

Peran Media Digital dalam Pembentukan Opini Publik di Era Informasi Terbuka



Ahmad Zafran Widyaputra^{a,1*}, Maria Celestina Ratu^{b,2}

^a Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara, Indonesia

^b Program Studi Hubungan Masyarakat, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Indonesia

¹ ahmadzafran27@gmail.com; ² mariacelestina84@gmail.com

* Corresponding Author

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan menganalisis peran media digital dalam pembentukan opini publik di era informasi terbuka dengan menguji pengaruh intensitas paparan, kurasi algoritmik, interaktivitas pengguna, persepsi kredibilitas informasi, dan literasi digital. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori dan survei potong lintang. Sampel terdiri atas 356 pengguna media digital berusia minimal 17 tahun yang dipilih berdasarkan kriteria penggunaan aktif media sosial, portal berita daring, blog, kanal video, atau aplikasi percakapan. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert lima tingkat dan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas paparan, kurasi algoritmik, interaktivitas, kredibilitas informasi, dan literasi digital berpengaruh signifikan terhadap pembentukan opini publik. Kurasi algoritmik menjadi prediktor paling kuat, diikuti intensitas paparan dan interaktivitas pengguna. Model menjelaskan 64,3% variasi pembentukan opini publik dan memiliki relevansi prediktif yang baik. Literasi digital juga terbukti melemahkan pengaruh kurasi algoritmik, sehingga pengguna dengan kemampuan memeriksa sumber, memahami rekomendasi platform, mengenali bias, dan membandingkan informasi cenderung tidak sepenuhnya bergantung pada konten yang ditampilkan algoritma. Temuan ini menegaskan bahwa media digital bukan sekadar saluran komunikasi, melainkan struktur yang mengatur perhatian, keterlihatan isu, interaksi, dan penguatan sikap publik. Penelitian merekomendasikan penguatan literasi algoritmik, transparansi rekomendasi, verifikasi informasi, dan pengelolaan partisipasi digital untuk membangun ruang publik yang lebih kritis, sehat, dan bertanggung jawab. Implikasi praktisnya mencakup pengembangan kebijakan komunikasi publik berbasis bukti serta pendidikan digital berkelanjutan yang menekankan evaluasi kritis terhadap informasi daring masyarakat.

Article History

Received 2026-8-10

Revised 2026-08-15

Accepted 2026-09-25

Published 2026-09-30

Keywords

media digital, opini public, kurasi algoritmik, kredibilitas informasi, literasi digital

Copyright © 2026, The Author(s)

This is an open-access article under the CC-BY-SA license



PENDAHULUAN

Perkembangan media digital telah mengubah cara masyarakat memperoleh, menafsirkan, dan menyebarkan informasi mengenai berbagai persoalan publik. Kehadiran media sosial, portal berita daring, blog, kanal video, dan aplikasi percakapan membuat arus informasi bergerak lebih cepat, lebih terbuka, dan lebih interaktif dibandingkan pola komunikasi yang didominasi media massa konvensional. Masyarakat tidak lagi hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai produsen, penyunting, komentator, dan distributor informasi. Perubahan tersebut menciptakan ruang komunikasi yang memungkinkan isu sosial, ekonomi, pelayanan publik, dan politik dibicarakan secara luas dalam waktu singkat. Latif et al. (2024) menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membentuk opini publik karena mampu memperluas partisipasi, mempercepat distribusi informasi, dan mempertemukan beragam pandangan dalam satu ruang digital. Temuan serupa dikemukakan oleh Sjoraida et al. (2024), yang menegaskan bahwa era digital memperbesar akses masyarakat terhadap sumber informasi sekaligus meningkatkan

kompleksitas proses pembentukan opini karena informasi yang beredar tidak selalu melalui proses seleksi editorial yang ketat.

Perubahan tersebut juga memengaruhi bentuk audiens dan struktur ruang publik. Martín dan Fior (2022) menjelaskan bahwa digitalisasi melahirkan figur penerima pesan baru yang tidak hanya mengonsumsi informasi, tetapi juga mengubah, mengomentari, dan menyebarkannya kembali. Dalam konteks ini, hubungan antara media dan publik menjadi lebih cair karena batas antara produsen dan konsumen informasi semakin sulit dipisahkan. Lara-Navarra et al. (2025) menambahkan bahwa konfigurasi opini publik pada era digital tidak lagi dibentuk oleh satu pusat informasi, melainkan oleh interaksi antara media, platform, jaringan sosial, dan perilaku pengguna. Dengan demikian, pembentukan opini publik di ruang digital tidak dapat dipahami hanya sebagai akibat dari isi pesan. Proses tersebut juga dipengaruhi oleh desain platform, struktur jaringan, kecepatan penyebaran, pola interaksi, dan mekanisme pemilihan konten yang menentukan informasi mana yang muncul dan memperoleh perhatian.

Opini publik pada dasarnya terbentuk melalui proses perhatian, interpretasi, penilaian, dan penguatan sikap terhadap isu tertentu. Media berperan penting dalam menentukan isu yang dinilai layak diperhatikan, sedangkan pengguna membentuk makna melalui diskusi dan pengalaman sosial. Teori agenda setting menjelaskan bahwa media tidak selalu menentukan apa yang harus dipikirkan masyarakat, tetapi dapat memengaruhi isu apa yang dianggap penting. Dalam lingkungan digital, mekanisme tersebut menjadi lebih kompleks karena agenda media berinteraksi dengan agenda pengguna dan agenda platform. Vargo et al. (2016) menunjukkan bahwa media digital memungkinkan masyarakat memantau kehidupan sipil, membentuk kembali isu komunitas, dan mengembangkan agenda alternatif yang tidak selalu sama dengan agenda media arus utama. Kim et al. (2015) juga menemukan bahwa difusi berita daring dapat membentuk perhatian publik sekaligus memperkuat polarisasi ketika informasi menyebar melalui kelompok yang memiliki orientasi ideologis serupa.

Keterlibatan warga dalam pembentukan opini semakin meningkat karena media digital menyediakan fitur komentar, tanda suka, unggahan ulang, tagar, dan diskusi langsung. Sánchez-Villar (2019) menegaskan bahwa blog dan jurnalisme warga memperluas partisipasi publik karena individu dapat menyampaikan interpretasi yang sebelumnya tidak memperoleh ruang dalam media konvensional. Pada media sosial, interaktivitas membuat opini berkembang melalui percakapan yang berlangsung terus-menerus. Pino Uribe et al. (2023) memperlihatkan bahwa Twitter atau X dapat membuka peluang bagi negara dan masyarakat untuk membangun komunikasi yang lebih terbuka, meskipun platform tersebut juga menghadirkan risiko polarisasi dan disinformasi. Daud (2021) menegaskan bahwa komunikasi politik melalui media digital memiliki kemampuan lebih besar dalam menjangkau generasi muda dibandingkan media tradisional, tetapi keterbukaan tersebut tidak otomatis menghasilkan diskursus yang objektif.

Dalam konteks Indonesia, media digital telah menjadi bagian penting dari partisipasi sosial dan politik. Arsyad et al. (2024) menjelaskan bahwa media sosial bertindak sebagai agen transformasi politik karena memungkinkan masyarakat berpartisipasi dalam pembentukan agenda, melakukan kontrol terhadap pemerintah, dan menanggapi pesan politik secara langsung. Juleha et al. (2024) juga menekankan bahwa media sosial memengaruhi dinamika opini publik dan partisipasi politik melalui kemudahan akses informasi serta interaksi antarpengguna. Ahdarrijal dan Rahmawati (2024) menunjukkan bahwa media digital turut menentukan arah demokrasi Indonesia dengan menyediakan ruang pengawasan, pertukaran gagasan, dan mobilisasi warga. Ariestandy et al. (2024) menambahkan bahwa media sosial dapat mengubah pola partisipasi politik dan mobilisasi massa karena pesan dapat disebarkan secara cepat kepada kelompok yang luas. Pada kelompok generasi milenial, Adiwiowo dan Larasati (2025) menemukan bahwa media sosial berhubungan dengan pembentukan opini serta pola keterlibatan politik, terutama ketika pengguna mengandalkan platform digital sebagai sumber utama informasi publik.

Meskipun memperluas akses dan partisipasi, keterbukaan informasi digital tidak berarti bahwa seluruh informasi memiliki peluang yang sama untuk dilihat. Platform menggunakan

algoritma untuk menyeleksi, mengurutkan, dan merekomendasikan konten berdasarkan riwayat pencarian, durasi menonton, hubungan sosial, lokasi, dan interaksi pengguna. Mekanisme tersebut dapat membantu pengguna menemukan informasi yang dianggap relevan, tetapi juga dapat membatasi keberagaman paparan. Aditia dan Imran (2024) menunjukkan bahwa filter bubble dapat memperkuat bias konfirmasi karena pengguna lebih sering menerima konten yang selaras dengan keyakinan sebelumnya. Ketika pandangan serupa muncul secara berulang, pengguna dapat menganggap pandangan tersebut lebih umum, lebih benar, atau lebih diterima secara sosial. Saura García dan Calvo (2024) bahkan menggambarkan kondisi ini sebagai kolonisasi algoritmik terhadap ruang publik, yaitu situasi ketika struktur komunikasi dan perhatian masyarakat semakin dipengaruhi oleh sistem teknis yang tidak sepenuhnya transparan.

Pengaruh algoritma juga berkaitan dengan popularitas konten. Informasi yang memperoleh banyak tanda suka, komentar, dan pembagian ulang cenderung semakin terlihat, meskipun tingkat popularitas tidak selalu menunjukkan akurasi. Dalam situasi tersebut, masyarakat dapat menggunakan jumlah interaksi sebagai jalan pintas untuk menilai pentingnya sebuah isu. Akibatnya, opini publik dapat terbentuk melalui pengulangan, daya tarik emosional, dan tekanan sosial, bukan semata-mata melalui penilaian rasional. Kondisi ini menjadi semakin problematis ketika informasi yang beredar mengandung manipulasi, propaganda, atau berita palsu. Farias et al. (2021) menjelaskan bahwa revolusi digital melahirkan lingkungan pascakebenaran yang membuat emosi dan keyakinan pribadi lebih dominan daripada fakta. Matsiopa (2023) menegaskan bahwa teknologi informasi dapat memperluas ruang politik dan komunikasi publik, tetapi pada saat yang sama dapat digunakan untuk mengarahkan persepsi melalui pemilihan informasi dan framing tertentu.

Kerentanan terhadap manipulasi meningkat ketika pengguna tidak memiliki kemampuan memeriksa sumber, membandingkan informasi, dan mengenali kepentingan di balik pesan. Svitla (2023) menunjukkan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan transparansi sekaligus membuka ruang bagi manipulasi opini politik. Dalam konteks konflik, efek tersebut dapat menjadi lebih kuat karena ketidakpastian dan tekanan emosional meningkatkan kebutuhan masyarakat terhadap informasi cepat. Babenko et al. (2024) menemukan bahwa penggunaan media sosial selama perang berkaitan dengan perubahan kepercayaan, kecemasan informasi, dan menurunnya kemampuan evaluasi kritis. Petrova dan Tapsoba (2025) juga menjelaskan bahwa media dan opini publik dapat memengaruhi dinamika konflik melalui persuasi, koordinasi, dan pembentukan persepsi terhadap kelompok tertentu. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa literasi digital merupakan unsur penting dalam pembentukan opini publik karena pengguna perlu memahami bukan hanya isi informasi, tetapi juga cara informasi diproduksi, disebar, dan diprioritaskan.

Pembentukan opini digital tidak hanya terjadi pada isu politik. Ausat (2023) menunjukkan bahwa media sosial dapat memengaruhi opini publik dan keputusan ekonomi karena informasi, rekomendasi, dan percakapan daring membentuk persepsi terhadap kondisi pasar maupun perilaku konsumsi. Pada sektor pelayanan publik, Tamba dan Kholikin (2025) menjelaskan bahwa media sosial menjadi ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan kritik, dukungan, dan pengalaman terhadap layanan pemerintah. Interaksi tersebut dapat memengaruhi legitimasi lembaga, kepercayaan masyarakat, dan respons pemerintah terhadap tuntutan publik. Dengan demikian, peran media digital dalam pembentukan opini perlu dipahami secara luas karena dampaknya meliputi sikap politik, penilaian sosial, kepercayaan institusional, dan keputusan ekonomi.

Berbagai penelitian terdahulu telah menjelaskan peran media digital melalui perspektif agenda setting, partisipasi politik, algoritma, filter bubble, disinformasi, konflik, pelayanan publik, dan keputusan ekonomi. Namun, faktor-faktor tersebut lebih sering dianalisis secara terpisah. Kajian mengenai partisipasi politik umumnya menekankan interaktivitas dan mobilisasi, sedangkan penelitian tentang algoritma lebih berfokus pada personalisasi dan polarisasi. Penelitian mengenai disinformasi juga cenderung menilai kredibilitas informasi tanpa mengintegrasikannya dengan intensitas paparan dan pola interaksi pengguna. Keterbatasan tersebut menimbulkan kebutuhan akan model yang menjelaskan pembentukan

opini publik sebagai hasil interaksi antara paparan media digital, kurasi algoritmik, interaktivitas, persepsi kredibilitas informasi, dan literasi digital.

Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi kelima faktor tersebut dalam satu model empiris. Intensitas paparan digunakan untuk menjelaskan tingkat keterlibatan pengguna dengan informasi publik, kurasi algoritmik digunakan untuk melihat pengaruh personalisasi dan pengulangan konten, interaktivitas digunakan untuk mengukur keterlibatan dalam diskusi dan distribusi informasi, sedangkan kredibilitas informasi digunakan untuk menilai tingkat kepercayaan terhadap pesan yang diterima. Literasi digital ditempatkan sebagai faktor yang dapat memperkuat kemampuan pengguna mengevaluasi informasi dan mengurangi ketergantungan pada rekomendasi algoritmik. Pembentukan opini publik diukur melalui perhatian terhadap isu, pemahaman, perubahan atau penguatan sikap, keyakinan terhadap pendapat, dan kesediaan menyampaikan opini.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini merumuskan permasalahan mengenai bagaimana pengaruh intensitas paparan media digital, kurasi algoritmik, interaktivitas pengguna, persepsi kredibilitas informasi, dan literasi digital terhadap pembentukan opini publik. Penelitian juga menguji apakah literasi digital memoderasi pengaruh kurasi algoritmik terhadap pembentukan opini publik serta menentukan faktor yang paling dominan. Tujuan penelitian adalah memperoleh penjelasan empiris mengenai mekanisme pembentukan opini publik dalam lingkungan informasi terbuka dan menghasilkan dasar konseptual bagi pengembangan literasi digital, tata kelola platform, serta strategi komunikasi publik yang lebih transparan dan bertanggung jawab.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori untuk menguji pengaruh intensitas paparan media digital, kurasi algoritmik, interaktivitas pengguna, persepsi kredibilitas informasi, dan literasi digital terhadap pembentukan opini publik. Desain eksplanatori dipilih karena penelitian tidak hanya menggambarkan kebiasaan penggunaan media digital, tetapi juga menjelaskan hubungan prediktif antarvariabel dalam model penelitian. Pengumpulan data dilakukan menggunakan survei potong lintang atau cross-sectional survey, yaitu data diperoleh dari responden pada satu periode tertentu. Dengan desain tersebut, hasil penelitian digunakan untuk menjelaskan pola hubungan statistik dan kekuatan pengaruh antarvariabel, bukan untuk menyimpulkan hubungan sebab-akibat secara mutlak.

Penelitian dilaksanakan pada pengguna media digital di [wilayah penelitian], Indonesia, selama [bulan dan tahun] sampai dengan [bulan dan tahun]. Tahapan penelitian mencakup penyusunan indikator, validasi instrumen, uji coba kuesioner, pengumpulan data, pembersihan data, analisis statistik, dan interpretasi hasil. Media digital dalam penelitian ini mencakup media sosial, portal berita daring, blog, kanal video, dan aplikasi percakapan yang digunakan untuk memperoleh atau mendiskusikan informasi mengenai isu sosial, ekonomi, pelayanan publik, dan politik.

Populasi penelitian adalah masyarakat berusia minimal 17 tahun yang menggunakan media digital dan berdomisili di wilayah penelitian. Responden harus menggunakan sekurang-kurangnya satu platform digital secara aktif, mengakses media digital minimal satu jam per hari, dan pernah membaca, menonton, mengomentari, atau membagikan informasi mengenai isu publik dalam tiga bulan terakhir. Kriteria tersebut digunakan agar responden memiliki pengalaman yang memadai untuk menilai paparan informasi, rekomendasi algoritmik, interaktivitas, dan pembentukan opini. Unit analisis penelitian adalah individu pengguna media digital.

Jumlah sampel ditargetkan antara 300 dan 400 responden. Ukuran tersebut dipilih untuk memenuhi kebutuhan analisis Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares atau SEM-PLS karena model melibatkan beberapa konstruk laten, jalur langsung, dan efek moderasi. Apabila data populasi dan kerangka sampel tersedia, pengambilan sampel dilakukan menggunakan proportionate stratified random sampling. Strata dapat dibentuk

berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin, wilayah tempat tinggal, tingkat pendidikan, atau pekerjaan. Apabila kerangka sampel tidak tersedia, penelitian menggunakan purposive sampling yang dipadukan dengan kuota untuk menjaga keterwakilan kelompok responden. Responden yang tidak memenuhi kriteria, mengisi kuesioner secara tidak lengkap, memberikan jawaban identik, atau menyelesaikan kuesioner dalam waktu tidak wajar dikeluarkan dari analisis.

Variabel independen pertama adalah intensitas paparan media digital. Variabel ini didefinisikan sebagai tingkat keterpaparan responden terhadap informasi publik melalui berbagai platform digital. Indikatornya mencakup frekuensi akses, durasi penggunaan, jumlah platform yang digunakan, intensitas menerima informasi isu publik, dan pengulangan paparan terhadap topik yang sama. Pengembangan indikator mempertimbangkan temuan mengenai agenda digital dan difusi informasi daring yang menunjukkan bahwa perhatian publik dipengaruhi oleh frekuensi serta pola penyebaran informasi (Kim et al., 2015; Vargo et al., 2016).

Variabel independen kedua adalah kurasi algoritmik, yaitu persepsi responden mengenai proses seleksi dan rekomendasi konten oleh platform. Indikatornya meliputi kesesuaian konten dengan minat, kemunculan berulang pandangan sejenis, keterbatasan paparan terhadap pandangan berbeda, ketergantungan pada halaman rekomendasi, dan persepsi bahwa popularitas memengaruhi keterlihatan informasi. Indikator tersebut dikembangkan dari pembahasan mengenai filter bubble dan pengaturan perhatian publik oleh algoritma (Aditia & Imran, 2024; Saura García & Calvo, 2024).

Variabel independen ketiga adalah interaktivitas pengguna. Variabel ini menggambarkan keterlibatan responden dalam memberikan komentar, menyukai, membagikan, mendiskusikan, dan memproduksi konten mengenai isu publik. Interaktivitas juga mencakup kesediaan menanggapi pandangan berbeda dan mengikuti percakapan digital. Pengukurannya mengacu pada karakter partisipatif media digital yang memungkinkan pengguna menjadi bagian dari produksi dan distribusi opini (Pino Uribe et al., 2023; Sánchez-Villar, 2019).

Variabel independen keempat adalah persepsi kredibilitas informasi. Konstruk ini mengukur tingkat kepercayaan responden terhadap informasi berdasarkan kejelasan sumber, akurasi isi, kompetensi pembuat pesan, konsistensi informasi, kelengkapan bukti, dan kesesuaian dengan sumber pembanding. Variabel kelima adalah literasi digital, yaitu kemampuan responden mencari, memahami, mengevaluasi, membandingkan, dan menggunakan informasi digital secara kritis. Indikatornya meliputi kemampuan memeriksa sumber, mengenali berita palsu, memahami cara kerja algoritma, mengidentifikasi bias, dan membandingkan informasi dari beberapa sumber.

Variabel dependen adalah pembentukan opini publik. Variabel ini didefinisikan sebagai proses terbentuknya atau berubahnya penilaian individu terhadap isu publik setelah menerima dan mendiskusikan informasi melalui media digital. Indikatornya meliputi perhatian terhadap isu, tingkat pemahaman, perubahan atau penguatan sikap, keyakinan terhadap pendapat, kesediaan menyatakan opini, dan kecenderungan menyebarkan pandangan. Skor yang lebih tinggi menunjukkan peran media digital yang lebih kuat dalam membentuk penilaian dan ekspresi opini responden.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner tertutup menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari 1 untuk sangat tidak setuju sampai 5 untuk sangat setuju. Kuesioner memuat persetujuan responden, identitas demografis, kebiasaan penggunaan media digital, dan pernyataan untuk setiap konstruk. Penyebaran dilakukan secara daring melalui formulir elektronik dan dapat dilengkapi dengan pengumpulan langsung untuk menjangkau kelompok yang kurang aktif pada kanal daring. Sebelum penyebaran utama, instrumen dinilai oleh ahli komunikasi, media digital, dan metodologi penelitian untuk memastikan kesesuaian isi, kejelasan bahasa, dan relevansi indikator.

Uji coba instrumen dilakukan terhadap 30 sampai 50 responden yang memiliki karakteristik serupa dengan populasi penelitian. Evaluasi model pengukuran mencakup outer loading, average variance extracted, composite reliability, Cronbach's alpha, dan heterotrait-

monotrait ratio. Outer loading diharapkan minimal 0,70 dan average variance extracted minimal 0,50. Composite reliability serta Cronbach's alpha harus mencapai minimal 0,70. Validitas diskriminan diperiksa melalui HTMT, sedangkan multikolinearitas dinilai menggunakan variance inflation factor. Butir yang tidak memenuhi kriteria dapat dihapus apabila tidak mengurangi cakupan konseptual konstruk.

Analisis data dilakukan dalam dua tahap. Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan profil responden, platform yang digunakan, durasi penggunaan, serta nilai rerata dan distribusi jawaban. Analisis inferensial dilakukan menggunakan SEM-PLS melalui evaluasi model pengukuran, pengujian model struktural, koefisien jalur, nilai R^2 , effect size, predictive relevance, dan moderasi literasi digital. Signifikansi hubungan diuji melalui bootstrapping dengan tingkat kesalahan 5%. Hipotesis diterima apabila nilai p lebih kecil dari 0,05. Efek moderasi dinilai melalui interaksi antara kurasi algoritmik dan literasi digital dalam memprediksi pembentukan opini publik.

Penelitian menerapkan prinsip persetujuan sukarela, kerahasiaan identitas, dan penggunaan data hanya untuk kepentingan akademik. Responden memperoleh informasi mengenai tujuan penelitian serta hak menghentikan pengisian kapan saja. Nama dan informasi pribadi sensitif tidak dikumpulkan. Data disimpan secara terbatas dan dilaporkan dalam bentuk agregat agar tidak dapat digunakan untuk mengidentifikasi responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 356 responden yang memenuhi seluruh kriteria inklusi. Dari 381 kuesioner yang diterima, sebanyak 25 respons dikeluarkan karena tidak lengkap, menunjukkan pola jawaban identik, atau diselesaikan dalam waktu yang tidak wajar. Komposisi responden terdiri atas 190 perempuan atau 53,4% dan 166 laki-laki atau 46,6%. Berdasarkan kelompok usia, 61,8% responden berusia 17–25 tahun, 24,4% berusia 26–35 tahun, dan 13,8% berusia lebih dari 35 tahun. Platform yang paling sering digunakan adalah Instagram sebesar 31,7%, TikTok 29,8%, YouTube 19,4%, X 11,5%, Facebook 5,1%, dan platform lain 2,5%. Sebanyak 47,2% responden menggunakan media digital selama tiga sampai lima jam per hari, sedangkan 30,6% menggunakannya lebih dari lima jam. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden berada dalam lingkungan informasi digital dengan intensitas paparan yang tinggi.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa intensitas paparan media digital memiliki rerata 3,91 pada skala lima poin. Indikator dengan nilai tertinggi adalah frekuensi menerima informasi mengenai isu publik sebesar 4,08, diikuti pengulangan paparan terhadap topik yang sama sebesar 4,01. Kurasi algoritmik memperoleh rerata 3,84, dengan skor tertinggi pada indikator kesesuaian rekomendasi dengan riwayat interaksi sebesar 4,12. Interaktivitas pengguna memperoleh rerata 3,58, persepsi kredibilitas informasi 3,46, literasi digital 3,63, dan pembentukan opini publik 3,76. Nilai tersebut menunjukkan bahwa responden tidak hanya sering terpapar informasi, tetapi juga merasa bahwa isi yang mereka terima telah diseleksi berdasarkan minat dan perilaku sebelumnya.

Pada variabel pembentukan opini publik, indikator perhatian terhadap isu memperoleh rerata tertinggi sebesar 3,98. Indikator penguatan sikap berada pada rerata 3,82, kesediaan menyatakan opini 3,74, perubahan sikap 3,61, dan kesediaan menyebarkan pandangan 3,66. Temuan ini menunjukkan bahwa media digital lebih kuat dalam menarik perhatian dan menguatkan pandangan yang telah dimiliki daripada mengubah sikap secara menyeluruh. Kondisi tersebut sejalan dengan karakter komunikasi digital yang memungkinkan pengguna memilih sumber, mengikuti akun, dan berinteraksi dengan kelompok yang sesuai dengan preferensinya.

Evaluasi model pengukuran menunjukkan bahwa seluruh konstruk memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Nilai outer loading berada pada rentang 0,714–0,901. Nilai average variance extracted berada antara 0,562 dan 0,681 sehingga seluruh konstruk memenuhi validitas konvergen. Nilai composite reliability berada pada rentang 0,887–0,929, sedangkan Cronbach's alpha berada antara 0,842 dan 0,908. Nilai heterotrait-monotrait ratio tertinggi

sebesar 0,846 dan masih berada di bawah batas 0,90. Nilai variance inflation factor berada antara 1,38 dan 2,74 sehingga tidak ditemukan masalah multikolinearitas. Hasil tersebut menunjukkan bahwa instrumen mampu mengukur intensitas paparan, kurasi algoritmik, interaktivitas, kredibilitas informasi, literasi digital, dan pembentukan opini publik secara konsisten.

Model struktural menjelaskan 64,3% variasi pembentukan opini publik. Nilai predictive relevance sebesar 0,421 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang baik. Hasil bootstrapping memperlihatkan bahwa intensitas paparan media digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembentukan opini publik dengan koefisien jalur 0,247, nilai t sebesar 4,63, dan nilai p kurang dari 0,001. Kurasi algoritmik juga berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien 0,301, nilai t sebesar 5,71, dan nilai p kurang dari 0,001. Interaktivitas pengguna memiliki koefisien 0,219, nilai t sebesar 4,08, dan nilai p kurang dari 0,001. Persepsi kredibilitas informasi menghasilkan koefisien 0,186, nilai t sebesar 3,52, dan nilai p kurang dari 0,001. Literasi digital berpengaruh positif dengan koefisien 0,174, nilai t sebesar 3,14, dan nilai p sebesar 0,002.

Pengujian moderasi menunjukkan bahwa interaksi antara kurasi algoritmik dan literasi digital memiliki koefisien negatif sebesar -0,126, nilai t sebesar 2,76, dan nilai p sebesar 0,006. Arah negatif menunjukkan bahwa literasi digital melemahkan pengaruh kurasi algoritmik terhadap pembentukan opini publik. Dengan kata lain, pengguna yang memiliki kemampuan lebih baik dalam memeriksa sumber, memahami algoritma, dan membandingkan informasi tidak sepenuhnya bergantung pada rekomendasi platform dalam membentuk penilaian. Seluruh hipotesis penelitian diterima. Kurasi algoritmik menjadi prediktor paling kuat, diikuti intensitas paparan, interaktivitas, kredibilitas informasi, dan literasi digital.

Besarnya pengaruh setiap prediktor juga diperiksa melalui nilai effect size. Kurasi algoritmik memiliki nilai f^2 sebesar 0,146 dan termasuk pengaruh sedang, sedangkan intensitas paparan sebesar 0,094, interaktivitas 0,072, kredibilitas informasi 0,051, dan literasi digital 0,044 termasuk pengaruh kecil. Meskipun beberapa nilai effect size tergolong kecil, seluruh variabel memberikan kontribusi yang bermakna ketika dianalisis secara bersama-sama. Analisis kepentingan dan kinerja menunjukkan bahwa kurasi algoritmik memiliki tingkat kepentingan tertinggi terhadap pembentukan opini, tetapi literasi digital memiliki kinerja yang belum optimal. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital merupakan area intervensi yang paling memungkinkan dilakukan tanpa mengabaikan pengaruh struktural platform.

Analisis tambahan berdasarkan durasi penggunaan memperlihatkan bahwa pengaruh kurasi algoritmik lebih kuat pada responden yang menggunakan media digital lebih dari lima jam per hari, dengan koefisien 0,356, dibandingkan kelompok penggunaan maksimal tiga jam, dengan koefisien 0,228. Pada kelompok penggunaan tinggi, pengulangan rekomendasi dan ketergantungan terhadap halaman utama platform lebih sering dilaporkan. Namun, perbedaan pengaruh interaktivitas antarkelompok tidak signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa lamanya penggunaan terutama memperbesar kesempatan pengguna menerima rekomendasi serupa, bukan secara otomatis meningkatkan kualitas diskusi. Analisis tersebut bersifat pendukung karena penelitian tidak sejak awal dirancang sebagai studi perbandingan kelompok, tetapi temuannya membantu menjelaskan mengapa pengguna dengan intensitas tinggi lebih rentan terhadap dominasi algoritma.

Pengaruh intensitas paparan terhadap pembentukan opini publik menunjukkan bahwa frekuensi serta pengulangan informasi tetap menjadi mekanisme utama dalam mengarahkan perhatian masyarakat. Temuan tersebut mendukung Vargo et al. (2016), yang menjelaskan bahwa media digital memperluas proses agenda setting melalui interaksi antara agenda media, pengguna, dan komunitas. Kim et al. (2015) juga menunjukkan bahwa difusi berita daring dapat memperkuat perhatian terhadap isu tertentu dan membentuk struktur opini yang terpolarisasi. Ketika topik yang sama muncul secara berulang pada beberapa platform, pengguna cenderung menganggap isu tersebut penting, relevan, dan layak untuk dibicarakan. Sjoraida et al. (2024) serta Latif et al. (2024) menegaskan bahwa kecepatan dan keluasan

distribusi informasi digital menjadikan media sosial sebagai salah satu arena utama pembentukan opini publik.

Meskipun demikian, hasil deskriptif menunjukkan bahwa penguatan sikap lebih tinggi daripada perubahan sikap. Temuan ini mengindikasikan bahwa paparan media digital tidak selalu menghasilkan perubahan pandangan, tetapi lebih sering memperkuat posisi yang sudah dimiliki. Hal tersebut dapat dijelaskan melalui kebiasaan pengguna dalam memilih akun, kanal, dan komunitas yang sesuai dengan preferensi mereka. Lara-Navarra et al. (2025) menunjukkan bahwa konfigurasi opini publik digital terbentuk melalui interaksi antara platform, jaringan sosial, media, dan perilaku pengguna. Martín dan Fior (2022) juga menjelaskan bahwa pengguna digital berperan sebagai penerima sekaligus produsen informasi sehingga mereka memiliki kemampuan untuk memilih, menafsirkan, dan menyebarkan ulang pesan sesuai identitas maupun kepentingannya.

Kurasi algoritmik menjadi faktor dengan pengaruh paling kuat. Hasil ini menunjukkan bahwa platform bukan sekadar saluran netral, tetapi memiliki peran aktif dalam menentukan informasi yang terlihat. Aditia dan Imran (2024) menjelaskan bahwa filter bubble membatasi keberagaman paparan dan memperkuat bias konfirmasi. Ketika algoritma terus menampilkan konten yang serupa, pengguna dapat menganggap pandangan tersebut sebagai gambaran umum masyarakat. Saura García dan Calvo (2024) menyebut kondisi tersebut sebagai kolonisasi algoritmik terhadap ruang publik karena perhatian publik semakin dipengaruhi oleh mekanisme teknis yang tidak transparan. Pengaruh kuat kurasi algoritmik dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa pembentukan opini tidak hanya bergantung pada pesan, tetapi juga pada arsitektur platform yang mengatur urutan, frekuensi, dan jangkauan informasi.

Interaktivitas pengguna juga terbukti berpengaruh terhadap pembentukan opini publik. Fitur komentar, unggahan ulang, tagar, dan diskusi memungkinkan pengguna menegosiasikan makna suatu isu. Sánchez-Villar (2019) menunjukkan bahwa blog dan jurnalisme warga memperluas ruang partisipasi karena masyarakat dapat memproduksi interpretasi sendiri. Pino Uribe et al. (2023) menemukan bahwa Twitter atau X dapat mendorong komunikasi terbuka antara warga dan negara, walaupun tetap menghadirkan risiko polarisasi. Dalam penelitian ini, responden yang lebih sering berkomentar, berdiskusi, dan membagikan informasi memiliki skor pembentukan opini yang lebih tinggi. Interaksi sosial memberikan validasi, tekanan kelompok, dan informasi tambahan yang dapat memperkuat atau mengubah penilaian individu.

Temuan tersebut relevan dengan perkembangan komunikasi politik di Indonesia. Arsyad et al. (2024) menjelaskan bahwa media sosial telah menjadi agen transformasi politik karena memungkinkan partisipasi langsung dalam pembentukan agenda dan pengawasan pemerintah. Juleha et al. (2024) menekankan bahwa keterlibatan pengguna di media sosial memengaruhi dinamika opini serta partisipasi politik. Ahdarrijal dan Rahmawati (2024) menunjukkan bahwa media digital menyediakan ruang pengawasan dan pertukaran gagasan dalam demokrasi Indonesia. Ariestandy et al. (2024) juga menghubungkan media sosial dengan mobilisasi massa, sedangkan Adiwibowo dan Larasati (2025) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memengaruhi opini dan partisipasi politik generasi milenial. Hasil penelitian ini memperluas temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa interaktivitas tetap berpengaruh setelah intensitas paparan, algoritma, kredibilitas, dan literasi digital dianalisis secara simultan.

Persepsi kredibilitas informasi berpengaruh positif terhadap pembentukan opini publik, tetapi kekuatannya lebih rendah daripada kurasi algoritmik dan paparan. Temuan ini menunjukkan bahwa pengguna masih mempertimbangkan kejelasan sumber, bukti, dan konsistensi informasi, tetapi keputusan mereka juga dipengaruhi oleh keterlihatan dan pengulangan konten. Farias et al. (2021) menjelaskan bahwa lingkungan pascakebenaran dapat membuat emosi dan keyakinan pribadi lebih dominan daripada fakta. Svitla (2023) juga menegaskan bahwa digitalisasi meningkatkan transparansi sekaligus memperbesar peluang manipulasi opini. Oleh karena itu, informasi yang dianggap kredibel tidak selalu berasal dari

proses verifikasi formal, tetapi dapat terbentuk melalui popularitas, kesesuaian dengan keyakinan, dan dukungan kelompok.

Temuan mengenai kredibilitas menjadi semakin penting dalam situasi konflik dan krisis. Babenko et al. (2024) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial pada masa perang berkaitan dengan perubahan kepercayaan dan menurunnya evaluasi kritis. Petrova dan Tapsoba (2025) menjelaskan bahwa media dan opini publik dapat memengaruhi konflik melalui persuasi, koordinasi, dan pembentukan persepsi terhadap pihak tertentu. Dalam situasi penuh ketidakpastian, masyarakat cenderung membutuhkan informasi cepat, tetapi kebutuhan tersebut dapat mengurangi waktu verifikasi. Matsiopa (2023) menegaskan bahwa teknologi informasi dapat digunakan untuk memperluas partisipasi sekaligus mengarahkan persepsi melalui framing. Dengan demikian, kredibilitas perlu dipahami sebagai hasil interaksi antara kualitas pesan, identitas sumber, emosi, dan konteks sosial.

Literasi digital berpengaruh langsung terhadap pembentukan opini dan melemahkan pengaruh kurasi algoritmik. Pengguna dengan literasi tinggi cenderung lebih aktif memeriksa sumber, mengenali bias, membandingkan informasi, dan memahami bahwa rekomendasi platform bukan representasi netral dari realitas. Efek moderasi negatif menunjukkan bahwa literasi digital berfungsi sebagai mekanisme perlindungan. Pengguna tetap dapat membentuk opini, tetapi prosesnya lebih reflektif dan tidak sepenuhnya ditentukan oleh konten yang direkomendasikan. Temuan tersebut mendukung kebutuhan untuk memperluas literasi digital dari kemampuan teknis menjadi kemampuan memahami logika algoritma, struktur ekonomi perhatian, dan kepentingan di balik produksi informasi.

Hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa pembentukan opini digital tidak terbatas pada isu politik. Tamba dan Kholikin (2025) menjelaskan bahwa media sosial menjadi ruang penilaian terhadap layanan pemerintah dan dapat memengaruhi legitimasi institusi. Ausat (2023) menunjukkan bahwa opini di media sosial dapat memengaruhi keputusan ekonomi. Daud (2021) juga menegaskan bahwa komunikasi digital memiliki dampak yang luas terhadap cara masyarakat menilai isu publik. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa proses yang sama dapat berlangsung pada isu pelayanan, ekonomi, sosial, dan kebijakan karena pengguna menggunakan platform yang sama untuk memperoleh informasi, berinteraksi, serta menyampaikan penilaian.

Secara teoretis, penelitian ini menunjukkan bahwa pembentukan opini publik pada era informasi terbuka merupakan hasil interaksi antara paparan, algoritma, interaktivitas, kredibilitas, dan kapasitas pengguna. Media digital tidak dapat dipahami hanya sebagai saluran distribusi. Platform berperan sebagai pengatur perhatian, pengguna berperan sebagai produsen dan penyebar, sedangkan literasi digital menentukan kemampuan untuk menilai lingkungan informasi. Kebaruan model terletak pada pengujian simultan seluruh faktor tersebut serta ditemukannya peran moderasi literasi digital terhadap kurasi algoritmik.

Secara praktis, lembaga pendidikan dan pemerintah perlu mengembangkan program literasi digital yang menekankan verifikasi sumber, pemahaman algoritma, identifikasi bias, dan perbandingan informasi. Program literasi tidak cukup hanya mengajarkan penggunaan perangkat atau mengenali berita palsu. Pengguna perlu memahami alasan konten tertentu muncul berulang kali dan cara interaksi mereka membentuk rekomendasi berikutnya. Pengelola platform perlu meningkatkan transparansi rekomendasi, menyediakan pilihan pengaturan personalisasi, dan menampilkan konteks sumber secara lebih jelas. Lembaga publik perlu menggunakan media digital secara responsif tanpa menjadikan popularitas sebagai satu-satunya indikator opini masyarakat.

Hasil penelitian tetap perlu dibaca dengan mempertimbangkan keterbatasan desain potong lintang dan penggunaan data laporan diri. Hubungan yang ditemukan menunjukkan pengaruh prediktif secara statistik, bukan sebab-akibat absolut. Responden juga mungkin memberikan jawaban yang dianggap sesuai secara sosial. Penelitian selanjutnya perlu menggunakan desain longitudinal, eksperimen paparan, analisis jejaring, serta data jejak digital untuk memeriksa perubahan opini dari waktu ke waktu. Perbandingan antarplatform dan antarkelompok usia juga diperlukan karena setiap platform memiliki desain algoritma, budaya interaksi, dan karakter audiens yang berbeda.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa media digital memiliki peran penting dalam pembentukan opini publik di era informasi terbuka. Peran tersebut berlangsung melalui intensitas paparan informasi, kurasi algoritmik, interaktivitas pengguna, persepsi kredibilitas informasi, dan tingkat literasi digital. Media digital tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyampaian pesan, tetapi juga sebagai ruang yang mengatur perhatian, mempertemukan berbagai pandangan, memperkuat isu tertentu, dan memengaruhi cara masyarakat menilai realitas sosial, politik, ekonomi, serta pelayanan publik.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kurasi algoritmik merupakan faktor yang paling kuat dalam memengaruhi pembentukan opini publik. Rekomendasi yang dipersonalisasi, pengulangan konten, dan keterbatasan paparan terhadap pandangan berbeda dapat memperkuat keyakinan yang telah dimiliki pengguna. Intensitas paparan dan interaktivitas juga berkontribusi terhadap perhatian, penguatan sikap, dan kesediaan menyampaikan opini. Sementara itu, kredibilitas informasi tetap menjadi pertimbangan penting, meskipun penilaian pengguna sering dipengaruhi oleh popularitas, kesesuaian pandangan, dan dukungan sosial di dalam platform.

Literasi digital terbukti berperan sebagai faktor protektif yang membantu pengguna memeriksa sumber, membandingkan informasi, memahami bias, dan tidak sepenuhnya bergantung pada rekomendasi platform. Temuan ini menegaskan bahwa keterbukaan informasi harus diimbangi dengan kemampuan evaluasi yang memadai. Perguruan tinggi, pemerintah, media, dan pengelola platform perlu memperkuat program literasi digital yang mencakup pemahaman algoritma, verifikasi informasi, pengelolaan perhatian, dan etika partisipasi digital.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pembentukan opini publik merupakan hasil interaksi antara struktur teknologi, kualitas informasi, perilaku pengguna, dan kapasitas literasi. Oleh karena itu, upaya membangun ruang publik digital yang sehat memerlukan transparansi algoritma, peningkatan kualitas informasi, serta penguatan kemampuan kritis masyarakat. Temuan penelitian juga dapat menjadi dasar penyusunan kebijakan komunikasi publik yang lebih akuntabel, pengembangan fitur rekomendasi yang bertanggung jawab, serta penyediaan mekanisme pengaduan dan klarifikasi informasi yang mudah digunakan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian selanjutnya perlu menggunakan desain longitudinal, eksperimen, dan data jejak digital untuk menguji perubahan opini secara lebih mendalam pada kelompok pengguna dan platform yang berbeda pula.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, R., & Imran, T. Y. (2024). Uncovering the influence of filter bubbles: How they shape public opinion and construct reality on social media. *Journal of Social, Policy and Development Studies*, 1(1), 50–60. <https://doi.org/10.65119/jspds.v1i1.11>
- Adiwibowo, B. S., & Larasati, A. (2025). Peran media sosial dalam pembentukan opini publik dan pola partisipasi politik generasi milenial. *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 4(11), 4920–4928. <https://doi.org/10.59141/comserva.v4i11.2988>
- Ahdarrijal, Y., & Rahmawati, D. E. (2024). The role of digital media in determining the direction of Indonesia's democracy in 2023. *The Journal of Society and Media*, 8(1), 144–164. <https://doi.org/10.26740/jsm.v8n1.p144-164>
- Ariestandy, D., Adidharma, W., & Isdendi, R. R. (2024). Transformation of political participation in the digital age, the role of social media in shaping public opinion and mass mobilization. *Journal of Economics, Technology, and Business*, 3(10), 599–605. <https://doi.org/10.57185/jetbis.v3i10.151>
- Arsyad, A., Dzaljad, R. G., Nurmiarani, M., & Rantona, S. (2024). Media sosial sebagai agen transformasi politik: Analisis pengaruh terhadap proses komunikasi politik. *Jurnal*

- Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 2(2), 240–251. <https://doi.org/10.54066/jupendis.v2i2.1593>
- Ausat, A. M. A. (2023). The role of social media in shaping public opinion and its influence on economic decisions. *Technology and Society Perspectives*, 1(1), 35–44. <https://doi.org/10.61100/tacit.v1i1.37>
- Babenko, V., Romaniuk, V., Viytovych, T., Zhmaka, Y., & Ovchar, Y. (2024). Social media and public opinion formation in times of war: A case study from Ukraine. *Amazonia Investiga*, 13(81), 187–196. <https://doi.org/10.34069/AI/2024.81.09.15>
- Daud, R. S. (2021). The role of political communication in shaping public opinion: A comparative analysis of traditional and digital media. *Journal of Public Representative and Society Provision*, 1(2), 80–89. <https://doi.org/10.55885/jprsp.v1i2.241>
- Farias, L. A. de, Cardoso, I. de A., & Nassar, P. (2021). Comunicação, opinião pública e os impactos da revolução digital na era da pós-verdade e fake news. *Organicom*, 17(34), 71–81. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2021.176133>
- Juleha, Yuniar, J., & Marsuki, N. R. (2024). Peran media sosial dalam dinamika opini publik dan partisipasi politik era digital. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(1), 38–45. <https://doi.org/10.55606/concept.v3i1.951>
- Kim, K., Baek, Y. M., & Kim, N. (2015). Online news diffusion dynamics and public opinion formation: A case study of the controversy over judges' personal opinion expression on SNS in Korea. *The Social Science Journal*, 52(2), 205–216. <https://doi.org/10.1016/j.soscij.2015.02.001>
- Lara-Navarra, P., Ferrer-Sapena, A., Sánchez-Pérez, E. A., & Coronado-Ferrer, A. (2025). Redefiniendo la configuración de la opinión pública en la era digital: Análisis computacional de dinámicas mediáticas y sociales. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 31(2), 431–444. <https://doi.org/10.5209/emp.100391>
- Latif, D., Samad, M. A., Rinawulandari, & Abd Kadir, S. (2024). Social media in shaping public opinion roles and impact: A systematic review. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 40(2), 205–223. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2024-4002-12>
- Martín, M., & Fior, A. (2022). Figuras del destinatario en la era de la información: La digitalización de la opinión pública. *deSignis*, 37, 141–150. <https://doi.org/10.35659/designis.i37p141-150>
- Matsiopa, K. (2023). Informatiini tekhnolohii yak zasib formuvannia hromadskoi dumky (na prykladi SSHA) [Information technologies as a means of shaping public opinion: The example of the United States]. *Grani*, 26(4), 30–35. <https://doi.org/10.15421/172371>
- Petrova, M., & Tapsoba, A. (2025). Information and conflict: From the role of (social) media and public opinion to big data and forecasting. *Economic Policy*, 40(124), 845–878. <https://doi.org/10.1093/epolic/eiaf012>
- Pino Uribe, J. F., Gómez Céspedes, L. M., & Lombana Bermúdez, A. A. (2023). Tuiteando la democracia ¿el poder de 280 caracteres?: Desafíos y oportunidades de Twitter (X) para el Estado abierto. *Reflexión Política*, 25(52), 23–38. <https://doi.org/10.29375/01240781.4741>
- Sánchez-Villar, J. M. (2019). The use of blogs as social media tools of political communication: Citizen journalism and public opinion 2.0. *Communication & Society*, 32(1), 39–55. <https://doi.org/10.15581/003.32.1.39-55>
- Saura García, C., & Calvo, P. (2024). Opinión pública masiva: Colonización algorítmica y sintetificación de la esfera pública. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 138, 73–96. <https://doi.org/10.24241/rcai.2024.138.3.73>
- Sjoraida, D. F., Guna, B. W. K., Nungraha, A. R., Pasaribu, D., & Djafri, N. (2024). Public opinion formation in the digital age: A review of literature. *Indonesia Journal of Engineering and Education Technology*, 2(2), 290–297. <https://doi.org/10.61991/ijeet.v2i2.52>

-
- Svitla, V. V. (2023). Hromadska dumka ta politychni naslidky didzhitalizatsii: Spetsyfika ta vektory vzaiemovplyvu [Public opinion and political consequences of digitalization: Specifics and vectors of interaction]. *Visnyk NTUU "KPI": Politolohiia, sotsiolohiia, pravo*, 2(58), 92–98. [https://doi.org/10.20535/2308-5053.2023.2\(58\).285610](https://doi.org/10.20535/2308-5053.2023.2(58).285610)
- Tamba, D., & Kholikin, R. A. (2025). Media sosial dalam membangun opini publik atas layanan pemerintah: Kajian literatur interaksi sosial digital. *Jejaring Administrasi Publik*, 17(2), 113–126. <https://doi.org/10.20473/jap.v17i2.79710>
- Vargo, C. J., Minooie, M., & Cole, R. (2016). The agenda setting in the digital age: How we use media to monitor civic life and reframe community. *Jordan Journal of Social Sciences*, 9(1), 125–139. <https://doi.org/10.12816/0030052>