

HUKUM CAMBUK & OPINI PUBLIK: ANALISIS TEMATIK TANGGAPAN NETIZEN TERHADAP BERITA PELANGGARAN SYARIAT ISLAM DI AKUN FACEBOOK MEDIA MASSA

¹Ainal Fitri, ²Muhammad Haekal

Universitas Serambi Mekkah,
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Abstract

This qualitative descriptive research studied the public narratives regarding the caning execution news on Serambinews.com's Facebook fan page. Apart from that, this research also investigated the relationship between Facebook users' discussion against public policy (Sharia law) and the existence of Serambinews.com as the news media. This research used the five most commented news links from January 2018 to December 2020 as the data. This data was analyzed using Thematic Analysis and studied using the concept of Public Opinion. The results showed that the public often discussed four dominant themes, including two topics that exhibited negative nuances, such as proposing extreme punishment and defamation against the convicts. These themes were a reflection of the growing public opinion regarding the caning in Aceh. Negative public opinion had the potential to form a consensus and affected public policy regarding Sharia law. But on the other hand, despite the domination of negative public opinion, the researcher argued that Serambinews.com gained economic benefits from this practice.

Keywords

Canning Execution News, Public Opinion, Serambinews.com's Facebook Fan Page, Thematic Analysis

Correspondence Contact

ainal.fitri@serambimekkah.ac.id

PENDAHULUAN

Eksekusi Hukum cambuk di Aceh masih menjadi isu yang hangat dibicarakan publik. Di era digital, publik dapat menyatakan dan mempertukarkan opininya melalui berbagai *platform*, salah satunya di *fan page* Facebook Serambinews.com. *Fan page* ini kerap membagikan tautan berita eksekusi hukum cambuk dan relatif berhasil mendapatkan respon publik yang beragam. Serambinews.com adalah bagian dari Serambi Indonesia, media cetak terbesar di Aceh, serta turut bernaung bersama beberapa media lain dalam grup yang sama. *Fan page* ini memiliki *followers* sebanyak 654.875 akun. Sejak tahun 2018 hingga Desember 2020, *fan page* ini sudah menyebarkan 66 tautan berita eksekusi hukum cambuk dari beberapa media di bawah manajemen Serambi Indonesia. Dalam periode ini, 66 tautan berita tersebut memperoleh 428 komentar, dan telah dibagikan kembali sebanyak 1763 kali. Angka ini menunjukkan jumlah ketertarikan publik dalam merespons informasi yang sama, yakni eksekusi hukum cambuk.

Keterlibatan dan interaktivitas publik dalam *fan page* Serambinews.com menunjukkan adanya upaya pertukaran ide/gagasan/opini baik bersifat positif, netral, ataupun negatif. Opini ini bersumber dari berbagai karakteristik individu, yang juga dipengaruhi sudut pandang, ideologi, pengetahuan, dan faktor lainnya. Kumpulan opini individu ini berpotensi menjadi opini publik yang dituangkan dalam *fan page* Serambinews.com. Anstead & O'Loughlin (2015) menjelaskan bahwa di era media sosial, Facebook turut menjadi tempat yang relevan bagi publik untuk memperdebatkan permasalahan terkait kepentingan bersama.

Interaktivitas di media sosial memungkinkan terwujudnya interaksi secara masif, lintas isu, bahkan lintas anggota pengguna media sosial (Hill, Dean, & Murphy, 2013). Media sosial tidak hanya dianggap sebagai sebuah medium untuk berkomunikasi, namun juga sebuah alat untuk melihat dan menganalisis opini publik mengenai isu-isu tertentu.

Studi yang menganalisis opini publik penting dilakukan untuk melihat sejauh mana publik mengetahui, merespon, dan menanggapi suatu isu. Dalam penelitiannya, Khusna (2016) menjelaskan bahwa sikap dan opini publik bisa merupakan cerminan ketidakpuasan publik terhadap kebijakan publik. Namun di sisi lain, ruang ini memberikan gambaran bahwa kebijakan publik dan opini publik saling mempengaruhi satu sama lain. Penelitian ini sekaligus menguatkan bahwa opini publik memiliki kekuatan yang cukup besar dalam tatanan kehidupan baik secara sosial, ekonomi, politik, budaya, dan sebagainya. Dalam konteks opini publik di media online, penelitian Gardner, Smith, & Mansfield (2017) terkait kebijakan publik hak istirahat pekerja di Inggris menunjukkan bahwa publik tidak hanya sekedar membagikan pengetahuan, namun juga berpartisipasi dalam meluruskan kekeliruan regulasi ataupun respon pembaca yang lain.

Berkembangnya peran media sosial dalam pembentukan opini publik melandasi penelitian ini dilakukan. Hal ini dianggap penting karena berkaitan dengan potensi efek dari opini tersebut. Mengacu pada Neubaum & Krämer (2017), bahwa opini publik di media sosial tidak hanya berkaitan dengan efek pada opini individual, namun juga perilaku komunikasi setelahnya baik secara *online* maupun *offline*. Publik akan menyesuaikan perilakunya dengan norma tertentu yang dibentuk oleh kumpulan opini tertentu.

Opini yang positif tentunya akan berkontribusi dalam tegaknya pelaksanaan syariah Islam, namun respon negatif juga berpotensi mendehumanisasi oknum yang terlibat, atau bahkan melenceng dari tujuan kebijakan publik terkait syariah Islam itu sendiri. Peneliti belum menemukan penelitian lain yang pernah dilakukan terkait informasi eksekusi hukum cambuk dan bagaimana opini publik yang terbentuk dari proses interaksi di media sosial. Peneliti melihat ini sebagai gap yang menarik untuk ditelisik lebih jauh. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan dasar pertanyaan bagaimana bentuk opini publik yang tergambar dalam kolom komentar tautan berita eksekusi hukum cambuk di *fan page* Serambinews.com. Tujuannya untuk menemukan apa saja yang dibicarakan oleh publik, dan bagaimana kaitannya dengan kebijakan publik dan keberadaan media itu sendiri.

Untuk menemukan gambaran opini yang terbentuk, peneliti menggunakan *Thematic Analysis* (TA), yakni dengan tujuan menemukan tema-tema dominan yang turut menggambarkan opini publik terkait eksekusi hukum cambuk. Saat ini, TA sudah mulai digunakan dalam ranah penelitian media massa, termasuk Facebook. Misalnya dalam penelitian Ahmed et al., (2017) menemukan bahwa tema-tema tertentu yang dibicarakan publik tidak hanya menggambarkan upaya memfasilitasi aktivitas komunikasi, namun juga menunjukkan adanya upaya pembentukan aktivisme sosial yang turut membantu berkembangnya isu yang tengah dihadapi. Facebook memberikan lima kemungkinan bagi perusahaan untuk menggunakan platform untuk tujuan pemasaran: yakni *Facebook Ads*, *Facebook Brand Pages*, *Social Plugins*, *Facebook Applications*, dan *Sponsored Stories*. Facebook memberikan potensi besar untuk menjangkau keterlibatan konsumen maupun pembaca melalui dialog secara langsung (Cvijikj & Michahelles, 2013). Pemilihan *fan page* Serambinews.com didasari oleh fenomena besarnya ketertarikan publik untuk memberikan opininya melalui *fan page* ini dibandingkan di dalam tautan berita yang ada di website itu sendiri.

KAJIAN TEORITIK

Opini Publik

Beragam perspektif mempengaruhi definisi opini publik. Oleh Habermas (1989) (dalam Glynn & Huges, 2008), opini publik diterjemahkan sebagai fenomena yang rasional, karena didasari basis informasi dan gagasan yang mampu terwujud menjadi agenda publik. Sementara itu, Noelle-Neuman (1993) membantahnya dengan argumentasi bahwa opini publik merupakan metode kontrol sosial. Nilai tertentu yang dianut masyarakat merupakan bentuk kontrol yang dipengaruhi oleh opini publik yang dikembangkan. Meskipun demikian, kedua pandangan ini sama pentingnya dalam melihat bagaimana opini publik terbentuk dan dipertukarkan.

Menurut McCombs, Holbert, Kioussis, & Wanta (2011) opini publik adalah ungkapan keyakinan yang menjadi pegangan bersama di antara para anggota sebuah mengenai suatu masalah kontroversial yang menyangkut kepentingan umum. Umumnya, individu-individu yang termasuk ke dalam kelompok mempunyai rasa solidaritas terhadap kelompoknya, walaupun tidak terikat dengan struktur yang nyata, tidak berada pada suatu tempat atau ruangan dan tidak mempunyai hubungan langsung. Dalam konteks komunikasi, opini publik merupakan wujud dari hasil proses komunikasi baik secara interpersonal maupun kelompok. Hal ini termanifestasi dalam feedback berupa gagasan-gagasan baik bersifat positif, netral, maupun negatif. Opini publik memiliki kekuatan untuk mempengaruhi persepsi seseorang mengenai sesuatu hal sesuai dengan pemahamannya sendiri. Moy & Bosch (2013) menjelaskan bahwa keberadaan media massa membuat opini publik memiliki power yang cukup besar dalam mempengaruhi publik, pemerintah, keadaan sosial, dan sebagainya.

Di era media sosial, transformasi akses dan aktivitas berbagi informasi telah menambah varian berkembangnya opini publik. Semuanya berfokus pada bagaimana memberikan pengaruh pada individu mulai dari ranah sikap, perilaku, dan kognitif. Media sosial dapat menjadi acuan untuk mengukur sejauh mana opini publik yang berkembang. Hal ini didasari dengan argumen bahwa: *Pertama*, media sosial memberikan kesempatan untuk melihat opini publik tanpa adanya pengaruh pengaruh atau efek framing dari para analis/peneliti. *Kedua*, data yang disediakan media sosial tidak terbatas waktu, mampu menjangkau individu, kelompok, baik dalam skala kecil maupun besar. *Ketiga*, bagi peneliti atau perusahaan, menggunakan media sosial sebagai basis data mengukur opini publik bisa membantu dari segi kemudahan secara data maupun biaya, berbeda dengan metode klasik seperti survey (Klašnja, Barberá, Beauchamp, Nagler, & Tucker, 2015).

METODOLOGI

Penelitian kualitatif-deskriptif ini menggunakan *Thematic Analysis* (TA) sebagai metode analisis data. TA adalah sebuah metode identifikasi data secara sistematis, terorganisir, dan menawarkan gagasan mengenai pola-pola makna berupa tema melalui data tertentu (Terry, Hayfield, Clarke, & Braun, 2017). Data diperoleh dari postingan berita eksekusi hukum cambuk dari tahun 2018 sampai November 2020 di *fan page* Facebook Serambinews.com. Sebanyak 5 postingan dipilih dalam penelitian, hal ini didasarkan jumlah komentar terbanyak di kelima berita di periode tersebut.

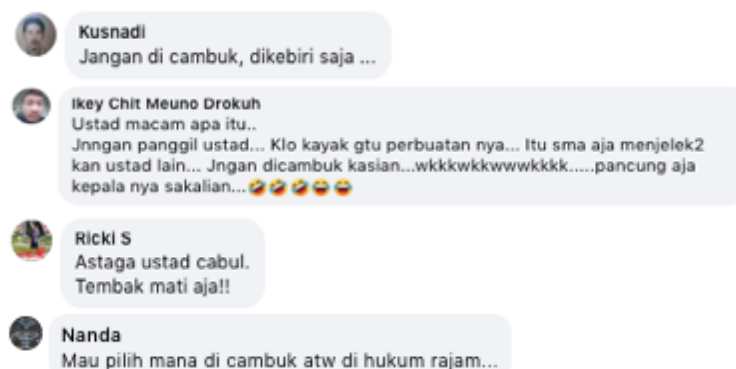
No	Edisi	Judul	Jumlah Komentar dan Share
1	6 April 2018	Empat Pelaku Maisyir dan Pemerkosanya Jalani Hukuman Cambuk di Nagan Raya	- 29 Komentar - 24 Shares
2	20 April 2018	Dua Pelaku Prostitusi Online Dicambuk di Halaman Masjid Lueng Bata, Total Ada 8 Pelanggar Syariah	- 55 Komentar - 176 Shares
3	31 Januari 2019	Bermesraan di Bawah Payung Masjid Raya, Pasangan Mahasiswa Dicambuk	- 71 Komentar - 543 Shares
4	4 Maret 2019	Mesum di Hotel, Enam Pasangan Dicambuk, Tiga Terpidana Nyaris Pingsan	- 41 Komentar - 159 Shares
5	16 Juli 2020	Terbukti Pelecehan Seksual, Ustad Coy Dicambuk 74 Kali	- 35 Komentar - 54 Shares

Table 1. Data Tautan Berita di fan page Serambinews.com

Data kemudian dianalisis dengan langkah: 1) *Transcription*, yakni mengumpulkan data yang akan dianalisis. 2) *Reading and familiarisation*, yakni dengan tujuan agar lebih familiar dengan data, dan menemukan temuan-temuan yang relevan dengan pertanyaan penelitian. 3) *Coding*, yakni mengidentifikasi aspek-aspek dari data yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian. 4) Mencari tema-tema yang muncul. 5) Menelaah kembali tema tersebut dan melihat relasi yang mungkin muncul (thematic-map) 6) *Defining and naming themes*. 7) Analisis akhir (Braun & Clarke, 2013). Pada tahap akhir, tema-tema yang muncul dianalisis sesuai dengan kebutuhan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan setidaknya 10 tema yang kerap diperbincangkan publik dalam tautan berita eksekusi hukum cambuk di fan page Serambinews.com. Keseluruhan tema dimunculkan dengan nuansa positif, netral, maupun negatif dari publik, yang tersebar di tautan berita atas kasus pelecehan seksual, khalwath dan ikhtilath, serta maisyir dan pemerkosaan. Namun peneliti hanya fokus pada 4 (empat) tema dominan yang diperbincangkan publik, yaitu: Pertama, usulan hukuman ekstrim bagi pelanggar. Tema ini menjadi tema paling dominan. Opini ini diindikasikan sebagai wujud ekspresi ketidaksenangan publik terhadap pelanggaran syariah Islam, khususnya terpidana yang dieksekusi cambuk. Bagi publik, hukum cambuk dinilai tidak cukup sebagai ganjaran dari pelanggaran yang dilakukan terpidana. Tema ini paling banyak ditemukan di berita kasus pelecehan seksual yang dilakukan oleh seorang ustad kepada santrinya (Serambi TV, 16 Juli 2020). Meskipun dalam *Qanun Jinayah* sudah diatur jenis hukuman yang dikenakan terhadap terpidana, namun publik justru beranggapan bahwa terpidana layak dihukum tembak mati, dikebiri, dipotong alat kelaminnya, dan kepala dipenggal.



Gambar 1. Tangkapan Layar Opini Publik Tema 1
(Sumber: Fan Page Facebook Serambinews.com)

Kemudian dalam kasus *ikhtilath* dan *khalwath* publik juga mengekspresikan dengan gagasan hukuman ekstrim berupa hukum gantung, dicambuk hingga berdarah, hukum rajam, serta dipukul hingga mati. Sedangkan dalam kasus maisir dan pemerkosaan, ekspresi publik dalam mengusulkan hukuman ekstrim dilontarkan dalam bentuk hukuman dikebiri, yakni ditujukan kepada terpidana pemerkosa.

Kedua, umpatan. Tema dominan yang kedua ini lebih banyak ditemukan dalam tautan berita *khalwath* dan *ikhtilath*. Beberapa publik mengekspresikan kekesalan, kemarahan, serta ketidaksukaan mereka terhadap terpidana dengan melontarkan umpatan menggunakan nama hewan. Selain itu, publik juga membubuhi predikasi 'haramjadah', 'pengundang bala', dan 'perusak moral' kepada terpidana baik laki-laki dan perempuan.



Gambar 2. Tangkapan Layar Opini Publik Tema 2
(Sumber: Fan Page Facebook Serambinews.com)

Namun di sisi lain, peneliti menemukan umpatan kata-kata tertentu justru dilekatkan kepada terpidana perempuan saja. Misalnya dengan penggunaan istilah 'apam' yang secara denotatif merupakan salah satu jenis makanan ringan di Aceh, namun secara konotatif merujuk pada jenis kelamin perempuan. Bahkan hal ini juga ditemukan dalam tautan berita hukum cambuk atas kasus maisir dan pemerkosaan, yang mana tidak berkaitan sama sekali dengan *khalwath*, *ihktilath*, atau bahkan terpidana perempuan. Peneliti mengasumsikan bahwa beberapa akun tersebut tidak membaca secara jelas isi berita, namun terjebak dengan penggunaan foto terpidana perempuan sebagai foto ilustrasi berita oleh Serambinews.com.

Ketiga, keprihatinan publik akan perbuatan terpidana. Opini ini bernuansa cenderung netral. Hal ini terlihat melalui publik yang menyayangkan mengapa terpidana tidak mampu

menahan hawa nafsu, publik menyarankan adanya upaya memperketat penjagaan masjid, dan sebagainya.



Gambar 3. Tangkapan Layar Tema 3
(Sumber: Fan Page Facebook Serambinews.com)

Publik juga mengungkapkan kekhawatiran mereka akan fenomena menurunnya moral, akhlak dan aqidah, yang mereka asumsikan sebagai penyebab angka pelanggaran yang masih tinggi. Publik juga memberikan opini dugaan penyebab terjadinya pelanggaran syariat Islam di kelima tautan berita di *fan page* Serambinews.com. Misalnya dengan menyebutkan bahwa pelanggaran terjadi karena para terpidana tidak melibatkan diri dalam kegiatan pengajian, orangtua yang lalai mengawasi anak, dan melemahnya ilmu dan iman terpidana. Namun ada opini yang muncul bahwa kasus zina, dalam hal ini khalwat dan ikhtilath, terjadi karena wanita berkeliaran di malam hari, dan diperparah dengan sedikitnya pengawasan. Hal ini sekaligus ikut memperkuat bahwa perempuan masih dilekatkan dengan stigma penyebab terjadinya pelanggaran seksual, padahal perbuatan tersebut dilakukan oleh laki-laki dan perempuan itu sendiri.

Keempat, pro syariat Islam dan hukum cambuk. Di sisi lain, publik juga banyak memberikan opini netral dan cenderung positif terkait tautan berita eksekusi hukum cambuk di *fan page* Serambinews.com. Opini ini berisikan dukungan publik terhadap Pemerintah Aceh dalam menerapkan syariat Islam. Hal ini tentunya berkontribusi dalam mendukung pelaksanaan syariat Islam di Aceh.



Gambar 4. Tangkapan Layar Tema 4
(Sumber: Fan Page Facebook Serambinews.com)

Keempat tema dominan di atas menjadi cerminan bagaimana pengetahuan dan respon publik terhadap eksekusi hukum cambuk di *fan page* Serambinews.com. Masih terdapat

banyak tema yang bernuansa positif namun tidak menjadi tema dominan yang menarik perhatian publik untuk dikomentari. Misalnya, nasihat dan saran dari publik, upaya publik menyuarakan adanya kesetaraan hukum bagi pelanggar lainnya, dan citra Aceh dan Islam. Tema-tema ini menjadi gambaran bagaimana eksekusi hukum cambuk dipahami dan dimaknai oleh publik. Hal ini berkaitan erat dengan kebijakan publik mengenai syariat Islam dan hukum cambuk. Opini publik mengenai eksekusi hukum cambuk di Aceh bisa dijadikan sebagai kerangka acuan bagi pemerintah, khususnya dalam mengukur pemahaman dan respon publik. Gambaran ini sedikit banyak berpotensi menjadi kendaraan efektif dalam menentukan agenda publik yang efektif.

Kekuatan Opini Publik

Beragam literatur menegaskan bahwa sampai saat ini opini publik masih menjadi poin penting untuk dikaji, khususnya terkait kekuatannya terhadap publik terhadap isu, kebijakan publik, dan publik itu sendiri. Dalam sebuah jurnal penelitian, Burstein (2003) menjelaskan bahwa opini publik berdampak pada pengambilan keputusan di ranah kebijakan publik, termasuk pada aktivitas partai politik, elit, organisasi, dan seterusnya. Namun demikian, Burstein juga sepakat pada pendapat Cook et al., (1983) bahwa di sisi lain opini publik yang berkembang tidak serta merta secara otomatis mengubah kebijakan publik. Burstein (2003) menjelaskan menurut beberapa tokoh bahwa opini publik tidak pasti mampu mempengaruhi kebijakan publik, khususnya pada pemerintahan yang mengabaikan opini publik yang berkembang. Namun demikian, opini publik yang terbentuk tetaplah membawa segala ragam potensi untuk membentuk konsensus publik mengenai suatu masalah. Konsensus yang positif maupun negatif akan mempengaruhi isu, kebijakan publik, dan publik itu pula.

Menurut Nimmo (2005) dalam ranah komunikasi dan politik, opini publik memiliki kekuatan dalam hal: *pertama*, menjadi modal kekuatan sosial dan hukuman sosial. Fenomena publik yang melontarkan hukuman ekstrim dan umpatan, yang menjadi dua tema dominan dalam temuan penelitian ini, menunjukkan betapa ekspresi kebencian tersebut bisa menjadi kekuatan dalam memberikan hukuman/ sanksi sosial bagi seluruh terpidana. Bentuk sanksi sosial tersebut tergambarkan dalam beberapa bentuk, baik dengan adanya upaya *bullying* terhadap terpidana, disangkut pautkan dengan peran orangtua terpidana, bahkan hal-hal lain yang tidak berkaitan erat dengan kasus yang dilakukan. Di era media sosial, fenomena menghujat sebagai bentuk hukuman sosial ini masih terus terjadi di banyak kasus. Namun hal ini seolah-olah natural, dengan adanya asumsi bahwa terpidana dianggap layak untuk dihujat karena bertentangan dengan nilai moral, sosial, dan agama.

Kedua, melanggengkan nilai dan norma tertentu di masyarakat. Naturalisasi kebencian ini merupakan persoalan serius dalam kajian komunikasi. Di era media sosial, kebencian yang mendominasi akan memberikan dampak bagi komunikator yang lain dalam memandang dan memberikan gagasan mengenai suatu persoalan, terlebih dalam isu yang sensitif untuk dibicarakan. Davison (1958) menjelaskan bahwa setiap individu terlebih dahulu mempelajari pendapat orang lain mengenai persoalan yang sama, proses ini dinamakan "*personal sampling*." Proses ini membantu individu untuk menempatkan diri mereka dalam memandang persoalan, khususnya ketika sudah terlibat dalam suatu kelompok. Realitas sosial terikat dengan standar nilai-nilai tertentu. Hal ini berimplikasi pada terciptanya ekspektasi sosial yang dianggap wajib dipenuhi oleh individu di dalamnya. Ketika ekspektasi mengenai sikap dan perilaku orang lain mengenai suatu persoalan terbentuk, ekspektasi ini turut cenderung mempengaruhi opini, perilaku, bahkan sikap seseorang. Ketika proses ini terjadi, maka menurutnya opini publik sudah terbentuk. Meskipun di sisi lain setiap publik

menjalani proses yang berbeda-beda, namun hakikatnya opini publik yang disepakati secara dominan memiliki peran yang besar dalam kehidupan.

Ketiga, mengancam keberadaan organisasi maupun institusi. Hal ini bisa direfleksikan terkait dengan regulasi/ kebijakan publik. Tema negatif yang mendominasi opini publik tentu melenceng dari semangat syariah Islam itu sendiri, yang berupaya menegakkan syariah Islam tanpa harus mendiskriminasi siapapun. Di beberapa berita, Serambinews.com bahkan memuat pernyataan perwakilan pemerintah yang meminta publik tidak mengolok-olok terpidana, namun menjadikannya sebagai pelajaran bersama. Meski demikian, temuan menunjukkan kebencian mendominasi opini publik, bahkan opini seperti ini didukung oleh individu lain sebagai bentuk dukungan, Misalnya dengan menimpali dengan komentar serupa, atau memberikan *emoticon* khusus sebagai wujud persetujuan. Pola seperti ini terus terjadi dan berulang.

Keempat, mempertahankan atau menghancurkan organisasi/ institusi. Opini publik yang berkembang secara positif akan membantu penegakan syariah Islam. Namun faktanya, dalam temuan penelitian ini, publik justru memaknai opini negatif tersebut juga sebagai bentuk dukungan terhadap syariah Islam. Jika hal ini terus berlanjut, peneliti mengasumsikan opini publik yang bertentangan ini akan terus mendominasi wacana hukum cambuk dan syariah Islam, dan tentunya berpengaruh pada kebijakan publik yang sudah, sedang, dan akan dilakukan.

Opini Publik dan Keberadaan Media

Opini publik yang berkembang juga berkaitan dengan keberadaan Serambinews.com. Menurut Gerston (2014), semakin banyak publik yang terlibat dalam suatu informasi, maka media cenderung akan memproduksi informasi tersebut dengan kuantitas yang banyak. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian yang melihat interaktivitas pembaca, media *online*, dan opini publik tidak terlepas dari kepentingan media itu sendiri. Di era media sosial, Facebook tidak hanya digunakan sebagai medium berkomunikasi, namun kehadirannya memberikan sumbangsih bagi media lain berbasis *online*, misalnya portal berita *online*. Lebih jauh lagi, *fan page* adalah akun bisnis yang dibuat untuk mewakili perusahaan, kelompok, atau organisasi tertentu. Melalui *fan page* ini, perusahaan dapat memperoleh berbagai keuntungan dengan memanfaatkan berbagai cara, seperti memposting konten tertentu dan memancing interaksi pengguna Facebook dengan mengomentari postingan konten tersebut (Rahman, Kumaran Suberamanian, Zanuddin, Moghavvemi, & MdNasir, 2016).

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, kasus *khalwath* dan *ikhtilath* terbukti paling banyak dibicarakan oleh publik di *fan page* Serambinews.com. Karena memiliki daya tarik yang besar, opini publik ini sekaligus menjadi kekuatan yang memberikan sarana efektif bagi Serambinews.com membentuk *engagement* dengan publik. Meskipun di sisi lain opini negatif yang mendominasi ini tidak menjadi perhatian dan tanggung jawab bagi media tersebut. Jika satu akun memberikan sumbangsih satu kali klik terhadap tautan berita di *fan page* Serambinews.com, maka angka 428 komentar diasumsikan lebih besar meningkatkan angka *traffic* di media Serambinews.com. Terlebih lagi dalam periode ini, tautan berita-berita tersebut kemudian dibagikan kembali sebanyak lebih dari 1763 kali. Angka ini akan terus bertambah dan kemungkinan tidak bisa dihitung secara pasti karena memiliki potensi tersebar secara masif dan sulit untuk diukur. Temuan ini sedikit banyak terkait dengan penelitian Dimyati & Juvenia (2017) yang menjelaskan bahwa Facebook berkontribusi dalam meningkatkan minat baca berita di portal Merdeka.com. Hal ini dikarenakan jumlah pengakses Facebook yang tersebar secara global, sehingga memberikan dampak positif bagi ekonomi media Merdeka.com.

Meskipun temuan penelitian ini menunjukkan bahwa opini publik bernuansa negatif lebih mendominasi, namun atmosfer dan interaktivitas publik terus dirawat oleh Serambinews.com sehingga keduanya memiliki keterkaitan satu sama lain. Misalnya dengan menciptakan ruang atas isu yang kontroversial, sehingga memancing ketertarikan publik untuk 'klik' tautan berita, mengomentari, bahkan membagikan tautan tersebut ke berbagai platform digital lainnya. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Ksiazek, Peer, & Lessard (2016) bahwa keterlibatan pembaca sangat aktif dimanfaatkan oleh perusahaan pers untuk menciptakan keterlibatan pembaca dalam jangka waktu yang panjang. Di sisi lain, kemunculan opini yang beragam juga diasumsikan berkontribusi terhadap peningkatan *traffic* media.

Meskipun penelitian ini tidak bertujuan khusus mengukur opini publik yang berkembang, namun penelitian ini memberikan gambaran bahwa opini publik dapat terbentuk dengan cara yang mudah, dan menggunakan media apa saja, termasuk media sosial. Meskipun demikian, untuk mengukur opini publik melalui media sosial masih menemui kesulitan. Seperti yang dijelaskan Klačnja et al. (2015) bahwa pengukuran opini publik bisa saja bertentangan dengan prinsip klasik, yakni adanya standar tertentu dalam penyusunan pertanyaan, kerangka populasi, dan metode pengukurannya. Misalnya terlihat dalam opini publik di media sosial yang tidak melewati prosedur permintaan untuk dilibatkan, tidak terstruktur dan tidak sistematis, serta metode pengukuran yang belum jelas. Hal ini juga bersinggungan dengan temuan penelitian, yakni peneliti tidak bisa memastikan apakah validitas akun yang bergabung dalam *fan page* tersebut, dan apa motivasinya memberikan komentar tertentu. Misalnya dalam temuan ini terdapat publik yang memberikan opininya yang tidak sesuai dengan isi berita itu sendiri. Namun publik sudah terlarut dengan atmosfer kebencian yang mana tidak hanya terjadi dalam satu tautan saja, namun juga hampir di kelima tautan berita. Pola ini masih terus terjadi, tidak hanya di *fan page* Serambinews.com, namun juga di berbagai platform media sosial lainnya.

KESIMPULAN

Seperti penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian ini turut menunjukkan bahwa media sosial menjadi medium yang efektif dalam melihat respons publik dan hal-hal yang berkaitan dengan kebijakan publik. Respons yang awalnya berasal dari individu pada akhirnya menjadi respons komunal yang memiliki *power* dalam mempengaruhi kebijakan publik. Di satu sisi, meskipun dalam temuan penelitian ini ditemukan opini publik didominasi oleh opini negatif, namun hal ini diasumsikan tidak akan berpengaruh pada kebijakan publik jika tidak diimbangi dengan upaya responsif dari Pemerintah Aceh itu sendiri. Di sisi lain, hal ini justru diasumsikan berkontribusi terhadap Serambinews.com dalam meningkatkan media *traffic*, yang menjadi acuan media online saat ini. Hukum cambuk yang masih menjadi isu hangat memiliki kekuatan tersendiri dalam memancing keterlibatan publik mengomentari hal tersebut. Walaupun respon pembaca tidak terlihat di *website* utama mereka, namun keberadaan upaya penyebaran tautan melalui *fan page* Facebook justru sangat menguntungkan mereka. Sebagai kontribusi utama, penelitian ini menawarkan kerangka baru dalam melihat opini publik melalui media sosial, dengan menggunakan *Thematic Analysis* (TA). TA membantu peneliti dalam melihat dan memaknai opini publik yang berkembang melalui pemetaan tema dan relasi yang mungkin dimunculkan (*thematic-map*). Karena penelitian ini tidak bertujuan mengukur opini publik yang berkembang, maka peneliti merekomendasikan penelitian selanjutnya untuk opini publik mengenai hal ini secara lebih mendalam. Hal ini juga berkaitan dengan bagaimana Pemerintah Aceh merespons opini publik tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, S., Haines-Saah, R. J., Afzal, A. R., Tam-Tham, H., Al Mamun, M., Hemmelgarn, B. R., & Turin, T. C. (2017). User-driven conversations about dialysis through Facebook: a qualitative thematic analysis. *Nephrology*, 22(4), 301–307.
- Anstead, N., & O’Loughlin, B. (2015). Social media analysis and public opinion: The 2010 UK general election. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(2), 204–220.
- Braun, V., & Clarke, V. (2013). *Successful qualitative research: A practical guide for beginners*. sage.
- Burstein, P. (2003). The impact of public opinion on public policy: A review and an agenda. *Political Research Quarterly*, 56(1), 29–40.
- Cook, F. L., Tyler, T. R., Goetz, E. G., Gordon, M. T., Protess, D., Leff, D. R., & Molotch, H. L. (1983). Media and agenda setting: Effects on the public, interest group leaders, policy makers, and policy. *Public Opinion Quarterly*, 47(1), 16–35.
- Cvijikj, I. P., & Michahelles, F. (2013). Online engagement factors on Facebook brand pages. *Social Network Analysis and Mining*, 3(4), 843–861.
- Davison, W. P. (1958). The public opinion process. *Public Opinion Quarterly*, 22(2), 91–106.
- Dimiyati, D., & Juvenia, J. (2017). FACEBOOK USAGE TOWARDS READING INTEREST AT NEWS PORTAL MERDEKA. COM IN NORTH CIKARANG. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 550–569.
- Gardner, B., Smith, L., & Mansfield, L. (2017). How did the public respond to the 2015 expert consensus public health guidance statement on workplace sedentary behaviour? A qualitative analysis. *BMC Public Health*, 17(1), 1–10.
- Gerston, L. N. (2014). *Public policy making: Process and principles*. Routledge.
- Glynn, C. J., & Huges, M. E. (2008). Public opinion. *The International Encyclopedia of Communication*.
- Hill, C. A., Dean, E., & Murphy, J. (2013). *Social media, sociality, and survey research*. John Wiley & Sons.
- Khusna, I. H. (2016). *Opini Publik Cerminan dari Pemerintah dan Kebijakannya*. Promedia.
- Klašnja, M., Barberá, P., Beauchamp, N., Nagler, J., & Tucker, J. A. (2015). Measuring public opinion with social media data. In *The Oxford Handbook of Polling and Polling Methods* (pp. 555–582). Oxford University Press.
- Ksiazek, T. B., Peer, L., & Lessard, K. (2016). User engagement with online news: Conceptualizing interactivity and exploring the relationship between online news videos and user comments. *New Media & Society*, 18(3), 502–520.
- McCombs, M., Holbert, L., Kioussis, S., & Wanta, W. (2011). *The news and public opinion: Media effects on civic life*. Polity.
- Moy, P., & Bosch, B. (2013). *Theories of public opinion*.
- Neubaum, G., & Krämer, N. C. (2017). Monitoring the opinion of the crowd: Psychological mechanisms underlying public opinion perceptions on social media. *Media Psychology*, 20(3), 502–531.
- Nimmo, D. (2005). *Komunikasi Politik: Komunikator. Pesan Dan Media, Edisi Keenam, Rosdakarya, Bandung*.
- Rahman, Z., Kumaran Suberamanian, D., Zanuddin, H., Moghavvemi, S., & MdNasir, M. H. N.

Bin. (2016). SNS METRICS ANALYSIS "A STUDY ON FANPAGE INTERACTIVE. *Intl. J. Appl. Bus. Econ. Res*, 14, 1405–1415.

Terry, G., Hayfield, N., Clarke, V., & Braun, V. (2017). Thematic analysis. *The Sage Handbook of Qualitative Research in Psychology*, 17–37.