



## Peran Editorial Dalam Membangun Opini Publik Di Indonesia Terhadap Studi Media Besar

Amelia Indriani<sup>1</sup>, Tumpal Sihombing<sup>2</sup>

Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Utara Jalan Dr. T. Mansur No.9, Padang Bulan, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20222 [meliyana079@gmail.com](mailto:meliyana079@gmail.com) , [sihombingtumpal73@gmail.com](mailto:sihombingtumpal73@gmail.com)

### Abstract

Editorials play an important role in shaping public opinion in Indonesia, especially when it comes to large media outlets that have great influence. Editorials not only convey information, but also serve as a tool to change people's perspectives on significant issues. By analyzing various media studies, it can be seen how editorials influence public views and shape narratives. Social media also plays an important role in supporting or opposing editorials in the internet age. The purpose of this research is to study these dynamics and show how editorials can influence public opinion in Indonesia.

**Keywords:** Role of Editorials, Public opinion, Mass media, Social media.

### Abstrak

Editorial memainkan peran penting dalam membentuk opini publik di Indonesia, terutama dalam hal media besar yang memiliki pengaruh yang besar. Editorial tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk mengubah perspektif masyarakat terhadap masalah yang signifikan. Dengan menganalisis berbagai studi media, dapat dilihat bagaimana editorial mempengaruhi pandangan publik dan membentuk narasi. Media sosial juga memainkan peran penting dalam mendukung atau menentang editorial di era internet. Tujuan penelitian ini adalah untuk mempelajari dinamika ini dan menunjukkan bagaimana editorial dapat mempengaruhi opini publik di Indonesia.

**Kata Kunci:** Peran Editorial, opini Publik, Media massa, Media Sosial.

### PENDAHULUAN

Editorial telah menjadi komponen penting dalam dunia jurnalistik di Indonesia. Editorial sebagian besar dari pemberitaan, tidak hanya menyampaikan pendirian organisasi media, tetapi juga membantu memperkuat opini masyarakat. Editorial di media besar seperti Kompas, Tempo, dan media Indonesia sering digunakan untuk mengkritik kebijakan dan mendukung perubahan sosial, dengan membangun narasi tentang isu-isu nasional atau internasional yang signifikan. Editorial ini tetap memainkan peran penting di tengah derasnya arus informasi dan perubahan pola konsumsi media. Ini disebabkan terjadi dalam membentuk opini masyarakat yang lebih kritis dan responsif terhadap perubahan zaman, di Indonesia tradisi editorial telah ada sejak masa perjuangan kemerdekaan. Pada saat itu, media seperti Medan Prijaji, yang didirikan oleh Tirta Adhi Soerjo, menggunakan editorial untuk menyoroti kolonialisme Belanda, Setelah kemerdekaan Indonesia editorial menjadi salah satu media terpenting di masyarakat. Editorial seperti surat kabar seperti Tempo dan Kompas menghadapi kesulitan selama era Orde Baru karena harus beroperasi di tengah tekanan politik dan pengawasan yang ketat. Editorial tetap menjadi tempat yang aman untuk secara tersirat mengkritik pemerintahan yang otoriter. Setelah reformasi tahun 1998, kebebasan pers memungkinkan editorial menyuarakan pendapat mereka dengan lebih jelas, pada mendukung

masalah rakyat, dan mendorong transparansi kebijakan pemerintah. Dalam konteks ini, media sosial telah energi sebagai arena yang sangat berpengaruh dalam pembentukan opini publik. Platform-platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok tidak lagi sekedar sarana untuk bersosialisasi, tetapi telah bertransformasi menjadi ruang publik digital yang memfasilitasi pertukaran ide, perdebatan, dan pembentukan wacana publik untuk kemudahan akses kecepatan penyebaran informasi yang ditawarkan oleh media sosial telah diciptakan ekosistem informasi dan dinamis, yang dimana para individu dengan cepat bergema pada persepsi kolektif masyarakat (Suhendra, S. and Pratiwi, F.S., 2024). Media dalam konteks dunia modern lebih merujuk pada tersedianya sarana dan prasarana sebagai alat yang digunakan untuk menyampaikan dan menyebarkan informasi yang lebih luas. Media saat ini semakin bervariasi bentuknya mulai dari buku, koran, majalah, hingga kini dribusi pembuatan dengan teknologi cetak yang modern. Hal ini memungkinkan distribusi informasi yang dicetak yang dulunya cenderung kini menjadi terbatas yang semakin luas, selain itu pengguna media elektronik, televisi, dan radio menjadi semakin berkembang dengan meningkatkan teknologi modern yang semakin canggih ( Swastiwi, A. W., 2024).

### METODE

Dalam penelitian mengenai peran editorial dalam membangun opini publik di Indonesia, menggunakan metode penelitian desk review untuk mengumpulkan dan dianalisis dari berbagai sumber yang sudah ada. Ini dilakukan tanpa pengumpulan data prime, penelitian ini dikumpulkan dari sumber-sumber dari artikel, konten, dan studi kasus. Penelitian ini berfokus pada bagaimana media massa dan editorialnya mempengaruhi persepsi publik, terutama dalam konteks isu-isu politik dan sosial.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Editorial adalah komponen penting dari media massa, ini berfungsi sebagai pendapat resmi redaksi tentang masalah atau peristiwa tertentu. Editorial memiliki tanggung jawab sosial untuk membentuk opini publik selain memberikan opini. Kekuatan media massa dalam membentuk isu tak bisa diragukan lagi. hal ini tentu saja pesan media tak bisa dipisahkan begitu saja dari keberadaan institusi media itu sendiri. Dalam perkembangannya diakui bahwa media massa dalam mempraktekannya berada di antara kepentingan negara dan pasar elite tertentu atau pemilik media itu sendiri. Media massa membawa kepentingan dari pihak tertentu. Melalui konten media massa yang menyusupkan kepentingan dari kelompok tertentu untuk merebut perhatian publik. Dengan serangan informasi yang sama secara bertubi, media massa berusaha mempengaruhi sikap publik, media massa juga memiliki pengaruh yang begitu kuat dalam kehidupan politik (Choiriyati, S. (2015). Editorial berisi pendapat pribadi seseorang terhadap suatu isu/masalah aktual. Isu tersebut meliputi masalah politik, sosial, ataupun masalah ekonomi yang memiliki hubungan secara signifikan dengan politik. Teks editorial jenis ini secara teratur muncul di koran atau majalah. Dalam mengungkapkan pendapat harus dilengkapi dengan fakta, bukti-bukti, dan alasan yang logis agar dapat diterima oleh pembaca atau pendengar. Editorial dalam opini berisi teks yang berisi perkiraan, pikiran, pendapat, atau anggapan tentang suatu hal. Dalam mengungkapkan pendapat harus dilengkapi dengan fakta penunjang dan alasan yang masuk akal agar teks opini yang bisa diterima oleh pembaca atau pendengar. Jangan sampai teks yang tercipta itu hanya berisi pendapat kosong yang cenderung seperti khayalan belaka. (Fauziati, E. (2019).

#### a. Membangun Opini Publik

Membangun opini publik adalah proses yang dimana menciptakan, atau mengarahkan pandangan masyarakat terhadap suatu isu, atau kebijakan fenomena tertentu. Ini dilakukan melalui berbagai cara, termasuk melalui media komunikasi dan interaksi sosial. Tujuannya adalah untuk mencapai kesadaran atau kesepakatan tentang masalah yang akan dibahas. Opini publik dinyatakan sebagai proses yang kita dapat melukiskan untuk menggabungkan pemikiran dan perasaan diungkapkan oleh warga negara sebagai kebijakan dibuat oleh pejabat pemerintah yang bertanggung jawab atas pencapaiannya dalam situasi mengandung konflik (Choiriyati, S. (2015). Misalnya pada Diskusi terbuka melalui forum atau acara debat di media massa mengenai debat tentang revisi undang-

undang tertentu yang disiarkan secara langsung dapat mempengaruhi pandangan publik terhadap kebijakan tersebut.

### **b. Manipulasi Media Massa dalam Membentuk Opini**

Media massa tidak selalu dapat diandalkan untuk memberikan berita yang objektif, dalam kasus tertentu. Media tersebut bisa saja memanipulasi untuk membentuk opini publik sesuai keinginan mereka. Framing adalah salah satu contoh nyata ketika berita diberikan dengan sudut pandang tertentu untuk mempengaruhi audiens. Ada waktu ketika ketika ditemukan bahwa terdapat kelompok-kelompok tertentu untuk beroperasi melalui media untuk mempengaruhi persepsi masyarakat hanya untuk keuntungan politik dan komersial. Misalnya, Media menyoroti jumlah kematian COVID-19 secara terus-menerus di awal pandemi tanpa membahas angka pemulihan atau kebijakan kesehatan yang berhasil. Hal ini menciptakan kepanikan publik yang berlebihan, sehingga mendorong masyarakat untuk mendukung kebijakan pembatasan ekstrem tanpa mempertimbangkan dampaknya secara menyeluruh, seperti kerugian ekonomi.

### **c. Media Sosial dan Keterlibatan Publik**

Pada era digital ini, media sosial telah menjadi platform utama untuk berbagi informasi dan membentuk opini publik. Melalui interaktivitasnya, media sosial memungkinkan masyarakat untuk lebih terlibat dalam pembicaraan publik dan percakapan yang baik dengan kekuasaan. Namun, tantangan minat besar yang akan dihadapi oleh media sosial adalah faktor palsu yang mungkin akan menyesatkan opini publik. Opini publik merujuk pada hubungan antara platform media sosial dan partisipasi masyarakat dalam berbagai masalah sosial, politik, ekonomi, dan budaya. Situs media sosial seperti Twitter, Facebook, Instagram, dan TikTok telah berkembang menjadi alat penting untuk menyebarluaskan informasi, dan membentuk dorongan partisipasi masyarakat yang luas dalam masalah tersebut. misalnya, Selama pandemi, masyarakat aktif menggunakan Twitter dan Facebook untuk mengkritik kebijakan pemerintah terkait penanganan pandemi seperti vaksinasi dan lockdown (Qadri, M. (2020).

### **d. Studi Kasus Editorial di Media Besar Indonesia**

1. Editorial Kompas Kompas salah satu surat kabar terbesar di Indonesia, Kompas dikenal dengan gaya editorial yang lugas namun tetap moderat. Pada Editorial Kompas sering kali mengangkat isu-isu strategis seperti Kebijakan ekonomi nasional pada subsidi energi atau pembangunan infrastruktur, persoalan sosial, dan pendidikan kesehatan. Editorial Kompas biasanya menggunakan pendekatan berbasis data dan mengedepankan solusi. Sikap yang ditampilkan umumnya berimbang, mencerminkan pandangan yang mencakup berbagai sudut pandang tanpa menyudutkan satu pihak tertentu.

2. Editorial Tempo Editorial Kompas berbeda dengan Tempo karena Tempo memiliki gaya editorial yang lebih kritis dan tajam. Persoalan politik, korupsi, dan pelanggaran hak asasi manusia digunakan dalam editorial Tempo. Misalnya, editorial tempo memberikan kritik terhadap kebijakan penanganan pandemi COVID-19. Editorial tersebut menyoroti oligarki politik dalam sistem pemerintahan Indonesia dan menyerukan ketidakadilan hukum yang berasal dari kasus korupsi kelas atas. Editorial Tempo, yang ditulis dengan gaya yang lugas dan provokatif, sering menjadi referensi bagi pembaca yang ingin memahami masalah secara kritis.

3. Editorial Media Indonesia Media Indonesia menulis tentang investasi dalam pembangunan infrastruktur dan ekonomi makro. Strategi seperti hubungan luar negeri dan keamanan membantu kebijakan ini. Media Indonesia sering menggunakan narasi yang mendorong pembaca untuk melakukan hal baik untuk masyarakat.

### **Kesimpulan**

Editorial di media besar Indonesia seperti *Kompas*, *Tempo*, dan *Media Indonesia* memiliki peran strategis dalam membentuk opini publik terhadap berbagai isu politik, ekonomi, dan sosial yang signifikan. Melalui pendekatan argumentatif yang didukung oleh data dan fakta, editorial mampu menyajikan perspektif mendalam yang berfungsi tidak hanya sebagai pemberi informasi, tetapi juga sebagai alat kontrol sosial. Editorial berperan dalam memberikan kritik terhadap kebijakan pemerintah, membangun narasi publik, dan mendorong diskusi yang lebih luas di tengah masyarakat.

Media seperti *Kompas* cenderung moderat dan mengedepankan solusi konstruktif dalam mengangkat isu-isu pembangunan ekonomi dan sosial. Sementara itu, *Tempo* dikenal lebih tajam dan kritis dalam menyikapi isu politik, korupsi, dan hak asasi manusia. Adapun *Media Indonesia* fokus pada isu-isu kebijakan makro yang mendorong pembangunan infrastruktur dan investasi nasional.

Di era digital, peran editorial semakin diperkuat oleh media sosial yang memungkinkan interaksi langsung antara publik dan media. Editorial yang dipublikasikan di platform digital dapat menyebar dengan cepat, menjangkau audiens yang lebih luas, dan memicu respons aktif dari masyarakat melalui diskusi, komentar, maupun kritik. Namun, era ini juga membawa tantangan baru, seperti disinformasi, polarisasi opini, dan framing berita yang dapat mempengaruhi persepsi publik secara negatif.

Dengan demikian, editorial tetap menjadi alat penting dalam membentuk opini publik, menggerakkan kesadaran masyarakat, dan mendorong perubahan sosial. Media besar di Indonesia memiliki tanggung jawab besar untuk menjaga integritas editorial mereka dengan menyajikan informasi yang objektif, berbasis fakta, dan relevan agar dapat menjadi panduan bagi publik dalam memahami isu-isu yang kompleks dan mendalam. Di tengah perkembangan teknologi dan media sosial, editorial harus terus beradaptasi agar tetap relevan dan mampu memenuhi kebutuhan informasi masyarakat yang semakin kritis dan dinamis.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Kami, penulis, Tumpal Sihombing dan Amelia Indriani, menyampaikan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kelancaran dalam menyelesaikan jurnal ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada Dr. Maulana Andinata Dalimunthe, S.I.Kom., M.A., dan Sofiari Ananda, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen pengampu mata kuliah Menulis Feature dan Editorial, atas bimbingan, arahan, dan motivasi yang diberikan selama proses penyusunan jurnal ini. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, masukan, dan bantuan selama proses penyelesaian tugas ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Suhendra, S., & Pratiwi, F. S. (2024, October). Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik: Studi Kasus Media Sosial. In *Iapa Proceedings Conference* (pp. 293-315).
- Swastiwi, A. W. (2024). *Globalisasi dan Media: Konvergensi Budaya dan Komunikasi*. PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa.
- Choiriyati, S. (2015). Peran Media Massa Dalam Membentuk Opini Publik. *Jurnal uml*, 2(2), 21-27.
- Fauziati, E. (2019). Peningkatan Kemampuan Memproduksi Teks Opini/Editorial Melalui Penggunaan Strategi Think-Talk-Write (Ttw) Dengan Model Project-Based Learning Pada Peserta Didik Kelas Xii Mipa 3 Semester 2 Sma Negeri 1 Paguyangan Brebes Tahun Pelajaran 2016/2017. *Orbith: Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa dan Sosial*, 14(3), 167-175.
- Bhat, M., Qadri, M., Kundroo, M., Ahanger, N., & Agarwal, B. (2020). Sentiment analysis of social media response on the Covid19 outbreak. *Brain, behavior, and immunity*, 87, 136
- Bhat, M., Qadri, M., Kundroo, M., Ahanger, N., & Agarwal, B. (2020). Sentiment analysis of social media response on the Covid-19 outbreak. *Brain, Behavior, and Immunity*, 87, 136.
- Choiriyati, S. (2019). Peran media massa dalam membentuk opini publik. *Jurnal Komunikasi*, 2(2), 21-27.
- Fauziati, E. (2019). Peningkatan kemampuan memproduksi teks opini/editorial melalui strategi Think-Talk-Write dengan model Project-Based Learning. *Orbith: Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa dan Sosial*, 14(3), 167-175.
- Kurniawan, H., & Nugraha, R. A. (2021). Analisis peran editorial dalam membentuk persepsi publik di media online. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media*, 12(1), 45-60.
- Pratiwi, F. S., & Suhendra, S. (2023). Transformasi komunikasi digital dalam penyebaran opini publik melalui media sosial. *Jurnal Penelitian Media Digital*, 4(2), 110-123.

- Qadri, M. (2020). Dinamika opini publik di era digital: Peran media massa dan media sosial. *Journal of Communication Studies*, 8(2), 85-97.
- Rahmawati, A., & Yulianto, A. (2022). Media massa dan pengaruhnya terhadap opini publik: Studi kasus pada editorial Kompas. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 5(3), 204-215.
- Rizky, M. P., & Lestari, D. (2021). Framing media dalam membentuk opini publik: Analisis editorial Tempo pada kasus korupsi. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 9(1), 50-64.
- Saputra, A., & Wulandari, E. (2020). Media sosial dan penguatan opini publik di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Media dan Komunikasi Publik*, 7(2), 101-114.
- Suhendra, S., & Pratiwi, F. S. (2024). Peran komunikasi digital dalam pembentukan opini publik: Studi kasus media sosial. *IAPA Proceedings Conference*, 293-315.
- Swastiwi, A. W. (2024). Globalisasi dan media: Konvergensi budaya dan komunikasi. *PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa*.
- Widodo, A., & Kurniasih, R. (2022). Analisis konten editorial media besar dalam mengkritisi kebijakan publik. *Jurnal Studi Media dan Publik*, 11(1), 72-88.