

Pengaruh Terpaan Konten Media Sosial terhadap Opini Publik: Studi Kasus Kepemilikan Donasi Agus Salim

Andrian Hartanto Wijaya

Universitas Paramadina, Indonesia

andrian.wijaya@students.paramadina.ac.id

Abstrak

Maraknya pemberitaan terkait dengan kepemilikan donasi Agus Salim merupakan hal yang berpotensi dapat memberikan dampak positif ataupun dampak negatif kepada para pengguna media sosial di Indonesia dan hal inilah yang membuat penelitian ini dilakukan. Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan ada tidaknya pengaruh antara terpaan konten terkait kepemilikan donasi Agus Salim terhadap opini publik. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif korelasional dengan paradigma positivistik. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan uji instrument, asumsi klasik, dan hipotesis. Berdasarkan hasil uji *t test* diketahui bahwa nilai *t* hitung dari variabel Terpaan Konten (X) adalah 10,440 dengan Sig 0,000, dan karena *t* hitung variabel Terpaan Konten (X) ($10,440 > t \text{ tabel } (1,984)$) dan Sig ($0,000 < 0,005$) maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, atau dengan kata lain: Terpaan Konten (X) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Opini Publik (Y).

Kata Kunci: *Terpaan Konten, Opini Publik, Kepemilikan Donasi Muhammad Agus Salim*

ABSTRACT

*The rise of news related to Agus Salim's donation ownership is something that has the potential to have a positive impact or negative impact on social media users in Indonesia and this is what makes this research conducted. The purpose of this research is to describe whether or not there is an influence between exposure to content related to Agus Salim's donation ownership on public opinion. This type of research is a correlational quantitative research with a positivistic paradigm. The data analysis technique used in this research is simple linear regression analysis technique using instrument, classical assumption, and hypothesis tests. Based on the results of the *t test*, it is known that the *t* value of the Content Exposure variable (X) is 10.440 with Sig 0.000, and because the *t* count of the Content Exposure variable (X) ($10.440 > t \text{ table } (1.984)$) and Sig ($0.000 < 0.005$) then H_1 is accepted and H_0 is rejected, or in other words: Content Exposure (X) has a positive and significant effect on Public Opinion (Y).*

Keywords: *Content Exposure, Public Opinion, Ownership of Muhammad Agus Salim Donation*

PENDAHULUAN

Media sosial merupakan suatu frase yang berasal dari dua kata, yaitu “media” dan “sosial”. Media secara sederhana dapat diartikan sebagai alat atau perantara sedangkan sosial secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu relasi yang terbangun diantara sesama

manusia. Dalam kaitannya dengan teknologi, media sosial dapat diartikan sebagai sarana atau alat yang berbasis teknologi yang dibuat dan digunakan dengan tujuan supaya setiap individu dapat melakukan komunikasi dan sosialisasi secara interaktif dengan sesamanya tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu (Mulawarman and Nurfitri 2017).

Menurut Putri (Putri 2018) jika ditinjau berdasarkan pada terminologinya, maka media sosial dapat diartikan sebagai sarana yang digunakan atau dimanfaatkan orang untuk bersosialisasi dengan sesamanya. Melalui media sosial, setiap orang dapat bersosialisasi dengan sesamanya dengan berbagai cara, seperti: melalui dialog, bertukar informasi, dan melalui membuat suatu konten bersama (Pradiani 2018). Menurut Purbohastuti (Purbhastuti 2017) pengertian dari media sosial adalah media yang dapat dimanfaatkan sebagai konten dalam upaya interaksi dan sosialisasi antar sesama manusia.

Menurut RRI.Com (Sumarsono 2024), dari total populasi nasional Indonesia tahun 2024 yaitu sebesar 278,7 juta orang, terdapat 191 juta atau sebesar 73,7% dari populasi merupakan pengguna media sosial dan dari total populasi nasional Indonesia tahun 2024 terdapat 167 juta pengguna atau sebesar 64,3% dari populasi merupakan pengguna media sosial aktif. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas penduduk Indonesia merupakan warga negara yang kerap menggunakan media sosial baik secara aktif maupun tidak aktif.

RRI.Com (Sumarsono 2024) juga menyatakan bahwa: Frekuensi penggunaan masyarakat Indonesia rata-rata menghabiskan 3 jam 14 menit per hari dan 81% mengaksesnya setiap hari. Aktivitas yang sering dilakukan pun beragam mulai dari berbagi foto/video (81%), komunikasi (79%), berita atau informasi (73%), hiburan (68%), dan belanja online (61%), selain itu, menurut RRI.Com (Sumarsono 2024) *platform* Media Sosial Terpopuler di Indonesia adalah: *Youtube* sebanyak 139 juta pengguna (53,8% dari populasi), *Instagram* sebanyak 122 juta pengguna (47,3% dari populasi), *Facebook* sebanyak 118 juta pengguna (45,9% dari populasi), *Whatsapp* sebanyak 116 juta pengguna (45,2% dari populasi), dan *Tiktok* sebanyak 89 juta pengguna (34,7% dari populasi). Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas penduduk Indonesia menghabiskan waktu cukup banyak untuk menggunakan media sosial dalam berbagai bentuk *platform* dan mayoritas penduduk Indonesia memanfaatkan media sosial tersebut untuk berbagi foto/video.

Sebuah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik yang disajikan melalui video ataupun gambar dapat disebut sebagai konten (Pusat Pembinaan Pengembangan Bahasa 1993). Konten juga dapat diartikan sebagai struktur informasi yang terdapat pada halaman situs atau informasi yang tersedia melalui media. Istilah ini digunakan untuk mengidentifikasi dan menguantifikasi beragam format dan genre informasi sebagai komponen nilai tambah media (Basarah and Romaria 2020). Konten di media sosial memang ada yang bersifat positif maupun negatif dan konten-konten yang terdapat di media sosial dapat memberikan dampak positif dan negatif bagi pengguna media sosial (Rahmawan, Mahameruaji, and Anisa 2019).

Salah satu konten yang sedang ramai diberbagai media sosial pada saat ini adalah konten mengenai Muhammad Agus Salim. Muhammad Agus Salim merupakan korban Tindakan kriminal penyiraman air keras. Maraknya pemberitaan dan konten-konten di media sosial terkait dengan Muhammad Agus Salim tidak berkaitan secara langsung dengan peristiwa penyiraman air keras, melainkan terkait dengan peristiwa donasi, dimana donasi tersebut merupakan donasi yang dikumpulkan oleh para donatur melalui *podcast* Denny Sumargo. Permasalahan terkait donasi ini mulai ramai dibicarakan setelah adanya dugaan

Pengaruh Terpaan Konten Media Sosial terhadap Opini Publik: Studi Kasus Kepemilikan Donasi Agus Salim

penggunaan donasi yang tidak tepat sasaran yang dilakukan oleh pihak Muhammad Agus Salim. Berbagai upaya untuk meredam kekisruhan ini telah dilakukan oleh berbagai pihak, tetapi hingga pada saat ini masalah ini belum selesai, bahkan sampai saat ini masih ada tindakan saling membuat Laporan Kepolisian yang dilakukan oleh para penasihat hukum yang berasal dari pihak-pihak yang berkaitan dengan donasi yang terkumpul tersebut (Fajrianty, 2024).

Kirsuh permasalahan terkait donasi kasus Agus Salim yang tidak kunjung usai hingga saat ini berpotensi dapat menimbulkan beberapa dampak kepada para pengguna media sosial. Bagi sebagian orang permasalahan terkait donasi kasus Agus Salim mungkin dapat memberikan dampak positif seperti: pemahaman akan pengumpulan donasi dan pemanfaatan donasi berdasarkan pada undang-undang yang berlaku, dan bagi sebagian orang lainnya, permasalahan terkait donasi kasus Agus Salim mungkin dapat memberikan dampak negatif seperti: adanya ketakutan untuk memberikan donasi kepada orang yang membutuhkan.

Penelitian yang dilakukan Juliana (Juliana 2022) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang rendah namun pasti antara variabel X (terpaan) dan variabel Y (opini). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Aletheia (Aletheia 2023) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh terpaan konten vonis hukuman Richard Eliezer dan Ferdy Sambo di akun instagram @narasinewsroom terhadap opini followers mengenai vonis hukuman. Adanya pengaruh yang positif antara terpaan konten dengan opini pengguna media sosial tidak terjadi dalam penelitian yang dilakukan Khalil *dkk.*, (Khalil, Shihab, and Hammad 2023) yang menunjukkan bahwa konten tidak berpengaruh signifikan terhadap brand awareness pada konsumen yourdose Indonesia.

Salah satu isu yang sedang hangat dibicarakan di media sosial adalah terkait donasi untuk Muhammad Agus Salim, seorang korban penyiraman air keras. Masalah ini menjadi kontroversial setelah adanya dugaan penyalahgunaan donasi yang terkumpul melalui podcast Denny Sumargo. Donasi yang seharusnya digunakan untuk membantu pemulihan korban justru disorot karena ketidakjelasan penggunaannya, yang berujung pada konflik hukum antara pihak terkait. Misalnya, pihak penasihat hukum Agus Salim dan pihak donatur saling membuat laporan polisi, yang menambah panjang kisruh ini. Hal ini membuat sebagian masyarakat Indonesia menjadi skeptis terhadap pengumpulan donasi melalui media sosial, khawatir akan penyelewengan dana yang seharusnya digunakan untuk tujuan mulia. Seperti yang disampaikan Fajrianty (2024), masalah ini masih menjadi perbincangan hangat dan menimbulkan kegaduhan di kalangan publik. Di sisi lain, ada dampak positif berupa peningkatan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan donasi. Namun, dampak negatifnya adalah munculnya ketakutan dan ketidakpercayaan terhadap inisiatif serupa di masa depan.

Urgensi penelitian ini sangat tinggi mengingat besarnya peran media sosial dalam membentuk opini publik di Indonesia. Seperti yang ditunjukkan oleh data RRI.Com (2024), 73,7% populasi Indonesia menggunakan media sosial, dengan frekuensi penggunaan rata-rata mencapai 3 jam 14 menit per hari. Platform-platform seperti Instagram, Youtube, dan Tiktok memiliki jangkauan yang sangat luas, sehingga setiap konten yang tersebar bisa mempengaruhi persepsi dan opini masyarakat dalam waktu singkat. Terlebih lagi, kasus seperti donasi Agus Salim menunjukkan bagaimana media sosial dapat mempercepat penyebaran informasi yang bisa berdampak baik atau buruk bagi individu atau kelompok.

Melalui penelitian ini, kita dapat menilai lebih dalam bagaimana konten yang terkait dengan isu donasi atau masalah sosial lainnya mempengaruhi opini publik, meningkatkan kesadaran, atau bahkan menyebabkan dampak negatif berupa ketidakpercayaan dan ketakutan dalam bertindak.

Penelitian ini juga sangat penting dalam konteks berkembangnya budaya donasi dan keterlibatan sosial di Indonesia, terutama di era digital. Dengan banyaknya isu yang dibahas melalui media sosial, mulai dari politik hingga masalah sosial, studi ini akan memberikan wawasan yang lebih tajam tentang bagaimana konten yang memuat isu sensitif atau kontroversial dapat mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Mengingat potensi besar yang dimiliki media sosial dalam menyebarkan informasi, penelitian ini bertujuan untuk memahami dampak nyata dari konten yang tersebar dan bagaimana masyarakat dapat lebih bijak dalam menyaring informasi. Dampak dari terpaan konten terkait isu donasi seperti yang dialami Agus Salim menjadi contoh nyata bagaimana media sosial berperan dalam mempengaruhi sikap publik dan kepercayaan mereka terhadap pengumpulan dana di masa depan.

Adanya dugaan akan terjadinya dampak positif ataupun dampak negatif pada pengguna media sosial akibat dari terpaan konten kepemilikan donasi Agus Salim, dan adanya *reaserch gap* di atas, maka peneliti memilih judul: Pengaruh Terpaan Konten Terkait Kepemilikan Donasi Agus Salim Terhadap Opini Publik dalam penelitian ini. Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan ada tidaknya pengaruh antara terpaan konten terkait kepemilikan donasi Agus Salim terhadap opini publik.

METODE PENELITIAN

Bentuk atau jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif korelasional karena dalam penelitian yang akan dilakukan Peneliti ingin mengetahui hubungan antar variabel yang terdapat dalam penelitian yang akan dilakukan. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (Sugiyono 2019) merupakan suatu kajian ilmiah yang berdasarkan pada data *real* dimana data tersebut merupakan data yang berbentuk nominal yang kemudian akan dianalisis dengan menggunakan perhitungan statistika dengan tujuan untuk mendapatkan suatu kesimpulan dari kajian yang dilakukan.

Menurut Winarsunu (Winarsunu 2017), metode korelasional merupakan cara yang diterapkan dalam suatu penelitian untuk membuktikan ada tidaknya suatu korelasi antara dua variabel atau lebih, dimana variable-variabel tersebut merupakan variabel-variabel yang secara garis besar terbagi atas variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Arikunto (Arikunto 2019) penelitian korelasional merupakan suatu kajian ilmiah yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui korelasi antara dua variabel atau lebih, dimana variable-variabel tersebut merupakan variabel-variabel yang secara garis besar terbagi atas variabel bebas dan variabel terikat. Paradigma yang digunakan didalam penelitian ini adalah paradigma positivistik. Paradigma positivistik adalah paradigma atau cara pandang yang menganggap realitas sosial yang terjadi sebagai sesuatu yang bersifat empirik dan dapat diobservasi secara nyata serta dapat dibuktikan secara ilmiah (Irwan 2018).

Menurut Sugiyono, (Sugiyono 2019) populasi merupakan sejumlah orang yang berada pada suatu lokasi tertentu yang memiliki kesamaan karakteristik, dan populasi ini merupakan komunitas yang dapat digunakan dalam suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan warga negara Indonesia yang berdomisili di Jabodetabek. Menurut

Sugiyono, (Sugiyono 2019), sampel adalah bagian dari suatu populasi yang diambil atau dipisahkan berdasarkan pada suatu kriteria tertentu sehingga dapat dikatakan sebagai perwakilan dari populasi. Teknik sampling yang digunakan untuk mengambil sampel yaitu teknik *convenience sampling*. Menurut Sugiyono (Sugiyono 2019) *convenience sampling* adalah teknik pengambilan sampel sebagai responden berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data dengan kriteria utamanya. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah: *Pertama*, Masyarakat umum yang pernah terpapar berita terkait donasi dan isu yang diangkat; *Kedua*, Berbagai latar belakang usia, pendidikan, dan profesi.

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear sederhana. Analisis regresi linear sederhana adalah sebuah metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu variabel dependen dan satu variabel independent (Muhartini et al. 2021). Penelitian ini menggunakan SPSS dengan uji: instrument, asumsi klasik, dan hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen

Untuk dapat mengetahui layak atau tidaknya suatu instrument digunakan di dalam suatu penelitian, diperlukan uji instrument, dan adapun uji instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji validitas merupakan suatu uji yang dilakukan dalam suatu penelitian dengan tujuan mengetahui valid tidak nya suatu pernyataan dalam angket yang dibagikan, dan suatu pernyataan yang valid merupakan pernyataan yang dapat digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2019). Suatu item pernyataan dapat dikatakan valid dan dapat digunakan dalam suatu kajian ilmiah apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ maka data dianggap valid, sedangkan jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ maka data di anggap tidak valid (Ghozali, 2018). Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 101 orang dan tingkat substansiasi 0,05. Maka $r\text{-tabel}$ pada penelitian ini adalah sebesar 0,1966. Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa setiap item pada variabel Terpaan Konten (X) dan setiap item pada variabel Opini Publik (Y) memiliki r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,1966), dan sig. lebih kecil dari 0,05; berdasarkan hal ini, maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa keseluruhan item dalam variable Terpaan Konten (X) dan variabel Opini Publik (Y) adalah valid.

Langkah yang dilakukan setelah uji validitas adalah uji reliabilitas. Uji Reliabilitas adalah uji yang dilakukan dalam suatu penelitian untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu pernyataan. Suatu item pernyataan dapat dikatakan reliabel dan dapat digunakan dalam suatu kajian ilmiah apabila koefisien *Cronbach Alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2018). Berdasarkan hasil uji reliabilitas diketahui bahwa variabel Terpaan Konten (X) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,899 dan variabel Opini Publik (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,937, dan karena nilai Cronbach's Alpha variable Terpaan Konten (X) dan variabel Opini Publik (Y) lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa instrumen dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat penelitian

A. Hasil Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (Ghozali 2018), uji asumsi klasik adalah uji yang wajib dilakukan dalam setiap penelitian kuantitatif yang menjadi suatu prasyarat dalam

melakukan analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik merupakan uji yang dilakukan dalam suatu penelitian dengan tujuan untuk memastikan akan adanya regresi dalam sebuah penelitian yang dilakukan (Ghozali, 2018).

Uji Normalitas merupakan uji yang dilakukan dalam suatu penelitian dengan tujuan untuk mengetahui normal tidaknya distribusi data yang digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2018). Uji statistik ini menggunakan uji Monte Carlo. Metode Monte Carlo merupakan metode pengujian normalitas data dengan menggunakan pengembangan sistematis yang memanfaatkan bilangan acak. Tujuan dilakukannya Monte Carlo adalah untuk melihat distribusi data yang telah diuji dari sampel yang bernilai acak (Kinanti & Rosdiana, 2022). Jika nilai substansial $> 0,05$, maka residual berdistribusi normal, dan sebaliknya (Sugiyono, 2019). Hasil dari uji normalitas variabel Terpaan Konten (X) dan variabel Opini Publik (Y) (Monte Carlo Sig. 2-tailed) adalah 0,150 dan oleh karena nilai Asymp. Sig. (0,150) $> 0,05$ maka dapat dikatakan data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas merupakan uji yang dilakukan dalam suatu penelitian dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2018). Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *scatterplot* dengan ketentuan: jika ada pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas dan jika titik–titik menyebar diatas dan di bawah 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Sugiyono, 2019). Berdasarkan *scatterplot* diketahui bahwa titik–titik menyebar diatas dan di bawah 0 pada sumbu Y dan tidak ada terbentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji multikolinearitas merupakan uji yang dilakukan dalam suatu penelitian dengan tujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent atau variable bebas (Ghozali, 2018). Suatu item pernyataan dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas dalam suatu kajian ilmiah apabila nilai Tolerance $> 0,1$ dan nilai Variant Inflation Factor (VIF) < 10 , maka data tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2018). Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diketahui bahwa nilai VIF dari variabel Terpaan Konten (X) adalah 1,000 dengan Tolerance 1,000. Oleh karena nilai VIF variabel Terpaan Konten (X) < 10 dan nilai Tolerance variabel Terpaan Konten (X) $> 0,1$ maka kajian ini terbebas dari gejala multikolinearitas.

B. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah metode untuk menguji suatu klaim atau hipotesis tentang suatu parameter dalam suatu populasi, dengan menggunakan data yang diukur dalam suatu sampel dan dengan melakukan uji hipotesis seorang peneliti tentunya dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan dengan menyatakan penolakan atau penerimaan terhadap hipotesis tersebut (Anuraga et al., 2021).

Uji t merupakan uji hipotesis statistik yang digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Adapun ketentuan suatu variabel memiliki pengaruh terhadap variabel lainnya adalah:

1. Apabila nilai t -hitung $>$ t -tabel dan nilai substansiasi lebih kecil dari 0,05 maka H_1 diterima dan H_0 ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018)
2. Apabila nilai t -hitung $<$ t -tabel dan nilai substansiasi lebih besar dari 0,05 maka H_1 ditolak dan H_0 diterima yang artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

Berdasarkan jumlah sampel (101 orang responden) maka t tabel dalam penelitian ini adalah 1,984 dengan Sig 0,05. Berdasarkan hasil uji t test diketahui bahwa nilai t hitung dari variabel Terpaan Konten (X) adalah 10,440 dengan Sig 0,000, dan karena t hitung variabel Terpaan Konten (X) (10,440) $>$ t tabel (1,984) dan Sig (0,000) $<$ 0,005 maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, atau dengan kata lain: Terpaan Konten (X) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Opini Publik (Y).

Menurut Ghazali (Ghozali 2018), uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2018). Dengan menggunakan model ini, kesalahan interferensi dijaga seminimal mungkin sehingga R^2 mendekati 1, sehingga estimasi regresi akan lebih mendekati keadaan yang sebenarnya (Ghozali, 2018).

Berdasarkan uji koefisien determinasi didapat hasil Adjusted R Square yakni senilai 0,519 dan oleh karenanya disimpulkan bahwa variabel Opini Publik (Y) diberi pengaruh oleh variabel Terpaan Konten (X) senilai 51,9% serta sisanya 48,1% diberi pengaruh oleh variabel lain diluar kajian ini.

Pembahasan

Terpaan konten adalah perilaku seseorang ketika melihat suatu informasi yang dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan, dan lain-lain yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Konten di media sosial memang ada yang bersifat positif maupun negatif dan konten-konten yang terdapat di media sosial dapat memberikan dampak positif dan negatif bagi pengguna media sosial (Rahmawan et al. 2019). Opini publik adalah pikiran, dugaan, dan perkiraan yang dilakukan oleh orang banyak (Aisyah and Hasfi 2022).

Permasalahan terkait dengan kepemilikan donasi Agus Salim merupakan permasalahan yang terus menerus diunggah dan dapat dilihat diberbagai media sosial di Indonesia. Maraknya pemberitaan terkait dengan kepemilikan donasi Agus Salim berpotensi dapat memberikan dampak positif ataupun dampak negatif kepada para pengguna media sosial di Indonesia. Berdasarkan hasil uji t test diketahui bahwa Terpaan Konten berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Opini Publik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Aletheia (Aletheia 2023) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh terpaan konten vonis hukuman Richard Eliezer dan Ferdy Sambo di akun instagram @narasinewsroom terhadap opini followers mengenai vonis hukuman.

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden pada kuesioner yang dibagikan, diketahui bahwa item pertama pada indikator kedua (Durasi) yang terdapat pada variabel Terpaan Konten yang berisikan pernyataan: “melihat dan memperhatikan informasi tentang kepemilikan donasi Agus Salim di sosial media sekitar 10-15 menit setiap harinya”

merupakan item yang memiliki nilai terendah. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden melihat dan memperhatikan informasi tentang kepemilikan donasi Agus Salim di sosial media dibawah 10-15 menit setiap harinya.

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden pada kuesioner yang dibagikan, diketahui bahwa item pertama pada indikator ketiga (Atensi) yang terdapat pada variabel Terpaan Konten yang berisikan pernyataan: “Informasi tentang kepemilikan donasi Agus Salim yang disampaikan mampu meningkatkan kepercayaan saya terhadap peran Yayasan dalam mengumpulkan dan menyalurkan dana donasi” merupakan item yang memiliki nilai tertinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden merasa bahwa mereka memberikan atensi atau perhatian yang tinggi atau serius pada saat melihat berbagai konten terkait permasalahan kepemilikan donasi Agus Salim.

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden pada kuesioner yang dibagikan, diketahui bahwa item pertama pada indikator ketiga (Opini positif) yang terdapat pada variabel Opini Publik yang berisikan pernyataan: “Kasus kepemilikan donasi Agus Salim memberikan memberikan dampak positif bagi masyarakat” merupakan item yang memiliki nilai terendah. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden merasa bahwa pemberitaan yang intens di media sosial terkait dengan kepemilikan donasi Agus Salim dapat memberikan dampak yang tidak baik pada opini publik.

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden pada kuesioner yang dibagikan, diketahui bahwa item pertama pada indikator pertama (Opini negatif) yang terdapat pada variabel Opini Publik yang berisikan pernyataan: “Kasus kepemilikan donasi Agus Salim hanya memberikan dampak negatif bagi masyarakat” merupakan item yang memiliki nilai tertinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden merasa bahwa pemberitaan yang intens di media sosial terkait dengan kepemilikan donasi Agus Salim dapat memberikan dampak negatif pada opini publik.

KESIMPULAN

Permasalahan terkait dengan kepemilikan donasi Agus Salim merupakan permasalahan yang terus menerus diunggah dan dapat dilihat diberbagai media sosial di Indonesia. Maraknya pemberitaan terkait dengan kepemilikan donasi Agus Salim berpotensi dapat memberikan dampak positif ataupun dampak negatif kepada para pengguna media sosial di Indonesia. Berdasarkan hasil uji *t test* diketahui bahwa Terpaan Konten berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Opini Publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, I., & Hasfi, N. (2022). Opini Publik Dalam Gerakan Taga #PERCUMALAPORPOLISI Di Media Sosial Twitter. *Interaksi Online*, 10(3).
- Aletheia, A. W. (2023). *Pengaruh Terpaan Konten Vonis Hukuman Richard Eliezer Dan Ferdy Sambo Di Akun Instagram @Narasinewsroom Terhadap Opini Followers Mengenai Vonis Hukuman*. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Anuraga, G., Indrasetianingsih, A., & Athoillah, M. (2021). Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar dengan Software R. *Budimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 327–334. <https://doi.org/10.29040/budimas.v3i2.2412>
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta.
- Basarah, F. F., & Romaria, G. (2020). Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial. *Jurnal*

- Pengaruh Terpaan Konten Media Sosial terhadap Opini Publik: Studi Kasus Kepemilikan Donasi Agus Salim
Abdi Masyarakat (JAM), 5(2). <https://doi.org/10.22441/jam.2020.v5.i2.006>
- Fajrianty, L. (2024). Rangkuman Kasus Agus Salim Disiram Air Keras Oleh Rekan Kerja Hingga Buta, Kini Dapat Donasi Rp1,5 M. *Tribun Sumsel.Com*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro Press.
- Irwan. (2018). Relevansi Paradigma Positivistik Dalam Penelitian Sosiologi Pedesaan. *Jurnal Ilmu Sosial*, 17(1). <https://doi.org/10.14710/jis.17.1.2018.21-38>
- Juliana, I. (2022). *Pengaruh Terpaan Konten Youtube Jovi Adhiguna Terhadap Opini Remaja Mengenai Kecantikan*. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Khalil, I., Shihab, M. S., & Hammad. (2023). Pengaruh Konten dan Copywriting Instagram Terhadap Brand Awareness dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 13(3). <https://doi.org/10.52643/jam.v13i3.3483>
- Kinanti, P. F., & Rosdiana, Y. (2022). Pengaruh Operating Leverage terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016-2020. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 2(1), 245–252.
- Muhartini, A. A., Sahroni, O., Rahmawati, S. D., Febrianti, T., & Mahuda, I. (2021). Analisis Peramalan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru Dengan Menggunakan Metode Regresi Linear Sederhana. *Bayesian : Jurnal Ilmiah Statistika Dan Ekonometrika*, 1(1). <https://doi.org/10.30604/jika.v7i2.1507>
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Purbohastuti, A. W. (2017). Vol. 12, No. 2, Oktober 2017. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Pusat Pembinaan Pengembangan Bahasa. (1993). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Putri, V. K. A. (2018). Media Sosial Terintegrasi dalam Komunikasi Pemasaran Brand: Studi Komparasi Pemanfaatan Media Sosial Oleh High dan Low Involvement Decision Brand. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 4(2). <https://doi.org/10.7454/jki.v4i2.8889>
- Rahmawan, D., Mahameruaji, J. N., & Anisa, R. (2019). Pengembangan konten positif sebagai bagian dari gerakan literasi digital. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(1). <https://doi.org/10.24198/jkk.v7i1.20575>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sumarsono. (2024). Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024. *RRI.Com*.
- Winarsunu, T. (2017). *Statistik Dalam Penelitian Psikologi Dan Pendidikan*. UMM Press.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)