

OPINI PUBLIK DALAM AKUN INSTAGRAM @SUARASURABAYAMEDIA TENTANG KINERJA WALIKOTA SURABAYA ERI CAHYADI

¹Alvindo Natalerian Redi, ²Jupriono,

³Amalia Nurul Muthmainnah

^{1,2,3} Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

natalerian@gmail.com

ABSTRACT

The role of the media is important to mediate information and determine topics, problems or important things for public attention. By itself, the community will be affected by the situation (issue) formed by the media so that opinions emerge through social networks with the opinions of individuals who express related to the situation reported in a supportive, rejecting, or impartial manner. This study examines how public opinion about the performance of Surabaya Mayor Eri Cahyadi through comments on the Instagram account @suarasurabayamedia. Public opinion is divided into three classifications into positive, negative and neutral opinions. By using the netnography or virtual ethnography method, the author can examine and dig deeper into the various kinds of public opinion. After being analyzed, it was found that public opinion data showed higher negative results than positive or neutral data. so that Eri Cahyadi as the mayor of Surabaya can be more responsive in listening to criticisms and suggestions that have been submitted by the public and be more proactive in his performance for the city of Surabaya in the future.

Keywords: Public Opinion, Instagram, Eri Cahyadi

ABSTRAK

Peran media penting dalam menyampaikan informasi dan dalam menentukan topik, isu atau isu penting yang menjadi kepentingan publik. Situasi (isu) yang diciptakan oleh media itu sendiri mempengaruhi masyarakat sedemikian rupa sehingga melalui jejaring sosial, opini terbentuk dari pendapat orang-orang yang menyatakan pernyataan mendukung, negatif atau netral tentang situasi yang diberitakan. Penelitian ini mengkaji bagaimana opini publik tentang kinerja Walikota Surabaya Eri Cahyadi melalui komentar dalam akun Instagram @suarasurabayamedia. Opini publik dibagi menjadi tiga klasifikasi menjadi opini positif, negatif dan opini netral. Dengan menggunakan metode netnografi atau etnografi virtual, penulis dapat mengkaji dan menggali lebih dalam tentang opini publik yang sangat bermacam macam. Setelah dianalisis, ditemukan bahwa data opini publik menunjukkan hasil negatif yang lebih tinggi dibandingkan data positif atau netral. agar Eri Cahyadi sebagai walikota Surabaya bisa lebih responsif dalam mendengarkan kritik dan saran yang telah disampaikan masyarakat dan lebih proaktif atas kinerjanya untuk kota Surabaya ke depannya.

Kata Kunci : Opini Publik, Instagram, Eri Cahyadi

PENDAHULUAN

Salah satu sarana yang dapat memunculkan sebuah opini adalah media sosial. Didorong oleh meningkatnya ekspektasi masyarakat dan kebutuhan pemerintah akan inovasi, media sosial telah menjadi bagian sentral dari *e-governance* atau *e-governance*. Kehadiran media sosial mendorong proses reformasi birokrasi dan menciptakan *good governance* (Huda & Yunas, 2016). Menurut pemerintah, website interaktif dinilai bermanfaat dan mudah menerima pengaduan dan pengaduan dari masyarakat tanpa harus bertemu langsung atau melalui media tradisional lainnya (Mahmudah, 2018). Efektivitas e-administrasi tidak hanya berfokus pada manfaat kemudahan komunikasi dengan publik dan memfasilitasi perumusan tujuan pemerintah kepada pemerintah, tetapi juga pada sejauh mana penggunaan media sosial dapat meningkatkan efisiensi kepercayaan publik, persepsi kualitas layanan dan partisipasi warga. Peran aktif follower juga memberikan feedback yang besar dalam mempengaruhi citra pemerintah. Beberapa kinerja pemerintah tidak selalu baik dan bisa diterima oleh masyarakat. Tindakan dan kegiatan pemerintah atau lembaga pemerintah dicermati secara langsung oleh publik ketika representasi tersebut didasarkan pada fakta, yaitu. H. informasi yang disampaikan melalui media sosial didasarkan pada informasi dan fakta yang jelas, memperhatikan kepentingan umum, mudah diakses dan dapat diketahui oleh siapa saja kapan saja, di mana saja, dan dengan cara apa saja, dengan pesan yang benar, jujur, dan apa adanya adalah. Selain itu, pemilik akun terlibat atau ada partisipasi dan keterlibatan, yaitu pesan yang dikirim melalui media sosial dimaksudkan untuk mendorong pengikut bergabung dan berpartisipasi dengan berkomentar, menanggapi dan memposting berita yang diberikan.

Berangkat dari pertanyaan tersebut, penelitian ini memfokuskan pada opini publik terhadap penggunaan media sosial dalam konteks *good governance* dan aspek-aspeknya. Studi opini publik tentang penggunaan media sosial oleh pemerintah kota masih jarang. Alasan memilih akun instagram @suarasurabayamedia dalam penelitian adalah karena sangat konsisten dan sangat banyak dalam produksi konten. Selain itu diantara beberapa kelebihan akun Instagram diatas, akun @suarasurabayamedia yang membuat lebih banyak followernya mendapatkan konten berita tentang kinerja Eri Cahyadi yaitu 73 konten. Kemudian penelitian ini memilih judul “Opini publik dalam akun instagram @suarasurabayamedia Tentang Kinerja Walikota Surabaya Eri Cahyadi” yang dimana mengambil sosok Eri Cahyadi sebagai subjek penelitian. Sebab seorang pemerintah termasuk Walikota Surabaya dituntut masyarakat untuk menyampaikan informasi mengenai program-program, kebijakan, realisasi kerjanya secara terbuka, juga transparan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sebagai penjabaran peneliti dalam mengkaji tentang opini publik @suarasurabayamedia terhadap kinerja walikota Surabaya Eri Cahyadi. Menurut Moleong (2016), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena dari pengalaman para peneliti, seperti perilaku, pengamatan, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara komprehensif dan dengan bantuan kata-kata dan deskripsi, bahasa, dalam konteks alami yang ditentukan, dan menggunakan berbagai metode alami. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif eksploratif. (Creswell, 2016) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif eksploratif merupakan suatu pendekatan untuk menggali dan memahami pentingnya individu atau kelompok dalam memecahkan masalah sosial atau manusia. Subyek penelitian ini adalah pengguna Instagram yang mengomentari konten kinerja Wali Kota Surabaya Eri Cahyadi media sosial Instagram @Suarabayamedia. Sedangkan objek

penelitian ini adalah media sosial Instagram @Suarabayamedia yang menyebarkan informasi kepada masyarakat. Teknik pengumpulan data utama untuk penelitian ini dilakukan dengan memantau komentar, suka, dan bagikan postingan tentang kinerja Walikota Surabaya Eri Cahyadi dari akun Instagram yang dimiliki oleh @suarasurabayamedia, Sementara data sekunder diperoleh melalui studi literatur berupa jurnal dengan judul “Analisis Framing Citra Politik Eri Cahyadi Dalam Program Perkuat Pelayanan Di Garda Terdepan Pada Akun Instagram @Ericahyadi_” dan jurnal yang berjudul “Impression Management Pejabat Publik Melalui Media Sosial (Analisis Isi Kualitatif Pengelolaan Kesan Wali Kota Surabaya Eri Cahyadi dalam Akun Instagram @ericahyadi_)”. Teknik pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode netnografi. Analisis data adalah tentang mengatur, berbagi, dan menganalisis data secara sistematis, mencari pola, menemukan masalah penting, dan menentukan laporan. Analisis data dipandu oleh kajian pustaka yang telah diuraikan sebelumnya (Bungin, 2015). Untuk mendapatkan validitas hasil, perlu dilakukan pengecekan kredibilitas sebagai berikut: Meningkatkan kehadiran peneliti di lapangan, memperdalam pengamatan, triangulasi (menggunakan berbagai sumber, metode, peneliti, teori), diskusi sejawat, menganalisis kasus negatif, memantau kecukupan hasil (Bungin, 2015).

HASIL PENELITIAN

Menurut Effendy, pendapat Setiadarma sendiri tidak memiliki tingkatan atau lapisan, melainkan memiliki arah, yaitu sebagai berikut:

1. Positif bila pendapat yang dikemukakan secara eksplisit dan implisit mendukung objek pendapat (orang memberikan persetujuannya).
2. Netral bila pendapat yang dikemukakan bersifat netral atau bila orang tersebut membuat pernyataan yang meragukan.
3. Negatif ketika pendapat yang diungkapkan secara eksplisit dan tidak langsung menolak atau mengutuk subjek pendapat (orang tersebut memiliki pendapat lain).

Oleh karena itu, opini publik adalah kombinasi dari opini individu. Opini menjadi opini karena ada sesuatu di masyarakat yang menimbulkan konflik, ada yang positif, ada yang netral, dan ada yang negatif (Effendy dalam Setiadarma, 2021).

Salah satu fitur yang dapat digunakan pengguna di Instagram saat ini adalah suka tidak hanya untuk unggahan, tetapi juga untuk setiap komentar yang dibuat. Fenomena yang terakhir ini menunjukkan bahwa komentar yang paling banyak mendapat likes disebut top comment dan menempati urutan teratas sesuai dengan jumlah likes yang diterima (Diana, 2018). Hal ini terkait dengan semakin beragamnya bentuk interaksi media sosial. Maka dari itu tidak semua komentar yang ada dalam postingan akan diteliti namun telah diseleksi menjadi beberapa komentar saja yang disajikan dalam penelitian ini dengan alasan komentar-komentar tersebut telah memiliki like yang berarti komentar netizen di atas disetujui oleh individu lain sehingga tidak hanya sekedar opini individu namun sudah tergolong opini publik. Berdasarkan penjelasan singkat teori diatas, peneliti mengklasifikasikan kategori opini publik dalam akun Instagram @suarasurabayamedia tentang kinerja Walikota Surabaya Eri Cahyadi menjadi tiga kategori yaitu positif, negatif dan netral sebagai berikut:

Dalam postingan mengenai “Pemberitaan Dan Aturan Baru Mengenai Naiknya Level PPKM Menjadi Level 2”, tercatat 10 komentar negatif, 0 komentar positif dan 0 komentar netral. Kemudian dalam postingan dengan judul “Pemberitaan Kenaikan Level PPKM Menjadi Level 3”, telah tercatat 4 komentar negatif, 3 komentar positif dan 0 komentar bersifat netral. Postingan ketiga tentang “Pemberitaan kebijakan Pemkot Surabaya targetkan puluhan ribu

UMKM mempunyai nomor induk berusaha”, berisikan 2 komentar negatif, 1 komentar positif dan 1 komentar netral. Postingan keempat tentang “Pemberitaan Target Surabaya Zero Stunting” menghasilkan 2 komentar negatif, 2 komentar positif dan 2 komentar netral. Postingan kelima tentang “Pemberitaan Surabaya Capai Target Investasi” tercatat 2 komentar negatif 1 komentar positif dan 0 komentar netral.

Selanjutnya postingan tentang “Pemberitaan Eri Cahyadi Menindak ASN yang tinggal dirusunawa” di dalamnya berisi 3 komentar negatif, 4 komentar positif dan 2 komentar netral. Postingan ke tujuh tentang “Pemberitaan Proses Pembongkaran Penampungan Sementara Pasar Turi Lama” tercatat 2 komentar dengan kategori negatif 2 komentar dengan kategori positif dan 0 komentar dengan kategori netral. Postingan ke delapan tentang “Pemberitaan Pasar Turi Kembali Beroperasi” menghasilkan 0 komentar negatif, 3 komentar kategori positif dan 1 komentar bersifat netral. Postingan ke Sembilan tentang “Pemberitaan Tentang Berlakunya Pembelajaran Tatap Muka Wajib Dapat Izin Orang Tua” mencatatkan 4 komentar negatif, 2 komentar positif dan 1 komentar netral. Dan yang terakhir postingan tentang “Pemberitaan Larangan Bagi-bagi takjil dan Sahur On The Road” tercatat 4 komentar kategori negatif, 2 komentar dengan kategori positif dan 1 komentar kategori netral.

Dapat diartikan bahwa netizen memiliki kecenderungan sikap yang beragam baik berupa opini negatif, opini positif dan opini netral namun secara jumlah opini negatif cenderung lebih besar. Menurut Akbari dalam (Astuti, 2019) Komentar buruk, buruk, dan memalukan dari netizen adalah semacam perubahan dari konteks tinggi ke konteks rendah. Jika orang pada awalnya memikirkan baik-baik apa yang dikatakan karena tidak ingin menyakiti perasaan orang lain, maka hal itu tidak akan ditemukan lagi di dunia maya. Berhenti merasa bersalah tentang komentar negatif. Faktor anonimitas juga menjadi alasan lain mengapa orang tidak takut melontarkan komentar buruk. Pengguna media sosial bersembunyi di balik akun anonim dan berani melakukan apa saja karena merasa tidak ada yang bisa menemukannya.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan telah disimpulkan bahwa 10 postingan @suarasurabayamedia tentang kinerja Eri Cahyadi pada rentang waktu 3 Februari – 30 Maret 2022 data opini publik menunjukkan hasil negatif yang lebih tinggi dibandingkan data positif atau netral. Hasil penelitian menunjukkan opini negatif ketika komentar mengandung konotasi negatif, penolakan, dan ketidaksetujuan. Sedangkan komentar yang tidak berisi pernyataan negatif maupun positif dan kalimat tersebut merupakan kalimat pernyataan yang tidak memihak maka hasil menunjukkan opini netral. Dan hasil opini positif apabila komentar tersebut bermakna positif, setuju dan mendukung kebijakan tersebut.

1. Dalam kategori opini publik positif: Komentar Opini Publik mendukung atau menyetujui isu kebijakan atau target dan prestasi yang Eri Cahyadi lakukan untuk Surabaya. Banyak orang berpikir bahwa kebijakan ini harus diterapkan, tetapi dalam komentarnya, pengguna internet juga mengingatkan bahwa implementasi kebijakan ini harus diperiksa dan diterapkan dengan benar.
2. Dalam kategori opini publik yang netral: Opini publik bersifat netral dalam menanggapi isu kebijakan serta kinerja yang dicapai Eri Cahyadi untuk kota Surabaya. Pada katagori ini netizen cenderung hanya memberikan emoticon saja dan juga hanya sekedar promosi usaha mereka masing-masing.
3. Dalam kategori opini negatif: Komentar negatif dari opini publik dalam menanggapi masalah politik dan hasil yang dicapai oleh Eri Cahyadi untuk kota Surabaya, netizen secara tegas menyatakan menentang atau tidak mendukung kebijakan ini. Komentar negatif dari opini publik

tersebut menimbulkan ketidakpercayaan terhadap kinerja Wali Kota Surabaya Eri Cahyadi. Hal ini diperparah dengan persoalan perbandingan kinerja walikota Surabaya sebelumnya dan juga kebijakan yang ada tidak dijalankan dengan baik. kepada publik, agar pertanyaan politik ini tidak mendapat jawaban positif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa opini publik tentang kinerja Eri Cahyadi cenderung ke arah negatif. Maka saran yang dapat penulis sampaikan yaitu agar Eri Cahyadi sebagai walikota Surabaya bisa lebih responsif dalam mendengarkan kritik dan saran yang telah disampaikan masyarakat dan lebih proaktif lagi dalam kerjanya sehingga ketika mengatasi permasalahan di kota Surabaya tidak menunggu ada kejadian yang fatal kemudian baru dikerjakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, S. W., & Yenny, Y. (2019). Body Shaming di Dunia Maya: Studi Netnografi pada Akun Youtube Rahmawati Kekeyi Putri Cantika. *Promedia (Public Relation Dan Media Komunikasi)*, 5(1).
- Bungin, B. (2015). Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya Edisi Kedua (ke-2nd ed.). Prenadamedia Group.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Setiadarma, A. (2021). Kaitan Public Opinion dan Public Relations. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 26(3), 214–226.