

ABSTRAK

Akun TikTok @suaradotcom memainkan peran penting dalam membentuk opini publik terhadap Abidzar Al Ghifari di tengah kontroversi film adaptasi *A Business Proposal*. Konten yang dipublikasikan menampilkan narasi yang dramatis, visual ekspresif, dan pemilihan kutipan yang menekankan aspek kontroversial, sehingga mendorong respons emosional dari audiens, khususnya penggemar K-Drama. Publikasi dilakukan pada saat isu sedang ramai diperbincangkan, menjadikan momentum sebagai strategi untuk meningkatkan daya sebar dan engagement.

Kerangka teori yang digunakan mencakup Virtual Public Sphere dari Papacharissi, teori media baru dari Lievrouw & Livingstone, teori media sosial dari Kaplan & Haenlein. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif studi kasus, menggunakan teknik observasi konten TikTok, wawancara dengan pembuat konten @suaradotcom, dan analisis dokumentas. Analisis dilakukan dengan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang mencakup proses reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan untuk memahami relasi antara strategi konten, pola penyebaran, dan pembentukan opini publik.

Konten yang disajikan tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga ruang pembentukan makna bersama oleh komunitas digital. Interaksi dalam kolom komentar menunjukkan bahwa opini publik terbentuk secara horizontal, dengan algoritma TikTok memperluas jangkauan konten yang memperoleh respons awal tinggi. Otoritas simbolik akun sebagai bagian dari media daring memperkuat kredibilitas narasi yang dibangun, sehingga mempercepat proses viralitas dan pengaruhnya terhadap konstruksi persepsi publik. Praktik ini mencerminkan pergeseran fungsi media dalam ekosistem digital yang partisipatif, algoritmis, dan emosional.

Kata Kunci: TikTok, opini publik, ruang publik digital, media sosial,

ABSTRACT

The TikTok account @suaradotcom plays a significant role in shaping public opinion about Abidzar Al Ghifari amid the controversy surrounding the Indonesian adaptation of *A Business Proposal*. The published content features dramatic narratives, expressive visuals, and selected quotes that emphasize controversial aspects, thereby triggering emotional responses from the audience, particularly among K-Drama fans. The content was published during the peak of public discussion, utilizing momentum as a strategy to enhance visibility and audience engagement.

The theoretical framework includes the Virtual Public Sphere by Papacharissi, New media by Lievirow & Livingstone, social media theory by Kaplan & Haenlein. This study employs a qualitative case study approach, using content observation on TikTok, in-depth interviews with the content creator of @suaradotcom, and digital documentation analysis. Data analysis follows the interactive model by Miles and Huberman, consisting of data reduction, data display, and conclusion drawing to examine the relationship between content strategy, dissemination patterns, and public opinion formation.

The content serves not only as a means of information delivery but also as a space for the co-construction of meaning within digital communities. Interactions in the comment section illustrate that public opinion is shaped horizontally, with TikTok's algorithm amplifying content that garners early engagement. The symbolic authority of the account as part of a national digital media outlet strengthens the credibility of the narrative, accelerating virality and influencing public perception. This practice reflects a shift in media function within a participatory, algorithmic, and emotionally driven digital ecosystem.

Keywords: TikTok, public opinion, digital public sphere, social media, virality