|  |  |
| --- | --- |
|  | D:\Dokumen Mocher\desktop\logo UMB.jpg |
|  | **MODUL PERKULIAHAN** |
|  |  |
|  | **Opini Publik** |
|  |  |
|  | **Faktor Ekonomi, Politik dan Hubungannya Dengan Opini Publik**  |
|  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |   |  |  |  |
|  | **Fakultas** | **Sesi** | **Modul Online** | **Kode MK** | **Disusun Oleh** |  |
|  | **Ilmu Komunikasi** | **10** |  **08** | **HMJ201** | **Yumeldasari Chaniago, S.Sos., M.Si** |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Abstract** | **Kompetensi** |
| Pokok bahasan pemahaman tentang faktor ekonomi dan hubungannya dengan opini publik.   | Mahasiswa diharapkan dapat memahami dan menjelaskan bagaimana ekonomi dapat membentuk atau mempengaruhi opini publik. |

# PENDAHULUAN

Opini publik merupakan pendapat kelompok masyarakat atau sintesa dari pendapat dan diperoleh dari suatu diskusi sosial dari pihak-pihak yang memiliki kaitan kepentingan. Agregat dari sikap dan kepercayaan ini biasanya dianut oleh populasi orang dewasa. Opini publik memiliki faktor-faktor yang mempengaruhinya. Di antaranya adalah sosialisasi politik, budaya politik, ideologi negara dan agama, struktur ekonomi dan strata sosial, serta struktur negara.

Sosialisasi politik adalah proses pewarisan nilai-nilai dari generasi sebelumnya ke generasi setelahnya yang merujuk pada pembentukan sikap dan tingkah laku politik. Peristiwa ini tidak menjamin bahwa masyarakat mengesahkan sistem politiknya, sekalipun hal ini mungkin bisa terjadi. Dalam kaitannya dengan opini publik, sosialisasi politik yang dilakukan mempengaruhi opini publik yang berkembang. Jika sosialisasi yang terjadi adalah mengenai A, maka publik akan mengemukakan opini-opini yang mengarah pada A. Sosialisasi politik pun mengembangkan pemikiran-pemikiran baru yang bertentangan dari opini orang kebanyakan. Sosialisasi politik mengarahkan pikiran publik untuk menyatakan opini-opini mengenai hal-hal yang berhubungan dengan sesuatu yang disosialisasikan itu.

Budaya politik merupakan orientasi psikologis terhadap obyek sosial yang meliputi aspek kognitif, afektif dan evaluatif yang ditujukan kepada sistem politik secara umum. Atau, secara praktis, budaya politik merupakan seperangkat nilai-nilai yang menjadi dasar para aktor untuk menjalankan tindakan-tindakan dalam ranah politik. Budaya politik membentuk orientasi/arah opini seseorang yang pada akhirnya menentukan opini publik. Suatu komunitas yang mempunyai budaya politik yang relatif sama akan membentuk opini yang sama pula.

Ideologi menggerakkan orientasi seorang individu untuk beraktivitas. Ideologi negara menggerakkan suatu negara untuk bertindak. Ideologi negara akan mengarahkan opini publik ke arah yang diinginkan negara tersebut. Indonesia tidak akan membiarkan opini publik mengenai komunisme berkembang dan menjalar karena hal itu bertentangan dengan ideologi Pancasila yang dianut. Sedangkan ideologi agama berpengaruh lebih luas. Ideologi agama dapat menyebabkan fragmentasi opini-opini publik ke dalam kotak-kotak dalam agama tersebut. Pendapat Muhammadiyah seringkali berbeda dengan pendapat kaum Nahdlatul Ulama meskipun mereka sama-sama satu agama.

Struktur ekonomi dan strata sosial mencerminkan kelas-kelas dalam masyarakat yang berbeda. Golongan lapisan atas memiliki pendapat tersendiri terhadap opini publik yang berkembang. Kelompok borjuis mungkin akan menganggap liberalisasi atau pengembangan pasar bebas sedangkan golongan rakyat menengah ke bawah akan menolak hal tersebut dan lebih mengutamakan kemampuan masyarakat. Struktur ekonomi suatu negara—apakah negara tersebut berstruktur ekonomi agraris, industrial ataupun jasa—mengarahkan opini publik pada pemenuhan struktur ekonomi tersebut. Opini publik dalam negara agraris akan berkembang dan mengarah pada pemenuhan kebutuhan agraris negara tersebut. Begitupun negara industri dan jasa. Opini yang sesuai dengan struktur ekonomi dalam suatu negara akan mendapat porsi yang lebih besar dalam masyarakat negara tersebut.

Struktur suatu negara turut mempengaruhi opini publik dalam negara tersebut. Opini yang ada di kalangan pejabat-pejabat di legislatif membentuk opini tersendiri—struktur yang lebih tinggi pun akan membentuk opini yang nantinya akan berkembang menjadi opini publik. Hal itu karena kekuasaan mereka (untuk membentuk dan mengarahkan opini yang berkembang) lebih besar. Opini publik semakin terbuka saat kasus Anggodo berkembang ke arah kriminalisasi KPK oleh polisi. Pemerintah yang membentuk tim untuk mengawasi masalah ini semakin menguatkan opini publik akan lepas tangannya presiden.

Sebelum membahas lebih lanjut mengenai faktor ekonomi dan hubungannya dengan Opini Publik, perlu diketahui terlebih dahulu faktor-faktor yang memengaruhi opini publik, yaitu :

1. **Pendidikan**
Pendidikan, baik formal maupun non formal, banyak mempengaruhi dan membentuk persepsi seseorang. Orang berpendidikan cukup, memiliki sikap yang lebih mandiri ketimbang kelompok yang kurang berpendidikan. Yang terakhir cenderung mengikut.
2. **Kondisi Sosial**

Masyarakat yang terdiri dari kelompok tertutup akan memiliki pendapat yang lebih sempit daripada kelompok masyarakat terbuka. Dalam masyarakat tertutup, komunikasi dengan luar sulit dilakukan.

1. **Kondisi Ekonomi**

Masyarakat yang kebutuhan minimumnya terpenuhi dan masalah survive bukan lagi merupakan bahaya yang mengancam, adalah masyarakat yang tenang dan demokratis.

1. **Ideologi**
Ideologi adalah hasil kristalisasi nilai yang ada dalam masyarakat. Ia juga merupakan pemikiran khas suatu kelompok. Karena titik tolaknya adalah kepentingan ego, maka ideologi cenderung mengarah pada egoisme atau kelompokisme.
2. **Organisasi**
Dalam organisasi orang berinteraksi dengan orang lain dengan berbagai ragam kepentingan. Dalam organisasi orang dapat menyalurkan pendapat dan keinginannya. Karena dalam kelompok ini orang cenderung bersedia menyamakan pendapatnya, maka pendapat umum mudah terbentuk.
3. **Media Massa**

Persepsi masyarakat dapat dibentuk oleh media massa. Media massa dapat membentuk pendapat umum dengan cara pemberitaan yang sensasional dan berkesinambungan.

Dari penjelasan faktor-faktor yang memengaruhi opini publik diketahui bahwa salah satunya adalah opini publik. Josep bintang kalangi, (2009:4) menuliskan bahwa, ekonomi merupakan salah satu [ilmu sosial](http://id.wikipedia.org/wiki/Ilmu_sosial) yang mempelajari aktivitas manusia yang berhubungan dengan [produksi](http://id.wikipedia.org/wiki/Produksi), [distribusi](http://id.wikipedia.org/wiki/Distribusi), dan [konsumsi](http://id.wikipedia.org/wiki/Konsumsi) terhadap [barang](http://id.wikipedia.org/wiki/Barang) dan [jasa](http://id.wikipedia.org/wiki/Jasa). Istilah "ekonomi" sendiri berasal dari bahasa [Yunani](http://id.wikipedia.org/wiki/Bahasa_Yunani), yaitu (oikos) yang berarti [keluarga](http://id.wikipedia.org/wiki/Keluarga), rumah tangga dan (nomos) yang berarti peraturan, aturan, [hukum](http://id.wikipedia.org/wiki/Hukum). Secara garis besar, ekonomi diartikan sebagai "aturan rumah tangga" atau "manajemen rumah tangga."

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata "bisnis" sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung skupnya. penggunaan singular kata bisnis dapat merujuk pada [badan usaha](http://id.wikipedia.org/wiki/Badan_usaha), yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan. Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu, misalnya "bisnis pertelevisian." Penggunaan yang paling luas merujuk pada seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa. Meskipun demikian, definisi "bisnis" yang tepat masih menjadi bahan perdebatan hingga saat ini.

## HUBUNGAN FAKTOR-FAKTOR EKONOMI DENGAN OPINI PUBLIK

Olii (2007:20) menjelaskan, bahwa terdapat beberapa faktor ekonomi yang mempunyai hubungan dengan ekonomi. Faktor-faktor yang dimaksud adalah cara memenuhi kebutuhan akan barang dan jasa. Hal tersebut mencakup semua proses melalui bentuk sosial berupa fisik dan jasa yang ditemukan, diciptakan, ditransfer dan diawetkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia.

Hal itu tampaknya merupakan istilah yang sangat luas. Tetapi, definisi tersebut dimaksudkan untuk tidak mencakup :

1. Faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi opini dan prilaku.
2. Lembaga-lembaga sosial yang pada pokoknyabersifat agama, hiburan,  pendidikan, dan ideologi.
3. Bagian dari lingkungan fisik yang belum dimanfaatkan untuk produksi barang dan jasa-jasa.

Meski demikian, faktor-faktor ekonomi yang dimaksud tidak hanya barang dan jasa itu sendiri, tetapi juga hubungan antara para individu dan kelompok yang terlibat dalam pencitraan, pentransferan, pengawetan dan konsumsi barang dan jasa. Lain halnya dengan ilmu-ilmu sosial yang dapat dikelompokkan dan di definisikan, tetapi pengertian mengenai batas-batasnya kabur.

Calvin Coolidge mengatakan urusan Amerika adalah bisnis, dan menurut Toequeville, hasrat untuk memperoleh barang-barang yang baik dari dunia ini merupakan nafsu yang menguasai orang Amerika. Yang lain menekankan hubungan atau sering kemampuan pengalihan kekuasaan ekonomi ke dalam kekuasaan politik.

Hubungan antara kekuasaan ekonomi dan politik di Amerika, telah ditinjau oleh Alpheus T.Mason, bapak pembangunan pertama yang telah mewarisi buku James Harrington Oceana tahun 1656, kekuasaan senantiasa mengiringi kekayaan. “saya percaya akan hal ini”, kata John Adam, peribahasa yang tidak  pernah salah dalam politik, seperti aksi dan reaksi adalah secara mekanika.

Charles A.Beard dan Harold Laski menyebut adanya ketergantungan politik pada ekonomi, akan tetapi mereka belum bersedia untuk membenarkan batas-batas suatu teori yang membuat sifat ingin memperoleh menjadi pendorong utama baik untuk produksi maupun pemerintahan.

Menurut Machiavelli, bila manusia tidak lagi diwajibkan berjuang karena terpaksa, mereka berjuang karena ambisi, bernafsu untuk berkuasa. Manusia memang diciptakan untuk menghendaki sagala-galanya, tidak merasa puas dengan apa yang mereka miliki, tetapi tidak dapat mencapainya.

## EKONOMI MEDIA

Perkembangan media massa modern menempatkan media tidak lagi dipahami dalam konteks sebagai  institusi sosial dan politik belaka melainkan juga harus dilihat dalam konteks institusi ekonomi. Fakta menunjukkan bahwa media telah tumbuh bukan saja sebagai alat sosial, politik dan budaya tapi juga sebagai perusahaan yang menekankan keuntungan ekonomi. Institusi media harus dinilai sebagai dari sistem ekonomi yang juga bertalian erat dengan sistem politik. Inilah yang dimaksudkan bahwa media mempunyai dwi karakter yang tak terpisahkan: karakter sosial-budaya-politik dan karakter ekonomi.

Faktor ekonomi rupanya menjadi faktor penentu dalam mempengaruhi seluruh perilaku media massa modern. Faktor pasar bebas dalam seluruh proses komunikasi massa memberikan kontribusi yang tidak sedikit dalam membentuk faktor persaingan dan tuntutan ekonomi menjadi pertimbangan bagaimana media massa kontemporer dibentuk dan dikelola.

Kita tidak bisa memahami industri media tanpa memahami kekuatan yang mempengaruhi media terlebih dahulu. Bagian-bagian dari sebuah institusi media tidak pernah bekerja di luar konteks sosial yang luas, termasuk konteks ekonomi.

Ekonomi media mempelajari bagaimana industry media memanfaatkan sumber daya yang terbatas untuk memproduksi konten dan mendistribusikannya kepada khalayak dengan tujuan memenuhi beragam permintaan dan kebutuhan akan informasi dan hiburan.

Media massa selain menjadi representasi ruang publik yang penuh dengan dinamika sosial, politik dan budaya juga menjadi kekuatan ekonomi yang mampu menghasilkan surplus. Media menjadi medium iklan utama dan karenanya menjadi penghubung dan konsumsi, antara produsen barang dan jasa dengan masyarakat.

1. **Teori Ekonomi-Politik Media**

Dalam melakukan kajian terhadap media massa sebagai industri, kita dapat melakukan kajian berdasarkan teori ekonomi politik media. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Garnham, institusi media harus dinilai sebagai bagian dari sistem ekonomi yang juga bertalian erat dengan sistem politik. Kualitas pengetahuan tentang masyarakat yang diproduksi oleh media untuk masyarakat, sebagian besar dapat ditentukan oleh nilai tukar pelbagai ragam isi dalam kondisi yang memaksakan perluasan pesan, dan juga ditentukan oleh kepentingan ekonomi para pemilik dan penentu kebijakan (dalam McQuail, 1991:63).

Pembicaraan mengenai sistem ekonomi selalu akan terkait dengan masalah kapital atau modal dari para pemilik media. Karl Marx menyatakan bahwa kapitalisme adalah suatu sistem ekonomi yang memungkinkan beberapa individu menguasai sumberdaya produksi vital yang mereka gunakan untuk meraih keuntungan maksimal. Mengenai kaitan kapitalisme dan media massa, dikatakan oleh Stuart Hall bahwa media massa merupakan sarana paling penting dari kapitalisme abad 20 untuk memelihara hegemoni ideologis. Media massa juga menyediakan kerangka berpikir bagi berkembangnya budaya massa lewat usaha kelompok dominan yang terus menerus berusaha mempertahankan, melembagakan, melestarikan kepenguasaan demi menggerogoti, melemahkan dan meniadakan potensi tanding dari pihak-pihak yang dikuasai (dalam Bungin,2001).

Salah satu upaya yang dilakukan oleh media massa untuk terus berkuasa adalah dengan pemanfaatan teknologi informasi. Lewat pengusaan TI tersebut, media massa dapat melakukan efisiensi yang berpengaruh terhadap daya saing media tersebut dalam konteks persaingan industri media. Efisiensi dapat dilakukan terhadap proses produksi maupun distribusi content media yang dapat dilakukan dalam waktu yang cepat, bahkan sampai pada struktur organisasi yang semakin ramping.

Perkembangan TI dalam industri media massa, membawa perubahan yang cukup signifikan terhadap karakteristik media massa. Bahkan kemudian perbedaan karakteristik tersebut telah menjadi determinan antara media massa yang selama ini kita kenal (media massa konvensional) dengan media baru yang memiliki karakteristik yang berbeda akibat pengadopsian teknologi informasi.

1. **PERSPEKTIF TEORETIS**

Alternatif teori ekonomisasi media. Perspektif teoretis yang bisa membantu kita memahami fenomena ekonomisasi media massa modern.

* Perspektif Pertama

Perspektif ekonomi dan industrial yang memahami keterpilahan dan ragam ciri perusahaan media berdasarkan ragam perbedaan media dan konteks.

* Perspektif Kedua

Lebih merupakan teori alternatif dari perspektif di atas, yaitu perspektif ekonomi politik media yang berkonsentrasi pada masalah kapitalisasi dan komersialisasi media.

* Perspektif Ketiga

Perspektif normatif dalam memahami media. Perspektif ini berfokus pada masalah
struktur media dengan kepentingan publik.

* Perspektif Keempat

Perspektif institusi media dengan titik pandang media profesional.

Keempat perspektif ini bisa dipahami dengan meletakkan media massa sebagai pusat lingkaran dari tiga irisan yang saling berhubungan, yaitu politik, ekonomi dan teknologi.

Picard menjelaskan bahwa industri media tergolong unik karena media bermain dalam dua pasar sekaligus. Hal ini terjadi karena produk media termasuk “barang” sekaligus “jasa”. Dalam pasar yang pertama, media menjual “barang” kepada khalayak berupa surat kabar, program radio maupun televisi, majalah,buku,film, dan lainnya. sedangkan pada pasar kedua media menjual “jasa” kepada pengiklan untuk mempromosikan produk mereka kepada khalayak luas. Media massa sendiri sangat bergantung pada pengiklan sebagai sumber utama pendapatan mereka. Kondisi hubungan seperti itu membuat membuat kedua pasar ini saling mempengaruhi dimana ketika permintaan atau konsumsi suatu produk media meningkat maka simakin banyak pula pengiklan yang ingin berpromosi di media tersebut dan media jadi di untungkan.

Dalam prespektif ekonomi dewasa ini hubungan antara media dengan khalayak tidak lagi bisa dipandang hanya satu arah, dimana sebelumnya media berada pada posisi lebih dominan McQuail berpendapat hubungan antara media dengan publik harus dibentuk berdasarkan minat, harapan, dan keinginan khalayak. Kemampuan mengamati hubungan tesebut merupakan aspek keterampilan profesional yang mananfaatkan “masukan” dari khalayak di antaranya melalui kontak pribadi pekerja media dengan khalayak, surat dan telepon dari khalayak, dan data bukti hasil penjualan (rating).

Mick Counihan (1972) dalam Morley dan Brunsdon menyebutkan bahwa hubungan media khalayak tidak sesederhana sebelumnya. Orientasi “apa yang dilakukan media pada khalayak” menurutnya kini telah bergeser menjadi “ apa yang dilakukan khalayak pada media”. Hal ini disebabkan khalayak kini cenderung lebih aktif memilih produksi media sesuai cara pandang dan kebutukan media.

Stanley J. Baran bahkan menyinggung masalah redefenisi komunikasi massa dalam bukunya Mass Communication Theory. Menurutnya perkembangan teknologi dalam industry komunikasi menyebabkan konsumen media kontemporer lebih memiliki kontrol atas muatan sekaligus seleksi media.

Grossberg *et al.* (1998) membuat gambaran umum yang berguna tentang bagaimana media melakukan penjualan dan memperoleh penghasilan.

1. Melalui pembelian langsung komoditi – misalnya biaya majalah;
2. Melalui sebuah biaya untuk akses ke titik distribusi atau tampilan – kotak misalnya biaya kantor di teater film, atau penyedia jasa layanan internet biaya;
3. Melalui dukungan finansial tidak langsung, – misalnya televisi komersial;

Ketergantungan pada iklan ini memperkuat nilai-nilai kelembagaan yang terikat dengan perspektif pasar. Itu berarti bahwa kepentingan media diidentifikasi menjadi erat dengan kepentingan bisnis jenis lain. Ini mendukung pandangan bahwa barang media datang untuk diperlakukan seperti komoditas lainnya: bahwa jika produk-produk media adalah perwujudan maka budaya yang menjadi koleksi komoditi, di mana media bersangkutan.

1. **ISU-ISU EKONOMI MEDIA**
2. Prinsip-Prinsip Ekonomi Dalam Struktur Media

Ada beberapa prinsip utama ekonomi yang perlu dilihat apabila kita mau melihat pertimbangan ekonomi dalam struktur media massa.

Setidaknya ada 10 prinsip yang ada.

1. Media berbeda atas dasar apakah media tersebut mempunyai struktur fixed
dan variabel cost.
2. Pasar media mempunyai karakter ganda: dibiayai oleh konsumen dan atau oleh para pengiklan.
3. Media yang dibiayai oleh pendapatan iklan lebih rentan atas pengaruh eksternal
yang tidak diinginkan.
4. Media yang didasarkan pada pendapatan konsumen rentan krisis keuangan jangka pendek.
5. Perbedaan utama dalam penghasilan media akan meminta perbedaan ukuran kinerja media.
6. Kinerja media dalam satu pasar akan berpengaruh pada kinerja di tempat lain (pasar lain).
7. Ketergantungan pada iklan dalam media massa berpengaruh pada masalah homogenitas program media.
8. Iklan dalam media yang khusus akan mendorong keragaman program acara.
9. Jenis iklan tertentu akan menguntungkan pada masalah konsentrasi pasar dan khalayak.
10. Persaingan dari sumber pendapatan yang sama akan mengarah pada keseragaman.

**Masalah Kepemilikan dan Pengawasan**

Dalam isu kepemilikan dan pengawasan terdapat tiga bentuk kepemilikan. Bentuk kepemilikan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan komersial,
2. Institusi nir-laba,
3. Lembaga yang dikontrol publik.

Dalam bentuk-bentuk kepemilikan inilah yang nantinya akan mengarah pada masalah kebebasan. Kebebasan pers sendiri mendukung hak kepemilikan untuk memutuskan isi media itu sendiri. Dengan demikian, bentuk-bentuk kepemilikan mempunyai pengaruh pada pembentukan dan produksi isi media.

## KOMUNIKASI POLITIK

Terdapat beberapa definisi dari Komunikasi Politik, di antaranya:

* Komunikasi adalah transmisi pengertian-pengertian tertentu melalui penggunaan simbol-simbol.
* Komunikasi politik adalah studi sistematis mengenai komunikasi yang bersifat politis serta dampaknya.
* Komunikasi politik adalah transmisi pengertianpengertian politik tertentu melalui penggunaan simbol-simbol politik.

Dalam pengertian transmisi, terkandung makna untuk mengajak orang lain agar melakukan apa yang diingini oleh penyampai informasi. Proses komunikasi politik adalah proses mentransfer pemikiran-pemikiran politik. Dampak dari komunikasi politik adalah amat besar, seseorang dapat terpengaruh akibat dari penyampaian komunikasi politik. Guna dan tujuan proses komunikasi politik adalah membentuk opini publik atau pendapat umum.

Opini publik merupakan hasil proses penggabungan pikiran, perasaan, serta usul yang diungkapkan masyarakat. Opini publik sendiri terbagi menjadi tiga kelompok, yaitu opini massa, opini kelompok, dan opini rakyat. Terkait politik, [hubungan opini publik dengan ilmu komunikasi](https://pakarkomunikasi.com/hubungan-opini-publik-dengan-ilmu-komunikasi) berupa pemunculan citra personal organisasi politik, atau kader politik. Dalam masyarakat, interpretasi opini publik tersebut akan menghasilkan opini pribadi.

Komunikasi politik merupakan komunikasi yang bersifat atau berdampak politis, yang mana di dalamnya terjadi proses pertukaran pemikiran-pemikiran politik antara komunikator dan komunikan. Komunikasi politik sangat penting untuk dilaksanakan oleh pelaku politik, sebab komunikasi politik merupakan sebuah fungsi politik yang diperlukan untuk menyampaikan dan menerima informasi-informasi politik.

Terkait politik, [peran opini publik dalam komunikasi politik](https://pakarkomunikasi.com/peran-opini-publik-dalam-komunikasi-politik) adalah bahwa opini publik dapat mempengaruhi tingkat kekuatan para elit politik. Opini publik dapat menimbulkan kontroversi, misalnya antara pemerintah dengan masyarakat, atau antara pengikut elite politik yang satu dengan yang lainnya. Opini publik juga dapat memperlihatkan keinginan rakyat terkait kebijakan pemerintah.

## Hubungan opini publik dengan komunikasi politik

Opini publik adalah bagian dari komunikasi politik. Opini adalah ekspresi atau sekelompok orang mengenai suatu isu. Publik adalah sekelompok orang yang memiliki kepentingan yang sama, keterikatan atau terpengaruh terhadap hal itu. Opini publik menurut Bernard Hennesy adalah kompleks preferensi terhadap suatu isu yang berkaitan dengan umum yang dilakukan oleh sekelompok orang.

1. Opini memiliki beberapa proses yang dikenal dengan konstruksi, yaitu :
Konstruksi personal. Opini berupa pengamatan dan interpretasi atas sesuatu secara sendiri-sendiri dan subjektif.
2. Konstruksi sosial. Konstruksi ini terdiri dari :
a) Opini kelompok. Opini pribadi di atas kemudian diangkat dalam kelompok tertentu. Maka jadilah opini kelompok.
3. Opini rakyat Opini yang tersistematiskan melalui jalur yang bebas seperti pemilihan umum atau hasil polling.
4. Opini massa yaitu opini yang berserakan, ini bisa berbentuk budaya atau konsensus. Inilah yang oleh para politikus disebut sebagai opini publik.
5. Konstruksi politik. Ketiga opini hasil konstruksi sosial diatas dihubungkan dengan kegiatan pejabat publik yang mengurus masalah kebijakan umum. Inilah opini publik yang dikaji dalam komunikasi politik.

Opini publik dilukiskan sebagai proses yang menggabungkan pikiran, perasaan dan usul yang diungkapkan oleh warga negara secara pribadi terhadap pilihan kebijakan yang dibuat oleh pejabat pemerintah yang bertanggungjawab atas dicapainya ketertiban social dalam situasi yang mengandung konflik perbantahan dan perselisihan pandapat tentang apa yang akan dilakukan dan bagaimana melakukannya. Opini publik akan memunculkan citra personal seseorang tentang politik melalui suatu interpretasi yang akan menghasilkan opini pribadi.

Setiap opini merefleksikan organisasi yang komplek yang terdiri atas tiga komponen yaitu kepercayaan, nilai dan pengharapan.

**Ruang lingkup opini publik**

Berdasarkan distribusinya opini publik terbagi menjadi tiga yaitu opini publik yang tunggal (ungkapan rakyat) disebut opini yang banyak, opini publik beberapa orang (ungkapan kelompok) disebut opini yang sedikit dan opini publik banyak orang (ungkapan massa) disebut opini yang satu. Ketiganya merupakan wajah opini publik yaitu opini massa, kelompok dan opini rakyat.

Dengan kata lain, opini publik dapat menimbulkan kontroversi, antara pemerintah dan masyarakat sendiri. Namun, tidak jarang juga opini publik justru diarahkan untuk menguatkan kekuatan para elit politik. Dari hal itulah, opini publik juga tidak sepenuhnya mencerminkan kehendak rakyat; sesuai dengan hati nurani masing-masing individu.

Arti opini publik yang pramodern dewasa ini mempunyai arti penting dalam dua hal (Bernad Hennessy, 1990).

Pertama, opini publik sebagai tekanan dari teman sejawat tetap merupakan hambatan bagi keterlibatan warga negara secara penuh. Minimnya sikap toleransi terhadap pandangan minoritas pun terjadi di banyak negara.

Kedua, pemerintah mempunyai sumber yang luas untuk menciptakan, memperkuat, dan mengarahkan tekanan untuk menyesuaikan diri. Oleh karena itu, para elit politik tidak akan tanggung-tanggung melakukan manipulasi informasi dan kebohongan yang blak-blakan bila “kepentingan vital” mereka dirasakan terancam.

Hal tersebut menunjukkan bahwa hanya segelintir orang saja yang tidak takut terisolasi karena mereka mampu mengatakan hal yang bertentangan dengan kebijakan elit politik dan mampu membongkar kebobrokan sistem yang ada.
Berbicara mengenai opini publik, tentu saja tidak terlepas adanya relevansi dengan sistem demokrasi pada suatu negara. Unsur esensial pemerintahan demokrasi itu sendiri adalah mengenai kepekaan terhadap opni publik. Pemerintah sebaiknya tanggap terhadap apa yang telah diaspirasikan publik, baik yang pro maupun kontra terhadap pemerintah.

Walaupun ada pihak-pihak yang kontra, pemerintah sebaiknya juga memberikan penghargaan terhadap mereka. Untuk mempraktikkan unsur kepekaan, pemerintah dapat lebih kritis lagi, yaitu dengan mencari tahu alasan/latar belakang mengapa masyarakat lebih memilih untuk kontra dengan pemerintah. Hal tersebut justru dapat membantu pemerintah untuk melihat segala sesuatu permasalahan dari berbagai sudut pandang, tidak sekedar demi kepentingan golongan/kaum mayoritas saja.

Dinamika opini publik dalam sistem politik demokrasi berawal dari adanya teori demokrasi tradisional yang muncul pada abad ke-18 dan 19. Pada awalnya, para pemikir demokrasi mengandalkan suatu situasi sosiopolitik di mana individu menjadi dasar dari badan politik. Hubungan antara yang memerintah dengan yang diperintah merupakan hubungan antara individu yang satu dengan individu yang lain. Namun, para kaum aristokrat pada saat itu sangat besar kemampuannya untuk mempengaruhi perilaku-perilaku dan pendapat-pendapat dari individu lainnya. Oleh karena itu, kaum-kaum yang begitu kuat mengikat masyarakat lainnya segara dihilangkan. Tetapi sejak saat itu, pendapat individu (dengan mengambil suara mayoritas) diterjemahkan menjadi kebijakan, yaitu kebijakan yang diharapkan dapat melayani kepentingan seluruh individu dengan melayani kepentingan seorang individu.

Pemerintah sendiri kadang tidak memperhatikan bagaimana opini publik terbentuk. Padahal, akan banyak faktor-faktor lain yang mempengaruhi opini masyarakat, baik itu permasalahan adanya kekuatan dominan dari kaum mayoritas, kekuasaan ekonomi, dan hal kompleks lainnya. Hal ini membuktikan bahwa tidak ada hubungan yang sederhana antara opini publik dengan praktek demokrasi (Kelley, 1956).

Selanjutnya, dinamika opini publik dapat dilihat dari faktor sosiologis dan kelembagaan prasyarat bagi pembentukan pendapat dalam sistem demokrasi. Lippmann mengatakan bahwa dalam masyarakat yang swasembada, seseorang dapat menganggap atau setidaknya telah menganggap, suatu kode moral yang serba sama. Maka perbedaan pendapat hanya dilihat berdasarkan pada penerapan logis dari standar yang diterima kepada fakta-fakta yang diterima (Walter Lipmann, 1922).

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dihubungkan dengan situasi yang terjadi pada tahun 1800. Pada saat itu, kaum petani tentu saja lebih menyetujui bahwa kode moral yang menjadi kesepakatan bersama dalam praktik demokrasi adalah adanya rasa solidaritas. Namun, jelas akan berbeda dengan praktik demokrasi yang dijalani pada masa modern ini. tingkat keserbasamaan akan semakin luntur dan justru meningkatkan individualisme. Hal itulah yang dianggap sebagai prosedur dan tujuan yang disepakati dalam praktik demokrasi saat ini, yaitu dengan menjunjung praktik demokrasi liberal.

Salah satu prasyarat bagi pembentukan pendapat dalam demokrasi adalah adalah mengenai kebebasan komunikasi. Prasyarat ini dapat diterapkan dalam demokrasi tradisional maupun modern karena kebebasan komunikasi memberikan masing-masing individu bebas untuk mengeluarkan aspirasinya baik dalam bentuk lisan maupun tulisan.

Di Indonesia sendiri memiliki Undang-Undang yang memberikan hak individu untuk berpendapat, yaitu pada UUD 1945 Pasal 28. Dengan adanya kebebasan berkomunikasi, diharapkan apa yang telah diaspirasikan oleh individu dapat diperdebatkan selama bertahun-tahun dan bahkan harus diperdebatkan kembali oleh setiap generas-generasi demokrat. Hal tersebut bertujuan agar adanya pembahasan atau diskusi terhadap aspirasi-aspirasi yang ada dalam masyarakat.

Dalam proses perumusan dan perencanaan kebijakan, Indonesia mempunyai model proses kebijakan-pendapat dalam demokrasi perwakilan. Demokrasi perwakilan menempatkan suatu badan pengambil keputusan antara elektorat dengan kebijakan pemerintah. Tetapi tambahan tingkat legislatif seperti ini membuat interaksi opini publik dan kebijakan semakin rumit (Gerhart D. Wiebe dalam Hennessy, 1990).

Dalam model demokrasi perwakilan, kebijakan ditetapkan berdasarkan pada pendapat mayoritas. Dan, suara mayoritas tersebut didapat daria spirasi berbagai macam kelompok kepentingan politik dan juga kelompok-kelompok dalam masyarakat sendiri.

1. **Komunikasi Politik Dapat Membentuk Opini Publik**

Mengikuti formula Lasswel mengenai komunikasi massa, yaitu “*who says what in which channel to whom with what effects?*” dapat disimpulkan mengenai [strategi komunikasi dalam pembentukan opini publik](https://pakarkomunikasi.com/strategi-komunikasi-dalam-pembentukan-opini-publik)terkait masalah politik. Pesan politik yang disampaikan, oleh siapa pesan tersebut disampaikan, kepada siapa pesan tersebut disampaikan, media apa yang digunakan, serta dampak apa yang ditimbulkannya sangat mempengaruhi pembentukan opini publik.

Komunikasi politik yang berhasil dilaksanakan dengan efektif, akan membentuk opini publik yang sesuai dengan pesan politik yang disampaikan. Opini publik yang terbentuk, kemudian akan dapat mempengaruhi pendapat pribadi masyarakat terkait issue politik yang sedang terjadi.

1. **Opini Publik Mempengaruhi Strategi Penggunaan Komunikasi Politik**

Seperti telah dijelaskan pada poin sebelumnya, opini publik dan komunikasi politik terkait satu sama lain. Komunikasi politik akan membentuk opini publik, opini publik mempengaruhi pendapat yang berkembang dalam masyarakat, dan opini yang berkembang dalam masyarakat tersebut akan mempengaruhi strategi penggunaan komunikasi politik oleh komunikator politik.

Media komunikasi yang dipandang paling efektif dalam membentuk opini publik terkait informasi politik adalah media massa. Namun seiring perkembangan [komunikasi online](https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-online), media sosial juga dianggap sebagai media yang sangat ampuh untuk membentuk opini publik.

1. **Opini Publik Dapat Mengubah Cara atau Alur Perpolitikan**

Kekuatan opini publik dalam mempengaruhi pendapat serta kepercayaan atau keyakinan masyarakat dalam menghadapi isu-isu politik sangat besar. Opini publik  terkait isu politik yang terbentuk dalam masyarakat akan mempengaruhi proses politik yang sedang berlangsung. Komunikasi politik dilakukan dengan tujuan tertentu.

Ketika komunikasi politik yang dilakukan tersebut berhasil membentuk opini publik yang sesuai dengan tujuan yang ditetapkannya, maka dapat diartikan bahwa mayoritas menyetujui isu politik terkait opini tersebut. Dengan begitu, cara atau alur perpolitikan yang ada dapat diubah sesuai dengan opini yang berkembang dalam masyarakat tersebut. Opini publik memiliki pengaruh yang sangat signifikan dalam kehidupan politik.

1. **Opini Publik Dapat Mempengaruhi Kekuatan Elit Politik**

Opini publik dapat diarahkan dengan cara-cara tertentu, dan hal ini seringkali dilakukan oleh para elite politik untuk membangun suatu isu dengan tujuan untuk meningkatkan kekuatan politiknya. Misalnya dengan menciptakan opini publik yang dapat mendongkrak pandangan politik tertentu, atau profile elit politik tertentu di mata masyarakat. Hal tersebut akan mempengaruhi pandangan  massa, dan secara tidak langsung juga akan mempengaruhi kekuatan elit politik yang terkait.

1. **Opini Publik Dapat Menimbulkan Kontroversi Politik**

Selain dapat mempengaruhi pendapat mayoritas yang dapat meningkatkan kekuatan para elit politik yang sedang ‘berperang’ dalam kancah politik; opini publik juga dapat menciptakan kontroversi publik. Opini publik dapat diarahkan, sehingga dapat digiring agar bertentangan dengan pandangan politik yang sedang berkuasa atau sebelumnya berkuasa.

1. **Opini Publik Dapat Mempengaruhi Kebijakan Pemerintahan**

Opini publik cukup berpengaruh terhadap proses pengambilan dan pelaksanaan keputusan pemerintah atau elit politik. Opini publik tersebut bisa saja berasal dari gagasan individu, namun dipandang penting oleh publik sehingga kemudian mendapatkan perhatian dari pemerintah.

Begitu juga mengenai kebijakan pemerintah yang telah berjalan atau akan dijalankan. Opini publik dapat digunakan sebagai strategi untuk mendukung atau juga menentang keijakan tersebut. Hal tersebut bisa dilakukan, jika publik berpendapat bahwa kebijakan tersebut tidak sesuai dengan nilai yang diinginkan masyarakat.

1. **Opini Publik Dapat Menunjukkan Kekuatan Massa**

Opini publik dapat menunjukkan kekuatan massa, dengan melihat seberapa besar pengaruh opini tersebut bagi masyarakat serta seberapa besar kualitas serta kuantitas massa yang mendukung opini tersebut. Pemerintah harus bersikap tanggap, ketika suatu opini publik terkait isu politik telah tercipta, maka pemerintah harus segera memberi umpan balik. Apalagi jika pengaruh opini tersebut cukup kuat dalam masyarakat.

Jika hal tersebut tidak dilakukan, maka bisa saja menimbulkan kontroversi yang menimbulkan perubahan alur politik berupa perlawanan terhadap kebijakan pemerintah. Sebab mungkin saja pihak-pihak tertentu dengan sengaja melakukan startegi komunikasi tertentu untuk membuat membuat opini publik tersebut, dengan tujuan mengacaukan pemerintahan.

1. **Opini Publik Dapat Membangun Aspirasi Politik**

Opini publik dapat meneruskan arus informasi politik dengan lebih cepat, dengan demikian masyarakat dapat lebih cepat sadar akan isu politik yang sedang berlangsung. Hal ini berdampak positif, sebab dengan demikian masyarakat juga dapat dengan segera menyatakan pendapat atau pandangannya mengenai isu politik terkait. Pandangan tersebut akan menghasilkan aspirasi politik, yang kemudian dapat dikaji dan didiskusikan lebih dalam lagi, setelah pemerintah mendengarnya. Dengan demikian kehidupan berpolitik yang baik dapat tercipta.

1. **Opini Publik Dapat Memperkuat Demokrasi**

Opini publik memang kadangkala digunakan oleh pihak-pihak tertentu untuk mencapai tujuan politiknya. Namun opini publik juga merupakan wadah demokrasi. Lewat opini publik, masyarakat dapat menyampaikan pandangan-pandangannya, termasuk keluhan kepada pemerintah. Dengan demikian demokrasi berjalan, sebab masyarakat dapat melakukan komunikasi politik melalui opini publik.

1. **Opini Publik Dapat Memperlihatkan Kebebasan Berkomunikasi**

Opini publik jua menunjukkan bahwa kebebasan berkomunikasi terjaga, atau tidak terlalu dibatasi. Sebab melalui  opini publik, mayarakat dapat dengan bebas mengutarakan aspirasi politiknya, termasuk menyampaikan opininya terkait pemerintahan yang berjalan kepada pemerintah.

Kebebasan berkomunikasi di sini mungkin tetap dibatasi oleh pemerintah, namun lebih ke arah kesantunan dan kebenaran. Artinya tidak mendiskriminasikan atau merugikan pihak lain, serta tidak menyebarkan ujar kebencian atau berita bohong.

Ada peran opini publik dalam komunikasi politik yang tidak bisa dilepaskan dalam kaitannya pencapaian tujuan-tujuan yang bersifat politik. Opini publik sendiri bisa dianggap sebagai suatu pendapat, kepercayaan atau keyakinan masyarakat dalam menghadapi suatu issue. Kekuatan dari opini publik itu sendiri termasuk luar biasa. Bagaimana tidak, jika opini publik sudah terbentuk, maka bisa cukup berpengaruh dalam proses politik yang ada. Contoh yang bisa kita lihat secara nyata bisa dilihat secara langsung dalam keseharian. Bagaimana ketika suatu kelompok membangun opini publik dan disetujui oleh mayoritas, maka bisa mengubah cara atau alur perpolitikan yang ada. Oleh karenanya, opini publik ini memang bisa memberikan pengaruh yang cukup signifikan dalam kehidupan berpolitik.

Bila kita menanyakan tentang apa saja peran dari opini publik itu sendiri, berikut adalah beberapa macam poin yang bisa kita lihat. Peran ini sifatnya adalah umum sehingga cukup mudah untuk kita pahami. Yang jelas, dengan adanya peran tersebut maka kita bisa melihat bahwa opini publik memang bisa memberikan pengaruh yang nyata.

1. **Menguatkan Kekuatan Elit Politik**

Walaupun pada dasarnya opini publik digunakan untuk membangun sesuatu yang positif karena kesepakatan bersama, namun ada pihak-pihak tertentu yang justru memanfaatkan opini publik ini untuk menguatkan kekuatan politiknya. Opini publik diciptakan demi mendongkrak pandangan politik tertentu dan mempengaruhi massa. Ada [dampak komunikasi terhadap opini publik](https://pakarkomunikasi.com/dampak-komunikasi-terhadap-opini-publik) yang dilakukan kekuatan elit politik tertentu.

1. **Demokrasi yang Semakin Terasa**

Jika peran opini publik sebelumnya lebih pada kepentingan pribadi, namun sebenarnya opini publik juga bisa menjadi wadah demokrasi tersendiri. Masyarakat bisa membangun opini dan menyampaikan apa yang menjadi keluhannya kepada pemerintah. Di sini proses demokrasi akan semakin terasa melalui [komunikasi politik](https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-politik) yang juga dilakukan oleh masyarakat.

1. **Kebebasan Berkomunikasi Terjamin**

Sama halnya dengan demokrasi yang semakin terasa, masyarakat akan merasa kebebasan berkomunikasi mereka terjamin. Hal ini karena mereka mampu menyampaikan opini dengan mudah kepada pemerintah. Namun demikian, biasanya pemerintah tetap memberikan pengaturan-pengaturan tertentu supaya komunikasi yang disampaikan sifatnya tetap santun.

1. **Membuat Kontroversi Politik**

Walaupun ada beberapa peran positif, namun peran opini publik dalam komunikasi politik juga bisa menciptakan suatu kontroversi publik. Hal ini disebabkan karena mungkin ada pihak-pihak tertentu yang memang sengaja menggiring opini publik sehingga bertentangan dengan pandangan politik sebelumnya.

1. **Meneruskan Informasi Politik**

Arus informasi politik bisa diteruskan dengan lebih cepat melalui opini publik. Masyarakat bisa menjadi lebih cepat sadar terhadap isu-isu politik yang ada. Ini tentu saja menjadi peran positif karena adanya peran opini publik tersebut.

1. **Penerus Aspirasi Politik**

Pandangan dan pendapat masyarakat terhadap suatu pandangan politik tertentu bisa diteruskan dan didengar oleh pemerintah. Selain itu, pandangan baru tersebut akan menghasilkan aspirasi yang akan didiskusikan dan dikaji lebih mendalam lagi. Ini merupakan manfaat baik yang bisa menciptakan kehidupan berpolitik dengan tepat.

1. **Mempengaruhi Kebijakan Politik**

Sama halnya dengan peran dalam meneruskan aspirasi politik, opini publik juga bisa mempengaruhi kebijakan politik. Bila dirasa suatu kebijakan tidak sesuai dengan nilai yang ada sebelumnya atau nilai yang diinginkan masyarakat, maka opini publik bisa digunakan sebagai strategi menentang kebijakan tersebut. Pemerintah biasanya akan mendapat semacam umpan balik dari masyarakat secara langsung.

1. **Menunjukkan Kekuatan Massa**

Kekuatan massa bisa ditunjukkan melalui opini publik. Begitu opini publik tercipta, pemerintah harus cepat tanggap dalam memberikan umpan balik. Bila tidak, maka akan timbul suatu kontroversi politik yang sudah dijelaskan sebelumnya. Tentu saja ini menjadi suatu wadah yang bisa memberikan pengaturan tersendiri dalam dunia politik.

Peran dari opini publik tersebut rupanya bisa terlihat sangat berpengaruh. Beberapa pihak mungkin dengan sengaja akan membentuk opini publik melalui strategi-strategi komunikasi tertentu. Yang paling penting adalah bagaimana kita dalam mengambil sikap pada saat opini publik tersebut tercipta. Setidaknya kita jadi tahu bahwa peran opini publik dalam komunikasi politik memang memiliki efek yang bisa dirasakan.

Dalam banyak ulasan tentang komunikasi politik diketahui adanya keterkaitan komunikasi politik dengan proses pembentukan opini publik. Misalnya, Astrid S. Susanto (1985) memberikan batasan tentang komunikasi politik dengan menyebutkan adanya unsur-unsur masalah yang dibahas dengan melibatkan orang banyak.

Di sisi lain, opini publik sendiri, seperti didefinisikan Hennessy (1975), merupakan suatu kompleksitas pilihan-pilihan yang dinyatakan oleh banyak orang berkaitan dengan sesuatu isu yang dipandang penting oleh umum. Menurutnya, definisi ini relatif lebih bersifat akademik dan berbeda dari definisi-definisi yang pada umumnya digunakan oleh para politisi. Ia juga menambahkan bahwa opini publik itu selalu melibatkan banyak orang yang tertarik untuk memikirkan sesuatu isu dalam waktu yang cukup panjang.

Meskipun demikian, istilah “publik” sendiri tidak selalu ditentukan oleh banyaknya jumlah orang yang menganut opini tersebut. Istilah “publik” justru diukur oleh apakah sesuatu opini itu menyangkut isu publik atau tidak. Publik juga ditandai oleh adanya sesuatu isu yang dihadapi dan dibincangkan oleh kelompok kepentingan yang dimaksud.

Selain itu, publik juga bersifat kontroversial, sehingga dapat mengundang terjadinya proses diskusi (Nasution, 1990). Sedangkan dalam konteks politik, opini publik baru dikatakan relevan dan menjadi salah satu faktor politik jika dalam banyak hal ia berpengaruh terhadap proses pengambilan dan pelaksanaan sesuatu keputusan oleh para penyelenggara negara dan para politisi lainnya (Kousoulas, 1979). Karena itu opini publik dapat saja bermula dari gagasan individual yang kemudian mendapat perhatian pemerintah dan dipandang penting oleh publik.

Sekarang jarang sekali dijumpai bentuk partisipasi rakyat langsung dalam pengambilan keputusan publik. Sebagian besar praktik demokrasi menggunakan sistem perwakilan seperti halnya yang ada di Indonesia saat ini.

Menurut Rodee (dalam Muhtadi 2008), sistem ini terutama didasarkan pada anggapan umum bahwa:

1. publik berkepentingan terhadap kebijakan publik;
2. publik mendapatkan informasi;
3. publik secara sadar akan membuat keputusan rasional;
4. pendapat-pendapat individual yang rasional itu cenderung memiliki kesamaan dalam orde sosial;
5. publik yang telah mengambil keputusan akan menyalurkannya melalui polling atau dengan cara-cara lain;
6. kehendak publik, atau paling tidak kehendak mayoritas, akan diwujudkan menjadi hukum positif; dan
7. pengamatan berkelanjutan dan kritik yang ajeg akan memastikan terpeliharanya opini publik yang tercerahkan, dan sebagai konsekuensinya kebijakan publik dilandasi oleh prinsip-prinsip moral dan keadilan sosial.

Prinsip-prinsip inilah yang menjadikan opini publik memgang peranan penting dalam komunikasi politik, meskipun pada praktiknya tidak secara langsung menentukan kebijakan publik. Melalui proses komunikasi politik, sesuatu opini dapat berubah menjadi  opini publik sesuai dengan kepentingan pihak-pihak yang memprakarsai berlangsungnya komunikasi. Karena sifatnya seperti media massa, ataupun tumbuh secara alamiah di tengah-tengah dinamika sosial politik sesuatu masyarakat. Dalam kehidupan politik dan sosial kemasyarakatan dalam arti yang luas, opini publik senantiasa menjadi pertimbangan penting. Sedangkan dari sisi prosesnya, opini publik dapat terbentuk melalui kegiatan komunikasi politik, baik yang dilakukan oleh sumber-sumber individual mapun kolektif.

Opini publik juga dapat berubah sesuai dengan tujuan para pemrakarsanya. Di Negara-negara demokratis yang telah lama mempraktikkan komunikasi secara bebas, para politisi ataupun masyarakat umum sangat memperhatikan pentingnya perubahan opini publik.

Hasil-hasil polling pendapat, dengan segala kelemahan dan keraguan atas akurasinya, tetap menjadi salah satu acuan bagi para politisi dalam melakukan perubahan dan pembentukan opini publik, terutama menjelang pelaksanaan pemilihan umum. Karena itu, mengingat pentingnya sikap politik warga Negara ataupun opini publik, mereka selalu mengembangkan konsep-konsep baru berkenaan dengan pembentukan opini publik. Berbagai riset dilakukan untuk memberikan muatan-muatan yang relevan terhadap jalannya komunikasi politik.

Dalam komunikasi politik, warga Negara atau publik sebagai konstituen para politisi dapat berperan sebagai komunikator ketika menyalurkan aspirasi atau tuntutan, dan pada saat yang sama mereka juga berperan sebagai khalayak komunikasi ketika menerima pesan-pesan dari para politisi ataupun aparat birokrasi.

Perilaku politik mereka dipengaruhi oleh interaksi dengan lingkungannya masing-masing. Rodee (dalam Muhtadi 2008), menyebutkan beberapa arena interaksi politis yang pokok, yaitu:

1. komunitas, tempat pengetahuan publik berkembang dari pengalamannya mengikuti pola budaya masyarakat sehingga rasa kesetiaan pun terbentuk, dan sikap terhadap adat-istiadat serta aturan-aturan lainnya terkondisikan;
2. institusi sosial seperti rumah, sekolah, tempat ibadah, dan pemerintah, juga mempengaruhi pembentukan nilai-nilai personal dan sistem kepercayaan; dan
3. area gejala politis seperti para politisi, lembaga kebijakan, dan perilaku yang membentuk budaya politik. Karena itu singkatnya, dampak interaksi antara totalitas kepribadian dengan totalitas pengalaman politis menyediakan bahan baku bagi pembentukan sikap dan ekspresi pendapat-pendapat individual.

Lalu bagaimana peran komunikasi politik dalam proses pembentukan opini publik. Berkenaan dengan hal itu, dapat dianalisis faktor-faktor penting yang mendorong terbentuknya opini publik. Menurut Astrid S. Susanto (1985) menjelaskan beberapa unsur yang terkandung dalam suatu pendapat umum, yaitu:

1. memungkinkan terjadinya pro dan kontra, terutama sebelum tercapainya suatu konsensus;
2. melibatkan lebih dari seorang, atau dalam istilah Hennessy disebut ukuran publik;
3. dinyatakan, yakni opini yang  dikomunikasikan secara terbuka; dan
4. memungkinkan atau mengundang adanya tanggapan. Selain itu, pembentukan pendapat umum juga ikut dipengaruhi oleh jarak geografis, pengetahuan, dan sikap khalayak. Karena itu, seseorang atau sekelompok orang yang bermaksud membangun opini publik, selayaknya mengetahui kondisi khalayak yang sebenarnya, serta perlu mengupayakan agar sikap khalayak yang bersangkutan dapat menguntungkan.

## KELAS SOSIAL DAN OPINI PUBLIK

Dalam literatur ilmu sosial, ada dua definisi utama dari kelas. Satu berasal dari Karl Marx, lainnya dari Max Weber  . Kadang-kadang elemen-elemen dari dua definisi digabungkan. Pandangan Marxis kelas sosial menekankan aspek ekonomi. Sebuah kelas sosial didefinisikan menurut hubungannya dengan proses produktif dalam masyarakat.

Dalam masyarakat kapitalis, menurut Marx,  ada tiga kelas utama*.*

* *Pertama*, ada kelas kapitalis atau borjuasi, yang anggotanya memiliki alat produksi (pabrik, peralatan dan mesin, dll) dan membeli orang lain tenaga kerja (yaitu mempekerjakan mereka).
* *Kedua*, ada petit-burjuis, yang anggotanya sendiri alat-alat produksi tetapi tidak mempekerjakan orang lain. Pemilik toko kecil contoh yang khas.
* Kelas *ketiga*, dan yang paling banyak, adalah proletariat atau kelas pekerja, yang anggotanya bergantung pada menjual tenaga kerja mereka ke kapitalis untuk mata pencaharian mereka. Ada juga kelas-kelas lain, terutama bangsawan, yang para anggotanya hidup oleh kepentingan tanah, dan lumpenproletariat, yang terdiri dari orang-orang yang menganggur - gelandangan dan sejenisnya.

Sejak saat Marx pada pertengahan abad kesembilan belas, teori kelas telah dikembangkan di beberapa arah. Pengikutnya masih tetap menekankan hubungan properti di delineasi mereka kelas. Sebuah fitur utama lebih lanjut dari teori ini adalah gagasan tentang perjuangan kelas. Marx dan para pengikutnya berpendapat bahwa kelas-kelas tertindas pada akhirnya akan bangkit melawan para penindas, menggulingkan mereka melalui sebuah revolusi, dan mengubah tatanan politik dan organisasi sosial tenaga kerja. Hal ini, dalam pandangan Marx, adalah cara utama di mana masyarakat berevolusi.

Pandangan Weber kelas sosial, yang sebagian telah berkembang menjadi teori stratifikasi sosial, menggabungkan beberapa kriteria di kelas menggambarkan, termasuk pendapatan, pendidikan dan pengaruh politik. Tidak seperti Marx, Weber tidak menganggap kelas sebagai kelompok perusahaan potensial; ia tidak percaya bahwa anggota kelas sosial tentu akan berbagi kepentingan politik. Weber lebih suka bicara kelompok status dan bukan kelas.

Teori kelas sosial selalu mengacu pada sistem peringkat sosial dan distribusi kekuasaan. Etnisitas, sebaliknya, tidak selalu mengacu pada peringkat; hubungan etnis juga dapat egaliter dalam hal ini. Namun, banyak poli-etnis masyarakat adalah peringkat menurut keanggotaan etnis. Kriteria untuk peringkat tersebut tetap berbeda dari peringkat kelas: mereka merujuk pada perbedaan budaya diperhitungkan atau "ras", bukan untuk properti atau status dicapai.

Mungkin ada korelasi tinggi antara etnisitas dan kelas, yang berarti bahwa ada kemungkinan tinggi bahwa orang yang tergolong kelompok etnis tertentu juga milik kelas sosial tertentu. Bisa ada keterkaitan signifikan antara kelas dan etnis, baik kelas dan etnis dapat kriteria peringkat, dan keanggotaan etnis dapat menjadi faktor penting untuk keanggotaan kelas. Kedua perbedaan kelas dan perbedaan etnis dapat fitur meresap masyarakat, tetapi mereka tidak satu dan hal yang sama dan harus dibedakan dari satu sama lain analitis.

# DAFTAR PUSTAKA

* Norman John Powell. 1959. *Anatomy of Public Opinion*. New York : Prentice-Hall
* Muhtadi, Asep Saiful. 2008. *Komunikasi politik Indonesia: Dinamika Islam Politik Pasca Orde Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya
* Susanto Susanto, Astrid S. 1985. *Komunikasi Sosial di Indonesia*. Bandung: Bina Cipta Yayasan Obor Indonesia
* Hennessy, Bernard. 1975. *Essentiaoof Public Opinion*. Massachusetts: Duxbury Press
* Kousoulas, D. George. 1979. *On Goverment and Politi*cs. Massachusetts: Duxbury Press
* Nasution, Zulkarimein. 1990. *Komunikasi Politik: Suatu Pengantar*. Jakarta: Ghalia Indonesia