

Kontruksi Media Terhadap Pemberitaan Kasus Narkoba Medina Zein Dalam Pembentukan Opini Publik

Intan Leliana¹, Panji Suratriadi², Dina Rachma³

^{1,2,3}Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika
Jl. Kayu Jati V No.2, RT.9/RW.5, Rawamangun, Indonesia
e-mail: intan.ila@bsi.ac.id, suratriadi@gmail.com,

ABSTRAKSI

Masyarakat memperoleh pengetahuan atau informasi tentang persoalan yang terjadi di masyarakat melalui media komunikasi, salah satunya adalah melalui media massa. Masalah sekecil apapun bisa berkembang dengan cepat karena pemberitaan melalui media massa. Semakin pentingnya peran media dalam pembentukan opini publik tidak terlepas dari pesatnya peningkatan teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu berita yang sempat menjadi viral di semua media massa adalah kasus Tertangkapnya seorang Public Figure Medina Zein tentang keterlibatannya sebagai pengguna Narkoba. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mencoba mengumpulkan sebanyak mungkin Kasus narkoba yang menjeratnya membuat karir nya kini hancur. Fenomena ini menunjukkan ketika seseorang yang mempunyai kedudukan terjerat narkoba maka karirnya terancam. Langkah pencegahan dan pemberantasan narkoba tidak hanya dilakukan BNN dan TNI. Pahalanya, upaya tersebut harus mendapatkan dukungan dari sejumlah elemen terkait. Saat ini negara dalam ambang kehancuran akibat maraknya peredaran narkoba. Hal ini ditandai dengan sulitnya menyatakan suatu daerah bebas dari peredaran narkoba.informasi.

Keyword: narkoba, opini publik, Public Figure

ABSTRACT

People obtain knowledge or information about problems that occur in society through communication media, one of which is through mass media. The slightest problem can develop quickly because of the news through the mass media. The increasingly important role of the media in the formation of public opinion is inseparable from the rapid increase in information and communication technology. One of the news that had become viral in all mass media was the case of the arrest of a public figure Medina Zein about his involvement as a drug user. This study uses a qualitative approach that tries to collect as many drug cases as possible that have made his career ruined. This phenomenon shows that when someone who has a position is entangled with drugs, his career is threatened. Drug prevention and eradication measures are not only carried out by the National Narcotics Agency and the TNI. The reason is, these efforts must get support from a number of related elements. Currently the country is on the verge of collapse due to rampant drug trafficking. This is marked by the difficulty of declaring an area free from drug trafficking.

Keyword: drugs, public opinion, Public Figure

PENDAHULUAN

Media massa merupakan alat yang dimanfaatkan penggunaannya untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat luas. Pesan atau informasi yang disampaikan melalui media massa dapat memberikan dampak yang positif maupun negatif bagi penggunaannya. Suatu peran media massa yang sudah cukup besar mengakibatkan media massa menjadi perhatian yang penting bagi masyarakat luas. Perkembangan media massa pada era sekarang ini sudah semakin pesat dan ada kekuatan media massa yang dapat mengkonstruksi makna dalam membentuk opini publik. Pembentukan opini publik sangat bergantung pada proses komunikasi.

Masyarakat memperoleh pengetahuan atau informasi tentang persoalan yang terjadi di masyarakat melalui media komunikasi, salah satunya adalah melalui media massa. Masalah sekecil apapun bisa berkembang dengan cepat karena pemberitaan melalui media massa. Semakin pentingnya peran media dalam pembentukan opini publik tidak terlepas dari pesatnya peningkatan teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu berita yang sempat menjadi viral di semua media massa adalah kasus Tertangkapnya seorang Public Figure Medina Zein tentang keterlibatannya sebagai pengguna Narkoba.

Medina Zein dikenal sebagai seorang pengusaha dengan banyak lini bisnis. Ia tercatat telah memiliki sejumlah

bisnis antara lain bisnis skincare, kue, kosmetik, klinik kecantikan, butik, travel umroh dan villa. Sederet bisnis ini membuat Medina menjadi miliuner di usia muda. Medina juga dikenal sebagai sosok influencer berhijab. Akun Instagramnya diikuti lebih dari 750 ribu pengguna. Lewat akun Instagramnya, Medina juga kerap mengunggah foto-fotonya saat memakai barang-barang branded. Tapi akhir akhir ini pemberitaan pada media menyebutkan bahwa Medina Zein diamankan di Polda Metro Jaya terkait kasus narkoba Ibra Azhari. Berdasarkan hasil pemeriksaan, Medina Zein dinyatakan positif mengonsumsi narkoba.

Artikel ini menitikberatkan pada dampak yang ditimbulkan oleh media massa yang pada akhirnya membentuk opini publik. Titik berat nya pada tradisi sosiopsikologi yang berfokus pada memberikan perhatian antara lain pada perilaku individu (medina zein, melalui media massa, yang akhirnya membentuk bagaimana individu individu lain melakukan persepsi nya yang disebut opini publik.

1.1. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang diangkat pada makalah ini adalah “bagaimana dampak pemberitaan kasus narkoba medina zein dalam pembentukan opini publik?”

1.2. Media Massa

Media massa adalah salah satu sarana untuk memenuhi kebutuhan manusia akan informasi maupun hiburan. Media massa merupakan hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa. Merupakan salah satu elemen penting dalam proses komunikasi massa. Saluran yang disebut media massa tersebut diperlukan dalam berlangsungnya komunikasi massa. Berdasarkan bentuknya, media massa dikelompokkan atas:

1. Media cetak (*printed media*), yang mencakup surat kabar, majalah, buku, brosur, dan sebagainya.
2. Media elektronik, seperti radio, televisi, film, slide, video, dan lain-lain (Vivian, 2008).

Terdapat satu perkembangan media massa dewasa ini, yaitu ditemukannya internet. Kini masyarakat telah didominasi oleh media massa. Media massa begitu memenuhi keseharian hidup masyarakat yang tanpa disadari kehadiran dan juga pengaruhnya. Media massa memberi informasi, menghibur, menyenangkan, bahkan kadang mengganggu khalayak. Media mampu menggerakkan emosi atau mempengaruhi perasaan, menantang, dan mendefinisikan masyarakat serta membentuk realitas khalayak.

(Shirley Biagi, 2010) menyebutkan tiga konsep penting tentang media massa yaitu:

1. Media massa adalah suatu bentuk usaha yang berpusat pada keuntungan.

2. Perkembangan dan perubahan dalam pengiriman dan pengonsumsi media massa, dipengaruhi oleh perkembangan teknologi.
3. Media massa senantiasa mencerminkan sekaligus mempengaruhi kehidupan masyarakat, dunia politik, dan budaya.

Dari seluruh penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa media massa merupakan saluran komunikasi massa guna menyampaikan informasi atau pesan kepada khalayak banyak secara luas. Media massa mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat, sosial, budaya, ekonomi, politik, dan sebagainya. Media massa mengumpulkan sejumlah uang untuk menyediakan informasi dan hiburan. Media massa juga merupakan bisnis yang berpusat pada keuntungan. Menurut sejarahnya, buku adalah media massa pertama, sedangkan internet adalah media massa terbaru.

1.3. Fungsi Media Massa

Dalam arti penting media massa, Dennis McQuail (Nurudin, 2013) memberikan beberapa asumsi pokok tentang peran atau fungsi media di tengah kehidupan masyarakat saat ini, antara lain:

1. Media merupakan sebuah industri. Media terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan menciptakan lapangan kerja, barang, dan jasa. Di sisi lain, industri media tersebut diatur oleh masyarakat.
2. Media berperan sebagai sumber kekuatan yaitu alat kontrol manajemen dan inovasi dalam masyarakat. Komunikator menjadikan media sebagai pengganti kekuatan, tameng, atau sumber daya lainnya, dalam kehidupan nyata.
3. Media menjadi wadah informasi yang menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat, baik dari dalam negeri maupun internasional.
4. Media berperan sebagai wahana pengembangan budaya. Melalui media seseorang dapat mengembangkan pengetahuannya akan budaya lama, maupun memperoleh pemahaman tentang budaya baru. Misalnya gaya hidup dan tren masa kini yang semuanya didapat dari informasi di media.
5. Media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dikombinasikan dengan berita dan tayangan hiburan. Media telah menjadi sumber dominan bagi individu dan kelompok masyarakat.

Jadi, media massa memiliki fungsi yang beragam, akan tetapi pada dasarnya media massa berperan sebagai saluran dalam penyampaian informasi atau pesan. Tentang bagaimana peran media selanjutnya ditentukan oleh jenis media itu sendiri dan cara penggunaan media oleh khalayak.

1.4. Teori Agenda Setting

Teori Penentuan Agenda (bahasa Inggris: *Agenda Setting Theory*) adalah teori yang menyatakan bahwa media massa berlaku merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa.

Teori Agenda Setting pertama dikemukakan oleh Walter Lippman (1965) pada konsep "*The World Outside and the Picture in our head*", penelitian empiris teori ini dilakukan Mc Combs dan Shaw ketika mereka meneliti pemilihan presiden tahun 1972. Mereka mengatakan antara lain walaupun para ilmuwan yang meneliti perilaku manusia belum menemukan kekuatan media seperti yang disinyalir oleh pandangan masyarakat yang konvensional, belakangan ini mereka menemukan cukup bukti bahwa para penyunting dan penyiar memainkan peranan yang penting dalam membentuk realitas sosial kita, ketika mereka melaksanakan tugas keseharian mereka dalam menonjolkan berita. Khalayak bukan saja belajar tentang isu-isu masyarakat dan hal-hal lain melalui media, mereka juga belajar sejauh mana pentingnya suatu isu atau topik dari penegasan yang diberikan oleh media massa. Misalnya, dalam merenungkan apa yang diucapkan kandidat selama kampanye, media massa tampaknya menentukan isu-isu yang penting. Dengan kata lain, media menentukan "acara" (*agenda*) kampanye. Dampak media massa, kemampuan untuk menimbulkan perubahan kognitif di antara individu-individu, telah dijuluki sebagai fungsi agenda setting dari komunikasi massa.

Disinilah terletak efek komunikasi massa yang terpenting, kemampuan media untuk menstruktur dunia buat kita. Tapi yang jelas Agenda Setting telah membangkitkan kembali minat peneliti pada efek komunikasi massa.

Mereka menuliskan bahwa audience tidak hanya mempelajari berita-berita dan hal-hal lainnya melalui media massa, tetapi juga mempelajari seberapa besar arti penting diberikan kepada suatu isu atau topik dari cara media massa memberikan penekanan terhadap topik tersebut. Misalnya, dalam merefleksikan apa yang dikatakan para kandidat dalam suatu kampanye pemilu, media massa terlihat menentukan mana topik yang penting. Dengan kata lain, media massa menetapkan 'agenda' kampanye tersebut. Kemampuan untuk mempengaruhi perubahan kognitif individu ini merupakan aspek terpenting dari kekuatan komunikasi massa. Dalam hal kampanye, teori ini mengasumsikan bahwa jika para calon pemilih dapat diyakinkan akan pentingnya suatu isu maka mereka akan memilih kandidat atau partai yang diproyeksikan paling berkompeten dalam menangani isu tersebut.

McCombs dan Shaw pertama-tama melihat agenda media. Agenda media dapat terlihat dari aspek apa saja yang coba ditonjolkan oleh pemberitaan media tersebut. Mereka melihat posisi pemberitaan dan panjangnya berita sebagai faktor yang ditonjolkan oleh redaksi. Untuk surat kabar, headline pada halaman depan, tiga kolom di berita

halaman dalam, serta editorial, dilihat sebagai bukti yang cukup kuat bahwa hal tersebut menjadi fokus utama surat kabar tersebut. Dalam majalah, fokus utama terlihat dari bahasan utama majalah tersebut. Sementara dalam berita televisi dapat dilihat dari tayangan spot berita pertama hingga berita ketiga, dan biasanya disertai dengan sesi tanya jawab atau dialog setelah sesi pemberitaan.

Sedangkan dalam mengukur agenda publik, McCombs dan Shaw melihat dari isu apa yang didapatkan dari kampanye tersebut. Temuannya adalah, ternyata ada kesamaan antara isu yang dibicarakan atau dianggap penting oleh publik atau pemilih tadi, dengan isu yang ditonjolkan oleh pemberitaan media massa.

McCombs dan Shaw percaya bahwa fungsi *agenda-setting* media massa bertanggung jawab terhadap hampir semua apa-apa yang dianggap penting oleh publik. Karena apa-apa yang dianggap prioritas oleh media menjadi prioritas juga bagi publik atau masyarakat. Akan tetapi, kritik juga dapat dilontarkan kepada teori ini, bahwa korelasi belum tentu juga kausalitas. Mungkin saja pemberitaan media massa hanyalah sebagai cerminan terhadap apa-apa yang memang sudah dianggap penting oleh masyarakat. Meskipun demikian, kritikan ini dapat dipatahkan dengan asumsi bahwa pekerjaan media biasanya memang lebih dahulu mengetahui suatu isu dibandingkan dengan masyarakat umum. Berita tidak bisa memilih dirinya sendiri untuk menjadi berita. Artinya ada pihak-pihak tertentu yang menentukan mana yang menjadi berita dan mana yang bukan berita.

Asumsi-Asumsi Teori Agenda Setting

Asumsi teori ini adalah bahwa jika media memberi tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting. Jadi apa yang dianggap penting media, maka penting juga bagi masyarakat. Dalam hal ini media diasumsikan memiliki efek yang sangat kuat, terutama karena asumsi ini berkaitan dengan proses belajar bukan dengan perubahan sikap dan pendapat. Khalayak tidak hanya mempelajari isu-isu pemberitaan, tetapi juga mempelajari seberapa besar arti penting diberikan pada suatu isu atau topik berdasarkan cara media massa memberikan penekanan terhadap isu atau topik tersebut.

Media massa mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu Asumsi agenda-setting ini mempunyai kelebihan karena mudah dipahami dan relatif mudah untuk diuji. Dasar pemikirannya adalah di antara berbagai topik yang dimuat media massa, topik yang mendapat perhatian lebih banyak dari media massa akan menjadi lebih akrab bagi pembacanya dan akan dianggap penting dalam suatu periode waktu tertentu, dan akan terjadi sebaliknya bagi topik yang kurang mendapat perhatian media. Perkiraan ini dapat diuji dengan membandingkan hasil dari analisis isi media secara kuantitatif dengan perubahan pada pendapat umum yang diukur melalui survei pada dua (atau lebih) waktu yang berbeda. Teori ini menyatakan bahwa media massa merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik

dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa. Dua asumsi dasar yang paling mendasari penelitian tentang penentuan agenda adalah:

- Masyarakat pers dan mass media tidak mencerminkan kenyataan; mereka menyaring dan membentuk isu.
- Konsentrasi media massa hanya pada beberapa masalah masyarakat untuk ditayangkan sebagai isu-isu yang lebih penting dari pada isu-isu lain.

Salah satu aspek yang paling penting dalam konsep penentuan agenda adalah peran fenomena komunikasi massa, berbagai media massa memiliki penentuan agenda yang potensial berbeda termasuk intervensi dari pemodal. Ide dasar pendekatan Agenda Setting seperti yang sering dikemukakan Bernard Cohen (1963) adalah bahwa “pers lebih dari pada sekadar pemberi informasi dan opini. Pers mungkin saja kurang berhasil mendorong orang untuk memikirkan sesuatu, tetapi pers sangat berhasil mendorong pembacanya untuk menentukan apa yang perlu dipikirkan”.

1.5. Opini

a. Pengertian Opini

Istilah *opinion* yang diterjemahkan menjadi “opini” didefinisikan oleh Cutlip dan Center diartikan sebagai pengekspresian suatu sikap mengenai persoalan yang mengandung pertentangan. Opini juga diartikan sebagai pendapat atau pandangan tentang suatu persoalan (Abdullah, 2001). Ketika seseorang beropini terhadap suatu permasalahan yang sama akan menimbulkan penilaian yang berbeda, hal itu dikarenakan opini memiliki sifat subyektif yang artinya menurut pandangan sendiri-sendiri.

Opini merupakan kata yang berarti tanggapan atau jawaban terhadap sesuatu persoalan yang dinyatakan berdasarkan kata-kata, bisa juga berupa perilaku, sikap, tindakan, pandangan, dan tanggapan. Sedangkan pendapat lain mengatakan opini adalah ekspresi sikap dengan melalui jawaban positif untuk informan yang mendukung, jawaban netral dan negatif untuk jawaban yang tidak mendukung, artinya apabila seseorang beropini positif tandanya orang tersebut mendukung, dan apabila seseorang beropini negatif artinya orang tersebut menolak.

b. Tahap-tahap Pembentukan Opini

Asal mula pembentukan opini terletak dalam sebuah persoalan yang menimbulkan perselisihan yang memiliki potensi untuk berkembang menjadi isu yang akan menangkap perhatian orang banyak. Sebenarnya setiap orang memiliki keluhan dan harapan yang banyak menimbulkan perselisihan. Akan tetapi, seperti yang dikemukakan Davison, “suatu isu mulai berakar hanya jika dikomunikasikan dari satu orang ke orang kedua, yang kemudian dilanjutkan dalam percakapan sendiri” (Nimmo, 2001). Suatu isu menjadi umum jika permasalahannya menyebabkan dampak negatif kepada pihak-pihak yang bersangkutan.

Tahap pertama publikasi sebuah layanan ialah munculnya emoticon pada media sosial yang memiliki

potensi menjadi isu. Yang kedua ialah emoticon yang muncul pada media sosial tersebut menggambarkan sebuah budaya pada golongan yang tidak sesuai dengan norma-norma yang ada. Hal tersebut merangsang komunikasi melalui saluran massa, interpersonal, dan organisasi, maka terbukalah fase ketiga yakni pembentukan sebuah opini.

c. Karakteristik Opini

Opini merupakan cara individu mengekspresikan informasi yang diperoleh berdasarkan pada pemahaman individu itu sendiri sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan, individu menyadari adanya kehadiran suatu stimulus, namun individu itu menginterpretasikan stimulus tersebut. Dalam definisi ini mengandung makna:

1. Opini itu tergantung pada sensasi-sensasi yang didasarkan pada informasi sensori dasar. Yang dimaksud dengan informasi dasar adalah informasi yang sesungguhnya terjadi sampai pada alat indera kita. Untuk membuat sesuatu agar lebih bermakna diperlukannya adanya keterlibatan aktif dengan aktifitas indrawi yang berhubungan dengan pengamatan interpretasi.
2. Sensori-sensori itu menimbulkan interpretasi agar persepsi dapat terjadi. Menurut Deddy Mulyana dalam bukunya “Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar”, pada dasarnya opini atau cara pandang manusia terjadi menjadi dua, yaitu :

a) Opini terhadap objek

Opini setiap dalam menilai suatu objek atau isu permasalahan tidak selalu sama. Terkadang dalam mengopini permasalahan, seseorang dapat melakukan kekeliruan, sebab terkadang indera seseorang menipu diri orang tersebut, hal tersebut disebabkan karena:

- a. Kondisi yang mempengaruhi pandangan seseorang, seperti keadaan cuaca yang membuat orang melihat fatamorgana, pembiasan cahaya seperti dalam peristiwa ketika seseorang melihat tongkat yang dimasukkan kedalam air terlihat bengkok padahal sebenarnya tongkat tersebut lurus. Hal inilah yang disebut ilusi.
- b. Latar belakang pengalaman yang berbeda antara seseorang dengan orang lain
- c. Budaya yang berbeda.
- d. Suasana psikologis yang berbeda juga membuat perbedaan persepsi seseorang dengan orang lain dalam mempersepsi suatu objek atau isu permasalahan.

b) Opini manusia terhadap persepsi sosial

Opini sosial adalah proses menangkap arti objek-objek sosial dan kejadian-kejadian yang dialami seseorang dalam lingkungan orang tersebut. Menurut Bremm dan Kassin opini manusia adalah penilaian-penilaian yang terjadi dalam upaya manusia memahami orang lain. Opini sosial merupakan sumber penting dalam pola

interaksi antar manusia, karena opini sosial seseorang menentukan hubungan seseorang dengan orang lain.

Untuk memahami opini seseorang dan publik tersebut, menurut R. P. Abelson bukanlah perkara mudah, karena mempunyai kaitan yang erat dengan:

- a. Kepercayaan dengan sesuatu (*belief*)
- b. Apa yang sebenarnya dirasakan atau menjadi sikapnya (*attitude*)
- c. Persepsi (*perception*), yaitu suatu proses memberikan makna, yang berakar dari berbagai faktor, yakni:
 - 1) Latar belakang budaya, kebiasaan dan adat-istiadat yang dianut seseorang atau masyarakat.
 - 2) Pengalaman masa lalu seseorang/kelompok tertentu menjadi landasan atas pendapat atau pandangannya.
 - 3) Nilai-nilai yang dianut (*moral*, etika, dan keagamaan yang dianut atau nilai-nilai yang berlaku di masyarakat). Berita-berita, dan pendapat-pendapat yang berkembang yang kemudian mempunyai pengaruh terhadap pandangan seseorang. Bisa diartikan berita-berita yang dipublikasikan itu dapat sebagai pembentuk opini masyarakat.

1.6. Opini Publik

Istilah opini publik dapat dipergunakan untuk menandakan setiap pengumpulan pendapat yang dikemukakan individu-individu. Menurut Santoso Sastropetro istilah opini publik sering digunakan untuk menunjuk kepada pendapat-pendapat kolektif dari sejumlah besar orang.

Secara etimologi opini publik adalah terjemahan dari bahasa Inggris yaitu *public opinion*. Sementara *Public Opinion* berasal dari bahasa latin yaitu *opinari* dan *publicus*. *Opinari* mempunyai arti fikir atau menguduga sedangkan *publicus* artinya adalah milik masyarakat luas.

Secara sederhana opini bisa diartikan pendapat. Tapi setidaknya ada sebuah ekspresi dari pendapat tersebut baik secara verbal maupun non verbal. Selama pendapat itu belum di ekspresikan maka saat itu pendapat itu adalah pendapat pribadi. Menurut Leonard W. Dood, suatu isu baru dikatakan sebagai opini publik setelah masyarakat mengungkapkannya.

Berbeda dengan kerumunan, publik lebih merupakan kelompok yang tidak merupakan kesatuan. Interaksi terjadi secara tidak langsung melalui alat-alat komunikasi, seperti pembicaraan-pembicaraan pribadi berantai, melalui desas-desus, melalui surat kabar, radio, televisi dan film. Alat-alat penghubung ini memungkinkan "publik" mempunyai pengikut yang lebih luas dan lebih besar jumlahnya. Publik dapat didefinisikan

sebagai sejumlah orang yang mempunyai minat, kepentingan, atau kegemaran yang sama.

Publik dimengerti sebagai bentuk koordinasi kolektif yang memiliki tiga hal, yaitu: pertama, identitas lebih kurang sama. Kedua, setuju atas diagnostik masalah (sebab, tanggung jawab, dan pemecahan). Ketiga, ikut terlibat untuk suatu upaya kolektif. Jadi, opini selalu kontekstual terkait dengan budaya dan dinamika perdebatan.

Dalam hal ini, mengapa opini publik perlu diungkapkan. Karena selama tidak diungkapkan tidak akan terjalin sebuah komunikasi dan selamanya pendapat itu ada dalam diri.

Sebenarnya antara sikap dan pernyataan mempunyai arti yang berbeda. Sikap ada dalam diri seseorang, sedangkan pernyataan merupakan keluar dari diri seseorang. Tapi ada kesinambungan antara sikap dan pernyataan dalam menghadapi suatu persoalan atau situasi tertentu

Menurut (Dra. Djoenaesih S. Sunarjo, 2012), ciri-ciri opini itu adalah:

1. Selalu diketahui dari pernyataan pernyataannya;
2. Merupakan sintesa atau kesatuan dari banyak pendapat;
3. Mempunyai pendukung dalam jumlah besar

Perkembangan Opini Publik

Sebagaimana yang sudah dijelaskan diatas bahwa opini publik merupakan serapan dari bahasa Inggris *public opinion*. Pada awalnya opini publik banyak dikenal dan dipakai pada akhir abad ke-18 di Eropa dan Amerika Serikat. pemakaian istilah itu terutama berkaitan dengan kehidupan sosial pada masa itu. Istilah opini publik. Dalam arti modern pertama kali digunakan oleh Machiavelli. Ia mengatakan bahwa orang yang bijaksana tidak akan mengabaikan opini publik mengenai soal-soal tertentu, seperti pendistribusian jabatan dan kenaikan jabatan. Sementara Rosseau pernah mengatakan bahwa opini publik sebagai "ratu dunia", karena opini public tidak dapat ditaklukkan oleh raja-raja di zaman otoritarian pada abad ke-17 dan ke-18, kecuali ketika opini publik mau dibeli dan menjadi budak para raja. Dan ia juga mengatakan bahwa hukum harus bersumber dari kehendak umum.

Kemajuan ilmu, teknologi dan ekonomi pasar pada akhir abad ke-18 dan permulaan abad ke-19 mendorong timbulnya kesadaran yang luas bahwa suara rakyat harus lebih diperhatikan dalam pengambilan keputusan khususnya dalam bidang politik. Hal ini didorong oleh lahirnya tuntutan tentang publik yang ingin juga ikut menentukan nasibnya dalam kehidupan sosial, ekonomi dan politik, terutama dalam perumusan kebijakan publik atau keputusan yang menyangkut kepentingan publik.

Opini publik kemudian juga digunakan dalam kegiatan publik relations yang berkembang di Eropa dan Amerika Serikat setelah perang dunia kedua. Publik relations dipergunakan untuk mempengaruhi publik dan untuk membentuk serta membina opini publik.

Pada abad ke-20 timbul kesadaran tentang pentingnya melayani kepentingan umum. Dari sini kemudian opini publik menemukan urgensinya baik

dalam politik, sosial, dan ekonomi. Jadilah opini publik sebagai kekuatan diantara institusi pemerintahan dan hukum di Negara terbuka, khususnya di Indonesia.

Menurut Cutlip dan Center dalam bukunya "Effective Public Relation", opini publik adalah suatu hasil penyatuan dari pendapat individu individu tentang masalah umum.

1. Terdapat beberapa kekuatan dalam opini publik: Opini publik dapat menjadi suatu hukuman sosial terhadap orang atau sekelompok orang dalam bentuk rasa malu, rasa dikucilkan, rasa dijauhi, rasa rendah diri.
2. Opini publik sebagai pendukung bagi kelangsungan berlakunya norma sopan santun dan susila.
3. Opini publik dapat mempertahankan eksistensi suatu lembaga atau juga menghancurkan suatu lembaga institusi.
4. Opini publik dapat mempertahankan atau menghancurkan kebudayaan.
5. Opini publik dapat melestarikan norma sosial.

1.7. FUNGSI MEDIA MASSA DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK

Salah satu fungsi pokok media massa (Olii, 2007) adalah sebagai sumber informasi dan pendapat tentang berbagai peristiwa dalam masyarakat. Media massa memiliki beberapa fungsi dalam opini publik (McQuail, 1996), yaitu:

1. Fungsi Informasi Media menjadi fasilitas untuk mendiseminasikan pernyataan sumber yang dapat menjadi opini publik.
2. Fungsi mediasi Media menempatkan diri sebagai penghubung antara realitas sosial yang obyektif dengan pengalaman pribadi seseorang. Media dimanfaatkan untuk membentuk opini publik yang berlandaskan fakta empiris di tengah masyarakat.
3. Fungsi Amplifikasi Media dijadikan sarana untuk memperkuat pernyataan yang dilontarkan seseorang untuk berubah menjadi pendapat umum yang berkembang.
4. Media merupakan instrumen strategis yang tidak dapat dilepaskan dalam *public opinion processing*

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mencoba mengumpulkan sebanyak mungkin informasi, khususnya yang terkait dengan pertanyaan, "what is going on here?" Kualitatif-kritis tersebut memiliki ciri-ciri sebagai berikut (Connole, Smith, & Wiseman, 1993):

1. berlatar alamiah,
2. peneliti sebagai instrumen kunci,
3. data yang dianalisis secara induktif dan hasilnya berbentuk deskripsi fenomena,
4. dibangun dari asumsi-asumsi:

- a. ideologis secara terus terang,
- b. kritis secara sosial,
- c. politis pada hakikatnya dan,
- d. pembebasan dalam orientasinya,

5. bersumber dari paradigma ilmu sosial kritis dan, Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman dan kesadaran kritis (*critical awareness*) kepada seluruh masyarakat baik laki-laki maupun perempuan tentang hakikat perempuan, terutama dari aspek ideologi yang akan selalu diperjuangkannya.

Data penelitian ini dalam bentuk tayangan berita perempuan khususnya medina zein yang terlibat kasus narkoba di televisi, yang memiliki nilai ideologis tertentu serta relevan dengan penelitian ini

HASIL DAN PEMBAHASAN

Siapa yang tidak kenal Medina Zein, Influencer terkenal dengan berbagai macam bisnis kecantikannya menjadi topik hangat sampai hari ini. Sebagai desainer dan pengusaha muda, sosok Medina Zein sudah tak asing lagi. Bisnisnya di dunia fashion dan kecantikan hingga kuliner sudah dirintisnya beberapa tahun terakhir. Namun tak hanya kesuksesannya yang menjadi sorotan, tetapi isu-isu kontroversial seputar Medina Zein juga menarik perhatian publik. (JawaPos.com).

Sebelum berbicara ada efek media massa dan pembentukan opini publik. Sosok Medina Zein menjadi sedikit tertutup dengan rasa kecemasan yang terlihat pada beberapa pemberitaan di media massa, Pada psikologi yang terbangun Sedangkan pada kecemasan berkomunikasi dan bersosialisasi. Sebelumnya Kecemasan merupakan semacam rasa gelisah, khawatir dan takut akan sesuatu yang tidak jelas, yang difs atau baur, dan memiliki ciri mengazab pada seseorang. Ketika seseorang merasa ada suatu hal yang mengancam kehidupan atau orang yang disayangi, maka ia akan merasa cemas walaupun ancaman tersebut tidak jelas atau masih baur. Mediana Zein terletak pada Manifestasi perilaku penghindaran dan proteksi diri, seperti tidak menjawab atau merespon pendapat atau opini dari setiap unggahannya di media sosial. Yang pada akhirnya membentuk dirinya menjadi jauh lebih tertutup dari perilaku yang ditimbulkan.

Pada Kognisi dan Pengolahan Informasi, pada teori atribusi, bagaimana seorang Mediana Zein melakukan atribusi situasional, kemampuan, usaha, hasrat, perasaan, keterlibatan, kewajiban, dan perizinan.

Cara berkomunikasi Medina Zein pada orang lain melalui media social. Pada saat melakukannya beberapa logika yang tampak pada setiap unggahannya, seperti logika ekspresif yang merupakan permainannya dalam menciptakan citra dirinya melalui media sosial, logika konvensional yaitu pada saat Mediana Zein menuliskan tentang pengungkapan diri pada saat menghadapi masalahnya dengan Sakia Sungkar dan Irwansyah serta pada saat menghadapi kasusnya yang tertangkap sebagai pengguna narkoba, serta logika retorik yaitu pada saat Mediana Zein mengunggah pesan atas dasar argumentasinya secara luwes tentang kasus-kasusnya tersebut.

Kasus-kasus Medina Zein

Kasus yang berkembang tentang medina Zein sebelum tersandung kasus Narkoba yang akhirnya memperburuk nama baik nya, **Menurut info yang berkembang di media massa, Medina Zein pernah melaporkan karyawannya tentang Penipuan Bisnis Umrah.** Medina Zein memulai bisnis travel sejak 2015. Bisnis travelnya memang ditujukan untuk kelas menengah ke atas karena ia memberikan fasilitas bintang lima. Medina menekankan kalau bisnis travel umrah ditujukan hanya untuk ibadah. Setiap keuntungan dari bisnis umrah digunakan untuk memberangkatkan karyawan, keluarga, serta orang terdekat ke Tanah Suci.

Pada 2018, Medina Zein pernah menjadi korban penipuan atas bisnis travel dan umrah yang dia geluti. Medina mengungkapkan pelakunya adalah manajernya sendiri. Medina sebagai pemilik travel umrah Medina Zein Global Travelindo, saat itu mengaku ditipu hingga mencapai miliaran Rupiah oleh pria bernama Herman yang merupakan manajernya dalam perusahaan travel tersebut. Herman diduga melakukan pemalsuan tiket umrah, yang sempat membuat puluhan jemaah telantar di Bandara Soekarno Hatta selama dua hari. Herman adalah orang kepercayaan selama 3 tahun di Medina Zein Tour Travel. Kasus itu selesai dan sudah dibawa ke ranah hukum.

Kemudian Perseteruan dengan Irwansyah dan Zaskia Sungkar. Medina meletakkan dananya di 2 tempat yakni Pekanbaru Just Cake milik Melly Goeslow dan Bandung Makuta. Untuk Pekanbaru Just Cake, Medina mengaku bahwa itu sudah tutup dan dia mengikhlaskan. Hanya saja pada toko kue Bandung Makuta, Medina mengaku tak mendapatkan profit pada tahun 2018. Dia pun berusaha mencari tahu apa yang terjadi namun pihak Irwansyah tidak berperilaku kooperatif.

Pada Oktober 2019, Medina Zein terlibat perseteruan dengan pasangan selebriti Zaskia Sungkar dan Irwansyah. Medina Zein melaporkan Irwansyah ke Polrestaes Bandung atas kasus dugaan penggelapan uang. Medina saat itu melaporkan Irwansyah sebagai Komisaris PT Bandung Berkah Bersama dan Fitra Olid sebagai PT Bandung Berkah Bersama. Medina merasakan dirugikan karena sebagai investor perusahaan kuliner Bandung Makuta dari PT tersebut banyak menemukan aliran dana gelap. Jumlahnya hampir Rp 2 miliar. Namun belakangan, Medina Zein dan Zaskia Sungkar akhirnya berdamai.

Kasus Pengakuan Bipolar, Lagi-lagi Medina Zein memberi pengakuan mengejutkan di depan publik. Tak lama kasusnya berselang dengan Irwansyah dan Zaskia Sungkar, Medina Zein mengaku dirinya mengidap bipolar. Bipolar adalah gangguan mood yang menjadi salah satu gangguan kesehatan mental. Medina Zein mengaku sedang menjalani pengobatan. Dia juga berulang kali mengunggah kata-kata penyemangat untuk siapa saja memerangi penyakit kesehatan mental. Dan terakhir adalah kasus **Tersandung Narkoba**



Sumber, CNN.com

Gambar 1.1. Pemberitaan narkoba Medina Zein

Polda Metro Jaya menangkap Medina Zein atas dugaan penyalahgunaan narkoba. Polisi telah memeriksa urine adik ipar Ibra Azhari itu setelah ditangkap pada Sabtu 28 Desember 2019. Hasilnya, Medina positif mengandung narkoba. Tes urine nya terbukti mengandung amphetamine sama metamfetamin.

Media massa dan Pembentukan Opini Publik Kasus Narkoba Medina Zein

Media massa menjadikannya lalu-lalang ramaikan layar kaca. Semua aspek kehidupannya dituntas untuk dipaparkan kepada pemirsa. Kekuatan mediamassa memang tidak diragukan lagi untuk mempengaruhi massa. Respon dari masyarakat begitu mendalam.

Para ilmuwan komunikasi dari dulu sampai sekarang berbeda pendapat mengenai kekuatan media massa memengaruhi pendapat dan sepak terjang khalayak. Sebagian mengatakan sesungguhnya media itu sangat powerfull. Media tidak hanya sanggup memengaruhi opini publik, tapi juga tindakan publik. Di sisi lain, pengaruh media dikatakan terbatas, tergantung pada konteks ruang dan waktu, dan di mana media itu bekerja. Bagi mereka yang menganggap the media is powerfull, kemudian melahirkan beberapa teori komunikasi massa yang memiliki pengaruh besar terhadap masyarakat dan budaya, yakni teori Agenda Setting.

Dalam kasus Narkoba Medina Zein, Framing yang dilakukan media membuat suatu berita terus menerus ditayangkan sehingga muncul agenda publik. Seperti yang dikatakan Robert N. Ertman, framing adalah proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain. Masyarakat akan menjadikan topik utama yang diangkat oleh media sebagai bahan perbincangan sehari-hari. Pengaruh dari teori agenda setting terhadap masyarakat dan budaya sangat besar. Dampak dari media massa men-blow up kasus Narkoba Medina zein terbentuklah opini publik yang cenderung untuk memberikan dukungan atau bahkan tidak

menjadikannya (Medina Zein) influencer dan motivator kembali karena kasus Narkoba yang menyimpannya.

Kasus Mediana Zein ini maka dapat dilihat dari kecenderungan Medina Zein secara psikologi dalam mengungkapkan percakapan-percakapan tentang sesuatu yang dapat memotivasi pendukungnya, serta menunjukkan sudut pandang akan dirinya dari pesan-pesan yang disampaikan melalui media social, serta Mediana Zein juga mempertinggi kredibilitas dan membangun ketrampilan berkomunikasi.

Postingan-postingan yang membangun serta bisnis yang dijalankan dari tokoh milenial ini menjadikan ia sangat berpengaruh bagi khalayak terutama pengikut (Follower) yang sudah mengikuti jejak kehidupan Medina Zein dari awal.

Kasus narkoba yang menjeratnya membuat karirnya kini hancur. Fenomena ini menunjukkan ketika seseorang yang mempunyai kedudukan terjerat narkoba maka karirnya terancam. Langkah pencegahan dan pemberantasan narkoba tidak hanya dilakukan BNN dan TNI. Pasalnya, upaya tersebut harus mendapatkan dukungan dari sejumlah elemen terkait. Saat ini negara dalam ambang kehancuran akibat maraknya peredaran narkoba. Hal ini ditandai dengan sulitnya menyatakan suatu daerah bebas dari peredaran narkoba.

Sebagai masyarakat tentunya berharap agar negara kita bisa terbebas dari gelapnya dampak buruk penyalahgunaan narkoba, diharapkan juga kepada pemerintah dan lembaga-lembaga terkait dapat lebih memperhatikan lagi dan secara tegas memberantas permasalahan narkoba dalam bentuk apapun itu. dan juga diharapkan agar lebih kiat melakukan sosialisasi terhadap seluruh lapisan masyarakat, karena narkoba telah merampas negeri kita lebih ganas dari para penjahat dan dari negara yang diklaim telah merampas kebudayaan bangsa kita.

KESIMPULAN

1. Media massa menjadikannya lalu-lalannya ramai layar kaca. Semua aspek kehidupannya dituntas untuk dipaparkan kepada pemirsanya. Kekuatan media massa memang tidak diragukan lagi untuk mempengaruhi massa. Respon dari masyarakat begitu mendalam. Dalam kasus Narkoba Mediana Zein, Framing yang dilakukan media membuat suatu berita terus menerus ditayangkan sehingga muncul agenda publik. Masyarakat akan menjadikan topik utama yang diangkat oleh media sebagai bahan perbincangan sehari-hari. Pengaruh dari teori agenda setting terhadap masyarakat dan budaya sangat besar. Dampak dari media massa men-blow up kasus Narkoba Medina Zein terbentuklah opini publik yang cenderung untuk memberikan dukungan atau bahkan tidak menjadikannya (Medina Zein) influencer dan motivator kembali karena kasus Narkoba yang menyimpannya.
2. Kasus narkoba yang menjeratnya membuat karirnya kini hancur. Fenomena ini menunjukkan ketika seseorang yang mempunyai kedudukan terjerat narkoba maka karirnya terancam. Langkah pencegahan dan pemberantasan narkoba tidak hanya

dilakukan BNN dan TNI. Pasalnya, upaya tersebut harus mendapatkan dukungan dari sejumlah elemen terkait. Saat ini negara dalam ambang kehancuran akibat maraknya peredaran narkoba. Hal ini ditandai dengan sulitnya menyatakan suatu daerah bebas dari peredaran narkoba.

3. Sebagai masyarakat tentunya berharap agar negara kita bisa terbebas dari gelapnya dampak buruk penyalahgunaan narkoba, diharapkan juga kepada pemerintah dan lembaga-lembaga terkait dapat lebih memperhatikan lagi dan secara tegas memberantas permasalahan narkoba dalam bentuk apapun itu. dan juga diharapkan agar lebih kiat melakukan sosialisasi terhadap seluruh lapisan masyarakat, karena narkoba telah merampas negeri kita lebih ganas dari para penjahat dan dari negara yang diklaim telah merampas kebudayaan bangsa kita

REFERENSI

- John, L., & Foss, K. (2009). *Teori Komunikasi* (9th ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Karman. (2013). Riset Penggunaan Media Dan Perkembangannya Kini Researches On Media Uses And Its Development. *JURNAL STUDI KOMUNIKASI DAN MEDIA*, 17(1), 103–121. Retrieved from file:///C:/Users/ASUS/Downloads/129-256-1-SM.pdf
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/01/16/tel-evisi-media-paling-banyak-dikonsumsi-milenial-indonesia>
- Abdullah, 2001. Press Relation, Bandung: Remaja Rosdakarya,
- Hafied Cangara, 2009. Komunikasi politik, Konsep, Teori, dan Strategi, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Littlejohn, Stephen W. Foss, Karen A. 2011. Teori Komunikasi; Theories of Human Communication, Edisi ke-9. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, Denis. 2011. Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Morissan, 2013. Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Nikmah Hadiati S, 2012. Opini Publik, Pasuruan: Lunar Jaya.
- Nimmo, 2001, Komunikasi Politik; khalayak dan efek, Bandung, Rosdakarya,
- Nurudin, 2013, Pengantar Komunikasi Massa Edisi 1 Cetakan Ke-5. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- West, Richard. 2007. Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi. Penerbit Salemba Humanika: Jakarta