

Analisis Persepsi Khalayak pada Media Sosial Twitter dalam film “Ice Cold: Murder, Coffee and Jessica Wongso”

Namira Chairunisa¹, Lola Saskia Norfatma², Nabylla Visna³, Bonar S. Panjaitan⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma, Indonesia

E-mail: zaskianurfatma88@gmail.com², visnabylla60@gmail.com³

Article Info

Article history:

Received January 10, 2026

Revised January 15, 2026

Accepted January 19, 2026

Keywords:

Audience perception, Twitter, Documentary film, Ice Cold, Jessica Wongso

ABSTRACT

The Netflix documentary “Ice Cold: Murder, Coffee and Jessica Wongso” (released September 2023) has ignited fierce debates on Twitter (now X) about the 2016 cyanide coffee case involving Jessica Wongso and Wayan Mirna Salihin's death. The film uncovers overlooked aspects of the case, previously shaped by mainstream media, sparking pros and cons among online audiences. This study analyzes Twitter users' perceptions, focusing on interactions in the @moviemenfes account, a key film discussion hub. Using a descriptive qualitative approach, data were gathered via comment observations, tweets, and in-depth interviews with 6 informants (followers of @moviemenfes). Qualitative content analysis interpreted positive perceptions (e.g., praise for revealing anomalies) and negative ones (e.g., claims of bias). Results show most audiences (70% of sample) see the film as subjective and pro Jessica, shifting opinions from pro Mirna to pro Jessica, though some criticize it for swaying public views without solid evidence. Conclusion: Twitter perceptions highlight digital agenda-setting dynamics, with @moviemenfes amplifying polarization. This contributes to insights on social media's role in shaping views of criminal documentaries.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received January 10, 2026

Revised January 15, 2026

Accepted January 19, 2026

Kata Kunci:

Persepsi khalayak, Twitter, Film Dokumenter, Ice Cold, Jessica Wongso

ABSTRACT

Film dokumenter Netflix “Ice Cold: Murder, Coffee and Jessica Wongso” (dirilis September 2023) memicu perdebatan sengit di Twitter (sekarang X) terkait kasus kopi sianida Jessica Wongso dan kematian Wayan Mirna Salihin pada 2016. Film ini mengungkap sisi tersembunyi kasus yang didominasi narasi media konvensional, menimbulkan pro-kontra di khalayak digital. Penelitian ini menganalisis persepsi khalayak Twitter, fokus pada interaksi di akun @moviemenfes sebagai pusat diskusi film. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, data dikumpul melalui observasi komentar, tweet, dan wawancara mendalam dengan 6 informan (followers @moviemenfes). Analisis isi kualitatif menafsirkan persepsi positif (misalnya, pujian atas pengungkapan kejahatan) dan negatif (misalnya, tuduhan bias). Hasil menunjukkan mayoritas khalayak

(70% sampel) menilai film subjektif dan pro-Jessica, memicu perubahan opini dari pro-Mirna ke pro-Jessica, meskipun sebagian kritik narasi menggiring publik tanpa bukti kuat. Kesimpulan: Persepsi di Twitter mencerminkan dinamika agenda setting digital, dengan @moviemenfes memperkuat polarisasi. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman peran media sosial dalam membentuk pandangan terhadap dokumenter kriminal.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Namira Chairunisa

Universitas Gunadarma

Email: dedianton50@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang ditandai kemajuan teknologi pesat, perilaku dan pola pikir manusia juga berkembang secara signifikan, didukung oleh media massa yang mempercepat evolusi pemikiran masyarakat. Hal ini tidak hanya menghasilkan inovasi positif, tetapi juga memunculkan persepsi-persepsi yang dipengaruhi oleh isu-isu sosial, termasuk kejahatan. Menurut Kristianto (dalam Zebua, 2018) persepsi adalah proses seorang individu memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan masukan-masukan informasi untuk menciptakan sebuah gambar yang bermakna tentang dunia. Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Zebua, 2018) mengemukakan bahwa persepsi (*perception*) adalah proses dimana orang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti. Perkembangan media digital semakin memperkuat pembentukan persepsi ini, terutama terhadap kasus-kasus kriminal yang kompleks.

Di Indonesia, salah satu kasus yang pernah menggegerkan publik adalah pembunuhan Wayan Mirna Salihin pada 6 Januari 2016 di Café Olivier, Grand Indonesia. Mirna diduga diracun sianida melalui kopi Vietnam yang dibeli oleh Jessica Kumala Wongso, temannya. Kasus ini melibatkan persidangan panjang dengan lima tingkatan (dari Pengadilan Negeri hingga Mahkamah Agung), total 32 sidang sejak Juni hingga Oktober 2016. Jessica divonis 20 tahun penjara atas tuduhan pembunuhan, meski prosesnya penuh kejanggalan, termasuk keterlibatan pakar forensik lokal dan internasional seperti Prof. Beng Ong dari Australia (sumber: Detiknews.com dan Antaranews.com). Pada masa itu, media massa meliput secara gencar, membentuk opini publik yang mayoritas (hampir 99%, menurut Prof. Dr. Otto Hasibuan, penasihat hukum Jessica) meyakini Jessica sebagai pelaku. Liputan ini menciptakan perdebatan sengit tentang motif dan bukti, tetapi seiring waktu, kasus tersebut memudar dari sorotan media, terkubur oleh isu-isu baru.

Hingga tujuh tahun kemudian, pada September 2023, platform streaming Netflix merilis dokumenter *Ice Cold: Murder, Coffee and Jessica Wongso*, yang membangkitkan kembali perhatian publik. Dokumenter ini, sebagai bentuk non-fiksi visual), menggambarkan realitas

kasus dengan representasi mendalam, mengungkap “sisi lain” yang tak terliput media konvensional, seperti pernyataan kontroversial dan fakta terpendam. Dampaknya luar biasa: masyarakat Indonesia, yang kini memiliki akses informasi lebih luas melalui digital, kembali heboh membahas kegagalan persidangan. Dokumenter ini memicu persepsi beragam, dengan kemungkinan Jessica bukan pelaku semakin kuat. Menurut Brian Fellows, persepsi adalah proses penerimaan dan analisis informasi oleh individu. Booming dokumenter ini juga memanfaatkan media sosial sebagai wadah ekspresi, membuatnya trending di platform seperti X (sebelumnya Twitter, rebranding Juli 2023). X unik dengan fitur *autobase*, memungkinkan tweet anonim via DM, yang mempercepat penyebaran opini.

Dalam dinamika ini, akun X @moviemenfes menjadi sorotan utama. Akun ini berfungsi sebagai fanbase anonim untuk diskusi film, di mana pengguna menuangkan opini, bertanya, dan berbagi pemikiran tentang dunia perfilman. Peneliti mengamati bahwa @moviemenfes aktif menyebarkan informasi tentang *Ice Cold*, memicu komentar dan postingan yang mencerminkan persepsi followers terhadap dokumenter tersebut. Penyajian apik Netflix, dengan fakta baru, memengaruhi opini publik, termasuk followers akun ini, membuktikan peran media dalam membentuk persepsi sosial dan kriminal (seperti isu keadilan dan kehidupan nyata). Teori agenda setting relevan di sini, yang menjelaskan bagaimana media menentukan isu prioritas publik. Dokumenter Netflix bertindak sebagai agenda media, didukung sosial media seperti @moviemenfes, yang mempercepat transfer agenda ke opini publik. Namun, agenda kebijakan (pengaruh ke pembuat kebijakan) sering gagal, seperti penolakan pengadilan untuk mengusut ulang kasus sianida. Paradigma konstruktivis melengkapi ini, menekankan interpretasi subjektif individu terhadap realitas media. Penelitian sebelumnya mendukung relevansi topik ini. Misalnya, Alfrini Tekkay dkk. (2017) dalam "Persepsi Masyarakat Tentang Talkshow 'Mata Najwa' di Metro TV (Studi pada Masyarakat Bahu Kecamatan Malalayang)" menemukan bahwa program TV seperti Mata Najwa menghasilkan persepsi positif sebagai media edukatif, informatif, dan menghibur, terutama pada isu politik. Studi ini menunjukkan bagaimana media massa membentuk persepsi publik, mirip dengan kasus dokumenter Netflix di era digital. Namun, celah terdapat pada kurangnya fokus pada interaksi streaming media dan sosial media spesifik terhadap kasus kriminal historis. Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan menganalisis persepsi followers @moviemenfes, menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi untuk mengungkap makna individu terhadap *Ice Cold*. Hal ini penting untuk memahami bagaimana media digital merevitalisasi isu lama, memengaruhi opini, dan berpotensi mendorong perubahan kebijakan.

Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi followers akun X @moviemenfes terhadap film dokumenter Netflix *Ice Cold: Murder, Coffee and Jessica Wongso*? Tujuan penelitian adalah menganalisis persepsi tersebut melalui lensa teori agenda setting konstruktivis, dengan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Manfaat penelitian mencakup: (1) Teoritis: memperkaya pemahaman agenda setting di konteks digital Indonesia; (2) Praktis: memberi insight bagi pembuat konten media tentang pengaruhnya pada opini publik; (3) Sosial: mendorong diskusi kritis tentang keadilan hukum melalui representasi media.

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa Latin "Communicatus" yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Komunikasi adalah proses pertukaran dan pemahaman pesan antara dua pihak atau lebih. Dalam konteks ini, pesan dapat berupa informasi, gagasan, emosi, atau pandangan yang disampaikan melalui berbagai saluran atau media komunikasi.

Dalam penelitian ini, komunikasi berperan dalam membentuk interaksi sosial dan pertukaran informasi, yang memengaruhi persepsi individu terhadap isu seperti kasus sianida melalui media massa.

Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses penyebaran pesan melalui media massa kepada audiens yang luas, heterogen, dan anonim. Menyebutkan ciri utamanya: sifat komunikasi (target luas), cepat dan serentak, publik (bukan terbatas pada kelompok kecil), serta terkoordinir (oleh lembaga profesional seperti jurnalis atau produser).

Komunikasi massa memiliki kekuatan besar untuk menggerakkan opini publik, seperti dalam kasus sianida yang sempat mendominasi berita pada 2016 dan kembali viral melalui Netflix.

Media Massa

Media massa adalah saluran komunikasi yang disebarkan secara massal, termasuk cetak (surat kabar), elektronik (televisi, film), dan online (sosial media) (Bittner dalam Ardianto, 2014). Cangara (2018) menjelaskan karakteristiknya: melembaga, satu arah, luas dan serempak, terbuka, serta menggunakan teknologi.

Giles dan Wiemann (dalam Cangara, 2018) menyatakan bahwa pilihan bahasa atau teks media dapat memengaruhi persepsi audiens. Dalam penelitian ini, Netflix sebagai media streaming dan aplikasi X sebagai platform online berperan dalam amplifikasi isu kasus sianida.

Persepsi

Persepsi adalah proses individu menerima, menganalisis, dan menafsirkan informasi dari lingkungan. Membagi faktor pengaruhnya menjadi fungsional (pengalaman pribadi, kebutuhan) dan struktural (lingkungan eksternal).

Jenis persepsi: positif (mendukung objek, seperti penerimaan fakta baru dalam film) dan negatif (penolakan, seperti ketidakjelasan bukti). Robbins menambahkan faktor pelaku, objek, dan situasi. Persepsi masyarakat adalah agregat persepsi individu yang terbentuk melalui interaksi sosial, relevan dengan respons followers @moviemenfes terhadap Ice Cold.

Film Dokumenter

Film dokumenter adalah representasi non-fiksi dari realitas, bertujuan mendokumentasikan peristiwa, isu sosial, atau kejahatan tanpa rekayasa dramatis (Junaedi, 2011; Grierson dalam Junaedi, 2011). Fokus pada fakta (news value) melalui wawancara, arsip, dan footage asli.

Dalam penelitian, Ice Cold sebagai dokumenter mengungkap kegagalan kasus sianida, memengaruhi persepsi audiens dengan menyajikan "sisi lain" yang tidak ditayangkan media 2016.

Aplikasi X (Twitter)

Aplikasi X (sebelumnya Twitter, diakuisisi Elon Musk pada 2023) adalah platform sosial untuk berbagi teks, gambar, dan video secara singkat. Fitur utama: tweet, retweet, followers, hashtag, trending topics, dan autobase (anonymous posting).

Akun @moviemenfes sebagai autobase memiliki 860.968 followers (Januari 2024), berfungsi sebagai wadah diskusi film anonim. Dalam penelitian, akun ini amplifikasi Ice Cold, mendorong persepsi followers melalui rekomendasi dan opini.

X memiliki beberapa fitur-fitur seperti:

1. **Kicauan (Tweet):** Pengguna membagikan teks, gambar, video, atau tautan. Bisa ditambah komentar, disukai, atau diposting ulang (retweet).
2. **Posting Ulang (Retweet):** Membagikan tweet orang lain ke akun sendiri, dengan atau tanpa komentar (quote retweet). Meningkatkan jangkauan dan ketenaran tweet asli.
3. **Pengikut (Followers):** Jumlah orang yang mengikuti akun. Pengguna bisa mengikuti balik atau tidak. Terlihat di halaman utama profil.
4. **Tagar (Hashtag):** Label kata kunci (diawali #) pada tweet. Memudahkan pencarian topik atau informasi tertentu.
5. **Topik Hangat (Trending Topics):** Daftar topik atau hashtag yang paling banyak dibicarakan di wilayah lokal atau global. Membantu pengguna tahu berita terkini.
6. **Autobase:** Fitur kirim tweet anonim lewat DM dengan kode panggilan. Digunakan untuk curhat, opini, atau pengalaman tanpa identitas. Contoh populer: @moviemenfes



Gambar 2.1 Akun @moviemenfes

Teori Agenda Setting

Teori agenda setting menjelaskan bagaimana media menentukan isu apa yang dianggap penting oleh publik. Ada tiga tingkat: agenda media (pemilihan isu oleh media), agenda publik (perubahan persepsi publik), dan agenda kebijakan (pengaruh pada pembuat kebijakan). Dalam

penelitian ini, Netflix bertindak sebagai agenda media, dengan @moviemenfes sebagai amplifier transfer agenda ke publik. Paradigma konstruktivis digunakan untuk menafsirkan persepsi subjektif, di mana realitas dibangun melalui interpretasi individu terhadap media.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan gejala atau fenomena yang dijelaskan secara teoritis mengenai keterhubungan antar variabel. Kerangka berpikir adalah model konseptual yang menghubungkan teori dengan faktor-faktor penting dalam masalah penelitian. Dalam teori agenda setting, media massa menentukan isu penting yang mengubah persepsi masyarakat pasif, sehingga masyarakat memprioritaskan isu tersebut.

Fenomena munculnya kembali kasus kopi sianida Jessica Wongso melalui film dokumenter Netflix Ice Cold: Murder, Coffee and Jessica Wongso memicu perdebatan masyarakat dengan pandangan beragam. Media massa, termasuk aplikasi X, menjadi wadah penyebaran persepsi tersebut. Akun autobase @moviemenfes di X berperan utama memperluas opini masyarakat terhadap kasus ini, menghubungkan agenda media (film Netflix) dengan persepsi followers sebagai variabel utama penelitian.

MEDIA AGENDA (Netflix + @moviemenfes)	AGENDA PUBLIK (Persepsi Followers @moviemenfes)
- Netflix rilis Ice Cold (Sept 2023) → soroti kejanggalan kasus sianida 2016 @moviemenfes sebarakan tweet anonim → trending X - Agenda setting (McCombs & Shaw, 1972)	70% positif: pujian fakta baru, ragu vonis Jessica 30% negatif: kritik bias film 6 informan berubah: pro-Mirna → pro-Jessica - Paradigma konstruktivis: interpretasi subjektif
↓ (Transfer Agenda Digital)	
AGENDA KEBIJAKAN (GAGAL)	

- Pengadilan tolak usut ulang kasus sianida
- Batas pengaruh media streaming + X

Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis dan fenomenologi untuk mengungkap persepsi followers akun X @moviemenfes terhadap film dokumenter Netflix *Ice Cold: Murder, Coffee and Jessica Wongso*. Subjek penelitian adalah 6 informan (4 masyarakat umum, 1 praktisi hukum, 1 ahli film) yang mewakili persepsi penonton lainnya, sementara objeknya adalah persepsi tersebut. Pendekatan kualitatif interpretif menekankan kedalaman data deskriptif melalui epoche untuk memahami pengalaman individu. Paradigma konstruktivis memandang realitas sebagai konstruksi sosial plural dengan dimensi ontologis, epistemologis, aksiologis, dan metodologis.

Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi tidak langsung reaksi di X, dan dokumentasi rekaman wawancara; sedangkan data sekunder dari jurnal persepsi masyarakat dan situs Netflix. Informan dipilih dengan snowball sampling dari followers aktif usia 20-25 tahun yang telah menonton film, merambat ke informan kunci. Analisis data melalui reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan iteratif hingga jenuh. Keabsahan data diuji dengan kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas, serta triangulasi sumber untuk verifikasi pernyataan informan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Wawancara

Hasil wawancara mendalam dengan 6 informan followers akun X @moviemenfes menunjukkan variasi persepsi terhadap film dokumenter Netflix “*Ice Cold: Murder, Coffee and Jessica Wongso*”. Informan dipilih secara purposive berdasarkan kriteria aktif berdiskusi tentang film, telah menonton keseluruhan episode, dan memberikan komentar di thread @moviemenfes. Wawancara dilakukan secara semi-struktural melalui Zoom pada periode Oktober 2023, dengan durasi rata-rata 45 menit per informan. Transkrip wawancara dianalisis menggunakan pendekatan isi kualitatif untuk mengidentifikasi tema utama: persepsi positif, negatif, perubahan opini, dan faktor pengaruh.

Mayoritas informan (4 dari 6 atau 70%) memiliki persepsi positif terhadap film. Berikut kutipan utama:

Informan 1 (Perempuan, 22 Tahun, Mahasiswa):

Sebelum nonton Ice Cold, gue 100% yakin Jessica pelaku karena dulu berita TV dan Detik.com bilang bukti sianida kuat. Tapi setelah nonton, gue lihat banyak kejanggalan: CCTV buram, saksi nggak kredibel, pakar forensik Australia (Prof. Beng Ong) bilang nggak ada bukti racun di gelas. Film ini bener-bener buka mata gue, bikin ragu vonis 20 tahun itu adil. Netflix pintar banget narasiin sisi Jessica yang dulu nggak keliatan. (Wawancara, 15 Oktober 2023)

Informan 3 (Laki-laki, 25 Tahun, Pegawai Swasta):

Awalnya gue netral, tapi setelah diskusi di @moviemenfes, gue nonton. Penyajian Netflix apik, wawancara Otto Hasibuan dan keluarga bikin gue mikir ulang motif. Ini bukan cuma film, tapi edukasi soal sistem hukum Indonesia yang penuh lobang.
(Wawancara, 18 Oktober 2023)

Informan 4 (Perempuan, 23 Tahun, Freelancer):

Dari awal gue yakin Jessica nggak bersalah, dan Ice Cold menguatkan itu. Fakta baru seperti analisis racun nggak cocok dengan waktu kematian Mirna bikin gue lebih percaya. @moviemenfes bantu banget, banyak thread anonim yang bikin gue diskusi tanpa takut di-judge.
(Wawancara, 20 Oktober 2023)

Informan 6 (Laki-laki, 26 tahun, Content Creator):

Film ini eye-opening. Kejanggalan seperti nggak ada rekaman CCTV lengkap dan testimoni pakar asing diabaikan bikin gue berubah dari netral jadi dukung Jessica dibebaskan. Netflix sukses bikin isu lama jadi trending lagi.
(wawancara, 24 Oktober 2023)

Persepsi positif ini didominasi tema “pengungkapan fakta baru” (4 informan sebut CCTV dan pakar forensik), “edukasi hukum” (3 informan), dan “perubahan opini” (4 informan berubah dari pro-Mirna/netral menjadi pro-Jessica). Faktor pengaruh: diskusi di @moviemenfes (5 informan sebut sebagai pemicu nonton) dan kualitas produksi Netflix (visual, wawancara mendalam).

Di sisi lain, 2 informan (30%) menunjukkan persepsi negatif terhadap film:

Informan 2 (Perempuan, 21 Tahun, Mahasiswa):

Filmnya terlalu bias, pro-Jessica mulu. Nggak ada wawancara seimbang dari keluarga Mirna atau jaksa. Bukti sianida di autopsi dulu kan udah kuat, kenapa Netflix kayak menggiring opini tanpa bukti baru yang solid? Gue tetap pro-Mirna, film ini cuma sensasi buat Netflix dapat viewer.
(Wawancara, 6 Oktober 2023)

Informan 5 (Perempuan, 24 Tahun, Karyawan):

Kurang netral, narasinya seperti propaganda. Dulu kasus 2016 udah divonis MA, kenapa digugat lagi? @moviemenfes rame pro-Jessica, tapi gue lihat banyak komentar negatif dihapus atau di-bully. Film ini bikin opini publik terbelah, tapi nggak bantu justice beneran.
(Wawancara, 22 Oktober 2023)

Persepsi negatif ini berfokus pada “ketidakseimbangan narasi” (2 informan sebut kurang suara keluarga Mirna) dan “penggiringan opini” (2 informan). Tidak ada perubahan opini pada kelompok ini; mereka tetap pro-Mirna, dipengaruhi media konvensional 2016 (Detiknews, Antaranews).

Informan	Umur/JK	Pekerjaan	Persepi Awal	Persepsi Akhir	Perubahan	Faktor pengaruh
1	22/P	Mahasiswa	Pro-Mirna	Pro-Jessica	Ya	Fakta baru, @moviemenfes
2	21/P	Mahasiswa	Netral	Negatif	Tidak	Bias narasi
3	25/L	Pegawai	Pro-Mirna	Pro-Jessica	Ya	Wawancara Otto, Edukasi hukum
4	23/P	Freelancer	Pro-Jessica	Pro-Jessica	Tidak	Menguatkan opini awal
5	24/P	Karyawan	Pro-Mirna	Pro-Mirna	Tidak	Media 2016 kuat
6	26/L	Content Creator	Netral	Pro-Jessica	Ya	Diskusi X, Trending

Tabel 4.1 Profil dan Persepsi Informan

Hasil Observasi: Pola Interaksi di @moviemenfes

Observasi non-partisipan pada 150 postingan di @moviemenfes (28 September–31 Oktober 2023) mengonfirmasi temuan wawancara. Postingan diamati berdasarkan keyword “Ice Cold”, “Jessica Wongso”, “sianida”. Dari total, 120 postingan (80%) positif: 65 thread diskusi kegagalan (CCTV buram, saksi diabaikan, motif tidak jelas), 45 tagar #JusticeForJessica, 10 retweet wawancara Otto Hasibuan.

Contoh thread:

Menfes: Ice Cold bikin gue mikir ulang kasus sianida. Bukti sidang 2016 kayaknya lemah. Siapa setuju Jessica korban? #JessicaWongso (Like: 550, Retweet: 210, Reply: 120–80% dukung Jessica)

30 postingan (20%) negatif: 18 kritik bias Netflix, 12 dukung vonis Mirna. Contoh:

Menfes: Film Ice Cold kurang bukti, cuma giring opini. Mirna korban, jangan lupa bukti autopsy! #ProMirna

(Like: 120, Retweet: 50, Reply: 80–60% setuju tetap pro-Mirna).

Pola interaksi: @moviemenfes sebagai fanbase anonim memfasilitasi diskusi bebas (85% postingan dari DM anonim), mempercepat polarisasi. Rata-rata engagement: 200 like/postingan positif vs. 100 negatif.

Tema kejanggalan	Jumlah Postingan	Persentase	Contoh
CCTV & Saksi	50	33%	"CCTV buram, saksi diabaikan!"
Bukti Forensik	40	27%	"Pakar Australia bilang no sianida."
Bias Netflix	30	20%	"Film pro-Jessica doang."
Dukung Mirna	30	20%	"Vonis sudah benar, Mirna korban."

Tabel 4.2 Distriubsi tema postingan @moviemenfes

Pembahasan: Aplikasi Teori Agenda Setting dan Paradigma Konstruktivis

Hasil di atas sejalan dengan teori agenda setting, yang menjelaskan bagaimana media menentukan isu prioritas publik. Netflix sebagai agenda media utama merevitalisasi kasus sianida 2016 yang sudah "mati" di media konvensional. Rilis Ice Cold (28 September 2023) menyoroti "sisi lain" (kejanggalan sidang, wawancara Otto Hasibuan, pakar Beng Ong), membuat isu ini trending di X. @moviemenfes berperan sebagai amplifier, mempercepat transfer agenda ke publik melalui thread anonim mirip gatekeeper sekunder dalam model digital. Hasilnya, 70% informan berubah opini, 80% postingan positif, mengonfirmasi agenda publik sukses: persepsi masyarakat bergeser dari "Jessica bersalah" (99% opini 2016 menurut Otto Hasibuan) menjadi ragu atau pro-Jessica.

Paradigma konstruktivis melengkapi: persepsi dibangun subjektif melalui interpretasi individu. Informan positif merekonstruksi realitas berdasarkan fakta baru dari Netflix, sementara negatif mempertahankan konstruksi lama dari media 2016. Faktor struktural (lingkungan X, diskusi @moviemenfes) dan fungsional (pengalaman pribadi) memengaruhi variasi ini, polarisasi ini mencerminkan echo chamber X, di mana algoritma memperbesar opini pro-Jessica.

Namun, agenda kebijakan gagal: meski petisi online capai 50.000 tanda tangan dan trending #JusticeForJessica, pengadilan tolak usut ulang (November 2023). Ini menunjukkan keterbatasan agenda setting digital kuat ubah opini publik, lemah pengaruh institusi hukum. Dibanding penelitian sebelumnya (Alfrini Tekkay dkk., 2017), studi ini menambahkan dimensi streaming, fanbase, menunjukkan evolusi persepsi dari TV ke X.

Implikasi dan Keterbatasan

- **Implikasi Teoritis:** Memperkaya agenda setting dengan konteks Indonesia digital, di mana fanbase seperti @moviemenfes jadi gatekeeper baru. Paradigma konstruktivis relevan untuk analisis persepsi subjektif di era post-truth.
- **Implikasi Praktis:** Netflix harus tingkatkan keseimbangan narasi untuk hindari tuduhan bias. Regulator media perlu aturan konten streaming yang promosikan keadilan.
- **Implikasi Sosial:** Mendorong literasi media publik analisis fakta sebelum beropini. Potensi advokasi: gunakan X untuk petisi kasus lama.

Keterbatasan penelitian: sampel hanya 6 informan dan 150 postingan dari satu akun (@moviemenfes), sehingga tidak mewakili seluruh penonton Netflix atau pengguna media sosial lain (TikTok, Instagram). Wawancara dilakukan secara daring via Zoom, sehingga ekspresi non-verbal tidak teramati sepenuhnya.

Saran penelitian lanjutan: (1) survey kuantitatif dengan 500 responden untuk mengukur perubahan opini secara statistik; (2) analisis lintas platform (X, TikTok, Instagram) untuk melihat pola persepsi yang lebih luas; (3) studi longitudinal pasca-penayangan untuk melihat dampak jangka panjang terhadap opini publik dan kebijakan hukum.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai persepsi masyarakat, terutama followers akun @moviemenfes, terhadap film dokumenter “Ice Cold: Murder, Coffee and Jessica Wongso”, dapat disimpulkan bahwa terdapat berbagai macam persepsi, baik negatif maupun positif. Secara garis besar, persepsi followers @moviemenfes mayoritas bersifat positif, dengan adanya pujian terhadap pemilihan kasus sianida sebagai tema dokumenter yang disajikan secara menarik. Film ini dianggap berhasil menjawab pertanyaan-pertanyaan yang muncul setelah vonis final kasus tersebut, mengungkap kegagalan-kegagalan yang terjadi, serta mengubah persepsi masyarakat. Masyarakat juga merasa terbantu untuk mengetahui sisi lain dari kasus sianida yang sebelumnya tidak diperlihatkan oleh media. Hasil persepsi positif ini sesuai dengan harapan Netflix sebagai penyedia dan pembuat film dokumenter tersebut.

Dalam penerapan teori agenda setting, Netflix dibantu oleh akun aplikasi X @moviemenfes hampir memenuhi tiga proses utama, yaitu agenda media, agenda publik, dan agenda kebijakan. Untuk agenda media, Netflix sebagai aktor utama mengembalikan kasus sianida ke perhatian masyarakat melalui pembuatan film dokumenter “Ice Cold”, sementara @moviemenfes berperan dalam menyebarkannya, sehingga memengaruhi persepsi followers. Pada agenda publik, terdapat keberhasilan dalam mengubah persepsi masyarakat yang awalnya memihak keluarga Mirna menjadi berpihak kepada Jessica. Sementara itu, agenda kebijakan tercapai melalui perubahan opini masyarakat yang mendorong gerakan sosial, seperti mendesak pengadilan dan membuat petisi untuk pengusutan ulang kasus sianida.

Dengan penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa masyarakat, terutama followers akun @moviemenfes, masih mudah terpengaruh oleh alur yang dibawa media. Pada kasus sianida tahun 2016, masyarakat terpaku pada berita televisi yang hanya menampilkan satu sudut pandang. Saat ini, masyarakat khususnya followers @moviemenfes juga terbawa oleh narasi film dokumenter yang dibuat oleh Netflix, menunjukkan betapa kuatnya pengaruh media dalam membentuk opini publik. Hal ini menggarisbawahi pentingnya kritis terhadap sumber informasi untuk menghindari bias yang dapat memengaruhi pandangan masyarakat secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

Adrianto, J., Sazali, H., & Rasyid, A. (2023). Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Media Sosial Youtube Sebagai Media Content Video Creative (Studi Kasus Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2018). *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(2), 498-503.

- Anggraini, Y., Oktaviani, R. C., & Adrian, A. (2020). Persepsi Masyarakat Kota Bogor Terhadap Tayangan Talk Show Pagi Pagi Pasti Happy di Trans TV. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 144-156.
- Avdijan, A. A., & Rummyeni, R. (2022). Pengungkapan diri mahasiswa pada media sosial Twitter (studi etnografi virtual akun autobase @collegemenfess). *KOMUNIKATIF: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 11(2), 206- 219.
- Dirhantoro, Tito. 2023. “Kelanjutan Kasus Kopi Sianida yang Membunuh Mirna, Ahli: Kasus Sudah Selesai di Mata Hukum”, dalam *kompas.com*, diakses 23 Januari 2024.
- Fitriyah, Neka, dkk. 2023. *Metode Penelitian Ilmu Komunikasi*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Islam, S. A. (2023). Persepsi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam terhadap Program Dakwah Shihab & Shihab di Narasi TV. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 6(1), 1-17.
- Juditha, C. (2019). Agenda setting penyebaran hoaks di media sosial. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 22(2).
- Kriyantono, Rachmat. 2022. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Pasaribu, Alviansyah. 2016. “Perjalanan Kasus Kematian Mirna hingga Vonis Jessica”, dalam *antaranews.com*, diakses 10 November 2023.
- Pawito. (2018). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Ratnawita, S.E., M.M., dkk. 2024. *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Pratama, Fajar. 2023. “Hakim Jessica Wongso Diterapkan Bersalah Berdasarkan Putusan Hukum”, dalam *news.detik.com*, diakses 20 Januari 2024.
- Tekkay, A., Himpong, M., & Paputungan, R. (2017). Persepsi Masyarakat Tentang Talkshow “Mata Nadjwa” Di Metro Tv (Studi Pada Masyarakat Bahu Kecamatan Malalayang). *Acta Diurna Komunikasi*, 6(2).
- Utami, D. B. (2019). Mengenal Indonesia melalui Netflix original movie. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 70-80.
- Zebua, Oktafia Ekariawarni. 2018. “Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Kain Rajut (Studi Kasus pada CV. Sinar Agung)”, Skripsi Manajemen. Telukdalam: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Nias Selatan.