

## **IDEOLOGI TRANS TV DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

**Siti Khotimah, Talitha Azzahra, Nurul Khotimah, Muhamad Didan**

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Email: tazzahraaa532@gmail.com, eskaaeskaaa585@gmail.com,  
nurulkhotimah@uinsaizu.ac.id, 234110102063@mhs.uinsaizu.ac.id

### ***Abstract***

The influence of mass media, especially electronic media, in shaping public opinion has grown increasingly important with the rapid advancement of communication technologies. Mass media not only acts as a channel for spreading information but also plays a key role in shaping ideologies that affect how the public perceives various issues. In the context of social media, ideology is a set of values and beliefs that guides how information is framed and interpreted by audiences. This research aims to examine how Trans TV's ideology impacts public opinion on the TikTok platform through a literature review and content analysis approach. In the modern digital age, social media has become an essential platform for distributing information and influencing public opinion. As one of Indonesia's prominent private television networks, Trans TV plays a crucial role in influencing public perceptions through its content. By employing agenda-setting and framing theories, this study explores how the ideology promoted by Trans TV shapes public opinion. The content analysis method is used to assess TikTok posts and user interactions related to Trans TV's programming. The findings show that the content created not only serves to entertain but also functions as a tool for constructing specific narratives that influence public perspectives on social and political matters. This study provides insights into the dynamics between traditional media and social media platforms in shaping public opinion.

***Keyword :*** *Ideology, Trans TV, Public Opinion, Social Media, TikTok*

### ***Abstrak***

Peran media massa dalam membentuk opini publik, khususnya media elektronik, menjadi sangat signifikan seiring pesatnya perkembangan teknologi komunikasi media massa tidak hanya berperan sebagai alat untuk menyebarkan informasi, tetapi juga sebagai pembentuk ideologi yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap isu-isu tertentu. Dalam media sosial, ideologi mengacu pada seperangkat nilai dan keyakinan yang menentukan cara informasi dikemas dan diterima oleh audiens. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran ideologi Trans TV dalam pembentukan opini publik di media sosial TikTok dengan pendekatan literatur review dan analisis konten. Di era digital, media sosial telah menjadi platform utama untuk menyebarkan informasi dan membentuk opini. Trans TV, yang merupakan salah satu stasiun televisi swasta terbesar di Indonesia memainkan peran signifikan dalam membentuk

# IDEOLOGI TRANS TV DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DI MEDIA SOSIAL TIKTOK

pandangan masyarakat melalui konten yang mereka sajikan. Dengan menggunakan teori agenda setting dan framing, penelitian ini berupaya memahami bagaimana ideologi yang dibawa oleh Trans TV dapat memengaruhi opini publik. Metode analisis konten digunakan untuk menganalisis unggahan dan pola interaksi pengguna di TikTok yang terkait dengan program-program Trans TV. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa konten yang diproduksi bukan hanya sekadar hiburan, tetapi juga menjadi alat untuk membangun narasi tertentu yang mampu memengaruhi persepsi masyarakat terhadap isu-isu sosial dan politik. Penelitian ini memberikan perspektif tentang hubungan antara media tradisional dan media sosial dalam membentuk opini publik.

**Kata kunci:** Ideologi, Trans TV, Opini Publik, Media Sosial, TikTok

## Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, terutama media sosial, telah merevolusi cara masyarakat berinteraksi dan membentuk opini publik. Salah satu platform yang sedang mengalami pertumbuhan pesat adalah TikTok, yang tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga digunakan sebagai media komunikasi politik. Dalam konteks ini Trans TV, yang merupakan salah satu stasiun televisi swasta terkemuka di Indonesia, memiliki peran penting dalam membentuk opini publik melalui konten-konten yang disebarluaskan di TikTok. Didirikan pada 1 Agustus 1998, Trans TV dikenal dengan misinya untuk mencerdaskan masyarakat dan memperkuat nilai-nilai demokrasi. Dengan visi menjadi stasiun televisi terdepan di Indonesia dan Asia Tenggara, Trans TV terus berupaya menghasilkan program-program yang inovatif dan berkualitas. Pemanfaatan TikTok sebagai media untuk menyampaikan pesan sosial dan politik menjadi salah satu strategi penting untuk menjangkau generasi muda yang mendominasi pengguna platform ini.

TikTok memiliki fitur unik yang memungkinkan penyebaran informasi dengan cepat dan masif. Platform ini mendukung pembuatan dan berbagi video pendek yang mampu menarik perhatian audiens dalam waktu singkat. Kemampuan tersebut menjadikannya alat yang efektif bagi Trans TV untuk berinteraksi dengan khalayak muda, sekaligus memengaruhi persepsi mereka terhadap berbagai isu sosial dan politik. Penelitian menunjukkan bahwa TikTok memiliki dampak besar dalam membentuk opini publik, terutama di kalangan generasi muda yang aktif memanfaatkan platform ini untuk menyampaikan pandangan politik mereka. Sehingga, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan ideologi Trans TV dalam konten yang diproduksi dan didistribusikan melalui TikTok serta dampaknya terhadap pembentukan opini publik. Kajian ini akan berfokus pada strategi komunikasi yang digunakan oleh Trans TV dalam memanfaatkan TikTok untuk menyampaikan pesan-pesan sosial dan politik, serta bagaimana interaksi pengguna platform tersebut berkontribusi pada pembentukan persepsi masyarakat terhadap konten yang disajikan.

Di tengah perkembangan teknologi komunikasi yang pesat, media massa khususnya media elektronik memainkan peran sentral dalam kehidupan sosial-politik masyarakat. Media elektronik yang mencakup televisi, radio, dan platform digital (seperti

situs berita online dan media sosial) telah menjadi sarana utama dalam menyampaikan informasi kepada public (Afif Muhtar and Rohman, 2023; Noorikhshan et al., 2023). Dengan jangkauan yang luas dan kemampuan untuk menggabungkan suara, gambar, dan teks, media elektronik memiliki pengaruh yang sangat besar dalam membentuk pandangan publik dan memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap berbagai isu.

Media elektronik juga memiliki ideologi tertentu yang tercermin dalam cara mereka menyajikan berita dan informasi. Menurut Kurnia (2023) ideologi media massa mencakup seperangkat nilai, keyakinan, dan pandangan dunia yang memengaruhi proses seleksi berita, framing (pembingkai) informasi, serta cara informasi itu dikemas dan disampaikan kepada audiens. Setiap media elektronik, baik itu stasiun televisi, radio, maupun platform online, memiliki kecenderungan ideologis yang dapat berhubungan dengan berbagai faktor seperti kepentingan politik, ekonomi, dan sosial dari pemilik atau pengelolanya.

Sebagai stasiun televisi besar, Trans TV memanfaatkan TikTok sebagai platform untuk menyampaikan ideologi yang lebih sesuai dengan audiens muda yang aktif di media sosial. Dalam hal ini, Trans TV tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga turut membentuk pandangan sosial melalui pemilihan dan penyajian konten. Media yang dimiliki oleh perusahaan besar atau berafiliasi dengan kelompok politik tertentu seringkali menunjukkan kecenderungan bias dalam pemberitaannya, mendukung kepentingan politik, sosial, atau ekonomi yang terkait (Rahman et al., 2019). Framing dalam pemberitaan cara media memilih untuk menonjolkan atau menyembunyikan aspek-aspek tertentu dari sebuah peristiwa dapat memengaruhi bagaimana audiens memaknai peristiwa tersebut dan membentuk opini publik. Ini menunjukkan bahwa media bukan sekadar menyampaikan fakta, tetapi juga membentuk realitas sosial melalui sudut pandang yang dipilih oleh suatu kelompok.

Ideologi media massa memainkan peran krusial dalam pembentukan opini publik. Media memiliki dampak signifikan dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap suatu isu peristiwa atau fenomena, terutama melalui platform digital seperti TikTok yang memiliki jangkauan luas dan dapat menjangkau berbagai kalangan. Ketika ideologi tertentu tertanam dalam konten yang disajikan, tidak hanya opini individu yang terbentuk, tetapi juga dapat mempengaruhi sikap kolektif atau bahkan kebijakan publik. Selain itu, keberagaman media elektronik saat ini, seperti televisi, radio, situs berita, dan media sosial, menambah kompleksitas dalam menganalisis ideologi media dan dampaknya terhadap pembentukan opini publik.

TikTok, sebagai platform digital, memperkenalkan dimensi baru dalam proses pembentukan opini publik. Dengan kemampuannya untuk mempersonalisasi informasi dan menciptakan ruang untuk interaksi antar pengguna, TikTok memungkinkan audiens Tidak hanya berfungsi sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai pembuat informasi yang dapat memengaruhi persepsi dan opini publik. Trans TV memanfaatkan interaksi ini untuk mempengaruhi opini audiens melalui konten hiburan yang menarik serta penyampaian nilai-nilai tertentu yang ingin dibagikan. Platform digital dengan

## **IDEOLOGI TRANS TV DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

kemampuannya untuk mempersonalisasi informasi dan menciptakan ruang bagi interaksi antar pengguna, menambah lapisan baru dalam dinamika pembentukan opini, di mana audiens tidak hanya berperan sebagai konsumen informasi, tetapi juga sebagai penghasil informasi (Dharmajaya and Setiawan, 2024; Srikandi et al., 2023).

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis ideologi yang disampaikan oleh Trans TV dalam membentuk opini publik melalui media sosial TikTok. Fokus utama dari isu yang diangkat adalah bagaimana media massa, khususnya Trans TV, mempengaruhi opini publik melalui TikTok, dengan memanfaatkan potensi video pendek untuk menyampaikan pesan ideologi yang dapat membentuk pandangan masyarakat. Pemilihan isu ini dipengaruhi oleh peran signifikan yang dimainkan oleh media massa dalam membentuk persepsi publik, terutama di era digital saat ini, di mana media sosial memiliki peran yang semakin dominan dalam distribusi informasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah tinjauan pustaka dan analisis konten. Tinjauan pustaka bertujuan untuk menganalisis literatur yang berkaitan dengan ideologi media massa dan pembentukan opini publik, dengan fokus pada peran TikTok sebagai platform media sosial yang digunakan oleh Trans TV. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai jurnal, artikel, buku, dan laporan penelitian yang membahas topik-topik seperti ideologi media, pengaruh media terhadap opini publik, serta peran media sosial dalam membentuk persepsi politik masyarakat. Data tersebut kemudian disaring dan dianalisis untuk mengidentifikasi pola-pola yang menggambarkan bagaimana Trans TV melalui TikTok menyampaikan pesan ideologi dan dampaknya terhadap opini publik.

Analisis konten dilakukan untuk menggali lebih dalam mengenai konten yang dipublikasikan oleh Trans TV di TikTok. Pendekatan ini mencakup identifikasi, klasifikasi, dan analisis pesan-pesan yang disampaikan dalam video TikTok yang diproduksi oleh Trans TV, baik yang berhubungan dengan isu politik, sosial, maupun budaya. Dalam menggunakan pendekatan analisis konten, penelitian ini memeriksa elemen-elemen dalam video TikTok yang menunjukkan framing ideologi tertentu, seperti pilihan bahasa, visual, dan simbol-simbol yang digunakan untuk memengaruhi atau mengarahkan opini publik. Proses penelitian dimulai dengan mengumpulkan literatur yang membahas pengaruh media massa dalam membentuk pandangan publik, khususnya media sosial seperti TikTok. Artikel dan jurnal yang relevan dikumpulkan dari berbagai sumber dan disaring untuk menemukan isu-isu penting yang berhubungan dengan pengaruh media terhadap opini publik, dengan mempertimbangkan peran TikTok sebagai saluran komunikasi utama. Selanjutnya, konten TikTok yang diproduksi oleh Trans TV dipilih berdasarkan kriteria tertentu, seperti popularitas, relevansi dengan isu politik, dan frekuensi unggahan.

Analisis data dilakukan dalam tiga tahap: pertama, restatement, yang merumuskan kembali temuan-temuan utama dari literatur dan konten yang dianalisis untuk memastikan pemahaman yang tepat; kedua, description, yang menggambarkan pola dan kecenderungan yang ditemukan dari literatur dan konten TikTok yang dianalisis, termasuk cara Trans TV menggunakan media sosial untuk menyampaikan ideologi politiknya; dan ketiga, interpretation, yaitu menarik makna yang lebih mendalam dari data yang diperoleh, dengan mengaitkannya pada konteks sosial dan politik yang lebih luas untuk memahami dampak ideologi media terhadap opini publik di kalangan pengguna TikTok.

### **Hasil dan Pembahasan**

Media berfungsi sebagai sarana komunikasi yang penting dalam kehidupan masyarakat, menjadi penghubung antara individu dan kelompok. McLuhan dan Fiore menyatakan bahwa "Media memainkan peran penting dalam mencerminkan esensi masyarakat di setiap periode," yang menggambarkan hubungan erat antara media dan perubahan sosial. Media massa tidak hanya memengaruhi pola perilaku masyarakat, tetapi juga membentuk cara pandang terhadap berbagai isu yang muncul. Media massa memiliki peran utama sebagai penyedia informasi, alat pendidikan, sarana hiburan, dan pengawasan sosial, seperti yang tercantum dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 1999. Peran ini menegaskan pentingnya media dalam menjaga keterhubungan sosial dan memberikan wawasan kepada masyarakat terkait peristiwa di sekeliling mereka. Kehadiran media sosial telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat berinteraksi dan berbagi informasi. Berbeda dengan media tradisional, media sosial memungkinkan komunikasi yang lebih interaktif dan menciptakan ruang dialog yang terbuka di antara penggunanya. Namun, tantangan seperti penyebaran informasi yang salah menjadi sisi negatif yang harus dihadapi pengguna media sosial (Afif Muhtar and Rohman, 2023).

Pengaruh media sosial dapat dilihat dari dua sisi. Secara positif, media sosial mempererat hubungan antarindividu dan menyediakan platform untuk berbagi informasi yang bermanfaat. Di sisi lain, media sosial juga menjadi medium penyebaran berita hoaks dan informasi yang tidak akurat. Oleh karena itu, literasi media sangat penting untuk membantu individu memahami dan menilai informasi yang diterima. Media berperan sebagai agen perubahan dalam masyarakat dengan memengaruhi opini publik dan mendorong tindakan kolektif. Peran ini terlihat nyata dalam berbagai gerakan sosial yang menggunakan media untuk menyebarkan pesan dan mendapatkan dukungan masyarakat. Efektivitas media sebagai agen perubahan dapat dilihat dari dampaknya dalam meningkatkan kesadaran sosial dan partisipasi masyarakat terhadap isu-isu penting. Dengan menyampaikan informasi yang akurat dan berkualitas, media membantu masyarakat memahami isu-isu kompleks dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk mewujudkan perubahan positif (Afif Muhtar and Rohman, 2023).

## **IDEOLOGI TRANS TV DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

Media sosial telah menjadi alat penting dalam membentuk opini publik, terutama melalui platform seperti Twitter. Interaksi di media sosial memungkinkan individu untuk berpartisipasi aktif dalam diskusi, membentuk opini berdasarkan informasi yang diperoleh. Dengan akses informasi yang semakin mudah, media sosial menciptakan ruang dinamis untuk opini publik, menjadikannya lebih dari sekadar sarana komunikasi, tetapi juga sebagai platform strategis dalam memengaruhi persepsi masyarakat. Pemanfaatannya dapat dilihat dari aspek interaktivitas, kecepatan penyebaran informasi, dan aksesibilitasnya yang memungkinkan komunikasi dua arah, distribusi informasi cepat, dan partisipasi luas tanpa batas geografis. Karakteristik media sosial yang membedakannya dari media tradisional adalah sifatnya yang terbuka, partisipatif, dan tidak terikat oleh waktu atau tempat. Media sosial memungkinkan pengguna tidak hanya sebagai penerima informasi tetapi juga sebagai produsen konten. Dialog interaktif antara pengguna mendukung pertukaran pendapat secara real-time, sementara keterbukaan akses memberi kesempatan kepada siapa saja untuk terlibat dalam diskusi tanpa hambatan formal (Syarief, 2017).

Media sosial, khususnya platform seperti TikTok, memiliki pengaruh yang sangat signifikan dalam membentuk opini publik, khususnya dalam ranah politik. TikTok memberikan kesempatan kepada audiens, terutama generasi muda, untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan terlibat dalam percakapan politik secara langsung dan terbuka. Ini menciptakan dinamika baru dalam cara informasi didistribusikan dan bagaimana persepsi publik terbentuk. Menurut Chairun Nisa Zempi dan rekan-rekan (2023), media sosial, termasuk TikTok, berperan dalam tiga aspek utama dalam pembentukan pengetahuan politik: *involve* (keterlibatan individu dalam partisipasi politik), *connect* (kemampuan media sosial untuk menghubungkan pengguna dalam jaringan politik), dan *mobilize* (dukungan terhadap partisipasi politik yang lebih aktif).

Aspek pertama, *involve*, menjelaskan bagaimana media sosial dapat mendorong individu untuk lebih aktif dalam kegiatan politik, baik melalui diskusi, berbagi opini, maupun menyuarakan pandangan mereka tentang isu-isu politik yang sedang berkembang. Media sosial memberikan kesempatan bagi siapa saja untuk ikut serta dalam percakapan politik, tanpa harus bergantung pada media konvensional. Aspek kedua, *connect*, menekankan bagaimana media sosial dapat menciptakan koneksi antar pengguna, yang sering kali menghasilkan komunitas virtual dengan kesamaan minat politik. Dalam hal ini, TikTok menjadi platform yang sangat efektif dalam mempertemukan pengguna dari berbagai latar belakang, memungkinkan mereka untuk saling bertukar ide, berbagi informasi, dan membangun jaringan yang memperluas pengaruh politik mereka. Sementara itu, aspek *mobilize* menunjukkan bagaimana media sosial mendorong pengguna untuk lebih terlibat dalam aksi politik nyata, seperti mendukung kandidat tertentu, mengikuti kampanye, atau berpartisipasi dalam kegiatan politik lainnya.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi politik, tetapi juga sebagai alat yang sangat kuat dalam membentuk persepsi politik masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda. TikTok, dengan

format video pendek yang menarik dan mudah dipahami, memungkinkan penyampaian informasi politik dengan cara yang lebih ringan dan menghibur, namun tetap mengandung pesan yang dapat memengaruhi pandangan politik audiens. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran aktif dalam membentuk pandangan politik, memperkuat identitas politik pengguna, dan bahkan memengaruhi sikap mereka terhadap isu-isu politik tertentu (Zempi, Kuswanti, & Maryam, 2023).

Di sisi lain, Trans TV, sebagai salah satu stasiun televisi terbesar di Indonesia, memanfaatkan TikTok sebagai saluran untuk menyampaikan konten yang relevan bagi audiens muda serta membentuk opini publik terkait isu-isu politik yang sedang berkembang. Walaupun Trans TV berupaya menjaga netralitas dalam penyampaian beritanya, pengaruh ideologi pemilik atau pengelola tetap memengaruhi cara pesan dipresentasikan kepada publik. Ini terlihat dalam pemilihan isu-isu tertentu yang ditampilkan melalui TikTok, yang dapat mempengaruhi cara audiens memahami isu tersebut. Misalnya, video yang menampilkan calon presiden atau partai politik sering kali disajikan dengan cara yang mendukung atau mengkritik posisi politik tertentu, tergantung pada ideologi yang ingin disampaikan oleh media.

TikTok, sebagai platform digital yang memiliki kemampuan distribusi informasi yang sangat luas, memberikan Trans TV ruang besar untuk menyebarkan pesan politik mereka kepada audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Meski demikian, terdapat tantangan besar terkait literasi digital dan potensi penyebaran informasi yang tidak akurat atau bias. Mengingat banyaknya konten yang tersebar di platform ini, penting bagi audiens untuk lebih selektif dalam menyaring informasi yang diterima dan memprosesnya dengan objektif. Tanpa literasi digital yang memadai, informasi yang salah atau bias dapat dengan mudah diterima sebagai kebenaran, yang dapat mempengaruhi opini publik secara negatif.

Oleh karena itu, penting bagi media seperti Trans TV untuk lebih sadar akan peran mereka dalam membentuk opini publik melalui platform seperti TikTok. Mereka perlu memastikan bahwa meskipun konten yang disajikan menarik bagi audiens muda, informasi yang disampaikan tetap akurat dan seimbang. Selain itu, media juga harus berperan aktif dalam meningkatkan literasi digital dan literasi politik masyarakat, agar audiens dapat membedakan informasi yang benar dari yang salah, serta mampu berpikir kritis dalam menilai setiap konten yang mereka konsumsi. Penelitian ini menggambarkan betapa besar peran media sosial dalam pembentukan opini publik di era digital ini. Interaksi antara media tradisional seperti Trans TV dan platform media sosial seperti TikTok menciptakan ruang baru bagi masyarakat untuk terlibat dalam diskusi politik yang lebih terbuka dan inklusif. Namun, dengan pengaruh besar yang dimiliki oleh media sosial dalam membentuk persepsi publik, tantangan besar terkait penyebaran informasi yang tidak akurat harus dihadapi. Oleh karena itu, baik media maupun audiens harus bekerja sama dalam menjaga kualitas informasi yang beredar, memastikan bahwa proses pembentukan opini publik berlangsung dengan lebih sehat dan berdasarkan informasi yang benar serta terpercaya.

## **IDEOLOGI TRANS TV DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

Media massa juga memainkan peran penting dalam membentuk persepsi publik tentang kriminalitas. Pada awalnya, media sering dianggap sebagai ancaman yang dapat merusak moralitas masyarakat. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi dan munculnya media sosial, media massa kini lebih dipandang sebagai sumber informasi utama untuk memahami berbagai isu sosial, termasuk kriminalitas. Dalam perannya, media tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga membentuk opini publik, yang dapat memengaruhi tingkat kepanikan atau ketidakpastian masyarakat terkait keamanan. Persepsi terhadap media mengalami perubahan signifikan, dari dianggap sebagai ancaman moral menjadi sumber informasi yang diandalkan. Media sosial juga memberi ruang bagi masyarakat untuk aktif berpartisipasi dalam memproduksi berita dan membentuk opini publik. Namun, framing berita kriminal yang dilakukan media dapat memengaruhi persepsi masyarakat tentang tingkat kriminalitas dan keamanan. Bahkan, efek peniruan atau copycat effect kerap terjadi akibat paparan berita kriminal yang memuat detail tindakan kejahatan (Kusnato and Yusuf, 2024).

Meskipun begitu, tantangan dalam penyampaian informasi oleh media massa masih ada. Beberapa media tidak selalu memberikan informasi yang akurat dan objektif, sehingga dapat memicu misinformasi atau kepanikan publik. Sensasionalisme dalam pemberitaan kriminal juga memperburuk persepsi masyarakat tentang keamanan. Untuk itu, diperlukan langkah-langkah seperti meningkatkan literasi media di kalangan masyarakat agar mereka mampu menganalisis dan memahami berita dengan lebih kritis. Selain itu, etika jurnalistik yang tinggi diperlukan agar jurnalis dapat melaporkan berita dengan cara yang tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga bertanggung jawab secara sosial. Media massa memiliki dampak besar dalam membentuk opini publik tentang kriminalitas. Namun, tantangan terkait akurasi dan etika pemberitaan memerlukan perhatian serius agar media dapat berkontribusi positif tanpa memicu ketakutan atau kepanikan yang tidak perlu (Kusnato and Yusuf, 2024).

Media massa di Indonesia sering dimanfaatkan sebagai alat politik oleh aktor-aktor tertentu untuk membangun citra positif dan meningkatkan popularitas mereka. Meskipun seharusnya media berperan sebagai ruang publik yang netral, kenyataannya media sering diselewengkan untuk melayani kepentingan kelompok tertentu, yang menyebabkan distorsi informasi dan penurunan kepercayaan publik terhadap media. Penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan erat antara kepemilikan media dan kekuasaan politik memungkinkan pemilik media memengaruhi isi pemberitaan sesuai kepentingan pribadi atau kelompok mereka. Selain itu, dominasi kepentingan ekonomi dan politik dalam pengambilan keputusan editorial memperburuk situasi ini dengan menciptakan monopoli informasi yang merugikan kualitas demokrasi. Akibatnya, bias pemberitaan menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap media dan mengancam fungsi sosialnya sebagai penyebar informasi yang akurat. Untuk mengatasi masalah ini, artikel merekomendasikan regulasi yang ketat untuk menjaga independensi media dan meningkatkan literasi media masyarakat agar mampu menganalisis informasi secara kritis demi mendukung kesehatan demokrasi di Indonesia (Rahman et al, 2019)

Audiens di media sosial kini juga berperan sebagai penjaga gerbang, bukan hanya sebagai penerima informasi, tetapi juga berperan aktif dalam memilih, menyebarkan, dan memberi tanggapan terhadap konten yang ada. Peran ini menekankan bahwa audiens memiliki pengaruh besar terhadap penyebaran informasi dan algoritma yang mengatur visibilitas konten. Dengan memiliki literasi digital yang baik, audiens dapat berperan secara positif dalam mencegah penyebaran informasi yang salah dan memastikan kualitas informasi di media sosial tetap terjaga. Peran audiens sebagai penjaga gerbang tercermin dalam tiga aspek utama, yaitu interaksi dengan algoritma yang mempengaruhi prioritas konten, partisipasi aktif dalam memilih dan menyebarkan konten yang relevan, serta pentingnya literasi digital untuk mengurangi penyebaran hoaks dan informasi yang tidak akurat. Ini menunjukkan pentingnya kerja sama antara audiens dan pemilik media sosial untuk menciptakan ekosistem digital yang lebih sehat melalui transparansi algoritma, pengaturan konten, dan peningkatan literasi media (Srikandi et al, 2023).

Dalam era modern, internet dan media sosial telah menjadi bagian penting dalam komunikasi politik, mengubah cara kandidat politik berinteraksi dengan pemilih yang tidak lagi bergantung pada saluran komunikasi konvensional. Munculnya media baru memungkinkan adanya interaksi yang lebih intens antara aktor politik dan masyarakat, namun juga menghadirkan tantangan seperti penyebaran informasi yang tidak akurat dan kesulitan dalam menjaga citra publik yang konsisten. Media baru berfungsi sebagai platform yang memungkinkan siapa saja menjadi produsen dan konsumen informasi, menciptakan pola interaksi yang bersifat resiprokal meskipun terkadang artifisial. Selain itu, tantangan dalam mengelola citra di ruang publik semakin kompleks karena setiap individu dapat dengan mudah menyebarkan informasi yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap kandidat politik. Oleh karena itu, penting bagi kandidat politik untuk mengadopsi pendekatan media baru guna membangun interaksi yang lebih efektif dengan pemilih, serta memperhatikan risiko penyebaran informasi palsu dan kesulitan dalam membangun citra publik (Noorikhshan et al, 2023)

Dalam era komunikasi politik saat ini, internet dan media sosial telah menjadi elemen penting yang merubah cara kandidat politik berhubungan dengan pemilih, menggantikan ketergantungan pada metode komunikasi konvensional. Kehadiran media baru memungkinkan interaksi yang lebih intens antara aktor politik dan masyarakat, meskipun tantangan seperti penyebaran informasi yang salah dan kesulitan dalam membangun citra publik yang konsisten juga semakin meningkat. Media baru berfungsi sebagai platform yang memungkinkan siapa saja untuk menjadi produsen dan konsumen informasi, menciptakan pola interaksi yang bersifat timbal balik namun seringkali tidak autentik. Selain itu, pengelolaan citra di ruang publik semakin kompleks karena informasi yang mudah tersebar dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kandidat politik. Oleh karena itu, kandidat politik perlu mengadopsi strategi media baru untuk berinteraksi dengan pemilih, sambil tetap berhati-hati terhadap penyebaran

## **IDEOLOGI TRANS TV DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

informasi yang tidak benar dan tantangan dalam membangun citra yang positif (Dharmajaya and Setiawan, 2024)

Kemajuan teknologi informasi telah memungkinkan masyarakat untuk mengakses berbagai informasi dengan cepat, namun juga membawa tantangan terkait dengan kualitas dan keakuratan informasi yang disampaikan. Teori agenda setting, yang diperkenalkan oleh McCombs dan Shaw, menegaskan bahwa media tidak hanya sekadar melaporkan fakta, tetapi juga mempengaruhi isu-isu yang dianggap penting oleh publik. Media massa memiliki kemampuan untuk memusatkan perhatian masyarakat pada isu-isu tertentu melalui cara penyajian berita yang telah direncanakan. Ini menunjukkan bahwa opini publik tidak terbentuk secara alami, melainkan dipengaruhi oleh agenda yang ditetapkan oleh media. Dalam praktiknya, media seringkali menyajikan berita sesuai dengan kepentingan dan ideologi tertentu, yang pada gilirannya membentuk pandangan masyarakat terhadap berbagai isu (Puspianto, 2022)

Dalam studi tentang konstruksi realitas perempuan, baik media massa maupun media sosial sering kali dianggap sebagai ruang yang memperkuat stereotip gender. Pada awalnya, media massa dipandang sebagai sumber informasi yang objektif, namun berbagai penelitian menunjukkan bahwa representasi perempuan dalam media seringkali bias, memperkuat pandangan tradisional tentang peran gender. Sementara itu, meskipun media sosial memberikan platform bagi perempuan untuk mengekspresikan diri dan melawan stereotip, bias gender tetap ada dan sering muncul dalam bentuk komentar atau konten yang merendahkan. Oleh karena itu, meskipun terdapat potensi untuk perubahan positif, baik media massa maupun media sosial masih menghadapi tantangan besar dalam menciptakan representasi perempuan yang adil dan setara (Rani Zubaida, 2021)

Ideologi merupakan sistem pemikiran yang terdiri dari kumpulan gagasan, nilai, dan keyakinan yang tersusun secara terorganisir dan berperan sebagai panduan bagi individu maupun kelompok dalam mencapai tujuan tertentu. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh filsuf asal Prancis, Destutt de Tracy, pada akhir abad ke-18, dan secara etimologis berasal dari gabungan kata "idea" dan "logia," yang berarti pengetahuan tentang gagasan. Secara umum, ideologi dapat dipahami sebagai sekumpulan pemikiran yang memberikan arah dan tujuan dalam kehidupan sosial, politik, dan ekonomi, serta memengaruhi cara masyarakat bertindak untuk mencapai tujuan bersama.

Ideologi dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, seperti ideologi doktriner yang dirumuskan secara sistematis dan diawasi ketat oleh institusi tertentu, serta ideologi pragmatis yang lebih fleksibel dan berkembang melalui praktik sehari-hari. Dalam kehidupan sosial, ideologi memainkan peran yang sangat krusial. Ia berfungsi sebagai alat pemersatu melalui nilai-nilai yang disepakati bersama, menjadi pedoman dalam pengambilan keputusan dan tindakan sosial, serta membantu menjaga stabilitas dengan mengarahkan masyarakat menuju tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, ideologi tidak hanya sekadar himpunan ide, tetapi juga merupakan kerangka kerja yang kompleks yang memengaruhi cara individu maupun kelompok berpikir dan bertindak dalam

mencapai tujuan bersama (Anang Dony Irawan, Lady Nur Adibah, & Dyonny Infans Viri Toniek, 2023).

Trans TV, yang merupakan singkatan dari Televisi Transformasi Indonesia, adalah salah satu stasiun televisi swasta terbesar di Indonesia yang didirikan pada tahun 1998 oleh Chairul Tanjung dan Ishadi S.K. Stasiun ini memulai siaran resminya pada 15 Desember 2001 setelah menjalani masa uji coba siaran. Beroperasi di bawah naungan CT Corp, Trans TV memiliki visi untuk menjadi stasiun televisi terkemuka di Indonesia dan wilayah ASEAN dengan misi untuk mendidik masyarakat sekaligus memperkuat nilai-nilai demokrasi. Menargetkan penonton dari kalangan kelas menengah ke atas, Trans TV berfokus pada keluarga Indonesia dengan menghadirkan berbagai program hiburan umum, seperti drama, acara non-drama, dan film-film blockbuster. Sebagai pelopor di industri televisi Indonesia, stasiun ini dikenal karena kontennya yang kreatif dan inovatif. Logo Trans TV, yang berbentuk berlian, melambangkan keindahan dan keabadian, sekaligus mencerminkan kehidupan dan budaya Indonesia. Warna-warna dalam logo memiliki makna simbolis: kuning mewakili hasil alam Indonesia, hijau melambangkan kekayaan sumber daya alam, biru merepresentasikan luasnya cakrawala, dan ungu melambangkan keagungan budaya bangsa. Dengan komitmen untuk menjadi media yang tidak hanya menghibur tetapi juga mendidik dan memberdayakan, Trans TV terus berupaya menghadirkan program-program berkualitas tinggi yang relevan dengan kebutuhan Masyarakat (Seni & Dan, 2015).

Media massa memainkan peran yang sangat krusial dalam membentuk opini publik, terutama di era digital di mana informasi tersebar dengan cepat dan luas. Penelitian ini menunjukkan bahwa ideologi media massa memiliki pengaruh besar terhadap perspektif serta cara penyampaian informasi kepada masyarakat. Ideologi media mengacu pada kumpulan nilai, keyakinan, dan kepentingan yang secara eksplisit maupun implisit memengaruhi narasi yang dibawa. Dalam hal ini, media tidak hanya berfungsi sebagai alat penyebar informasi, tetapi juga sebagai kekuatan yang secara aktif membentuk opini publik sesuai dengan kepentingan tertentu, baik dalam ranah politik, ekonomi, maupun sosial. Temuan ini mendukung teori agenda-setting, yang menyatakan bahwa media memiliki kekuatan untuk menentukan isu-isu yang dianggap penting oleh publik melalui cara dan intensitas penyajiannya.

Media massa sering memanfaatkan teknik framing atau pembingkai berita untuk menonjolkan aspek-aspek tertentu dari suatu masalah. Sebagai contoh, dalam pemberitaan politik, media yang cenderung konservatif biasanya lebih menekankan pencapaian pemerintah, sementara media dengan ideologi progresif lebih sering mengkritisi kebijakan yang dinilai tidak inklusif. Ini menunjukkan bahwa ideologi media secara langsung mempengaruhi cara masyarakat memandang isu tertentu dan membentuk persepsi kolektif mereka. Penggunaan bahasa yang emosional, visual yang menggugah, serta narasi yang kuat sering dimanfaatkan untuk memengaruhi perasaan pembaca atau pemirsa, sehingga mereka lebih mudah menerima perspektif yang dibawa oleh media (Muthaqin, Syam, & Wahyuni, 2021).

## **IDEOLOGI TRANS TV DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

Media sosial semakin memperkuat pengaruh ideologi media dalam membentuk opini publik. Di platform media sosial, konten dari media massa sering kali disebarkan dengan tambahan opini atau interpretasi dari pengguna, yang memperkuat narasi tertentu, menciptakan efek penguatan (*amplification effect*). Hal ini dapat menambah polarisasi di masyarakat, terutama jika individu hanya mengakses informasi dari media yang sejalan dengan ideologi mereka. Misalnya, dalam isu yang kontroversial seperti perubahan iklim atau hak asasi manusia, masyarakat sering kali hanya mengonsumsi informasi dari media yang mendukung pandangan mereka, sehingga mempersempit ruang untuk dialog yang lebih konstruktif (Pawito, 2014).

Trans TV, sebagai salah satu stasiun televisi terbesar di Indonesia, tidak hanya terlibat dalam penyiaran televisi konvensional, tetapi juga aktif menggunakan media sosial untuk memperluas audiens dan mempengaruhi opini publik. TikTok, sebuah platform yang berkembang pesat terutama di kalangan generasi muda, menjadi medium yang sangat efektif dalam menyebarkan konten dengan cepat dan luas. Dengan format video pendek yang mudah diakses dan dibagikan, TikTok menawarkan kesempatan bagi Trans TV untuk tidak hanya mempromosikan program-program mereka, tetapi juga untuk membentuk ideologi yang dapat mempengaruhi cara pandang audiens terhadap isu-isu sosial, budaya, dan gaya hidup. TikTok menjadi semakin penting sebagai sarana untuk membentuk opini publik, mengingat pengaruh besar yang dimilikinya terhadap audiens muda yang sangat aktif di platform ini (Ananda Muhamad Tri Utama 2022).

Sebagai lembaga penyiaran, Trans TV membawa ideologi tertentu dalam setiap program yang ditayangkan, baik yang tampak jelas maupun yang tersirat. Ideologi media merujuk pada nilai, keyakinan, dan perspektif dunia yang ingin disampaikan melalui konten yang diproduksi. Dalam hal ini, Trans TV cenderung mengusung hiburan yang menarik dan menyenangkan dengan sentuhan edukasi yang ringan. Di TikTok, mereka berusaha menyesuaikan konten agar relevan dengan karakteristik audiens muda yang terbuka terhadap berbagai jenis konten. Dengan demikian, Trans TV tidak hanya berperan sebagai penyedia hiburan, tetapi juga sebagai pembentuk norma sosial dan opini publik melalui nilai-nilai yang disampaikan dalam konten mereka. Melalui video pendek yang menghibur dan informatif, Trans TV menyampaikan ideologi yang dapat mempengaruhi cara pandang audiens terhadap isu-isu tertentu. TikTok memberikan ruang bagi mereka untuk tidak hanya menampilkan cuplikan acara televisi, tetapi juga untuk melibatkan audiens dalam interaksi, seperti komentar, kolaborasi dengan influencer, atau mengikuti tren viral yang menyebar dengan cepat. Dengan cara ini, konten yang dibagikan oleh Trans TV di TikTok sering kali menjadi viral, membentuk opini publik secara lebih halus dan tidak langsung (Santoso, 2021).

Salah satu strategi kunci yang membedakan Trans TV di TikTok adalah kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan tren yang berkembang di platform tersebut. TikTok dikenal dengan algoritma yang menyarankan konten sesuai dengan preferensi pengguna, sehingga setiap video yang diunggah akan lebih mungkin dilihat oleh audiens yang relevan. Trans TV memanfaatkan fitur ini dengan mengunggah konten yang mengikuti tren saat itu, seperti menggunakan musik viral atau membuat

tantangan yang dapat diikuti pengguna TikTok. Pendekatan ini memungkinkan Trans TV untuk berhubungan lebih intens dengan audiens dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pengikut mereka. Selain itu, Trans TV sering melakukan kolaborasi dengan influencer TikTok untuk mempromosikan program mereka. Influencer TikTok memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini audiens, dan dengan bekerja sama dengan mereka, Trans TV dapat memperluas jangkauan audiens mereka secara signifikan. Influencer yang sudah memiliki basis pengikut yang besar dapat memperkenalkan program-program Trans TV kepada audiens yang lebih luas, sambil memperkuat pesan ideologis yang ingin disampaikan. Kolaborasi ini memungkinkan Trans TV menyampaikan pesan mereka secara lebih personal dan autentik, karena audiens merasa lebih dekat dengan influencer yang mereka ikuti (Athlita & Majid, 2023).

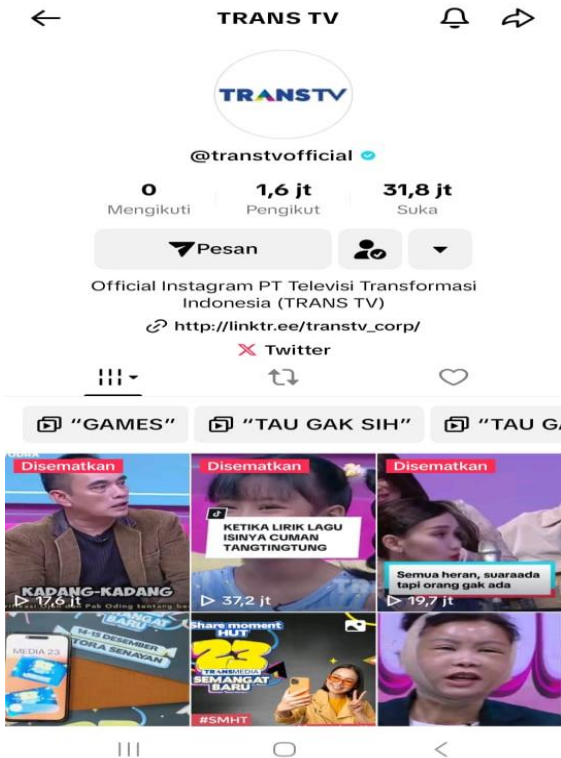
Proses pembentukan opini publik di TikTok tidak hanya terjadi melalui penyebaran informasi atau hiburan, tetapi juga melalui internalisasi nilai-nilai yang terkandung dalam konten yang dikonsumsi. Konten yang diunggah oleh Trans TV sering kali mencerminkan ideologi yang ingin mereka tanamkan, seperti nilai-nilai sosial, budaya, atau bahkan perilaku konsumerisme yang berfokus pada popularitas dan hiburan. Sebagai contoh, program hiburan yang diunggah dalam bentuk cuplikan sering kali mengandung humor atau drama yang disesuaikan dengan selera audiens muda, yang mudah diterima dan dibagikan. Dengan cara ini, Trans TV tidak hanya membentuk pandangan audiens terhadap program-program mereka, tetapi juga terhadap nilai-nilai yang ingin mereka promosikan. Konten yang diunggah oleh Trans TV sering kali menjadi viral, berkat penggunaan elemen-elemen tren di TikTok seperti musik populer, format video yang menarik, atau partisipasi dalam tantangan yang sedang tren. Hal ini membuat konten mereka tersebar dengan cepat, membentuk opini publik yang lebih luas. Program hiburan yang menarik di TikTok dapat memperkenalkan ideologi konsumerisme, di mana pembelian barang atau jasa tertentu dianggap sebagai simbol status sosial. Ini dapat mempengaruhi audiens untuk mengikuti gaya hidup yang sama, mempercayai bahwa konsumsi barang-barang tertentu dapat meningkatkan status mereka di mata Masyarakat (Citra, Annisa Agustin, Eka Saputri, Hisyam Alif, & Khoirotun Nisa, 2024).

Meskipun strategi yang diterapkan Trans TV di TikTok efektif dalam menarik perhatian audiens dan membentuk opini publik, pendekatan ini juga menimbulkan kritik. Salah satu kritik utama terhadap Trans TV adalah kecenderungannya untuk fokus pada komersialisasi dan hiburan, seringkali mengabaikan nilai edukatif atau kritis dalam konten mereka. Banyak pihak berpendapat bahwa hiburan berlebihan dapat mengaburkan kesadaran sosial dan memperkenalkan nilai-nilai yang tidak selalu positif bagi masyarakat, terutama bagi generasi muda yang mudah dipengaruhi oleh media sosial. Selain itu, penggunaan TikTok untuk membentuk opini publik juga menimbulkan potensi manipulasi narasi. Konten yang diunggah tidak selalu mencerminkan kebenaran atau informasi objektif, melainkan lebih mengarah pada opini atau perspektif yang ingin

## **IDEOLOGI TRANS TV DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

disampaikan oleh Trans TV. Dengan viralitas yang tinggi dan algoritma yang mempercepat penyebaran konten, ada kemungkinan pesan-pesan tertentu mendominasi ruang publik, sementara pandangan alternatif atau kritis tidak mendapat perhatian yang cukup. Hal ini dapat menyebabkan polarisasi opini publik, di mana kelompok-kelompok tertentu merasa diabaikan atau dipengaruhi oleh narasi yang tidak sesuai dengan pandangan mereka (Aulia, 2023)

Pengaruh Trans TV dalam membentuk opini publik di TikTok sangat besar, terutama di kalangan audiens muda yang menjadi pengguna utama platform ini. Pembentukan opini publik melalui media sosial seperti TikTok dapat terjadi dengan sangat cepat dan efektif, namun juga membawa tantangan besar dalam hal kontrol terhadap kebenaran informasi dan dampak jangka panjang terhadap audiens. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana konten-konten ini membentuk persepsi publik dan dampaknya terhadap perilaku sosial serta nilai-nilai yang berkembang di masyarakat. Penelitian ini dapat dilakukan melalui berbagai metode, seperti analisis konten, wawancara dengan audiens, atau studi kasus tentang bagaimana kolaborasi dengan influencer memengaruhi opini publik. Trans TV berhasil memanfaatkan TikTok sebagai platform untuk membentuk opini publik, memperkenalkan nilai-nilai tertentu, dan memperluas jangkauan program mereka. Namun, penting untuk mengkaji lebih jauh dampak ideologi yang dibawa oleh konten-konten ini terhadap audiens dan masyarakat secara keseluruhan. Dalam hal ini, perlu dipertimbangkan apakah konten tersebut memberikan dampak positif atau justru berisiko mempengaruhi audiens dengan cara yang merugikan (Rahma, Azizi, Wulandari, Sahertian, & Sumanti, 2023).



Gambar 1. Akun Tiktok Trans TV



Gambar 2. Kasus Bunda Corla



Gambar 3. Komentar Kasus Bunda Corla

## IDEOLOGI TRANS TV DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DI MEDIA SOSIAL TIKTOK



Gambar 4. Kasus Penganiayaan Bintang



Gambar 5. Komentar Kasus Penganiayaan Bintang



Gambar 5. Cimehong



Gambar 6. Komentar Tentang Cimehong



Gambar 7. Kasus Tentang Agus.

## Kesimpulan

Ternyata, peran ideologi media massa dalam pembentukan opini publik lebih signifikan daripada yang selama ini dipahami. Media massa tidak hanya berfungsi

## **IDEOLOGI TRANS TV DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

sebagai penyebar informasi, tetapi juga sebagai agen pembentuk ideologi yang memperkuat pandangan dominan dalam masyarakat. Framing dan seleksi informasi yang dilakukan media memiliki dampak besar dalam mempengaruhi cara masyarakat memahami isu-isu politik, sosial, dan budaya. Penelitian ini mengungkap bahwa media massa—baik media tradisional maupun media sosial—berperan penting dalam membentuk pandangan publik dengan menonjolkan sudut pandang tertentu, yang pada akhirnya membentuk opini kolektif. Studi ini memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana ideologi media massa memengaruhi opini publik dengan memfokuskan pada peran media massa yang lebih luas, tidak hanya sebagai penyebar informasi tetapi juga sebagai pembentuk ideologi. Penggunaan media sosial oleh Trans TV, khususnya melalui TikTok, menunjukkan bagaimana media dapat mengubah narasi publik dan membentuk opini kolektif, terutama di kalangan generasi muda. Meskipun media dapat memberikan dampak positif dalam penyebaran informasi, ada juga potensi manipulasi narasi yang dapat memperburuk polarisasi sosial dan memiliki dampak negatif bagi audiens. Oleh karena itu, evaluasi terhadap dampak ideologi media terhadap masyarakat sangat penting, guna memastikan bahwa konten yang disajikan tidak hanya berfokus pada hiburan atau komersialisasi, tetapi juga mengandung nilai edukatif. Penelitian ini membuka peluang untuk kajian lebih lanjut mengenai pengaruh jangka panjang ideologi media massa dalam membentuk perilaku sosial dan norma-norma yang berkembang di masyarakat.

### **Bibliografi**

- Afif Muhtar, Alvin, & Rohman, Miftakhul. (2023). Media dalam Kehidupan Masyarakat. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 4(3), 2976–2985. <https://doi.org/10.54373/imeij.v4i3.508>
- ANANDA MUHAMAD TRI UTAMA. (2022). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE OBJEK WISATA DI KOTA PEKANBARU PROVINSI RIAU. 9, 356–363.
- Anang Dony Irawan, Lady Nur Adibah, & Dyonny Infans Viri Toniek. (2023). Pancasila Sebagai Ideologi Yang Khas Dan Identitas Bangsa Indonesia. *PACIVIC: Jurnal Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 3(1), 11–21. <https://doi.org/10.36456/p.v3i1.7191>
- Athalita, Mafta Fiala Anjery, & Majid, Nurkholish. (2023). Implementasi Strategi Pemasaran Digital Melalui Aplikasi Tik Tok Pada Perusahaan Persewaan Bus Pariwisata. *Anfatama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 35–45.
- Aulia, Asri Nurul. (2023). Analisis Isi Program Rumpi No Secret Trans Tv. (5642). Retrieved from [https://repository.uin-suska.ac.id/68705/1/SKRIPSI\\_GABUNGAN.pdf](https://repository.uin-suska.ac.id/68705/1/SKRIPSI_GABUNGAN.pdf)
- Citra, Dinaya, Annisa Agustin, Lare, Eka Saputri, Luthfi, Hisyam Alif, Muhammad, & Khoirotun Nisa, Pia. (2024). Pembentukan Opini Publik Dalam Fenomena “Buat Apa Sekolah?” Di Aplikasi Tiktok. 1(4), 17–27.

- Dharmajaya, M.Agung, & Setiawan, Asep. (2024). Kualitas Jurnalis Menjadi Tuntutan Publik dalam Memproduksi Karya Jurnalistik Ditengah Gempuran Platfom New Media (Media Sosial). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(2), 1377–1382. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i2.3852>
- Kurnia, Duku, Sumaina, & Yahya, Ahmad Harun. (2023). Konstruksi Pemberitaan Tragedi Kanjuruhan ( Analisis Framing Di Detik . Com ). *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora Dan Seni (JISHS)*, 1(2), 166–186.
- Kusnato, & Yusuf, Hudi. (2024). Pengaruh Media Massa Terhadap Persepsi Dan Tingkat Kriminalitas: Analisis Terhadap Efek Media Dalam Pembentukan Opini Publik. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(2), 1047–1061. Retrieved from <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Muthaqin, Farid, Syam, Hamdani M., & Wahyuni, Putri. (2021). Ideologi Media dan Framing Pada Pemberitaan Perusakan Rumah Ibadah di Kompas dan Republika. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 4(2), 63. <https://doi.org/10.22373/jp.v4i2.10821>
- Noorikhsan, Faisal Fadilla, Ramdhani, Hilal, Sirait, Budi Chrismanto, & Khoerunisa, Nisa. (2023). Dinamika Internet, Media Sosial, dan Politik di Era Kontemporer: Tinjauan Relasi Negara-Masyarakat. *Journal of Political Issues*, 5(1), 95–109. <https://doi.org/10.33019/jpi.v5i1.131>
- Pawito, H. (2014). Meneliti Ideologi Media : Catatan Singkat. 5(1), 5–14.
- Puspianto, Alim. (2022). Media Massa dan Pembentukan Opini Publik (Kajian Agenda SettingTheory). *An-Nida: Jurnal Prodi Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, X(1), 1–22.
- Rahma, Alpatul, Azizi, Haziq, Wulandari, Lia, Sahertian, Nadasheila, & Sumanti, Wela. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Perubahan Perilaku Sosial Mahasiswa. *Cenderawasih Journal of Counseling and Education*, 2(2), 58–67. <https://doi.org/10.31957/cjce.v2i2.2647>
- Rahman, Firdaus Aulia, Rouf, M.Fasha, Asyahidda, Fajar Nugraha, & Hufad, Achmad. (2019). Bias Politik Dibalik Sebuah Media : Relevansi Sosialisasi Politik Di Indonesia. *Sosietas*, 8(2), 553–561. <https://doi.org/10.17509/sosietas.v8i2.14599>
- Rani Zubaida. (2021). Media Massa Vs Media Sosial : Konstruksi Realitas Perempuan. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(4), 580–591. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i4.239>
- Santoso, P. (2021). Konstruksi Realitas Pemberitaan Media. In *Kumpulan Berkas Kepangkatan Dosen*. Retrieved from <https://publication.umsu.ac.id/index.php/ht/article/download/1257/1188>
- Seni, Fakultas, & Dan, Rupa. (2015). CREATIVE PROGRAM DIVISI PRODUKSI I PROGRAM INFOTAINMENT “ BASA BASI ” PT . TELEVISI TRANSFORMASI INDONESIA ( TRANS TV ).
- Srikandi, Melati Budi, Suparna, Putu, & Haes, Putri Ekaresty. (2023). Audiens Sebagai Gatekeeper Pada Media Sosial. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 7(2), 179. <https://doi.org/10.24853/pk.7.2.179-192>

## **IDEOLOGI TRANS TV DALAM PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

- Syarief, Fauzi. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik. *Jurnal Komunikasi*, 8(3), 262–266.
- Zempi, Chairun Nisa, Kuswanti, Ana, & Maryam, Siti. (2023). Analisis Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Pengetahuan Politik Masyarakat. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 116–123. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.5286>.