah dari beberapa individu yang didapat melalui perdebatan dan opini publik merupakan hasil hubungan antar individu dalam suatu publik.<sup>51</sup> Berbeda dengan Walter Lippmann, peneliti ini menyampaikan secara spesifik bahwa opini publik sebagai opini umum dari perkumpulan orang atau individu yang bertindak atas nama kelompok. Di mana pandangan-pandangan dunia sekitar dari diri individu itu berhubungan dengan tingkah laku, sejauh tingkah laku itu berada dalam diri individu, tergantung pada individu itu sendiri, atau menarik perhatian, disebut

---

<sup>50</sup> Hafied Cangara, “*Komunikasi politik, Konsep, Teori, dan Strategi*”, Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2009, h 158

<sup>51</sup> Helena Olli, “*Opini Publik*”, Jakarta, Penerbit Indeks, 2007

sebagai persoalan masyarakat.<sup>52</sup> Respon terdiri atas tiga komponen yaitu kepercayaan, nilai-nilai, serta ekspektasi perorangan.<sup>53</sup>

Menurut Kruger Recless pada bukunya yang berjudul *Social Psychology* mengutarakan bahwa opini publik ialah penjelmaan dari pertimbangan seseorang mengenai suatu kejadian, atau pandangan seseorang yang diterima oleh publik. Opini publik sifatnya relatif artinya dapat benar tetapi juga bisa salah. Tetapi sebagian orang menganggap hal tersebut sebagai suatu kebenaran. Oleh sebab itu dalam bahasa Indonesia beberapa orang menyebutnya dengan pendapat umum, pandangan umum, anggapan banyak orang, dan sebagainya. Selanjutnya Kruger Rekless mengungkapkan dapat terjadi perubahan dalam opini publik lantaran perubahan tersebut disebabkan oleh seseorang atau sesuatu lembaga.<sup>54</sup>

---

<sup>52</sup> Walter Lippmann, “*Opini Umum*”, Jakarta, Yayasan Obor Indonesia, 1998, h 26

<sup>53</sup> Zulkarimen Nasution, “*Komunikasi Politik Suatu Pengantar*”, Jakarta, Ghalia Indah, 1990, h 91

<sup>54</sup> Djoenasih S. Sunarjo, “*Opini Publik*”, Yogyakarta, Liberty, 1997, h 31

Dalam bukunya yang berjudul *The Politics of American Democracy*, Marian D. Irish dan James W. Prothro, opini public dapat dijelaskan: “*Public opinion on is expression of attitudes on a social issue*”. (opini publik ialah sikap terkait persoalan masyarakat).<sup>55</sup> Opini publik dalam bahasa Inggris dikenal sebagai *Public Opinion*, yang yang berarti pendapat umum.<sup>56</sup> John Dewey dalam karyanya “*The Public and Its Problem*” menuturkan manusia sebagai yang dapat dipengaruhi oleh suatu kegiatan atau gagasan khusus (*a group of individuals who together are effected by particular action or idea*). Dalam bahasa Inggris kata *opinion* diterjemahkan sebagai opini yang diartikan oleh Cutlip dan Center sebagai pengekspresian diri atau sikap yang mengandung suatu pertentangan (*the expression on a controversial issue*)<sup>57</sup>.

---

<sup>55</sup> Onong Uchjana Efendy, “*Hubungan Masyarakat (Suatu Studi Komunikologis)*”, Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 1992, h 87 b

<sup>56</sup> Onong Uchjana Efendy, “*Hubungan Masyarakat....*”, h 85

<sup>57</sup> Onong Uchjana Efendy, “*Hubungan Masyarakat (Suatu Studi Komunikologis)*”, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1992), h 86

## b. Karakteristik Opini Publik

Opini publik mempunyai beberapa karakteristik yang dapat dijabarkan sebagai berikut:<sup>58</sup>

- 1) Memiliki isi. Opini ialah tentang suatu peristiwa yang dipublikasikan dan berpotensi menjadi isu, hal itu dapat berpotensi menjadi sebuah opini. Dengan kata lain, opini adalah respon yang diberikan terkait isu, kabar atau topik.
- 2) Opini publik memiliki arah. Dari awal mula pembentukan opini publik, opini publik secara alami akan pada sebuah keputusan akhir atas opini publik tersebut, seperti contoh percaya atau tidak tentang sosok pemimpin dalam pemilu, mendukung atau menentang diterapkannya Undang-Undang Pornografi, dll.
- 3) Kekuatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan keadaan

---

<sup>58</sup> Dan Nimmo, “*Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*”, Bandung, CV.Remadja Karya, 1989, h 29

tentang tingkatan atau ukuran. Dalam ranah opini publik, kekuatan atau intensitas dapat diartikan sebagai ukuran ketajaman terhadap pemberitaan seperti kuat, sedang atau lemah. Semakin kuat isu maka opini publik yang terbentuk akan semakin mengerucut pada sebuah keputusan atas isu tersebut.

4) Konflik dan kontroversi kadangkala selalu menandai munculnya opini publik. Seperti yang dijabarkan dalam tahapan pembentukan opini publik, awal dari pembentukan opini publik adalah awal dari segala bentuk konflik atau permasalahan yang terpublikasikan dan sifatnya kontroversial.

5) Volume, penyebaran pendapat didasarkan pada kenyataan bahwa permasalahan dapat dirasakan oleh semua orang yang merasakan konsekuensi secara langsung maupun tidak.

- 6) Kesabaran, ketetapan atau kepastian mengenai berlangsungnya suatu permasalahan, karena disamping itu opini juga memerlukan perhitungan. Opini publik digunakan sebagai proses yang terus berlangsung, pernyataan mengenai bagaimana opini publik tentang suatu persoalan harus spesifik.
- 7) Ciri khas, permasalahan tertentu yang dapat memunculkan opini publik.

c. Faktor Pemicu Opini Publik

Bernard Hennessy berpendapat dalam bukunya bahwa ada lima faktor yang berdampak pada kemunculan opini publik:<sup>59</sup>

- 1) Terdapat isu (*presence of an issue*). Harus terdapat jalan keluar dari opini publik berkumpul dalam suatu isu tertentu. Isu dapat diartikan sebagai situasi dimana tidak terdapat adanya kesepakatan, biasanya hal ini terjadi karena adanya persoalan

---

<sup>59</sup> Bernard Hennessy, “*Public Opinion*”, Jakarta, Erlangga, 1990.

yang mengandung konflik kontemporer.

- 2) Ciri publik (*nature of public*). Harus terdapat sekelompok orang yang memiliki kepentingan yang sama terhadap isu tersebut.
- 3) Pilihan yang sulit (*complex of preferences*). Faktor ini mengarah pada opini yang diungkapkan para anggota masyarakat tentang suatu persoalan.
- 4) Pernyataan opini (*expression of opinion*). Berbagai pernyataan berkumpul di sekitar persoalan tertentu. Pernyataan kadangkala disampaikan dalam kata-kata yang diucapkan atau tercetak dan sewaktu-waktu melalui gerak-gerik, kepalan tinju, lambaian tangan, dan tarikan nafas panjang.
- 5) Jumlah orang yang terlibat (*number of persons involved*). Opini publik melihat seberapa besar masyarakat yang tertarik terhadap persoalan tertentu. Pengertian itu dapat diungkapkan sebagai

“sejumlah orang penting.”  
Definisi tersebut tidak melibatkan pernyataan-pernyataan individu yang tidak seberapa penting.

d. Fungsi Opini Publik<sup>60</sup>

Fungsi opini publik sebagai kekuatan dalam kehidupan bernegara juga memiliki fungsi lain dalam kehidupan sehari-hari dalam individu. Sola menuturkan bahwa opini publik memiliki tiga fungsi yaitu :

1) *The cognitive function*

Artinya opini publik memberikan pemahaman, pengertian, ataupun kejelasan tentang suatu hal. Adanya pengertian tersebut diharapkan individu dapat menilai suatu persoalan dengan objektif. Hal ini penting karena sebagai manusia individu seringkali dikuasai oleh perasaan curiga dan secara gambling memberikan

---

<sup>60</sup> Arifin Anwar, “*Komunikasi Politik Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*”, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2001, h 22

suatu gambaran pernyataan sebelum memahami suatu masalah.

2) *The identification function*

Berarti opini publik berfungsi untuk mempublikasikan pendapat dari beberapa orang yang merupakan kesepakatan dari suatu kelompok dan individu terkait. Hal tersebut dilakukan lantaran individu cenderung untuk berbuat hal yang sama dengan apa yang dilakukan oleh kelompoknya.

3) *The resolving of the internal function*

Artinya opini berfungsi sebagai alat pemecah suatu masalah internal suatu kelompok. Fungsi ini diperlukan sebagai bantuan untuk memecahkan ketegangan antar individu yang ada dalam suatu kelompok.

- e. Proses Terbentuknya Opini Publik  
Dalam proses pembentukan opini publik, opini ditandai dengan

adanya reaksi masyarakat atas potingan Lambe Turah Official. Respon terdiri atas tiga komponen yaitu, nilai-nilai, keyakinan dan ekspektasi seseorang.<sup>61</sup>

Cultip dan Center menuturkan bahwa dalam pembentukan opini publik terdapat empat tahap yaitu:<sup>62</sup>

- 1) Sebagian orang menyadari bahwa permasalahan yang ada perlu dipecahkan, hal itu membuat sejumlah orang tersebut mencari alternatif jalan keluar untuk memecahkan persoalan dan tetap mendasar pada fakta yang diperoleh.
- 2) Terdapat beberapa alternatif untuk dapat memecahkan suatu persoalan dengan cara mengutarakan sehingga terjadi diskusi yang dapat menemukan jalan keluar.

---

<sup>61</sup> Zulkarimen Nasution, “Komunikasi Politik Suatu Pengantar”, Jakarta, Ghalia Indah, 1990, h 91

<sup>62</sup> Syahputra Iswandi, “*Opini Publik Konsep, Pembentukan dan Pengukuran*”, Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2018, h 53

- 3) Dilakukan pengambilan keputusan terhadap salah satu alternatif yang telah disepakati keputusan yang sudah diambil bersama, sehingga akan terbentuk suatu kelompok baru dan dipupuk pada kesadaran kelompok.
- 4) Bentuk konsep kerja dijabarkan secara mendalam untuk mencari dukungan yang lebih luas tidak hanya sekedar dalam kelompok, tetapi juga individu lain yang terkait sehingga terjadi diskusi secara menyeluruh didalam kelompok lain.

### **B. Persepsi Dalam Perspektif Islam**

Al-Qur'an memiliki beberapa ayat yang didalamnya terdapat makna yang berkaitan dengan panca indera manusia. Salah satunya dalam Q.S An-Nahl ayat 78 dan Q.S As-Sajadah ayat 9, memberikan pandangan bahwa manusia dilahirkan di dunia tanpa mengetahui suatu apapun, oleh karena itu Allah menganugerahkan panca indera kepada

manusia sehingga dapat mengenal lingkungan sekitarnya dan dapat berbaur dengan lingkungan tersebut. Proses terjadinya persepsi dimulai dari panca indera, yang tidak langsung berfungsi setelah manusia lahir, tetapi fungsi ini akan mengikuti seiring berjalannya waktu. Di dalam Al-Qur'an terdapat beberapa ayat yang berkaitan dengan panca indera yang dimiliki manusia, antara lain terdapat dalam Q.S An-Nahl/16:78:

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُم مِّن بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ  
وَالْأَفْئِدَةَ ۗ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: “Dan Allah menurunkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatupun, dan Dia member kamu pendengaran, penglihatan, dan hati, agar kamu bersyukur”.(Q.S An-Nahl 78)<sup>63</sup>

Ayat ini menerangkan bahwa Allah memberikan manusia panca indera untuk mengerti keilmuan, yaitu pendengaran, penglihatan, dan akal sehingga segala sesuatu yang baru di sekitar manusia dapat diketahuinya. Dengan makrifat yang diberikan kepada manusia dan tanda-tanda

---

<sup>63</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan terjemahnya, h 275

kebesaran Allah yang dapat dilihat dengan mata kepala manusia.

ثُمَّ سَوَّاهُ وَنَفَخَ فِيهِ مِنْ رُوحِهِ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ

Artinya: “Kemudian Dia menyempurnakan dan meniupkan ke dalamnya roh (ciptaan)-Nya dan Dia menjadikan bagi kamu pendengaran, penglihatan, dan hati: (tetapi) kamu sedikit sekali bersyukur. (Q.S As-Sajadah 9)<sup>64</sup>

Beberapa ayat yang sudah dijelaskan diatas memiliki makna bahwa Allah memberikan alat indera berupa pendengaran, penglihatan serta akal pikiran kepada manusia tidak lain agar dapat memahami segala sesuatu yang ada di sekitarnya. Akal salah satu media untuk manusia memperoleh pengetahuan secara benar.

Ayat diatas juga menerangkan bahwa manusia diberikan anugrah berupa panca indera pendengaran, penglihatan, penciuman, dan sebagainya agar bisa memaknai dengan bijak berbagai hal yang ada di dunia ini. Dengan demikian manusia harus bisa berpikir sebelum bertindak dan dapat

---

<sup>64</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan terjemahnya, hal. 415

memahami bahwa tanpa panca indera manusia tidak dapat melakukan pemahaman yang merupakan proses awal terjadinya persepsi. Persepsi adalah fungsi psikis yang sangat berpengaruh dan menjadi jendela pemahaman untuk keadaan dan realita kehidupan yang akan dihadapi setiap manusia.

### C. Teori S-O-R

Penelitian ini mengadopsi teori psikologi komunikasi yaitu teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Respon*). Pada tahun 1930-an, lahir suatu model teori yang sangat dipengaruhi oleh teori psikologi. Teori S-O-R merupakan objek fisik gabungan dari psikologi dan ilmu komunikasi objeknya sama yaitu jiwa manusia meliputi sikap, opini, perilaku, kognisi, efeksi dan konasi. teorrespon yang ditimbulkan ini menggambarkan bahwa respon yang muncul berupa reaksi khusus terhadap suatu stimulus, yang akhirnya seorang dapat menyesuaikan antara pesan dan respon komunikasi. Asumsi dasar dari teori S-O-R yaitu media massa berpengaruh terhadap komunikasi. unsur-unsur yang ada didalam model ini adalah: Pesan (stimulus, S), komunikasi (organism, O), efek (respon, R)<sup>65</sup>

---

<sup>65</sup> Fitriana, Dana, “*Efek Tayangan Reportase Investigasi Di Transv Episode Makanan Berbahaya Pada Masyarakat Rt. 22 Kelurahan Pelita Samarinda*”, *Ejurnal ilmu komunikasi*,

Teori S-O-R ini pertama kali dikenalkan oleh Hovland, Janis dan Kelly. Stimulus (pesan)-Organism (komunikasi/penerima)-Respon. Dalam hal ini huruf O dilambangkan sebagai penengah mediasi kognisi antara S dan R, disini kognisi dimaksudkan dengan proses dimana psikologis manusia dalam memperoleh, mengolah, mendapatkan dan memproses suatu pengetahuan.<sup>66</sup>

Teori S-O-R merupakan bagian dari teori komunikasi. Menurut teori ini, kekuatan media masa sangat berpengaruh dalam penerimaan pesan, teori S-O-R ini menggambarkan proses terjadinya komunikasi secara sederhana yang hanya melibatkan dua komponen, yaitu media massa dan penerima pesan adalah khalayak. Namun, respon sebenarnya juga diubah oleh organisme (O) yang stimulus dan penerima bereaksi dengan menunjukkan respon sehingga dinamakan teori S-O-R.<sup>67</sup>

Dalam penelitian ini proses komunikasi didasarkan pada teori *Stimulus-Organism-Response* yang disingkat dengan S-O-R. Hal ini terjadi karena manusia merupakan objek yang ada dalam penelitian dan terdapat

---

3(3) 2015:41-50 ISSN 0000-0000,ejournal.ilkom.co.id  
diakses tanggal 22 September 2021 jam 17.25

<sup>66</sup> Chaer, “*Psikolinguistik Kajian Teoretik*”, Jakarta, PT.Rineka Cipta, 2003, h 97

<sup>67</sup> Morissan, “*Teori Komunikasi Massa*”,PT.Ghalia Indonesia, 2010, h 17

komponen-komponen sikap, opini, perilaku, kognisi, efeksi dan konasi. Menurut teori ini perubahan sikap yang terjadi ketika proses komunikasi berlangsung terdapat dalam beberapa aspek “*How*” bukan “*What*” dan “*Why*”, bukan hanya itu, perubahan sikap juga dapat tergantung pada keadaan yang terjadi dalam diri individu.<sup>68</sup>

Komunikasikan yang menerima stimulus tidak selalu dapat diterima oleh akal dan mungkin dapat terjadi penolakan. Komunikasi akan berjalan lancar apabila mendapat perhatian dari komunikasikan. Proses selanjutnya yaitu komunikasikan mengerti stimulus yang disampaikan. Kemudian kemampuan komunikasikan ini berlanjut pada proses berikutnya. Setelah komunikasikan memproses dan menerimanya, maka akhirnya dapat terjadi perubahan sikap.

Asumsi dalam teori ini didasarkan bahwa penyebab terjadinya perubahan sikap atau perilaku pada manusia tergantung pada rangsangan (stimulus) yang terjadi. Efek yang muncul adalah respon terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat menyesuaikan antara pesan dan reaksi komunikasikan. Untuk bisa mencapai titik ini

---

<sup>68</sup> Journal Christopher, “*Sikap Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Video Klip Psy Gangnam Style*” Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya, [Christopher.tuper@gmail.com](mailto:Christopher.tuper@gmail.com), di kutip pada hari Kamis tanggal 23 September 2021 pukul 09.56

diperlukan metode penyampaian yang efektif dan efisien.

Jika komunikasi memberikan respon terhadap stimulus yang diterima dapat dipastikan komunikasi akan berjalan lancar. Hingga komunikasi itu berjalan ketika komunikasi tersebut memproses dalam dirinya sampai pada muncul pengertian dan penerimaan atau mungkin sebaliknya. Perubahan sikap bisa terjadi berupa perubahan kognitif, afektif atau perilaku. Model dalam teori ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Dapat diartikan bahwa teori ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, non verbal, simbol-simbol tertentu dapat membuat orang lain memberikan respon dengan berbagai cara. Pola Teori S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negative, contohnya ketika seseorang tersenyum akan dibalas tersenyum ini merupakan reaksi positif, namun jika tersenyum dibalas dengan palingan muka maka hal ini merupakan reaksi negatif.<sup>69</sup>

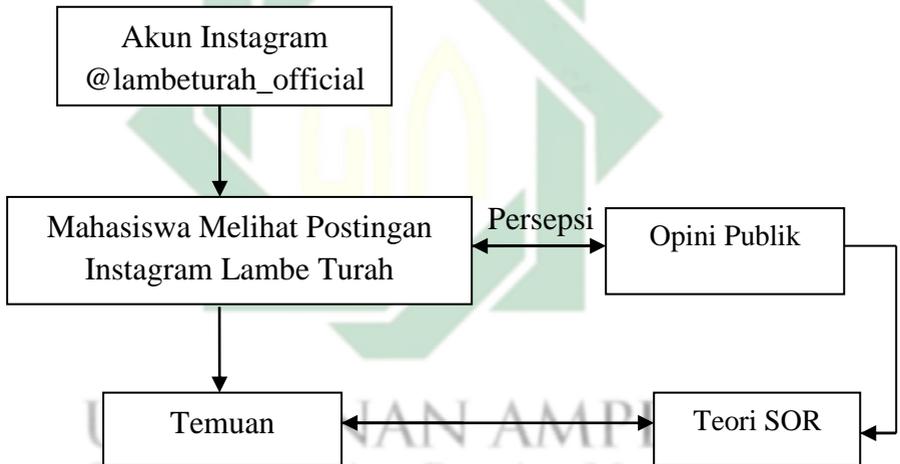
Teori ini didasarkan pada asumsi bahwa media diperlakukan seperti obat yang disuntikkan ke dalam pembuluh darah manusia, yang kemudian diharapkan akan merespon seperti apa yang diharapkan. Prinsip teori stimulus respon percaya bahwa informasi secara sistematis dipersepsikan dan

---

<sup>69</sup> Effendy, Uchjana Onong, “*Dinamika Komunikasi*”, Jakarta, PT.Remaja Rosdakarya, 1997, h 225

disebarkanluaskan. Oleh karena itu, hal tersebut tidak ditunjukkan kepada orang sebagai individu, tetapi ditunjukkan sebagai bagian dari masyarakat. Penggunaan teknologi harus dilakukan untuk mendistribusikan pesan sebanyak mungkin. Individu yang belum menerima pesan, dianggap tidak terpengaruh oleh isi pesan.<sup>70</sup>

#### D. Kerangka Pikir Penelitian



#### E. Penelitian Terdahulu

##### 1. Pada Skripsi Ulyana Oktafanisa (2018), yang berjudul, Akun Gosip

<sup>70</sup> Muhammad Mufid, "Komunikasi dan Regulasi Penyiaran", cet.ke-3 Jakarta, Kencana, 2010, h 22.

**Lambe Turah di Instagram (Studi Fenomenologi Akun Gosip Lambe Turah Di Instagram Pada Masyarakat Kota Bandung).** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tindakan akun gosip Lambe Turah bagi masyarakat kota Bandung. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian ini adalah pada objek penelitian dan metode penelitian yang digunakan. Perbedaannya terletak pada subjek penelitian yaitu masyarakat kota Bandung. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat kota Bandung mengikuti akun gosip lambe turah dikarenakan mereka mudah mendapatkan berita, informasi atau gosip-gosip mengenai para artis yang dikemas dengan sangat menarik apalagi dengan menggunakan media sosial Instagram.

- 2. Pada Jurnal Witanti Prihatiningsih (2017) yang berjudul, Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja.** Fokus penelitian ini adalah Bagaimana motif penggunaan media sosial instagram di kalangan remaja. Hasil penelitian ini membuktikan motif penggunaan media sosial

instagramdigunakan dari segi kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial dan kebutuhan berkhayal atau hiburan. Persamaan penelitian pada jurnal ini dengan penelitian Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja adalah persamaan dari metode penelitian yang digunakan. Sedangkan untuk perbedaannya adalah dari segi tujuan penelitian, dan teori *Uses & Gratifications* yang digunakan.

**3. Pada jurnal Bulan Cahya Sakti, Much Yulianto (2018) yang berjudul, Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja.** Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif. Perbedaan penelitian yang diteliti dengan penelitian ini adalah terletak pada fokus penelitian yakni pembentukan identitas diri remaja. Sedangkan persamaan penelitian ini dan penelitian selanjutnya adalah objek yang diteliti menggunakan media sosial Instagram dan metode penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

4. Pada jurnal Internasional Verawati, dkk (2021) yang berjudul, **Students' Perception in Instagram-Assisted Vocabulary Learning with Vocabulary Self-Collection Strategy**. Penelitian ini menggunakan metode penelitian tindakan kelas. Perbedaan dari penelitian ini terdapat pada metode yang digunakan dan objek penelitian. Persamaan yang ada pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah tujuan dari penelitian yang terfokus pada persepsi suatu objek.
5. Pada jurnal Internasional Barbosa Souza, dkk (2019) yang berjudul, **Social Media for Teaching Infection Prevention and Control in Dentistry: Survey of Students Perception and Comparative Study of Academic**. Perbedaan penelitian ini terdapat pada objek yang digunakan yaitu Facebook, WhatsApp, dan Instagram. Pada penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa survei kuesioner. Persamaannya terdapat pada subjek yaitu mahasiswa dan tujuan adanya penelitian ini untuk mengevaluasi persepsi pada mahasiswa.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian yaitu teknik atau cara yang digunakan untuk menemukan, mengolah dan menguji keabsahan suatu data dengan menggunakan metode ilmiah.<sup>71</sup>

Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa peneliti menggunakan instrumen atau alat bantu agar data yang diperoleh lebih akurat. Dalam suatu penelitian, metodologi adalah suatu hal sangat penting bagi peneliti. Ketepatan metode yang digunakan akan menghasilkan data yang akurat dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.<sup>72</sup>

#### A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

##### 1. Pendekatan Penelitian

Jika dilihat dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif yaitu pendekatan yang digunakan untuk mencari fakta dengan interpretasi yang akurat, mempelajari

---

<sup>71</sup> Noeng Muhajir, "*Metodologi Penelitian Kualitatif*", Yogyakarta, Roke Sarasin, 2000, h 5

<sup>72</sup> Suharsimi Arikunto, "*Prosedur Penelitian Suatu Tindakan Praktek*", Jakarta, Rineka Cipta, 1998, h 151

permasalahan yang ada dalam masyarakat, serta fenomena-fenomena termasuk hubungan, kegiatan, sikap, serta proses yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu peristiwa.

## 2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Lexy J. Moleong mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data berupa narasi atau lisan dari diri manusia. Data dapat berasal dari dokumen resmi seperti naskah wawancara, catatan atau memo, dan dokumen resmi lain.<sup>73</sup> oleh karena itu penelitian ini hanya menafsirkan dan menganalisis data maupun informasi yang diperoleh sesuai dengan realita saat ini.

Jenis penelitian kualitatif menggunakan metode untuk mendeskripsikan, menggambarkan atau melukiskan secara sistematis dan akurat sesuai fakta dan fenomena yang terjadi.<sup>74</sup>

---

<sup>73</sup> Lexy J. Moleong, *“Metodologi Penelitian Kualitatif”*, Bandung, Remaja Rosdakarya, 2013, h 11

<sup>74</sup> Suharsimi Arikunto, *“Prosedur Penelitian Suatu Tindakan Praktek”*, Jakarta, PT.Rineka Cipta, 1998, h 20

Peneliti memilih pendekatan kualitatif pada saat penyusunan penelitian ini, dengan mengkaji data-data deskriptif, karena data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa narasi, bukan berbentuk numerik. Prosesnya dimulai dengan menganalisis dengan cara interpretasi, bukan statistik atau kuantitatif, maka dapat disimpulkan jenis penelitian yang dapat menjawab alasan diatas adalah metode penelitian kualitatif.<sup>75</sup>

## **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan melalui media sosial instagram dengan memanfaatkan fitur *direct message* yang ada di Instagram. Sedangkan lokasi penelitian ini dilakukan melalui *online*.

## **C. Jenis Dan Sumber Data**

### **1. Jenis Data**

Adapun data yang dipakai dalam penelitian ini adalah kualitatif. Data kualitatif, adalah data yang disajikan bukan dalam bentuk angka melainkan

---

<sup>75</sup> Lexy J. Moleong, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, Bandung, Remaja Rosdakarya, 2013 , h 33

kata verbal.<sup>76</sup> yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini adalah gambaran umum mengenai obyek penelitian, meliputi profil objek, postingan, dan komentar dari pengikut objek.

## 2. Sumber Data

### a. Data Primer

Sumber dari data primer adalah data yang secara langsung dikumpulkan oleh peneliti atau petugas dari sumber utama atau sumber data primer.<sup>77</sup> Dalam penelitian ini yang dijadikan sumber data adalah subjek dari mahasiswa pengikut akun media sosial Instagram @lambeturah\_official

### b. Data Sekunder

Sumber dari data skunder yaitu data yang dikumpulkan oleh peneliti sebagai dokumen penunjang dari sumber pertama.<sup>78</sup> Dalam penelitian ini pengumpulan data sekunder mengambil dari referensi telaah

---

<sup>76</sup> Noeng Muhadjir, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*“, Yogyakarta, Roke Sarasin, 1996, h 2

<sup>77</sup> Suharsimi Arikunto, “*Peosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*“, Jakarta, PT. Rineka Cipta, 1992, h 129

<sup>78</sup> Sumadi Suryabrata, “*Metode Penelitian*”, Jakarta, Rajawali Pers, 1987, h 93

dokumen, jurnal penelitian, literature, internet yang terkait dengan persepsi mahasiswa pada akun Instagram lambe turah dalam membentuk opini publik.

#### **D. Tahap-Tahap Penelitian**

Dalam penelitian ini perlu mengetahui tahap-tahap penelitian sehingga dalam penyusunan penelitian dapat secara sistematis ada beberapa tahapan dalam penelitian ini:

##### **1. Tahap Pra Lapangan**

Tahap ini merupakan tahap sebelum penelitian dilakukan berikut tahapannya:

##### **a. Menyusun Rancangan Laporan**

Peneliti melihat terlebih dahulu fenomena yang ada disekitar yang perlu untuk diteliti dan menemukan masalah untuk dijadikan bahan penelitian. Kemudian peneliti menentukan tema untuk penelitian sesuai dengan masalah yang dipilih.

##### **b. Menentukan Objek Penelitian**

Pada tahap ini peneliti memilih akun Instagram Lambe Turah. Dalam memilih objek penelitian penelitian peneliti mempertimbangkan dengan

fenomena dan masalah yang diangkat dalam penelitian.

c. Menentukan Sumber Data

Peneliti menentukan beberapa narasumber dan informan orang yang menjadi pengikut akun Instagram Lambe Turah sehingga informan tersebut dapat membantu melancarkan penelitian.

2. Tahap Kerja Lapangan

Tahap ini tahap dimana sudah mulai dilakukannya penelitian. Di dalam tahap ini meliputi:

a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri saat sudah dimulainya penelitian peneliti harus siap atas kosekungsi dari pemilihan fenomena dan objek penelitian.

b. Selama penelitian peneliti harus menjalin hubungan dengan objek yang akan diteliti supaya data yang dicari sesuai dengan yang ditunjukkan.

c. Tahap pengumpulan data pada tahap ini seluruh data yang diperoleh diobservasi dan melakukan wawancara kepada informan dan data tersebut dapat menjawab semua pertanyaan penelitian.

3. Tahap Penulisan Laporan

Pada tahap ini tahap dimana semua data sudah terkumpul kemudian di jadikan sebuah laporan sesuai dengan data yang diperoleh dan memilah-milah data tersebut sehingga menemukan pola hubungan tentang temuan-temuan untuk hasil penelitian.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan dan pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### **1. Observasi**

Observasi adalah suatu cara dalam mengumpulkan data yang dilakukan dengan mengamati langsung, melihat dan mengambil suatu data yang dibutuhkan di tempat penelitian dilakukan. Teknik observasi yang dilakukan peneliti dalam hal ini dengan mengamati secara langsung media sosial Instagram Lambe Turah.

#### **2. Wawancara**

Interview atau wawancara adalah metode yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan ataupun

tertulis untuk dijawab secara lisan ataupun tertulis pula.

Dalam pelaksanaan wawancara kali ini, peneliti berusaha mencari suasana yang tepat, supaya responden dapat mengikuti alur dengan baik dan bersedia menjawab pertanyaan, memberi informasi sesuai dengan fakta atau keadaan yang sebenarnya.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber dokumen yang terkait. Dapat dikatakan juga dokumentasi berarti teknik pengambilan data tertulis maupun elektronik. Dokumen ini digunakan sebagai data penunjang kelengkapan penelitian. Dalam penelitian, peneliti mengumpulkan data-data terkait informasi dari jurnal, skripsi, maupun internet.

## **F. Teknik Validitas Data**

Validitas adalah uji ketepatan data pada objek penelitian. Validitas digunakan untuk tujuan pengujian keabsahan data peneliti. Dalam riset kualitatif triangulasi menjadi salah satu yang terpenting untuk membantu

pengamatan lebih jelas. Triangulasi yaitu suatu pendekatan analisis data yang mensistesa data dari beberapa sumber triangulasi yang diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu.<sup>79</sup> Penelitian ini menggunakan berbagai sumber yang ditriangulasikan dengan beberapa cara diantaranya dengan triangulasi sumber data dan triangulasi metode. Triangulasi data yaitu mengumpulkan data yang berbeda menggunakan suatu metode yang sama misalkan wawancara kepada beberapa pengikut Instagram Lambe Turah supaya data yang dihasilkan lebih akurat.

### **G. Teknik Analisis Data**

Analisis data yaitu proses mencari lalu diolah secara sistematis transkrip wawancara, catatan lapangan, dan bahan penunjang lain yang telah dilakukan oleh peneliti. Kegiatan ini dilakukan dengan cara menganalisis data, mengolah, membagi pada beberapa bagian yang dapat diolah, lalu menemukan apapun yang memiliki makna, dan meneliti serta

---

<sup>79</sup> Bachtiar S.Bachri, “Menyakinkan Validitas Data Melalui Triagulasi Pada Penelitian Kualitatif”, Universitas Negeri Surabaya Fakultas Ilmu Pendidikan, Jurnal Teknologi Pendidikan, Vol.10 No. 1, April 2010, h 46-52

melaporkan rinci dan sistematis.<sup>80</sup> Pada penelitian ini peneliti menganalisis menggunakan tiga prosedur perolehan data.

#### 1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses penyempurnaan data, baik pengurangan terhadap data yang dianggap kurang perlu dan tidak relevan, maupun penambahan data yang dirasa masih kurang. Data yang diperoleh di lapangan mungkin jumlahnya sangat banyak.

#### 2. Penyajian Data

Penyajian data bukan hanya digunakan untuk mendeskripsikan teks secara naratif, tetapi juga dapat dideskripsikan menggunakan bagan, grafik, denah, matriks, dan tabel. Proses pengumpulan data dalam penyajian data ini telah disusun dan dikelompokkan berdasarkan kategori yang dibutuhkan.

#### 3. Verifikasi Data

Metode terakhir yang terdapat dalam teknik analisis data adalah verifikasi data. Verifikasi data dilakukan ketika

---

<sup>80</sup> Suharsimi Arikunto, “*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*“, Edisi Revisi VI, Jakarta, PT.Rineka Cipta, 2006, h 168

kesimpulan awal yang dilakukan masih bersifat sementara, dan berubah bila tidak diikuti dengan bukti-bukti pendukung yang akurat untuk mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

### A. Gambaran Umum Akun Instagram *@lambeturah\_official*

#### 1. Tentang Lambe Turah Official



Gambar 4. 1 Logo Akun Instagram Lambe Turah Official

Logo dari Lambe Turah dilambangkan dengan bibir berwarna merah yang bisa diartikan sebagai seseorang terlalu banyak membicarakan orang lain, sehingga informasinya menjadi berlebihan dalam menggosipkan orang lain, menambah-nambahkan kabar berita, membicarakan aib, dan hal-hal yang tidak penting.

Awalnya gosip ini dibuat dengan iseng oleh admin, karena menurutnya dia bosan dengan menonton infotainment dengan gosip yang banyak di atur didalamnya, dan pada akhirnya admin membuat akun gosip dengan benar-benar gosip bukan atas skenario siapapun.<sup>81</sup>

---

<sup>81</sup> Hendra, “*Inilah Pemilik Akun Gosip Lambe Turah*”, diakses dari <https://bangka.tribunnews.com/2017/05/01/inilah->



Gambar 4. 2 Jumlah Followers Akun Lambe Turah Official

Lambe Turah Official merupakan akun Instagram gosip yang meraih banyak pengikut dari beberapa akun gosip yang ada. Akun Instagram @lambeturah\_official ini menyebarkan berita mengenai selebriti tanah air dan informasi mengenai beberapa fenomena yang tengah hangat diperbincangkan di kalangan masyarakat yang disuguhkan untuk pengikutnya melalui unggahan foto maupun video.

Sampai saai ini pengelola akun Instagram Lambe Turah Official masih dipertanyakan, lantaran sejak mulai berdiri hingga saat ini, tidak ada satupun yang tau siapa dari pemilik akun gosip yang banyak menuai kontroversi tersebut. Akun tersebut saat ini memiliki kurang lebih 1.5 juta pengikut dan 3.027 postingan (data diambil pada 30 November 2021).

---

[pemilik-akun-gosip-lambe-turah-adminnya-ada-5-orang-dan-inilah-pekerjaannya](http://digilib.uinsby.ac.id/http://digilib.uinsby.ac.id/http://digilib.uinsby.ac.id/), pada Tanggal 30 November 2021, pukul 11.33 wib.

## 2. Sejarah Akun Instagram Lambe Turah Official

Lambe Turah Official merupakan akun instagram kedua dari yang sebelumnya bernama “Lambe Turah”. Akun ini dibuat lantaran akun instagram yang pertama hilang sejak memposting prostitusi online dikalangan artis. Akun tersebut juga pernah menghilang pada tahun 2018 setelah membahas perseteruan Ayu Ting-Ting dan Nikita Mirzani. Hingga pada akhirnya muncul akun baru pengganti yang bernama Lambe Turah Official, akun ini merupakan akun gosip paling *update* membahas berbagai berita, gosip dan sisi lain dari kehidupan para artis, tokoh masyarakat, maupun *public figure* lainnya. Akun gossip ini berhasil menarik hati sejumlah masyarakat dunia maya hingga dapat menjadi acuan penyebab kehadiran akun gosip lain. Kata Lambe Turah berasal dari bahasa Jawa. Yang berarti "bibir", sedangkan Turah yang memiliki makna "berlebihan".

Dapat dikatakan Lambe Turah berarti seseorang yang terlalu berlebihan dalam membicarakan orang lain hingga terkadang informasi yang disampaikan menjadi “tumpah ruah”. Lambe Turah juga dapat menjadi julukan untuk seseorang yang senang bergosip, menggunjing orang lain, atau seseorang yang suka melebih-lebihkan informasi yang dapat menggiring opini negatif. Dapat ditarik kesimpulan bahwa Lambe Turah Official menggambarkan bibir seseorang yang banyak bicara, menyebar gosip, dan membicarakan

informasi dari sisi lain kehidupan artis. Nama Lambe Turah seakan menjadi akun gosip terpercaya bagi dunia hiburan tanah air. Akun yang selalu memberikan gosip dan informasi terkini ini menjadi idola di kalangan pengguna instagram

### 3. Informasi Dalam Akun Instagram Lambe turah Official



Gambar 4. 3 Postingan Instagram @lambeturah\_official

Pada postingan diatas diketahui bahwa publik figur bernama Ernest Prakasa mengunggah sebuah postingan Instagram pribadi miliknya karena mengeluhkan petugas Bandara Soekarno Hatta yang tidak melakukan pengecekan hasil tes swab, yang seolah dikiranya hanya sebuah formalitas saja.

Ernest Prakasa mengunggah tangkapan layar yang berisi percakapannya dengan pihak

Angkasa Pura 1 yang memberikan klarifikasi atas keluhan yang mengatakan bahwa ketika akan masuk kedalam pesawat, petugas bandara tidak melakukan pengecekan hasil tes swab ketika akan melakukan perjalanan menuju Surabaya.

Dalam unggahan tangkapan layar tersebut, pihak Angkasa Pura 1 memberikan tanggapannya bahwa pengelola Bandara Soekarno hatta adalah pihak Angkasa Pura 2. Sehingga sang publik figur tersebut diminta untuk berkoordinasi dengan pihak yang bersangkutan.

Postingan publik figur tersebut yang akhirnya diposting ulang oleh akun gosip @lambeturah\_official. Dalam hitungan menit, postingan akun gosip ini mendapatkan banyak tanggapan dari para pengikutnya. Ada yang berkomentar tentang kebijakan pemerintah ada pula yang miris dengan aturan yang dibuat oleh pihak Angkasa Pura.

Komentar-komentar tersebut menimbulkan berbagai balasan dari beberapa pengguna lain, banyak yang menyayangkan tindakan Angkasa Pura yang tidak mengindahkan aturan pemerintah hingga opini publik pun bermunculan.

Didalam laman komentar, terdapat beberapa komentar yang mendapat banyak balasan dan tanda suka. Hal itu disebabkan oleh pendapat atau opini yang diutarakan oleh pengguna tersebut diyakini sama dengan pendapat dari

beberapa orang yang membalas komentar tersebut. Dari banyaknya balasan tersebut, tidak jarang terdapat pro-kontra didalamnya, hal ini wajar adanya ketika suatu persoalan yang ada tetapi tidak semua sependapat dengan pernyataan tersebut.

#### **4. Data Informan**

Hasil analisis data diperoleh dengan cara wawancara mendalam, observasi dan juga membaca berbagai sumber yang berhubungan dengan penelitian, pengumpulan data dilakukan dengan wawancara lima orang informan. Penelitian ini terfokus untuk membahas mengenai persepsi, dan interpretasi dari para mahasiswa terkait akun Instagram @lambeturah\_official.

Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2021. Langkah awal yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan akses mewawancarai informan pada awalnya ialah peneliti melakukan pengamatan pada salah satu postingan Instagram @lambeturah\_official. Peneliti mengirim pesan kepada beberapa pengikut sebagai narasumber dalam penelitian ini.

Adapun pada bagian ini, peneliti akan memberikan keterangan mengenai profil para informan, sebagai berikut :

##### **a. Informan 1 (Eka Latifah)**

Subyek penelitian pertama adalah Eka Latifah seorang Mahasiswi dari Universitas Lambung Mangkurat Kalimantan Selatan yang saat ini sedang menempuh pendidikan S1 pendidikan Sosiologi.

b. Informan 2 (Eka Nur)

Subyek penelitian selanjutnya adalah Eka Nur seorang Mahasiswi dari Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Maharani Malang yang saat ini sedang menempuh pendidikan S1 Ilmu Keperawatan.

c. Informan 3 (Eva Ahsanul Khoiriyah)

Informan ketiga bernama Eva Ahsanul Khoiriyah yang merupakan seorang Mahasiswi dari Universitas Muhammadiyah Surakarta yang saat ini sedang menempuh pendidikan S1 Akuntansi semester 3.

d. Informan 4 (Mochammad Aditiya Pradana)

Informan ke 4 adalah Mochammad Aditiya Pradana seorang Mahasiswa dari

UIN Tulungagung yang saat ini sedang menempuh pendidikan S1 program studi matematika.

e. Informan 5 (Nur Kholifatur Rosyidah)

Informan yang terakhir adalah Nur Kholifatur Rosyidah seorang Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang saat ini sedang menempuh pendidikan semester 7.

**B. Persepsi Mahasiswa Tentang Pembentukan Opini Publik Pada Postingan Ernest Prakasa Dalam Kebijakan Penanganan Covid-19 Akun Instagram @lambeturah\_official**

Proses pengumpulan data dilakukan online melalui fitur *direct messenger* pada media sosial Instagram terhitung mulai tanggal 08 Nopember – 07 Desember 2020.

1. Persepsi mahasiswa dalam membentuk opini publik pada postingan Ernest Prakasa dalam kebijakan penanganan Covid-19

Persepsi merupakan proses yang terjadi ketika datang stimulus dari lingkungan sekitar individu yang pada akhirnya dapat menciptakan pemikiran baru. Persepsi didefinisikan sebagai pemberian makna kepada suatu objek melalui alat indera. Persepsi tumbuh dan dapat

berkembang dikarenakan adanya stimulus dari lingkungan sekitar.

Stimulus dalam penelitian ini adalah *caption* pada salah satu postingan akun Instagram @lambeturah\_official. Dalam beberapa postingan, akun gosip ini kerap membuat pengikutnya tidak sepaham hingga menimbulkan berbagai persepsi yang pada akhirnya akan membentuk bermacam-macam opini publik.

Ketika ditanya mengenai pengetahuan dan seberapa jauh mengenal akun Instagram @lambeturah\_official, Eka Latifah selaku informan 1 menuturkan bahwa akun Instagram @lambeturah\_official adalah akun gosip paling *booming* di Indonesia. “Akun lambe turah adalah akun gosip yang paling booming di Indonesia”.<sup>82</sup>

Berbeda pendapat, menurut informan selanjutnya Eva Ahsanul Khoiriyah akun gosip ini adalah akun yang berisikan berita-berita gosip dan berita yang sedang viral. “Akun instagram tersebut memuat berita2 gosip atau hal-hal yg sedang viral”.<sup>83</sup>

Tidak jauh berbeda, pendapat lain diungkapkan oleh Mochammad Aditiya Pradana, dirinya menuturkan bahwa akun Gosip tersebut

---

<sup>82</sup> Wawancara dengan Informan Eka Latifah pada 7 Desember 2021

<sup>83</sup> Wawancara dengan Informan Eva Ahsanul Khoiriyah pada 6 Desember 2021

adalah akun yang seringkali membuat suatu kejadian menjadi viral. “Cukup tahu mengenai akun tersebut. Akun yang seringkali membuat suatu kejadian menjadi viral”.<sup>84</sup>

Pendapat berbeda diutarakan oleh Eka Nur, menurut pengetahuannya akun Instagram @lambeturah\_official adalah akun gosip yang paling unggul dibanding akun gosip yang lain. “Setau saya sih akun lambe turah ini akun gosip yang paling unggul dalam hal pemberitaannya dibanding akun gosip yang lain”.<sup>85</sup>

Pendapat lain diutarakan oleh Nur Kholifatur Rosyidah, dia menuturkan bahwa akun Instagram @lambeturah\_official adalah akun gosip yang selalu *update* informasi terkini. “Yang saya tahu dari akun ini adalah akun gosip @lambeturah\_official selalu *update* informasi terkini”.<sup>86</sup>

Dari beberapa penuturan informan diatas dapat diketahui bahwa persepsi mahasiswa terhadap akun Instagram @lambeturah\_official memiliki persepsi yang berbeda tetapi mengandung makna yang sama. Sebagai *followers* dari akun gosip tersebut seluruh

---

<sup>84</sup> Wawancara dengan informan Mochammad Aditiya Pradana pada 6 Desember 2021

<sup>85</sup> Wawancara dengan infroman Eka Nur pada 7 desember 2021

<sup>86</sup> Wawancara dengan informan Nur Kholifatur Rosyidah pada 7 Desember 2021

informan mengetahui dengan jelas keberadaan akun Instagram @lambeturah\_official.

Jika bertanya tentang bahasa yang digunakan pada *caption* yang diunggah sudah menjelaskan informasi yang disampaikan, beberapa informan menjelaskan bahwa pada *caption* yang ditulis beberapa kali membuat kebingungan para pengikutnya.

“Terkadang sudah jelas tapi banyak juga yang membuat bingung, tapi hal itu sudah saya maklumi karna adanya akun lambe turah saya menjadi tau berbagai informasi di dunia entertainment”.<sup>87</sup>

Ada pula yang berpendapat dengan hal seperti itu akan muncul sesuatu yang ambigu karena *caption* yang kurang dinilai terlalu singkat. Pendapat ini diutarakan oleh Eva Ahsanul Khoiriyah. “Akun tersebut kadang menggunakan bahasa yang formal, kadang penuh dengan *caption* yg ambigu”.<sup>88</sup>

Hal serupa diungkapkan oleh Nur Kholifatur, menurutnya penjelasan yang ditulis kurang mendetail tidak menjelaskan informasi yang diposting.

---

<sup>87</sup> Wawancara dengan infroman Eka Latifah pada 7 Desember 2021

<sup>88</sup> Wawancara dengan informan Eva Ahsanul Khoiriyah pada 6 Desember 2021

“Terkadang *caption* yang tertera di postingan informasi yang dijabarkan kurang mendetail. Sehingga menyebabkan keambiguan bagi yang membacanya”.<sup>89</sup>

Pendapat lain disampaikan oleh Eka nur, menurut penuturannya *caption* yang ditulis pada beberapa postingan kurang diperjelas dan terlebih *caption* yang ditulis terlalu singkat.

“Bahasa yang digunakan pada *caption* postingan beberapa kali kurang jelas dimengerti dikarenakan penggunaan *caption* yang terlalu singkat”.<sup>90</sup>

Pendapat lain diutarakan oleh informan Mochammad Aditiya Pradana, dia mengungkapkan bahwa *caption* pada postingan Lambe Turah Official harus dibaca berulang kali untuk menemukan pemahaman terhadap informasi yang disampaikan.

“Belum Karena ada beberapa *caption* yang harus di baca berulang kali baru faham apalagi di tambah dengan bahasa-bahasa yang kurang baku atau menggunakan bahasa anak

---

<sup>89</sup> Wawancara dengan Nur Kholifatur Rosyidah 7 Desember 2021

<sup>90</sup> Wawancara dengan Eka Nur pada 7 Desember 2021

muda jaman sekarang yang saya juga tidak mengikuti trend tersebut”.<sup>91</sup>

Peneliti menemukan bahwa bukan hanya karena latar belakang dari informan yang berbeda tetapi juga karena adanya stimulus atau pesan dari akun tersebut yang membuat banyak mahasiswa berpendapat bahwa akun gosip tersebut dapat membentuk berbagai macam opini publik.

Opini tersebut dapat bermula dari berita atau isu yang masih dipertanyakan. Dengan adanya hal tersebut menjadikan pengikut atau dalam hal ini informan bertanya-tanya tentang kejelasan berita yang diposting. Hal tersebut yang akhirnya membuat pengikutnya terpengaruh untuk memberikan tanggapan berupa komentar

2. Interpretasi mahasiswa tentang akun Instagram @lambeturah\_official dalam membentuk opini publik

Interpretasi adalah kemampuan seseorang dalam menjelaskan, menyampaikan sesuatu sesuai dengan bidang yang dikuasai. Bukan sekedar menjelaskan, disini menginterpretasikan berarti memberikan gambaran, penafsiran, dan mampu memahami seseorang atau khalayak umum.

Mahasiswa dalam menginterpretasikan sesuatu sangat berbeda satu dengan yang lain.

---

<sup>91</sup> Wawancara dengan informan Mochammad Aditiya Pradana pada 7 Desember 2021

Dalam hal ini peneliti bertanya mengenai pendapat informan dengan keberadaan akun Instagram @lambeturah\_official. Informan bernama Eka menjelaskan keberadaan akun gosip ini sangat membantu mengetahui informasi terkait dunia hiburan tanah air ataupun kejadian yang sedang viral di tengah masyarakat. “Sangat membantu terkait informasi terbaru di dunia hiburan tanah air ataupun informasi viral di tengah masyarakat”.<sup>92</sup>

Pendapat serupa diutarakan oleh Eka, menurutnya akun gosip @lambeturah\_official adalah akun gosip yang menyajikan berita yang viral ataupun gosip-gosip yang sedang beredar ditengah masyarakat. “Akun tersebut menyajikan berita-berita yang viral maupun gosip-gosip yang sedang beredar di tengah masyarakat”.<sup>93</sup>

Pendapat lain disampaikan oleh informan selanjutnya bernama Eva, menurut penuturannya keberadaan akun gosip ini ada sisi negatif dan positifnya. Sisi positifnya, akun ini kerap kali menyajikan berita-berita yang sedang viral, sedangkan sisi negatifnya akun gosip @lambeturah\_official tidak jarang memberitakan kejadian yang belum tentu benar adanya, hal itu dinilai informan dapat membuat resah para pengikutnya.

---

<sup>92</sup> Wawancara dengan Eka Latifah pada 7 Desember 2021

<sup>93</sup> Wawancara dengan Eka Nur pada 7 Desember 2021

“Menurut saya akun gosip ini ada plus minusnya, plusnya akun tersebut tidak jarang menyajikan hal-hal yg memang harus viral, namun tidak jarang juga akun tersebut menyajikan berita yg masih fiktif belum terbukti kebenarannya sehingga dapat meresahkan para pembacanya.”<sup>94</sup>

Dari penuturan tersebut dapat ditemukan bahwa akun gosip ini tidak selalu menyajikan informasi yang bermanfaat terkadang juga informasi yang diberikan masih simpang siur kebenarannya.

Pendapat lain disampaikan oleh Mochammad Aditiya, dalam wawancara dia mengungkapkan bahwa keberadaan akun gosip ini cukup menghibur tetapi kadangkala juga dapat menggiring opini publik. “Cukup menghibur dan kadangkala dapat menggiring opini terhadap si pembaca”.<sup>95</sup>

Berbicara pada postingan yang diunggah oleh akun Instagram @lambeturah\_official, peneliti menemukan perbedaan interpretasi dari informan. Jika bertanya tentang kebingungan pada *caption* yang ditulis akun Instagram @lambeturah\_offical, informan bernama Eka mengungkapkan bahwa pada salah satu postingan

---

<sup>94</sup> Wawancara dengan informan Eva Ahsanul Khoiriyah pada 6 Desember 2021

<sup>95</sup> Wawancara dengan infroman Mochammad Aditiya Pradana pada 6 Desember 2021

diaman *caption* yang ditulis kurang menjelaskan kronologi kejadian yang diberitakan.

“Ada, saya juga lupa pada postingan yang mana tetapi yang saya tahu, saya sering mengetahui beberapa kali *caption* yang ditulis kurang menjelaskan bagaimana kronologi dari berita tersebut.”<sup>96</sup>

Pernyataan yang sama diungkapkan oleh Eka Latifah, dia mengungkapkan bahwa postingan yang diunggah beberapa waktu yang lalu tidak menunjukkan informasi yang jelas, pada *caption* hanya tertulis pertanyaan bukan informasi dari postingan yang diunggah. “Ada, pada salah satu postingan pada tanggal 6 Desember disitu *caption* yang ditulis malah pertanyaan bukan informasi yang jelas”.<sup>97</sup>

Informan selanjutnya bernama Nur Kholifatur, dia menuturkan bahwa salah satu postingan dari akun gosip tersebut menulis *caption* dengan kata-kata yang terlalu singkat, hal itu dinilai tidak menyampaikan informasi dengan jelas.

“Aku menemukan postingan tentang *boygrup* BTS dengan *caption*: "BTS gaes", dan foto postingannya artikel "*Walkot*

---

<sup>96</sup> Wawancara dengan informan Eka Nur pada 7 Desember 2021

<sup>97</sup> Wawancara dengan informan Eka Latifah pada 7 Desember 2021

## Ungkap Rencana BTS Tampil di Batam, Syaratnya Tak Mau di Karantina".<sup>98</sup>

Interpretasi yang ditunjukkan oleh pengikut akun gosip ini bermacam-macam, ada yang memaknai sebuah postingan sebagai hiburan, ada pula yang memaknainya sebagai sesuatu yang serius. Interpretasi yang ditunjukkan ketika menemui postingan yang kurang jelas informasinya dilakukan dengan cara berkomentar pada laman komentar yang sudah tersedia. Seluruh pengikut bebas mengutarakan apa yang ada di kepala mereka melalui tulisan. Banyak yang berkomentar negatif dan tidak jarang juga menanggapi dengan candaan atau lelucon.



Gambar 4. 4 Salah satu komentar negatif pengikut @lambeturah\_official

Tidak hanya diutarakan melalui laman komen Instagram, tetapi beberapa informan dari *followers* @lambeturah\_official juga menginterpretasikan apa yang dialami ketika wawancara sedang berlangsung. Interpretasi yang terjadi didalam laman komentar juga berlangsung ketika terdapat salah seorang pengikut yang berkomentar

---

<sup>98</sup> Wawancara dengan Nur Kholifatur Rosyidah pada 7 Desember 2021

ketidapahamannya tentang postingan yang diunggah. Dari hal tersebut beberapa pengikut lain mencoba untuk menjelaskan apa yang diketahuinya dengan membalas komentar tersebut.

Interpretasi sangat berperan penting bagi kehidupan. Interpretasi mampu meminimalisir kesalahpahaman yang terjadi dalam kesalahan penafsiran. Dalam hal ini, interpretasi juga dapat dikatakan sebagai proses mengemukakan pendapat, penilaian, atau kesan terhadap suatu hal yang sangat wajar dan bebas dilakukan oleh semua orang. Bahkan, dapat dikatakan bahwa hal ini juga tidak dapat dipisahkan dalam proses komunikasi.

Interpretasi yang telah diutarakan oleh informan ketika wawancara berlangsung disampaikan begitu saja tanpa ada batasan, informan bebas mengutarakan apapun yang diinginkannya tentang akun Instagram @lambeturah\_official, informan dapat menyampaikan kritik, saran ataupun masukan bahkan menunjukkan ketidaksukaan pun akan peneliti dengarkan.

### **C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)**

Pada saat penelitian dilakukan, peneliti harus memperoleh hasil yang sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan diawal penelitian. Hasil penelitian sendiri berupa data yang kemudian dianalisis menggunakan metode yang telah dipilih. Pada

penelitian ini peneliti memfokuskan pada persepsi dan interpretasi mahasiswa tentang akun Instagram @lambeturah\_official.

Analisis dimulai dengan mempelajari apa yang menjadi fokus dalam penelitian sebagai awal untuk menggali data lebih dalam. Data yang terkumpul lalu dianalisis berdasarkan persepsi dan interpretasi mahasiswa tentang pembentukan opini publik akun Instagram @lambeturah\_official. Dari hasil penelitian atau kerja lapangan yang sudah dilakukan dalam penyajian data, peneliti menemukan beberapa temuan yang dapat disajikan dalam analisis data, yaitu diantaranya sebagai berikut:

## **1. Temuan Penelitian**

### **a. Ujaran Kebencian dalam Laman Komentar**

Proses terjadinya persepsi dimulai dari mahasiswa yang melihat dan mendengar dengan alat indera yang dimiliki postingan akun Instagram @lambeturah\_official. Setelah informasi diterima dan diolah oleh alat indera, proses selanjutnya adalah akan memunculkan persepsi. Persepsi yang dilakukan oleh mahasiswa dalam menanggapi akun gosip tersebut dengan cara berkomentar di laman komentar yang ada.

Berbicara mengenai persepsi tentunya tak luput dari cara individu dalam menilai sesuatu. Persepsi beberapa orang dalam menanggapi sesuatu pastinya berbeda-beda

hal itu dipengaruhi oleh latar belakang dari individu masing-masing.

Media sosial Instagram dapat dijadikan sebagai media untuk individu bebas dalam berinteraksi dengan siapapun. Baik dalam berkomentar maupun mengekspresikan diri. Bahasa yang diungkapkan juga mengandung nilai tersendiri didalamnya. Bahasa yang dipakai juga tergolong bahasa yang biasa dipakai sehari-hari. hal ini memicu munculnya kejahatan dalam berbahasa yang biasa dilakukan yaitu hujatan ataupun provokasi.

Ujaran kebencian adalah suatu hal yang biasa ditemui didalam bermedia sosial. Hal ini juga dilakukan oleh beberapa pengikut yang berkomentar tentang postingan yang dibagikan oleh akun gosip tersebut. Komentar berbau ujaran kebencian diungkapkan dengan bahasa yang kasar dan tidak jarang juga menggunakan kata-kata yang kurang pantas diutarakan

b. Spontan dalam Mengungkapkan perasaan

Mengungkapkan perasaan yang ada ketika melihat suatu postingan menjadi hal yang lumrah terjadi di kalangan masyarakat. Media sosial juga menyediakan wadah untuk berinteraksi, tetapi sebagian

orang tidak memanfaatkannya dengan bijak.

Dalam akun @lambeturah\_official, seluruh pengikut maupun pengguna lain yang tidak mengikuti akun gosip tersebut dapat bebas berkomentar. Namun, dapat lebih baik jika komentar yang keluar spontan dapat lebih dikontrol dengan baik agar tidak merubah persepsi orang tentang diri sendiri.

Berkomentar juga perlu menggunakan bahasa dan tata cara yang tepat agar sebagai komentator dapat mengungkapkan isi hati tetapi juga tanpa menyinggung orang lain.

c. Komentar Menyerang Orang Lain Tanpa Ampun

Bebas berkomentar boleh saja dilakukan tetapi harus masih dalam batas wajar dan terkontrol. Apalagi mengomentari seseorang yang memang tidak kenal. Hal itu dapat merendahkan harga diri dan menjatuhkan psikis seseorang.

Persepsi atau cara pandang seseorang juga dapat membuat seseorang berkomentar dengan konotasi menyerang. Seperti dalam beberapa komentar yang ada di laman postingan akun gosip @lambeturah\_official. Postingan yang dianggap menjatuhkan seorang *public figur* dan dibenarkan oleh

salah satu pengikut akun gosip tersebut melalui komentar yang ditulis, menyebabkan pengikut yang juga mengidolakan *public figur* tersebut berbondong-bondong membalas komentar tersebut. Ada sebagian yang merasa setuju dan tidak sedikit yang menghujat dikarenakan persepsi tersebut dinilai salah.

Dalam hal tersebut dapat diketahui, penyerangan yang dilakukan bukan hanya bisa dilakukan kepada orang yang dikenal, tetapi juga dilakukan sekalipun kepada orang yang sama sekali belum kita kenal sebelumnya. Hanya dengan postingan tersebut mereka dapat mengenal satu sama lain karna hujatan yang dilontarkan.

d. Promosi Produk Dalam Kolom Komentar Dinilai Tidak Etis

Setiap penjual memiliki cara yang berbeda untuk melakukan promosi produknya. Promosi dapat dilakukan secara langsung maupun melalui media sosial. Promosi secara langsung dapat dilakukan melalui baliho atau banner dan promosi secara tidak langsung dapat dilakukan dengan mengiklankan produk melalui Youtube, Website, dan akun media sosial lain.

Sering dijumpai ketika suatu postingan dalam akun Instagram @lambeturah\_official viral tidak jarang ditemui beberapa orang yang melakukan promosi produk. Melakukan promosi melalui komentar tidak selalu berpotensi positif dalam penjualan. Tetapi dilihat juga dalam komentar dan cara seseorang mempromosikan jualannya di laman komentar tersebut.

Jika seseorang melakukan promosi dalam komentar dapat dikatakan tidak etis atau spam. Hal itu dikarenakan kolom komentar yang seharusnya digunakan untuk menganggapi postingan, ketika digunakan untuk promosi maka isi dari komentar tersebut tidak ada sangkut pautnya dengan postingan yang diunggah.

Ketika hal itu dilakukan oleh seseorang, juga dinilai tidak banyak berpengaruh bagi penjualan. Bagi sebagian orang, komentar yang tidak ada hubungannya dengan postingan akan dilewatkan begitu saja, tetapi komentar yang dinilai menarik akan membuat orang tertarik untuk membacanya. Dalam hal ini, jika promosi tetap dilakukan dengan menggunakan kata-kata yang menarik, dapat berpotensi pengguna lain untuk mengunjungi profil penjualan tersebut, tetapi

belum juga bisa dikatakan signifikan untuk berpromosi.

## **2. Konfirmasi Temuan Dengan Teori**

Terdapat banyak teori dan model komunikasi yang berhubungan dengan sosial dalam ilmu komunikasi. Dimana setiap teorinya memiliki konsep tersendiri bahkan kelebihan dan kekurangan masing-masing. Setiap model komunikasi dapat diukur berdasarkan manfaatnya. Selain itu dapat berbeda pengertian jika pola komunikasi dilihat dari perspektif yang berbeda. Untuk itu, semua dapat membuat model komunikasi yang berpatokan pada model-model atau teori dasar yang sudah ada dari pakar terdahulu. Dalam mencari berbagai sumber data agar dapat menarik kesimpulan serta obyektif, yang dilakukan oleh peneliti yaitu menkonfirmasi dan menganalisa beberapa data yang telah di temukan di lapangan, hal tersebut seperti yang telah dijelaskan di bab sebelumnya.

Beberapa data yang ditemukan di lapangan dan sudah melalui berbagai proses dari awal hingga analisis berdasarkan teori yang dipilih sebagai pijakan dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Berdasarkan hasil temuan yang didapat peneliti dilapangan, peneliti setuju bahwa penelitian dengan judul “Persepsi Mahasiswa Tentang Pembentukan Opini Publik Pada Postingan Ernest Prakasa Dalam Penanganan

Covid-19 Akun Instagram @lambeturah\_official” cocok dan sesuai dengan teori yang digunakan peneliti sebagai pijakan dalam melakukan penelitian, yaitu Teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Respon*).

Sebagai kelanjutan dalam penelitian ini, teori relevan yang berkaitan dengan fokus masalah yaitu: bagaimana persepsi mahasiswa tentang pembentukan opini publik pada postingan Ernest Prakasa dalam penanganan Covid-19 akun Instagram @lambeturah\_official? dan bagaimana interpretasi mahasiswa tentang pembentukan opini publik pada postingan Ernest Prakasa dalam penanganan Covid-19 akun Instagram @lambeturah\_official?.

Di dalam persepsi mahasiswa tentang pembentukan opini publik akun Instagram @lambeturah\_official dan di dalam interpretasi mahasiswa tentang pembentukan opini publik pada postingan Ernest Prakasa dalam penanganan Covid-19 akun Instagram @lambeturah\_official dapat memunculkan sebuah teori yakni teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Respon*). Yang mana teori ini dinilai sesuai dengan apa yang ada dilapangan atau pada realitanya.

Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Respon*). Teori ini dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelly. Stimulus (Pesan) - Organism (Komunikan) – Respon. Huruf O melambangkan peran yang

menengahi antara S dan R, yang dimaksud dengan kognisi disini adalah proses berfikir individu dalam menerima, mendapatkan dan mengubah pemikiran.<sup>99</sup>

Terjadinya perubahan sikap dalam diri individu dapat disebabkan oleh stimulus yang diterima melebihi apa yang diharapkan. Menurut Prof. Dr. Mar'at dalam bukunya yang berjudul "Sikap Manusia, Perubahan serta Pengukurannya", mengutip pendapat Hovland, Janis dan Kelley yang menjelaskan bahwa proses perubahan sikap dapat diartikan sama dengan proses belajar. Terdapat tiga variabel penting dalam mempelajari sikap baru, yaitu perhatian, pemaknaan serta penerimaan.<sup>100</sup>

Berikut ini konfirmasi temuan dengan data yang didapatkan oleh peneliti di lapangan yang sesuai dengan teori yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini, yaitu antara lain:

Meski sebenarnya data yang didapat dari lapangan yaitu mahasiswa mengikuti akun gosip @kambeturah\_official untuk mencari informasi, tetapi disisi lain ketika memang informan membuka media sosial bukan hanya mencari berita tetapi akun tersebut memposting informasi, dari hal tersebut dapat dikatakan informan

---

<sup>99</sup> Chaer, " *Psikolinguistik Kajian Teoretik*", Jakarta, PT. Rineka Cipta, 2003, h 97.

<sup>100</sup> Mar'at, " *Sikap Manusia Perubahan serta Pengukuran*", Jakarta, Ghalia Indonesia, 1982

menerima dan bukan mencari informasi. Dari penjelasan sebelumnya tentang persepsi mahasiswa dapat diartikan bahwa sebuah rangsangan stimulus (S) adalah suatu tindakan yang dilakukan komunikator kepada komunikan. Dalam hal ini yang menjadi komunikator adalah akun Instagram @lambeturah\_official, dimana dalam akun Instagram tersebut menyampaikan informasi dan nantinya informasi tersebut diterima oleh komunikan yaitu (mahasiswa pengikut akun Instagram @lambeturah\_official).

Pesan yang disampaikan melalui akun Instagram tersebut beberapa kali membuat pengikutnya menjadi bingung dan bertanya-tanya atas *caption* pada postingan yang ditulis. Stimulus dalam hal ini penulisan *caption* yang dinilai kurang menjelaskan informasi yang disampaikan.

Selain penjabaran dari sisi *Stimulus* (S), berikut ini adalah unsur-unsur yang termasuk dalam teori S-O-R, yaitu Organism (O) yaitu proses dimana orang yang menerima pesan atau stimulus melakukan proses berpikir terhadap sesuatu yang diterima. Dalam hal ini, Organism ditunjukkan kepada mahasiswa pengikut akun Instagram @lambeturah\_official. Disini Organism atau mahasiswa pengikut akun Instagram @lambeturah\_official melihat atau mendengar informasi yang ada lalu mengolah pesan atau informasi yang di dapat dalam postingan akun Instagram @lambeturah\_official.

Dari proses tersebut Organism akan menanggapi dengan menunjukkan respon.

Unsur lain dari teori S-O-R yang dapat menyempurnakan suatu komunikasi yaitu dengan adanya efek atau *Response* (S) yang muncul. Respon yang muncul merupakan efek dari komunikasi, artinya dalam tahap ini sudah terjadi adanya perubahan setelah menerima stimulus/pesan. Dimana unsur perilaku seseorang akan berubah setelah melalui terjadinya proses berfikir, lalu akan muncul sebuah respon. Stimulus yang disampaikan tidak selalu dapat diterima oleh komunikasi.

Komunikasi akan terus berlanjut jika mendapat perhatian dari komunikasi. Setelah komunikasi mengolah pesan dan dapat diterima, maka akhirnya dapat terjadi perubahan sikap atau perilaku. Efek yang ditimbulkan dari mahasiswa pengikut akun Instagram @lambeturah\_official setelah menerima pesan dari akun Instagram @lambeturah\_official, yaitu mereka merasa informasi yang disampaikan tidak dapat dipahami. Dan mereka lebih banyak beralih ke kolom komentar untuk mencari jawaban dari postingan yang diunggah.

Efek disini sangat mempengaruhi dari *caption* yang belum jelas, dapat mempengaruhi persepsi dari *followers* terutama mahasiswa yang mengikuti akun Instagram @lambeturah\_official.

Dimana dapat diketahui bahwa persepsi masing-masing individu tidak sama. Dari berbagai komentar yang disampaikan dapat menimbulkan efek yang negatif dan pada akhirnya menimbulkan berbagai opini publik.

Selanjutnya dalam hal ini interpretasi mahasiswa tentang pembentukan opini publik akun Instagram @lambeturah\_official dapat dikonfirmasi dengan teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Respon*). Sebelumnya interpretasi adalah penjelasan makna kepada sesuatu melalui lisan atau gerakan satu atau dua orang pembicara. Jadi, dalam penelitian ini dapat ditemukan bahwa cara mahasiswa dalam menginterpretasikan postingan pada akun Instagram @lambeturah\_official berbeda-beda.

Pada *Stimulus* atau pesan yang terdapat dalam *caption* postingan akun Instagram @lambeturah\_official mungkin dapat diterima ataupun ditolak oleh komunikan. Pada beberapa postingan yang diunggah akun gosip tersebut, mengisyaratkan jika pesan atau informasi yang disampaikan mendapat penolakan dari beberapa pengikutnya. Postingan tersebut banyak menuai pro dan kontra dari *followersnya*. Dalam tahap ini pesan atau *stimulus* yang ada dinilai membuat sebagian dari pengikutnya merasa kebingungan.

*Caption* yang ditulis beberapa kali memuat isi yang sama sekali tidak menjelaskan apapun yang diberitakan.

Menurut teori SOR, dalam hal ini *organism* atau komunikan menghasilkan perilaku tertentu jika mendapatkan *stimulus* atau pesan tertentu. Sehingga pada tahap ini menilai bahwa pesan yang disampaikan pada postingan tersebut dapat dipahami atau tidak. Proses ini berlangsung dari mulai panca indera dan pada akhirnya akan di proses di dalam pikiran.

Tahap selanjutnya yakni *Respon*, tahap ini adalah tahap terakhir dari komunikan atau *organism* dalam menginterpretasikan apa yang di lihat dan di dengar dari postingan akun Instagram @lambeturah\_official. Pada tahap ini *organism* dapat mengubah sikap atau perilakunya setelah mendapat *stimulus* dari *caption* yang ada. Artinya jika pesan atau *stimulus* yang disampaikan berkualitas maka *respon* dari *organism* akan sesuai dengan apa yang di harapkan, dengan begitu proses komunikasi tidak akan menimbulkan interpretasi yang negatif.

### **3. Konfirmasi Teori Dengan Perspektif Islam**

Dalam perspektif islam, komunikasi bukan hanya sekedar menunjukkan hubungan dengan

sang pencipta, tetapi juga dengan sesama manusia. Komunikasi yang dilakukan dengan Allah SWT dapat melalui ibadah yang biasa dilakukan sehari-hari.

Komunikasi dalam hal ini didapat dari informasi yang diterima dari lingkungan sekitar individu. Didalam agama Islam, diharapkan umat muslim tidak dengan mudah mempercayai berita yang masih belum jelas kebenarannya. Hal yang selalu ditegaskan dalam Islam ketika menerima suatu berita yaitu membaca dengan cermat. Dengan membaca, wawasan menjadi luas dan tidak mudah untuk tertipu berita *hoax*. Hal lain yang didapat dari rejin membaca yaitupenerima informasi atau komunikan dapat menyimpulkan dengan baik informasi yang diterimanya.

Dalam meneliti dan menanggapi informasi yang ada dapat dilakukan dengan membandingkan dengan media lain terkait informasi yang sama. Tetapi, jika menerima berita atau informasi dari mulut ke mulut, maka didalam Islam dapat dilakukan dengan cara *tabayyun*. *Tabayyun* adalah sikap yang penting dilakukan oleh setiap individu sebelum menerima dengan baik berita atau informasi yang diterimanya, caranya yaitu dengan memverifikasi dan *crosscheck* dengan teliti.

Kehadiran akun gosip @lambeturah\_official di tengah kesibukan rutinitas sehari-hari memberikan hiburan tersendiri bagi pengikutnya. Berbagai macam pemberitaan disajikan untuk informasi atau hanya sekedar untuk hiburan bagi pengikutnya.

Dapat dilihat dalam salah satu unggahan, yang sudah mendapatkan banyak komentar dalam waktu kurang dari 15 menit. Pengikutnya begitu antusias dengan postingan yang diunggah oleh akun gosip tersebut. Padahal postingan yang diunggah belum sepenuhnya menunjukkan informasi yang jelas adanya.

Setiap individu perlu memahami bahkan sebaiknya menyadari untuk lebih memilah dalam menemukan informasi atau berita yang disajikan oleh media sekalipun ia media dengan berjuta-juta pengikut. Dalam akun gosip meskipun berita yang disampaikan benar adanya bukan berarti setiap orang dengan mudah untuk mempercayai segala informasi yang diberikan, tetapi tetap menggunakan akal fikirannya untuk menyaring berita yang perlu dipercaya atau diabaikan.

Dalam ajaran agama Islam, dari awal telah diperingatkan agar tidak mudah dalam memercayai sesuatu. Islam mengajarkan kepada

umat muslim agar tidak mengikuti sesuatu jika tidak memiliki dasar tentang hal yang akan dilakukan. Sebagaimana Allah swt. Berfirman dalam Q.S. Al-Isra/17:36.

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ  
عَنْهُ مَسْئُولًا

Terjemahan: Dan janganlah engkau mengikuti sesuatu yang tidak engkau ketahui. Karena, pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, semua itu akan diminta pertanggungjawaban.<sup>101</sup>

Ayat ini mengajarkan supaya umat muslim berbagai hal yang telah ditentukan oleh Allah swt. serta menjauhi segala sesuatu yang tidak sejalan dengan-Nya dan jangan mengikuti sesuatu yang tidak memiliki dasar pengetahuan tentangnya. Allah memperingatkan kepada manusia untuk tidak berbicara tentang apa yang belum diketahuinya dengan pasti.

---

<sup>101</sup> Departemen Agama RI, “*Al Qur’an Keluarga dan Terjemahannya*”, Bandung:, CV. Media Fitrah Rabbani, 2012, h 190.

Sesungguhnya indera manusia dan hati merupakan alat pengetahuan, yang akan ditanyai tentang cara pemiliknya menggunakan atau pemiliknya akan dimintai pertanggungjawaban di akhirat kelak.<sup>102</sup> Sehingga bagi seluruh umat muslim penting untuk tidak dengan mudah menerima segala informasi baru dari sumber manapun, harus dilakukan pemahaman dan konfirmasi ulang sebelum memutuskan untuk menerima informasi yang beredar tersebut.

Media sosial merupakan salah satu media yang bisa dipakai untuk menemukan berbagai macam informasi. Media sosial merupakan media yang lebih *up-to-date* dibandingkan dengan media cetak atau media elektronik lainnya seperti surat kabar atau buku.

Sebelum mendapatkan informasi dari suatu sumber, setiap individu dituntut untuk bisa mempunyai kemampuan melek huruf, tanpa kemampuan tersebut dirasa akan sulit bagi pengikut mengetahui apa yang tertera di postingan yang diunggah. Begitu halnya radio,

---

<sup>102</sup> M. Quraish Shihab, “*Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur’an*”, Vol. 7, Jakarta, Lentera Hati, 2002, h 86.

meski tidak membutuhkan kemampuan melek huruf tetapi pendengarnya perlu memiliki indera pendengaran yang baik.

Media sosial Instagram dianggap lebih unggul dalam memberitakan sesuatu dengan cepat, karena di Instagram terdapat fitur-fitur yang mampu mengombinasikan keduanya yakni audio visual. Hal tersebut menjadi keunggulan tersendiri yang dimiliki oleh Instagram. Sebagai akun gosip yang dipercaya menyajikan berita terlengkap, pengikut juga dapat bebas berkomentar didalamnya hal itu menjadi kemudahan untuk berbagi pendapat atau bertukar pikiran satu dengan yang lain.

*Followers* akun Instagram @lambeturah\_official tidak membutuhkan media lain untuk menyampaikan pendapatnya dalam menerima informasi. Akan tetapi, walau pun begitu apapun pemberitaan yang diunggah oleh akun tersebut tidak dapat sepenuhnya dapat di telan mentah-mentah. Pengikut akun gosip tersebut ianjurkan memiliki kemampuan melek media, karena السَّمْعُ (pendengaran) dan البَصَرُ (penglihatan) sebagai sumber dari pengetahuan yang nantinya akan dimintai pertanggungjawabannya dari Allah swt.

tentang bagaimana sewaktu di dunia digunakan.

Dalam agama Islam banyak mengajarkan tentang tata cara perihal menerima berita supaya tidak menimbulkan pertentangan dan sesuai dengan syariat islam. Berita yang di terima sekalipun oleh media yang sudah dipercaya sekalipun harus melalui analisis untuk mengetahui kejelasan informasi yang disampaikan.

Islam mengenal kata *tabayyun*. *Tabayyun* merupakan salah satu ajaran Islam yang sejak dahulu sudah diperkenalkan. Dalam dunia digital, *tabayyun* penting dilakukan sebagai cara untuk menganalisis sebuah berita yang diterima. Mayoritas seseorang pada era *modern* saat ini menerima berita secara langsung tanpa memikirkan fakta yang ada. Maka dari itu perlu di terapkan sikap *tabayyun* untuk meminimalisir pemberitaan yang tidak valid.

Di dalam Al-Qur'an, Allah SWT memerintahkan kepada umatnya agar selalu menerapkan sifat *tabayyun* dalam menghadapi berbagai informasi yang disampaikan kepadanya supaya tidak salah dan menyesal di

kemudian hari, seperti yang dijelaskan dalam Q.S Al-Hujurat Ayat/49:6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا  
عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

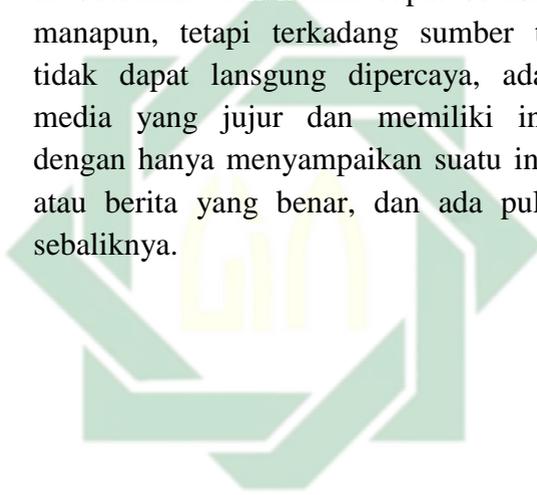
Terjemahan: Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.<sup>103</sup>

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa, *tabayyun* dapat dilakukan dalam dua hal. Pertama, *tabayyun* dapat dilakukan oleh sumber berita atau informasi. Penting untuk mencari tahu bahwa pembawa berita itu bisa dipercaya ataupun sebaliknya. Kedua, *tabayyun* dilakukan pada isi berita atau informasi, harus dicari kebenarannya valid atau tidak.

---

<sup>103</sup> Departemen Agama RI, “*Al-Qur’an dan terjemahan*”, .Q.S Al-Hujurat Ayat 6.

Kehidupan manusia dan interaksinya harus dilandasi pada sesuatu yang diketahui dengan jelas. Dapat diketahui juga, manusia sendiri tidak dapat menjangkau seluruh informasi yang ada di muka bumi ini. Karena itu, dalam hal ini peran dari pihak lain sangat di butuhkan. Pihak lain dapat berasal dari manapun, tetapi terkadang sumber tersebut tidak dapat langsung dipercaya, ada suatu media yang jujur dan memiliki integritas dengan hanya menyampaikan suatu informasi atau berita yang benar, dan ada pula yang sebaliknya.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa dalam pembentukan opini publik akun Instagram @lambeturah\_official yang di khususkan pada komentar dalam akun gosip ini berbeda-beda. Banyak terjadi kesalahpahaman dan menimbulkan pro kontra dalam setiap komentar.

Kebebasan dalam berkomentar juga menjadi alasan beberapa orang untuk melakukan penilaian terhadap orang lain dengan seenaknya tanpa memikirkan seseorang yang menjadi target komentarnya. Tidak jarang juga terdapat penyerangan kepada seseorang dikarenakan perbedaan pendapat, padahal perbedaan pandangan sudah biasa ditemui dalam kehidupan sehari-hari tetapi masih banyak juga beberapa orang yang tersulut emosinya dikarenakan komentar orang lain bahkan orang yang tidak kenal sekalipun tidak luput dari penyerangan.

Berkomentar juga bukan tidak selalu menanggapi sebuah postingan yang diunggah tetapi banyak orang yang malah melakukan promosi penjualan suatu produk, hal ini membuat spam dan tidak nyaman pengguna lain dan tidak jarang pula komentar

tersebut menjadi bahan olok-olok pengguna lain karena tidak bijak dalam menggunakan suatu media.

## **B. Saran atau Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “*Persepsi mahasiswa tentang pembentukan opini publik akun Instagram @lambeturah\_official*”, peneliti ingin memberikan beberapa saran atau rekomendasi antara lain:

1. Kepada mahasiswa yang mengikuti akun gosip @lambeturah\_official agar lebih selektif dalam menerima informasi agar tidak menyebabkan opini publik dengan berbagai macam kontroversi di dalamnya.
2. Kepada media, diharapkan dapat menjadi media yang mampu memberikan informasi dengan akurat untuk kedepannya supaya tidak menggiring berbagai macam opini publik. Dengan demikian pengetahuan masyarakat tentang berbagai informasi di tanah air akan semakin bertambah.
3. Kepada akademis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi mahasiswa, khususnya dalam program studi ilmu komunikasi. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan untuk meningkatkan pengetahuan serta menambah wawasan mahasiswa.

### C. Keterbatasan Penelitian

Pada saat proses penelitian berlangsung, terdapat beberapa keterbatasan penelitian yang dapat menjadi pelajaran bagi penelitian selanjutnya untuk lebih menyempurnakan penelitiannya. Beberapa keterbatasan penelitian antara lain sebagai berikut:

1. Keterbatasan penelitian ini terdapat pada kemampuan peneliti yang hanya bisa menganalisis persepsi dan interpretasi mahasiswa.
2. Dalam penelitian ini, informan yang ada dalam analisis data terbatas hanya 5 informan dari pengikut @lambeturah\_official, hanya sebagian kecil dari total *followers* yang mengikuti akun gosip tersebut.
3. Pada saat proses pengambilan data, narasumber terkadang tidak leluasa dalam menyampaikan informasi. Hal ini dapat dilihat dari cara penyampaiannya ketika wawancara berlangsung.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Arifin, “*Komunikasi Politik Filsafat-Paradigma-Teori-Tujuan Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*”, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2001.
- Bachri, Bachtiar S., “*Menyakinkan Validitas Data Melalui Triagulasi Pada Penelitian Kualitatif*”, Vol.10 No. 1, Universitas Negeri Surabaya Fakuktas Ilmu Pendidikan, Jurnal Teknologi Pendidikan, 2010.
- Cangara, Hafied, “*Komunikasi politik, Konsep, Teori, dan Strategi*”, Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2009.
- Chaer, “*Psikolinguistik Kajian Teoretik*”, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003.
- Christopher, “*Sikap Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Video Klip Psy Gangnam Style*”, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya, [Christopher.tuper@gmail.com](mailto:Christopher.tuper@gmail.com).
- Dani Verdiansyah, “*Pengantar Ilmu Komunikasi*”, Cet. Ke-1, Bogor: Ghalia Indonesia, 2004.
- Departemen Agama RI, Q.S An-Nahl 78, Al-Qur’an dan terjemahnya, h 275.
- Departemen Agama RI, Q.S As-Sajadah 9, Al-Qur’an dan terjemahnya, hal. 415.
- Departemen Agama RI, “*Al Qur’an Keluarga dan Terjemahannya*”, Bandung, CV. Media Fitrah Rabbani, 2012.

- Efendy, Onong Uchjana, “*Hubungan Masyarakat (Suatu Studi Komunikologis)*”, Bandung, PT.Remaja Rosdakarya, 1992.
- Effendy, Onong Uchjana, “*Dinamika Komunikasi*”, PT.Remaja Rosdakarya, Jakarta, 1997
- Eni, Murwati, “*Persepsi Mahasiswa IPS Terhadap Pembelajaran Kewirausahaan Di Jurusan Pendidikan IPS UNY*”, Skripsi, Program Studi Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta, 2014
- Fitriana, Dana, “*Efek Tayangan Reportase Investigasi Di Transtv Episode Makanan Berbahaya Pada Masyarakat Rt. 22 Kelurahan Pelita Samarinda*”, Ejournal ilmu komunikasi, 3(3) 2015:41-50 ISSN 0000-0000, [ejournal.ilkom.co.id](http://ejournal.ilkom.co.id)
- Hendra, “*Inilah Pemilik Akun Gosip Lambe Turah*”, diakses dari <https://bangka.tribunnews.com/2017/05/01/inilah-pemilik-akun-gosip-lambe-turah-adminnya-ada-5-orang-dan-inilah-pekerjaannya>, pada Tanggal 30 November 2021, pukul 11.33 wib.
- Hennessy, Bernard, “*Public Opinion*”, Jakarta, Erlangga, 1990.
- Irwanto, “*Psikologi Umum*”, Jakarta, PT. Prehallindo, 2002.

- Kotler, Philip, “*Manajemen Pemasaran*”, Jilid 1, terj. Hendra Teguh, Romy A. Rusli dan Benjamin Molan, Bandung: PT.Indeks, 2004.
- Kusnandar, Viva Budi, “*Penetrasi Internet Indonesia Urutan Ke-15 di Asia pada 2021*”, diakses dari (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/12/penetrasi-internet-indonesia-urutan-ke-15-di-asia-pada-2021>), pada tanggal 16 September 2021, pukul 12:10.
- Lippmann, Walter, “*Opini Umum*”, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1998.
- Mahmud, Dimiyati, “*Psikologi Suatu Pengantar*”, Jakarta, BPFE, 1990.
- Mar’at, “*Sikap Manusia Perubahan serta Pengukuran*”, Jakarta, Ghalia Indonesia, 1982.
- Marliani, Rosleny, “*Psikologi Umum*”, Jakarta: CV. Pustaka Setia, 2010.
- Moleong, Lexy J., “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, Bandung, Remaja Rosdakarya, 2013.
- Morissan, “*Teori Komunikasi Massa*”, Bogor: PT. Ghalia Indonesia, 2010.
- Mubarok, Achmad, “*Psikologi Dakwah*”, Jakarta, Pustaka Firdaus, 1997.

- Mufid, Muhammad, “*Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*”, cet.ke-3, Jakarta: Kencana, 2010.
- Muhajir, Noeng, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, Yogyakarta, Roke Sarasin, 2000.
- Mulyana, Deddy, “*Ilmu Komunikasi*”, Bandung: PT.Rosda Karya Offset, , 2015.
- Nasution, Zulkarimen, “*Komunikasi Politik Suatu Pengantar*”, Jakarta, Ghalia Indah, 1990.
- Nimmo, Dan, “*Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*”, Bandung, CV.Remadja Karya, 1989.
- Olii, Helena, “*Opini Publik*”, Jakarta: Indeks, 2007.
- P.S, Robbins, “*Prinsip-prinsip Perilaku Organisasi*”, Edisi kelima, Jakarta, Erlangga, 2002.
- Prasetijo, Ristiayanti, dan PJhon J.O.I Ihalauw, “*Perilaku Konsumen*”, Yogyakarta: Andi, 2005.
- Rahmat, Jalaluddin, “*Psikologi Komunikasi*”, Bandung : PT.Remaja Rosda Karya Offset, 2015.
- Riswandi, “*Psikologi Komunikasi*”, Yogyakarta: Graha Ilmu, , 2013.
- Robert L. Solso, dkk, “*Psikologi Kognitif*, Edisi ke-8, Jakarta, Erlangga, 2007.
- Romli, Asep Syamsul M, “*Kamus Jurnalistik*”, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2008.

- Sarwono, Sarlito Wirawan, *“Pengantar Umum Psikologi”*, Jakarta: Bulan Bintang, 1975.
- Sastropoetro, Santoso, *“Pendapat Publik, Pendapat Umum, Pendapat Khalayak dalam Komunikasi Sosial”*, Bandung, Remaja Rosdakarya, 1990.
- Severin, Wenner J., *“Teori Komunikasi: Metode Dan Terapan di Dalam Media Massa”*, Edisi ke-5, Jakarta, Kencana, 2008.
- Shihab, M. Quraish, *“Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur’an”*, Vol. 7, Jakarta, Lentera Hati, 2002.
- Sudarmo, I Gito dkk, *“Perilaku Keorganisasian”*, Yogyakarta, BPFE, 2000.
- Suharsimi Arikunto, *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik”*, Jakarta, PT. Rineka Cipta, 1992.
- Suharsimi Arikunto, *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis”*, Edisi Revisi VI, Jakarta, PT.Rineka Cipta, 2006.
- Suharsimi Arikunto, *“Prosedur Penelitian Suatu Tindakan Praktek”*, Jakarta, Rineka Cipta, 1998.
- Sunarjo Djoenaesih S., *“Opini Publik”*, Yogyakarta: Liberty, 1984.
- Suryabrata, Sumadi, *“Metode Penelitian”*, Jakarta, Rajawali Pers, 1987.

Syahputra Iswandi, “*Opini Publik Konsep, Pembentukan dan Pengukuran*”, Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2018.

Walgito, Bimo, “*Pengantar Umum Psikologi*”, Yogyakarta, Andi Offset, 2010.

Walgito, Bimo, “*Psikologi Sosial Suatu Pengantar*”, Edisi Revisi, Yogyakarta, Andi, 1999.

Wibowo, “*Perilaku Dalam Organisasi*”, Jakarta, PT.Raja Grafindo Persada, 2013.

Zulkarimen Nasution, “*Komunikasi Politik Suatu Pengantar*”, Jakarta, Ghalia Indah, 1990.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A