

## ***DIGITAL OPINION PROGRAM MATA NAJWA EDISI “KURSI KOSONG” DI TWITTER***

Pipit Fitriyah<sup>1</sup>, Raihan Rafiananda<sup>2</sup>

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma<sup>1</sup>

Jl. Margonda raya No 100, Depok, Jawa Barat

Akademi Komunikasi Media Radio dan TV Jakarta<sup>2</sup>

Jl. Cakung Cilincing Timur, Jakarta Timur 13950

[fitriyah@staff.gunadarma.a.id](mailto:fitriyah@staff.gunadarma.a.id)<sup>1</sup>, [raihanrafianda.rr@gmail.com](mailto:raihanrafianda.rr@gmail.com)<sup>2</sup>

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk melihat fungsi media sosial menjadi tempat untuk bertukar informasi dan pendapat. Twitter sebagai salah satu jejaring sosial yang diakses masyarakat Indonesia sebagai media informasi terkait fenomena yang kini sedang terjadi ialah adanya ketidaktanggapan pemerintah Indonesia dalam menanggapi pandemi Covid-19 yang menjadi sorotan media sehingga terjadi wawancara “Kursi Kosong”. Opini dari setiap pengguna Twitter tersebut dianalisis menggunakan teori Khalayak Kepala Batu dikembangkan oleh L.A. Richards (1936), Raymond Bauer (1964), dan Schramm and Robert (1977) berasumsi bahwa khalayak justru aktif dalam proses komunikasi politik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, paradigma konstruktivis. Hasil penelitian menunjukkan Ruang publik sangat terbuka untuk individu yang mempunyai pemikiran kritis terkait isu fenomena “Kursi Kosong”. Individu yang aktif dan mempunyai pemikiran kritis semakin didukung dengan hadirnya media sosial Twitter. Hal ini sesuai dengan asumsi dari Teori Khalayak Kepala Batu, di mana khalayak dapat menyeleksi dan menyaring mana yang realitas dan hoax. Realitas politik yang demokratis itulah bangunan sistem politik. Sistem sosial itu selalu menggambarkan pemikiran-pemikiran dinamis yang tidak berpihak kepada pro dan kontra saja. Kesimpulan penelitian ini penggunaan media sosial sebagai tempat untuk beropini mengenai isu politik yang interaktif di Twitter.

Kata Kunci: *Digital Opinion*, Jejaring Sosial Politik, Media Informasi, Program Mata Najwa, Teori Khalayak Kepala Batu

### **PENDAHULUAN**

Kehadiran media sosial mempengaruhi dunia politik, di mana peran komunikasi tidak terlepas dengan kegiatan penyampaian pesan-pesan politik dan tujuan politik. Komunikasi dan politik memiliki hubungan yang erat karena politik menempatkan komunikasi pada posisi yang fundamental. Melalui media sosial, komunikasi politik tidak lagi berjalan satu arah, tetapi bersifat interaktif dalam dunia maya. Indonesia yang memiliki perkembangan demokrasi secara pesat pasca reformasi politik, membuktikan bahwa media sosial memberikan kontribusi optimal dalam menciptakan kebebasan berkomunikasi. Media sosial sebagai ajang membicarakan politik bagi masyarakat

setiap individu untuk bebas berpendapat. Terkait dengan konteks fenomena di Indonesia terhadap Covid-19 menjadi perbincangan hangat dalam dunia politik dikarenakan ketidaktanggapan Pemerintah Indonesia dalam menghadapi pandemi Covid-19. Komunikasi menjadi hal yang terpenting dalam menghadapi ancaman pandemi Covid-19. Kepercayaan publik mulai runtuh dan harus dibangun agar tidak terjadi kepanikan dalam masyarakat.

Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto menjadi sosok yang tengah dicari publik untuk menjelaskan perkembangan penanganan Covid-19. Sulitnya Terawan muncul ke publik dikarenakan kerap membuat pernyataan yang kontroversi. Pernyataan pertama Menkes Terawan yaitu saat Covid-19 belum terdeteksi di Indonesia dirinya heran dengan wartawan yang terus mempertanyakan keberadaan virus corona yang tidak kunjung terdeteksi. *“Kalau tidak ada temuan virus corona ya justru disyukuri, bukan dipertanyakan. Itu yang saya tak habis mengerti, kita justru harus bersyukur Yang Maha Kuasa masih memberkasi kita,”* Terawan di Kantor TNP2K (11/2/2020). Pernyataan kedua Menkes Terawan menyatakan bahwa doa menjadi penyebab virus corona tidak masuk ke Indonesia. *“Kita ini negara yang Berketuhanan Yang Maha Esa, apapun agamanya selama kita berpegang teguh pada Pancasila, doa itu menjadi hal yang harus utama. Maka namanya ora et labora (berdoa dan berusaha),”* Terawan di Gedung Kantor Staf Presiden (17/2/2020).

Pernyataan ketiga Menkes Terawan mengatakan publik seharusnya tidak perlu khawatir karena penyakit flu yang biasa terjadi justru mempunyai angka kematian lebih tinggi. *“Padahal kita punya flu yang biasa terjadi pada kita, batuk pilek angka kematiannya lebih tinggi dari yang corona tapi kenapa ini bisa hebohnya luar biasa,”* Terawan di Kantor Kemenkes (2/3/2020). Pernyataan keempat Menkes Terawan yaitu mengenai teori soal virus corona yang menurut nya Covid-19 akan sembuh sendiri. *“Dan saya merasa sangat berbahagia, bahwa teorinya benar bahwa memang ini adalah self limiting disease yang akan sembuh sendiri. Penyakit yang akan sembuh sendiri,”* Terawan di RS Persahabatan (12/3/2020).

Hampir semua media menanggapi pernyataan Menkes Terawan tersebut, salah satunya yaitu Narasi TV sebuah platform televisi digital, yang didirikan oleh Najwa Shihab sejak awal tahun 2018 bertekad untuk menciptakan program acara yang berkualitas, namun tetap menarik atensi penonton. Najwa Shihab yang dikenal sebagai seorang jurnalis yang kritis, belum lama ini menjadi sorotan hangat lantaran wawancara sebuah kursi kosong dalam program yang dipandunya. Treatment wawancara “Kursi Kosong” seperti yang dilakukan Najwa Shihab memang belum pernah terjadi sebelumnya dalam dunia jurnalistik di Indonesia. Namun, treatment ini sudah lazim digunakan oleh negara yang punya sejarah kemerdekaan pers cukup panjang. Dewan pers melihat fenomena Najwa Shihab mewawancarai “Kursi Kosong” tidaklah melanggar kode etik, justru itu adalah bagian dari kreativitas dengan cara sindiran halus terhadap tokoh publik untuk menarik audiens.

Diundangnya Menteri Kesehatan karena kegelisahan yang dirasakan publik ditengah pandemi yang belum mereda dan terkendali sosok Menkes Terawan lantas menghilang dari media sejak pandemi Covid-19. Hampir tiap minggu selalu kirim undangan saat episode soal pandemi, tetapi selalu tidak ada respons oleh pihak Menkes. Pak Terawan orang yang paling tepat untuk memberikan penjelasan terkait situasi pandemi saat ini. Pertanyaan yang disampaikan sebagian berasal dari publik, baik para ahli maupun warga biasa. Wawancara kursi kosong diniatkan mengundang pejabat publik menjelaskan kebijakan-kebijakan terkait penanganan pandemi.

Dengan adanya treatment wawancara kursi kosong menimbulkan berbagai macam opini publik. Opini publik terjadi karena adanya pesan dari komunikator kemudian terjadilah diskusi diantara para komunikan, lalu mengambil sebuah sikap terhadap isi pesan yang disampaikan oleh komunikator. Pendapat para komunikan ini bisa pendapat yang positif atau negatif. Opini publik pun bisa dibentuk dengan adanya pencitraan dari isi pesan komunikator, seperti isu-isu yang sering terjadi dikalangan para komunikan. Maka untuk membentuk opini publik ini komunikator harus membuat isi pesan yang benar-benar mudah dicerna dan mudah dimengerti oleh komunikan. Maka antara sosial media dan opini publik dapat berjalan beriringan karena dengan adanya media sosial tersebut maka komunikator akan dengan mudah menyampaikan isi pesannya kepada komunikan.

Tidak terlepas dari pembicaraan hangat di media sosial, Najwa Shihab juga aktif di media sosial nya salah satunya akun Twitter yang juga memposting konteks mengenai salah satu program Mata Najwa edisi “MenantiTerawan”. Pasca video wawancara kursi kosong, Najwa Shihab menjadi trending di Twitter. Najwa shihab memiliki akun yang bergabung pada bulan Oktober tahun 2008 dan memiliki pengikut 6,8 juta dibanjiri beberapa cuitan antara yang pro dan kontra terhadap sikap Najwa Shihab.

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan pada penelitian ini sebagai berikut: Bagaimana *digital opinion* wawancara “Kursi Kosong” pada Program Najwa Shihab di Narasi TV yang berkembang di Twitter.

## **LANDASAN KONSEPTUAL**

### **Komunikasi Politik**

Komunikasi politik didefinisikan sebagai proses ketika informasi politik yang relevan diteruskan dari suatu bagian sistem politik ke bagian lainnya, dan diantara sistem sosial dengan sistem politik (Rush dan Althoff, 1997). Komunikasi politik adalah komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh, sehingga masalah yang dibahas oleh kegiatan komunikasi ini dapat mengikat semua warganya dengan sanksi yang ditentukan bersama melalui lembaga politik. Menurut (Meadow, 1980) *political communication refers to any exchange of symbols or messages that to a significant extent have been shaped by or have consequences for the political system.* Komunikasi

politik memiliki makna bahwa setiap perubahan simbol dan pesan yang signifikan terhadap keadaan politik atau memiliki konsekuensi terhadap sistem politik. Komunikasi dan politik memiliki hubungan yang erat dan istimewa karena berada dalam kawasan (*domain*) politik dengan menempatkan komunikasi pada posisi yang sangat fundamental. Komunikasi politik menyambungkan semua bagian dari sistem politik sehingga aspirasi dan kepentingan dikonversikan menjadi berbagai kebijaksanaan.

### **Media Sosial Sebagai Komunikasi Politik**

Media sosial di Indonesia memiliki kecenderungan pemberitaan politik melalui akun individu, kelompok, maupun pihak-pihak yang tidak dapat dipertanggungjawabkan sebagai sumber informasi yang layak. Direktorat Reskrimsus Polda Metro Jaya mendeteksi ada ribuan akun media sosial dan media online yang menyebarkan informasi *hoax*, provokasi, hingga menyangkut Suku Agama Ras dan Antar Golongan (SARA). Kehidupan politik di Indonesia rentan terhadap konflik antar kelompok politik yang dikarenakan berlimpahnya pesan, pemberitaan dan informasi yang bermuatan saling mengkritik, prasangka berlebihan, subyektivisme, sikap sektarianisme, komunalisme, dan semangat sub nasional. Memang tidak semua orang menilai positif tentang media sosial sebagai sumber informasi, karena itu penting untuk mempertimbangkan kritik dan kelemahannya. (Cann, Dimitriou and Hooley, 2012).

Masyarakat lebih percaya terhadap media sosial meskipun menyadari bahwa akurasinya tidak terjamin. Dalam situasi persaingan politik antar kelompok yang memanas, masyarakat lebih menyukai pesan media sosial yang bermuatan kritik dan tuduhan negatif terhadap kelompok politik yang tidak sejalan, maka wajar jika semakin keras kritik yang meskipun tidak berdasarkan pada aspek faktual justru menjadi semakin disukai dan berkembang pesat tanpa batasan stratifikasi sosial, ekonomi, dan politik.

Kekuatan popularitas media sosial, partai politik, institusi politik, kelompok-kelompok politik, dan berbagai entitas di masyarakat yang bersentuhan dengan pemerintahan dan kekuasaan negara, berupaya memanfaatkan media sosial sebagai pendukung kekuatan untuk mempengaruhi khalayak. Kelompok-kelompok politik ini menggalang opini untuk menyalahkan pihak yang tidak disukai dan secara berkesinambungan mengeksplorasi pesan dalam arena persaingan. Media sosial dalam jaringan resmi kelompok politik tidak berdiri sendiri dalam mengeksplorasi informasi untuk kepentingan kelompok, sebab muncul sedemikian banyak media sosial dari pendukung dan simpatisan yang menyebarkan beritaberita bohong yang tidak sejalan dengan sikap resmi lembaga ataupun kelompok politik. Media sosial yang dimanfaatkan untuk hal positif tentu mampu membangun jaringan komunikasi politik yang interaktif diantara kelompok politik dengan para simpatisan atau massa.

## Media Sosial Twitter

Media sosial merupakan salah satu jenis web 2.0. hingga saat ini belum ada kesepakatan global terkait pengertian definisi baku dari media sosial. Salah satunya dikemukakan oleh Brian Solis Praktisi PR dan penggagas penggunaan media sosial asal Amerika Serikat ini mendefinisikan media sosial sebagai demokratisasi isi serta perubahan peran publik dalam membaca serta menyebarkan informasi. Menurut Dailey (2009) Social Media adalah konten yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan mudah di akses dan terukur. Hal yang paling utama dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, memperoleh bacaan dan berita, serta mencari konten dan informasi. Ada ratusan saluran media sosial yang beroperasi diseluruh dunia saat ini, dimana yang termasuk tiga besar seperti hal nya facebook, LinkedIn, dan Twitter. (Badri, 2011) Secara sederhana, media sosial merupakan medium atau alat komunikasi berbasis internet yang memungkinkan setiap penggunanya berbagi pesan dalam bentuk apapun, termasuk gambar, tulisan, video, dan suara kepada semua orang di seluruh belahan dunia yang memiliki akses internet kepada komunikator (pembuat pesan yang bersangkutan).

Twitter didirikan pada bulan Maret 2006 oleh perusahaan rintisan *Obvious Corp.* istilah Twitter secara harfiah disebut tweet yang berarti berkicau. Ide pembuatan situs Twitter yang berawal dari pertanyaan sederhana “apa yang anda lakukan saat ini?”. Twitter salah satu media sosial dengan jenis publikasi berbasis jaringan sosial. Dengan demikian kemudahan bagi penggunanya untuk membangun hubungan dengan individu lain serta memanfaatkan hubungan tersebut. Twitter merupakan sebuah layanan *microblogging* yang sangat efektif untuk dijadikan sebagai tempat menjalin hubungan pertemanan dengan setiap orang yang ada di belahan dunia untuk dapat berkomunikasi, bertukar informasi berupa foto, video maupun tulisan dengan kecepatan sebanding dengan media masa konvensional (Madcoms, 2010; Situngkir, 2017).

Pesan Twitter yang paling sering disebut “*tweets*”. *Tweet* ini membentuk arus pesan yang diikuti dalam urutan kronologis dari layar komputer atau layar lainnya, seperti yang dari ponsel. Semacam kata kunci yang disebut “*hashtag*” dapat ditambahkan ke tweet untuk menghubungkan pesan saat ini dengan beberapa pesan lainnya, sehingga lebih mudah untuk mengikuti pesan. Dalam percakapan tentang masyarakat, Twitter bisa menjadi komunikasi yang menarik, karena bentuk pesan yang sangat kompak. Dalam pesan singkat, tidak ada kesempatan untuk membenarkan sudut pandang atau mengutip sumber-sumber, dan arena ini pesan politik dan percakapan dapat lebih panas dan penting di sini daripada di platform media sosial lainnya (Conover, 2011).

## Digital Opinion

Setiap individu memiliki pendapat masing-masing mengenai isi pesan yang disampaikan oleh komunikator, namun biasanya setiap individu komunikasi akan membahas isu yang sama disaat mereka memiliki waktu untuk mengeluarkan pendapat



dan berdiskusi mengenai isu tersebut, maka dari hasil diskusi yang dilakukan melalui media sosial itu terbentuklah opini publik yang mewakili pendapat dari banyak individu. Pada hakikatnya, Opini publik di Indonesia tetap dicatat sebagai suatu kekuatan politik yang penting karena Indonesia termasuk negara yang menganut demokrasi politik. Pada era komunikasi digital, konsep dari opini publik dan aksi gerakan sosial mengalami perubahan dari konsep tradisional yang memerlukan adanya organisasi yang melakukan intermediasi proses pengumpulan data serta organisasi yang mewadahi sebuah gerakan sosial. Dengan adanya media sosial, maka publik dapat menyampaikan opininya tentang suatu topik atau permasalahan dengan mudah tanpa melalui sebuah perantara organisasi. (Barisione & Ceron, 2017).

### **Teori Khalayak Kepala Batu (*The Obsinate Audience Theory*)**

Teori khalayak kepala batu dikembangkan oleh L.A. Richards (1936), Raymond Bauer (1964), dan Schramm and Robert (1977) yang dikutip dalam (Arifin, 2011) menyatakan bahwa asumsi khalayak pasif itu gugur. Dengan gugurnya asumsi khalayak tidak berdaya atau khalayak pasif dan media perkasa, seperti teori jarum hipodermik, berkembang sebuah asumsi baru bahwa khalayak justru aktif, sangat berdaya, dan tidak pasif dalam proses komunikasi politik. Bahkan, khalayak memiliki daya tangkal dan daya serap terhadap semua rangsangan yang menyentuhnya. Dalam hal itu para pakar termasuk Wilbur Schramm dan Roberts (dalam Nimmo 2011) mengoreksi teorinya dan mengakui adanya teori baru yang dikenal dengan nama teori khalayak kepala batu (*the obstinate audience theory*). Teori ini merupakan bentuk penjabaran dari perspektif atau paradigma psikologis dalam komunikasi yang telah di paparkan di muka.

Teori khalayak kepala batu itu dikembangkan oleh pakar psikologi Raymond Bauer pada tahun (1964). Bahkan telah diperkenalkan oleh L.A. Richards sejak 1936 dan telah dipublikasikan oleh ahli retorika pada zaman Yunani dan Romawi 200 tahun yang lalu. Adapun Raymond Bauer mengkritik potret khalayak sebagai robot yang pasif. Khalayak hanya bersedia mengikuti pesan, apabila pesan itu memberi keuntungan atau memenuhi kepentingan dan kebutuhan khalayak. Komunikasi tidak lagi bersifat linear, tetapi merupakan transaksi. Media massa memang berpengaruh, tetapi pengaruh itu disaring, diseleksi, dan diterima atau ditolak oleh filter konseptual, atau faktor-faktor personal yang mempengaruhi reaksi mereka.

Teori khalayak kepala batu sangat penting menjadi kerangka acuan dalam melaksanakan komunikasi politik di negara demokrasi. Teori ini mengasumsikan bahwa (1) setiap individu mempunyai kemampuan untuk menyeleksi, menyaring, dalam menerima informasi; (2) khalayak justru sangat berdaya dan sama sekali tidak pasif dalam proses komunikasi politik. Khalayak memiliki daya tangkal dan daya serap terhadap semua terpaan pesan kepada mereka. Program yang dikedepankan adalah *public relations*. Kegiatan agitasi dan propaganda politik dianggap sangat tercela dan ditolak.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis, yaitu paradigma yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara/ mengelola dunia sosial mereka (Hidayat, 2003). penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Data dihimpun dengan pengamatan yang seksama, mencakup deskripsi dalam konteks yang mendetail disertai catatan hasil wawancara yang mendalam (Muslimin, 2016). Objek penelitian yang dipilih oleh penulis merupakan Program Mata Najwa Edisi “Kursi Kosong”. Subjek penelitian adalah opini pengguna Twitter yang berpendapat terkait program Mata Najwa Edisi “Kursi Kosong. Pengambilan data dengan cara observasi, wawancara dengan narasumber dan dokumentasi sebagai pendukung proses penelitian untuk menganalisis data digital opinion di Twitter.

## HASIL DAN DISKUSI

Program Mata Najwa itu sendiri adalah bagian dari Narasi TV, karena Narasi ingin mengajak masyarakat Indonesia khususnya kaum muda untuk menyelami ragam suguhan melalui program-program reportase, kemas dokumenter, opini, dan ruang interaksi, juga mengelola komunitas, aktivasi, dan *event online* dan *offline* melalui kanal digital [www.narasi.tv](http://www.narasi.tv). Sebab dimasa sekarang jejak digital tampil mengemuka. Narasi adalah ruang yang tepat untuk bertukar ide dan beradu gagasan. Berkiblat pada idealisme serta nilai-nilai kemajemukan, kritis dan toleran, serta mendorong setiap anak bangsa agar suka rela menggagas peran. Dan Narasi berharap apa yang tersaji dalam Narasi TV ikut memberi warna dan membentuk wajah dan kepribadian negeri. Munculnya tema “Kursi Kosong” ini berkaitan dengan idealisme Narasi TV yang kritis.



Gambar 1. fenomena “KursiKosong”  
(Sumber: Twitter @NajwaShihab)

Pada Gambar 1 menunjukkan program “Kursi Kosong” yang untuk pertama kalinya dilakukan oleh Najwa Shihab yang ditujukan kepada Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto karena tak kunjung hadir di program Mata Najwa. Jarang terlihatnya Menkes Terawan di media menjadi sorotan jurnalis sekaligus presenter Mata Najwa dalam edisi “Menanti Terawan” Najwa Shihab bermonolog dengan kursi kosong yang seolah-olah terdapat Menkes Terawan yang tengah duduk disana. Diundangnya Menkes Terawan karena kegelisahan yang dirasakan publik ditengah pandemi yang belum mereda dan terkendali sosok Menkes Terawan lantas menghilang dari media sejak pandemi Covid-19.

Pada era komunikasi digital, media sosial dapat membangun pola jaringan komunikasi politik yang mengatur hubungan antar individu, maupun kelompok dalam pertukaran informasi politik dan sarana untuk menyuarakan sebuah pesan secara kolektif. Terkait dengan konteks fenomena yang masuk ke Indonesia terhadap Covid-19. Fenomena Covid-19 menjadi perbincangan yang hangat dalam dunia politik dikarenakan ketidaktanggapan pemerintah Indonesia dalam menghadapi pandemi ini. Adanya isu politik yang dibentuk oleh media kini menarik perhatian publik. Dengan sendirinya publik akan terpengaruh isu yang dibentuk sehingga bermunculan opini-opini melalui jejaring sosial dengan adanya pendapat individu-individu yang mengutarakan terkait isu tersebut dengan sikap mendukung, menolak, ataupun tidak memihak. Dalam media sosial, publik dapat menyampaikan opininya dengan mudah tanpa melalui perantara organisasi. Opini-opini yang bermunculan terhadap suatu topik atau fenomena tersebut menjadi *Trending Topic* pada media sosial khususnya Twitter.

Fenomena “Kursi Kosong” menjadi *Trending Topic* di Twitter dikarenakan *treatment* wawancara kursi kosong yang masih awam bagi masyarakat Indonesia. Disaat Najwa Shihab bermonolog dengan kursi kosong seolah-olah ada Menteri Kesehatan yang tengah duduk disana. Maka tak heran memancing banyak opini yang pro dan kontra pada *treatment* ini. *Trending Topic* di Twitter membuat masyarakat bebas berpendapat di media sosial dengan cepat dan mudah. Hasil dalam penelitian ini pun menunjukkan suatu masalah atau fenomena yang terjadi akan segera direspons dan disebarkan dengan begitu cepat oleh para pengguna media sosial khususnya pengguna Twitter dengan berbagai ragam komentar dengan tagar tagar yang dapat menjadi *Trending Topic*. Ini dapat menjadi perhatian bagi pemerintah dengan cermat untuk melihat opini yang terbangun melalui media sosial, sehingga dapat mencegah terjadi isu-isu sosial yang akan berkembang ditengah masyarakat.

Dengan adanya opini digital terhadap fenomena “Kursi Kosong” terdapat berbagai macam perbincangan dalam media sosial. Perbincangan itu dimulai saat *treatment* wawancara itu berlangsung sehingga membuat publik berpendapat secara



bebas dan begitu cepat. Dalam penyampaian opini digital terhadap fenomena ini terbentuklah suatu jaringan komunikasi. Adapun secara struktur jaringan, dalam menyampaikan opininya, para aktor dalam jaringan cenderung menggunakan *retweet* dan *mention* daripada *reply* langsung ke akun-akun yang dominan yang membahas isu tersebut.

Dalam perbincangan ini membahas teknik wawancara Najwa Shihab yang terbilang baru di Indonesia yaitu dengan “Kursi Kosong”. Opini digital yang disampaikan melalui Twitter, tidak sedikit cuitan yang bersifat negatif seperti adanya mencela, meremehkan dan menolak terhadap treatment yang dilakukan Najwa Shihab. Hal ini menunjukkan kekecawaan publik terhadap treatment wawancara “Kursi Kosong” yang dilakukan oleh Najwa Shihab dengan mengkaitkan bahwa treatment wawancara “Kursi Kosong” ini dianggap hanya demi rating acara semata. Publik menganggap bahwa wawancara “Kursi Kosong” ini menggiring opini dan cara sensasi untuk rating acara. Dan publik menilai bahwa acara yang dipandu oleh Najwa Shihab tidak bermutu bahkan busuk sehingga Menkes Terawan tidak mau duduk di kursi tersebut. Selain itu, juga dianggap bahwa *treatment* ini tidak ada kontribusinya untuk pandemi negara. Dapat dilihat publik dapat menyampaikan opininya dalam digital yang lebih mewakili perasaan dan emosi spontan tanpa harus mengkhawatirkan tata bahasa dan tata krama dalam penyampaian opini (Barisione & Ceron, 2017).

Hal ini menunjukkan bahwa dalam *treatment* wawancara “Kursi Kosong” dianggap pelecahan bukan kritikan yang ditujukan kepada pemerintah melalui Menkes. Disini Najwa Shihab dianggap tidak bisa wawancara Menkes karena menurut @babangnugroho bisanya hanya wawancara kursi kosong. Dan @AntonStefanus menyebutkan bahwa Najwa Shihab adalah hobby memotong omongan orang dan memiliki hobby berbicara dengan kursi kosong karena saking cerewetnya. Dalam perbincangan fenomena “Kursi Kosong” memang tidak sedikit berisi cuitan negatif, tetapi suatu opini digital tidak mungkin hanya memiliki satu keberpihakan. Opini digital yang disampaikan melalui Twitter, tidak sedikit cuitan yang bersifat setuju atau mendukung pada treatment wawancara “Kursi Kosong” yang dilakukan Najwa Shihab.

Publik yang sengaja menggiring opini publik untuk tidak setuju dalam *treatment* wawancara “Kursi Kosong” tanpa tau kebenarannya dan maksud yang sebenarnya. Selain itu, menunjukkan bahwa Najwa Shihab bukan sekedar pamer kepinteran dan untuk mendapatkan rating acara dalam melakukan treatment wawancara “Kursi Kosong” ini. Menurut Sodikun selaku dosen Komunikasi Politik sebagai informan utama yang menjadi sumber dalam penelitian ini mengatakan bahwa “*Dalam menangani COVID-19 Menkes tidak kunjung hadir di media menjadi salah satu agenda bahasan di media artinya menjadi agenda yang menarik untuk diangkat atau adanya masalah yang kontroversial untuk diangkat menjadi opini publik*” (Sodikun, 2021)

Hal ini menunjukkan bahwa treatment wawancara “Kursi Kosong” yang dilakukan oleh Najwa Shihab adalah suatu hal yang kontroversial dalam menangani

masalah Covid-19. Selain kontroversial, treatment ini menjadi daya tarik khalayak untuk menyikapi isu politik tersebut. Dalam proses pembentukan opini peran digital menjadi penting yaitu nilai berita yang diterima khalayak terutama jika terjadi pendapat yang pro dan kontra dalam masyarakat. Menurut Sodikun bahwa *“Membangun opini publik itu boleh-boleh saja seseorang atau siapapun menyampaikan opininya boleh saja tidak ada larangan tidak ada kode etik dan sebagainya asalkan memang tidak menyinggung jangan menghina atau melukai. Opini itu timbul karena bagaimana sebuah kebijakan pemerintah di masa pandemi justru pemerintah pasif dan membuat publik bertanyatanya.”*(Sodikun, 2021).

Hal ini menunjukkan bahwa treatment wawancara “Kursi Kosong” itu boleh saja dalam konteks membangun opini publik. Pada treatment wawancara “Kursi Kosong” ini tidak melanggar kode etik asalkan tidak menyinggung ataupun menghina. Terjadinya opini publik dalam fenomena “Kursi Kosong” karena kebijakan pemerintah yang pasif disaat pandemi Covid-19 yang tak kunjung reda. Selain itu opini yang disampaikan dalam opini digital juga lebih mewakili perasaan dan emosi spontan dari peggemar tanpa harus mengkhawatirkan tata bahasa dan tata krama dalam penyampaian opini (Barisione & Ceron, 2017).

Dalam era komunikasi digital, pernyataan tentang sesuatu apakah baik atau buruk, pernyataan jelek atau bagus merupakan penilaian yang dinyatakan oleh masyarakat. Pernyataan tersebut lalu di digitalisasikan. Dengan adanya jejak digital kita mudah untuk melihat kembali dan kapan saja opini tersebut. Terkait fenomena “Kursi Kosong” pembentukan opini publik melalui digital akan lebih tertarik daripada membaca koran karena dapat dilihat kembali pesannya dan akan lebih meresap keingatan. Hal ini merupakan suatu yang penting dan strategis. Setelah itu dapat diimplementasikan kepada orang yang berkaitan dalam fenomena “Kursi Kosong” tersebut.

### **Analisis Teori Khalayak Kepala Batu dalam Fenomena “Kursi Kosong”**

Gugurnya asumsi khalayak pasif, maka dikembangkan sebuah asumsi baru, yaitu khalayak justru aktif dan berkuasa dan sama sekali tidak pasif dalam proses komunikasi politik. Dalam “teori khalayak kepala batu”, Raymond Bauer mengkritik potret khalayak sebagai robot pasif. Komunikasi tidak lagi berjalan satu arah dan dipengaruhi oleh media massa, tetapi pengaruh ini disaring dan diterima atau ditolak oleh faktor faktor personal yang mempengaruhi reaksi mereka.

Masyarakat Indonesia termasuk khalayak paling aktif dan interaktif di media sosial. Hal ini tidak terlepas dari isu politik. Terkait latar belakang fenomena Covid-19 yang masuk ke Indonesia. Akibat ketidaktanggapan respons pemerintah Indonesia terhadap pandemi Covid-19 menjadi perbincangan hangat di dunia politik. Hampir semua media menanggapi fenomena ini, khususnya media sosial yang bersifat interaktif. Media sosial adalah ajang berdiskusi tentang politik bagi masyarakat yang setiap

individu bebas berpendapat serta menciptakan kebebasan berkomunikasi dan umpan balik tanpa jarak antara sumber berita dan khalayak. Najwa Shihab menjadi sorotan hangat lantaran wawancara kursi kosong dalam program acara yang dipandunya. Fenomena “Kursi Kosong” memang terdengar asing di Indonesia, tetapi Dewan Pers melihat bahwa fenomena ini tidak melanggar kode etik. Fenomena ini menjadi suatu isu politik yang dapat menarik perhatian publik karena menghilangnya Menkes Terawan dari media sejak pandemi Covid-19. Masyarakat Indonesia masih awam dengan fenomena “Kursi Kosong”, sehingga tak heran jika memiliki pro dan kontra.

Kehadiran media sosial memudahkan khalayak berkomunikasi secara langsung dan mengetahui yang sedang hangat dibicarakan di dunia politik. Media sosial dan opini publik dapat berjalan beriringan karena adanya media sosial komunikator akan dengan mudah menyampaikan isi pesannya kepada komunikan. Dengan “teori khalayak kepala batu” fokus bagaimana semua pesan politik yang diterima dapat diolah secara internal pada diri individu. Teori khalayak kepala batu dibangun dengan asumsi dasar bahwa manusia adalah makhluk yang sangat rasional dan sangat aktif, dinamis, dan selektif terhadap semua pengaruh dari luar dirinya. Teori ini mengasumsikan bahwa (1) setiap individu mempunyai kemampuan untuk menyeleksi, menyaring, dalam menerima informasi; (2) khalayak justru sangat berdaya dan sama sekali tidak pasif dalam proses komunikasi politik. Terkait fenomena “Kursi Kosong” dalam penanganan Covid-19 di Twitter. Tidak munculnya Menkes Terawan ke publik dikarenakan pernyataan-pernyataan yang kontroversial yang kemudian mendapatkan respons dari publik. Khalayak lebih aktif memberikan pendapat dan menyeleksi informasi yang didapat dengan isu politik ini.

Ruang publik sangat terbuka untuk individu yang mempunyai pemikiran kritis terkait isu fenomena “Kursi Kosong”. Individu yang aktif dan mempunyai pemikiran kritis semakin didukung dengan hadirnya media. Dengan menyampaikan opini melalui digital, seharusnya tidak perlu ada ketersinggungan bahwa memang kenyataannya benar seperti itu. Hal ini menunjukkan bahwa fenomena “Kursi Kosong” menimbulkan pemikiran-pemikiran publik. Sesuai dengan asumsi dari “teori khalayak kepala batu” yang khalayak dapat menyeleksi dan menyaring mana yang realitas dan hoax. Realitas politik yang demokratis itulah bangunan sistem politik. Sistem sosial itu selalu menggambarkan pemikiran-pemikiran dinamis yang tidak berpihak kepada pro dan kontra saja.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan diskusi pada penelitian *digital opinion* “Kursi Kosong” pada program najwa shihab, peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Setiap individu dapat berpendapat terhadap isu yang sedang kontroversial baik sikap mendukung, menolak, ataupun tidak memihak melalui digital secara cepat dan bebas.
2. Teori Khalayak Kepala Batu sebagai teori dalam fenomena “Kursi Kosong” yang dapat membuat proses komunikasi politik didalamnya khalayak lebih sangat berdaya dan aktif.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang diperoleh, maka saran yang diberikan peneliti adalah:

1. Pengguna situs jejaring sosial Twitter sebagai media aspirasi sebagaimana pengguna Twitter harus dapat lebih bijak lagi dalam menggunakan media sosial khususnya membuat sebuah tautan di Twitter
2. Peneliti selanjutnya dapat dilakukan dengan cara mengembangkan penelitian sejenis tetapi dengan pokok bahasan yang berbeda. Sehingga dapat dilihat bahwa pemanfaatan situs jejaring sosial Twitter ini memang diterapkan sebagai media pendistribusian informasi yang efektif.

### REFERENSI

- Ardial. 2009. *Komunikasi Politik*. Jakarta:PT INDEKS.
- Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik*. Jakarta: Balai Pustaka.
- \_\_\_\_\_. 2003. *Komunikasi Politik: Paradigma Teori Aplikasi Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Komunikasi Politik Filsafat-Paradigma-Teori-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Badri, Muhammad. 2011. *Corporate Marketing and Communication*. Jakarta: Universitas Mercu Buana
- Barisione, M., & Ceron, A. 2017. *A Digital Movement of Opinion? Contesting Austerity Through Social Media*. In M. Barisione & A. Michailidou (Eds.), *Social Media and European Politics* (pp. 77–104).
- Bastian M, Heyman S, Jacomy M. 2009. *Gephi: an open source software for exploring and manipulatif networks*. Di dalam: International AAAI Conference on Weblogs and Social Media; 2009 Jul 07.
- Bauer, K.R., Brown, M., Cress, R.D., Parise, C.A. and Caggiano, V., 2007. *Descriptive analysis of estrogen receptor (ER)-negative, progesterone receptor*

(PR)-negative, and HER2-negative invasive breast cancer, the so-called triple-negative phenotype. *Cancer*, 109(9), pp.1721-1728.

Bin, A., Alkatiri, M., & Nasution, A. N. S. 2020. *Opini Publik Terhadap Penerapan New Normal Di Media Sosial Twitter*. 11(1). Gunawibawa, E. Y., & Oktiani, H. 2020. *Politik & Bencana Banjir Jakarta 2020 : Analisis Peta Percakapan #JakartaBanjir*. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 60.

Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Kriyantono, R. 2016. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Margono. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Meadow, G Robert. *Politics as Communication*. Noowod. 1980. NJ: ALEX Publishing Company.

Muhtadi, Asep Saeful. 2008. *Komunikasi Politik Indonesia*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mustofa, B. 2015. *Psikologi Pendidikan*. Cetakan I. Yogyakarta: ParamaIlmu.

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosiologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Nimmo, Dan. 2005. *Komunikasi Politik; Komunikator, pesan dan Media*. Bandung: PT remaja Rosda Karya.

\_\_\_\_\_. 2011. *Komunikasi Politik*. Bandung: Rosda Karya.

Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta (ID): PT Elex Komputindo.

Tjahyana, L. J. 2020. Gerakan Opini Digital #Truebeauty Pada Twitter Untuk Pemeran Film Adaptasi Komik Webtoon. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 34.

<https://amp.kompas.com/nasional/read/2020/09/29/08204241/saat-pemerintahmengeklaim-sudah-benar-tangani-pandemi-covid-19>

<https://www.google.com/amp/s/m.brilio.net/amp/serius/5-penjelasan-wawancarakursi-kosong-najwa-shihab-hingga-berujung-aduan-201007y.html>





<https://www.google.com/amp/s/jogja.suara.com/amp/read/2020/09/29/150203/di-ndir-di-mata-najwa-5-kontroversi-menkes-terawan-soal-corona>

<https://www.matain.id/article/2020/1007/5-hal-tentang-wawancara-kursi-kosong-najwa-shihab-hingga-berujung-aduan.html>