

Wacana Tayangan Trans 7 tentang Pondok Pesantren Lirboyo: Analisis Sentimen pada Media Sosial Instagram akun@santrikeren

Viola Ananda Ayu Lestari
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Violaanandaayu@gmail.com

ABSTRACT

The development of digital media has fundamentally transformed patterns of public communication, including the discourse of Islam in Indonesia. One phenomenon that has sparked widespread public debate is a broadcast by Trans7 depicting the lives of students (santri) at Pondok Pesantren Lirboyo, which generated both support and criticism across social media platforms. This study aims to analyze public sentiment and emotional responses to the broadcast through comments posted on the Instagram account @santrikeren, and to examine how digital discourse is constructed as a form of social representation of the pesantren community. The research employs a descriptive qualitative method with a content analysis approach supported by Orange Data Mining software. Data were collected through the scraping of Instagram comments, followed by preprocessing, sentiment classification, and emotion analysis. The findings reveal that public sentiment is predominantly neutral (55%), followed by negative (34%) and positive (10%) responses. The distribution of emotions indicates the dominance of joy and surprise, reflecting both pride and moral astonishment regarding the representation of pesantren in mainstream media. Discourse analysis further demonstrates that the pesantren public utilizes social media as a space of articulation to produce counter-discourse in response to media framing. These findings affirm that social media functions not only as a space for emotional expression but also as an arena of digital da'wah that reinforces Islamic identity, ethical conduct (adab), and morality within the modern public sphere.

Keywords: *sentiment analysis; Pondok Pesantren Lirboyo; social media; Trans7; digital da'wah.*

ABSTRAK

Perkembangan media digital telah mengubah pola komunikasi publik secara fundamental, termasuk dalam konteks wacana keislaman di Indonesia. Salah satu fenomena yang memicu diskursus publik adalah tayangan Trans7 tentang kehidupan santri di Pondok Pesantren Lirboyo yang menuai pro dan kontra di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen dan emosi publik tentang tayangan tersebut melalui komentar pada akun Instagram @santrikeren, serta menelaah bagaimana wacana digital terbentuk sebagai bentuk representasi sosial masyarakat pesantren. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis isi berbantuan perangkat lunak Orange Data Mining. Data dikumpulkan melalui proses *scraping* komentar Instagram, kemudian dilakukan tahapan *preprocessing*, klasifikasi sentimen, dan analisis emosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sentimen publik didominasi oleh komentar netral (55%), diikuti negatif (34%), dan positif (10%). Distribusi emosi menampilkan dominasi *joy* dan *surprise*, yang menunjukkan rasa bangga sekaligus keterkejutan moral terhadap representasi pesantren di media arus utama. Hasil analisis wacana memperlihatkan bahwa publik pesantren menggunakan media sosial sebagai ruang artikulasi untuk menghadirkan wacana tandingan (*counter discourse*) tentang framing media. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial berfungsi tidak hanya sebagai ruang ekspresi emosional, tetapi juga sebagai arena dakwah digital yang memperkuat identitas, adab, dan moralitas Islam dalam ruang publik modern.

Kata kunci : analisis sentiment; pondok pesantren lirboyo; media sosial; Trans7; dakwah digital.

Pendahuluan

Dalam beberapa dekade terakhir, perkembangan media informasi digital telah mengubah secara drastis cara manusia mengakses, berbagi, dan mengonsumsi informasi. Transformasi ini, yang dimulai sejak munculnya internet dan perangkat digital, menciptakan revolusi informasi yang memengaruhi kehidupan individu maupun masyarakat secara luas. Media tidak lagi berfungsi hanya sebagai alat penyampai pesan satu arah, melainkan telah berkembang menjadi ruang interaktif yang memungkinkan terjadinya dialog dua arah antara pengguna dan penyedia informasi.

Secara konseptual, media dapat dipahami sebagai sarana komunikasi yang menjadi perantara antara penyampai dan penerima pesan (Agustin, 2011 : 413). Di era digital seperti sekarang, media menjadi sangat mudah diakses oleh berbagai kalangan tanpa batas usia, gender, atau latar belakang sosial. Kondisi ini menjadikan media memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk cara pandang, pola pikir, dan bahkan tindakan masyarakat. Media massa baik cetak, elektronik, maupun digital telah menjadi salah satu sumber informasi utama dalam kehidupan sehari-hari (Kusumaningsih, 2024 : 2).

Perkembangan media sosial sebagai bagian dari media digital juga menghadirkan dimensi baru dalam dinamika komunikasi publik. Dengan karakteristik yang interaktif, cepat, dan partisipatif, media sosial memungkinkan penyebaran informasi dalam waktu singkat dan skala luas. Tak hanya sebagai alat berbagi informasi, media sosial kini berfungsi sebagai arena diskusi publik yang masif, di mana masyarakat menyampaikan dan membentuk opini terhadap berbagai isu yang berkembang.

Ashadi Siregar (dalam Kurniawan, 2005 : 20) menjelaskan bahwa media online mencakup berbagai bentuk komunikasi berbasis internet seperti portal berita, situs web, televisi online, radio online, dan pers digital. Karakter interaktif dari media ini memungkinkan publik untuk terlibat secara langsung dan aktif, termasuk dalam menanggapi isu-isu sosial dan budaya. Salah satu platform media sosial yang populer di Indonesia adalah Instagram, yang memungkinkan masyarakat berinteraksi melalui fitur komentar, unggahan, dan pesan secara terbuka (*real-time*).

Namun, di balik kebebasan berekspresi tersebut, media sosial juga menghadirkan tantangan berupa polarisasi opini publik. Polarisasi terjadi ketika masyarakat terpecah menjadi dua atau lebih kelompok yang memiliki pandangan berseberangan secara tajam terhadap suatu isu. Wilson, 2015: 26. menjelaskan bahwa polarisasi muncul akibat komitmen yang kuat terhadap budaya, ideologi, atau pandangan tertentu, sehingga kelompok cenderung menganggap pandangannya paling benar sementara yang lain salah secara moral maupun sosial.

Fenomena ini semakin kuat dalam ruang media sosial yang menciptakan efek *echo chamber* (Sunstein, 2001: 25), di mana pengguna cenderung berinteraksi hanya dengan pihak yang sependapat. Akibatnya, ruang diskusi publik kehilangan keseimbangan dan berubah menjadi ajang kontestasi ideologis yang emosional.

Fenomena *echo chamber* dalam media sosial terjadi ketika pengguna cenderung mencari, mengikuti, dan berinteraksi hanya dengan pihak atau kelompok yang memiliki pandangan serupa dengan mereka. Hal ini diperkuat oleh algoritma platform yang menampilkan konten sesuai minat dan interaksi sebelumnya, sehingga pengguna semakin jarang terpapar pada opini atau informasi yang berbeda. Akibatnya, pandangan individu menjadi semakin homogen, sementara perbedaan perspektif jarang terdengar, sehingga diskusi yang seharusnya bersifat terbuka dan berimbang justru menjadi terfragmentasi.

Dalam konteks ini, ruang publik digital kehilangan fungsi deliberatifnya sebagai arena pertukaran ide yang konstruktif. Diskusi yang terjadi lebih sering bersifat konfrontatif, emosional, dan berbasis identitas kelompok, sehingga setiap perbedaan pendapat berpotensi memicu konflik. Pengguna cenderung memperkuat keyakinan mereka sendiri dan menolak atau mendiskreditkan pandangan yang berbeda, yang pada gilirannya menimbulkan polarisasi opini publik. Fenomena *echo chamber* juga meningkatkan risiko penyebaran informasi yang bias, tidak akurat, atau bahkan

misinformasi, karena kelompok yang serupa saling memperkuat persepsi tanpa adanya kritik atau verifikasi dari luar.

Dalam kasus tayangan Trans7 tentang Pondok Pesantren Lirboyo, *echo chamber* ini terlihat ketika komentar di media sosial terpolarisasi antara mereka yang membela pesantren dan mereka yang mendukung representasi media. Kedua kubu cenderung berinteraksi lebih banyak dengan pihak sependapat, sementara interaksi dengan pandangan yang berbeda sering diabaikan atau bahkan diserang secara emosional. Akibatnya, diskusi publik yang muncul tidak lagi sekadar menilai tayangan secara objektif, tetapi berubah menjadi arena pertarungan ideologis yang intens dan emosional.

Biasanya, isu-isu yang menyentuh nilai, identitas sosial, atau agama menjadi pemicu utama polarisasi ini. Dalam konteks keagamaan, pemberitaan dan tayangan televisi mengenai lembaga pendidikan Islam sering kali memicu reaksi publik yang intens di media sosial. Tayangan yang dianggap menampilkan representasi tidak proporsional atau stereotip terhadap kelompok tertentu dapat memicu gelombang kritik, pembelaan, maupun perdebatan sengit di ruang digital. Fenomena ini menunjukkan bahwa opini publik di media sosial tidak hanya dipengaruhi oleh konten yang disajikan, tetapi juga oleh konteks sosial, kultural, dan emosional dari pengguna yang bereaksi terhadap konten tersebut.

Contoh nyata dari dinamika ini terlihat dalam respons masyarakat terhadap tayangan Trans 7 yang menyoroti kehidupan santri di Pondok Pesantren Lirboyo. Beberapa pihak menilai tayangan tersebut menampilkan stereotip santri sebagai sosok yang terlalu patuh dan dikontrol secara ketat oleh otoritas pesantren, sehingga menimbulkan ketidakpuasan dan kritik dari publik. Media sosial, khususnya Instagram, menjadi arena bagi masyarakat untuk mengekspresikan protes, berbagi perspektif, dan membentuk narasi alternatif yang menyoroti sisi positif dari kehidupan pesantren serta peran pentingnya dalam pendidikan dan pembentukan moral generasi muda.

Unggahan akun @santrikeren pada 13 Oktober 2025 menjadi contoh bagaimana media sosial berfungsi sebagai arena publik digital yang mempertemukan berbagai sudut pandang. Postingan ini menampilkan cuplikan tayangan Trans7 sekaligus menyertakan narasi kritis yang mengajak publik untuk lebih cermat menilai framing media dan menghargai kontribusi pesantren terhadap pendidikan Islam di Indonesia. Respons publik terhadap unggahan ini sangat beragam, mulai dari dukungan terhadap pesantren, kritik terhadap Trans7, hingga perdebatan yang menunjukkan adanya polarisasi opini yang tajam. Interaksi ini memperlihatkan bagaimana media sosial memungkinkan terbentuknya diskusi yang masif, cepat, dan emosional, sekaligus menjadi cermin dari kompleksitas hubungan antara media arus utama, komunitas keagamaan, dan pengguna digital.

Fenomena ini menggarisbawahi pentingnya analisis komunikasi digital untuk memahami bagaimana opini publik terbentuk dan menyebar. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif berbasis analisis sentimen, peneliti dapat menelusuri kecenderungan emosional, polaritas opini, serta tema dominan yang muncul dalam komentar publik. Analisis semacam ini tidak hanya mengidentifikasi respons positif atau negatif terhadap tayangan media, tetapi juga menggambarkan bagaimana narasi keagamaan, identitas sosial, dan nilai-nilai budaya berinteraksi dalam ruang publik digital yang partisipatif.

Biasanya, isu-isu yang menyentuh nilai, identitas sosial, atau agama menjadi pemicu utama polarisasi ini. Dalam konteks keagamaan, misalnya, pemberitaan dan tayangan televisi yang menyangkut lembaga pendidikan Islam sering kali memicu reaksi keras di media sosial. Hal tersebut juga terlihat dari respons masyarakat terhadap tayangan Trans7 yang menyoroti kehidupan santri di Pondok Pesantren Lirboyo. Tayangan ini dianggap sebagian pihak menampilkan representasi yang tidak proporsional, bahkan menstereotipkan santri sebagai sosok yang terlalu patuh dan dikontrol oleh otoritas pesantren.

Fenomena reaksi publik terhadap tayangan Trans7 tentang Pondok Pesantren Lirboyo paling jelas terlihat pada unggahan akun @santrikeren di Instagram, yang diunggah pada tanggal 13 Oktober 2025 dengan menampilkan cuplikan berita dari Trans7 serta keterangan yang mengkritik

cara media tersebut merepresentasikan kehidupan santri. Dalam unggahan tersebut, admin @santrikeren menuliskan narasi yang mengajak publik untuk lebih kritis terhadap framing media dan menyerukan penghormatan terhadap pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam yang berperan besar dalam membentuk moral bangsa.

Postingan ini dengan cepat memperoleh ribuan komentar dan ratusan ribu tayangan, menjadikannya ruang diskusi digital yang mempertemukan berbagai sudut pandang publik mulai dari pembelaan terhadap pesantren hingga pembelaan terhadap Trans7 sebagai media nasional. Oleh karena itu, unggahan tersebut dipilih sebagai objek utama penelitian ini, karena secara empiris merepresentasikan polarisasi opini publik yang mencerminkan hubungan kompleks antara media arus utama, komunitas pesantren, dan pengguna media sosial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis analisis sentimen digital untuk menelusuri bagaimana opini publik terbentuk melalui komentar pada akun Instagram @santrikeren terkait tayangan Trans7 tentang Pondok Pesantren Lirboyo. Penelitian dilakukan dengan memanfaatkan perangkat lunak Orange Data Mining, yang memungkinkan analisis otomatis terhadap teks digital untuk menentukan klasifikasi sentimen (positif, negatif, atau netral) serta kategori emosi dominan seperti *joy*, *anger*, *fear*, *sadness*, *surprise*, dan *disgust*.

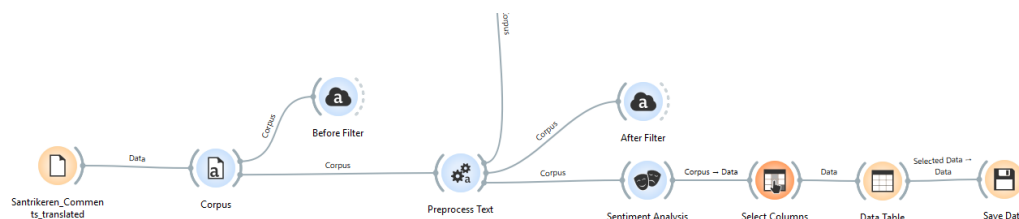
Proses penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, peneliti melakukan pengumpulan data (*scraping*) komentar dari postingan Instagram menggunakan IG Comment Export Tool. Komentar yang diperoleh kemudian diunduh dalam format **.csv** untuk diolah lebih lanjut. Kedua, dilakukan tahap preprocessing data yang mencakup proses *transformation* (mengubah huruf menjadi huruf kecil), *tokenization* (memecah kalimat menjadi kata), *normalization* (menyesuaikan ejaan sesuai KBBI), serta *filtering* (menghapus kata tidak relevan, tanda baca, dan *stopwords*).

Tahap berikutnya adalah analisis sentimen menggunakan widget *Sentiment Analysis* pada Orange Data Mining untuk mengidentifikasi kecenderungan emosi dan polaritas sentimen dalam komentar warganet. Hasil analisis kemudian divisualisasikan dalam bentuk *word cloud* dan grafik batang untuk melihat distribusi kata kunci dan intensitas sentimen. Visualisasi ini membantu memahami bagaimana persepsi publik terhadap tayangan Trans7 terbentuk dan menyebar di ruang digital.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kecenderungan sentimen publik terhadap tayangan Trans7 mengenai Pondok Pesantren Lirboyo melalui komentar pada akun Instagram @santrikeren, serta untuk memahami bagaimana representasi pesantren di media arus utama dapat memicu respons emosional dan wacana keagamaan di ruang digital.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan dari desain penelitian dimana komentar sebagai variabel yang akan diteliti, maka penggunaan *orange data mining* sebagai alat bantu analisis sangat berjasa penggunaannya. Berikut adalah peta konsep dari *wedget* yang digunakan dalam analisis sentimen ini:



Gambar 1. Widget Analisis Sentimen

Berdasarkan desain penelitian dimana komentar menjadi variabel yang diteliti, penggunaan Orange Data Mining sebagai alat bantu analisis memiliki peran yang sangat penting dalam proses pengolahan data. Gambar tersebut menunjukkan peta konsep (*workflow*) wedget yang digunakan pada analisis sentimen ini. Alur dimulai dari pemanggilan dataset komentar yang sudah diterjemahkan ke dalam bentuk *corpus*, sehingga data teks dapat diolah dengan teknik *text mining*. Pada tahap berikutnya dilakukan pemrosesan dan pembersihan teks melalui *preprocess text*, di mana komentar dibersihkan dari karakter yang tidak relevan, stopwords, serta dilakukan normalisasi agar teks siap dianalisis. Hasil sebelum dan sesudah pembersihan ditampilkan melalui komponen *before filter* dan *after filter* sebagai bentuk validasi kualitas preprocessing. Setelah itu, proses analisis sentimen dijalankan untuk mengklasifikasikan setiap komentar ke dalam kategori sentimen seperti positif, negatif, maupun netral. Kemudian kolom-kolom yang relevan dari hasil analisis dipilih untuk ditampilkan dalam bentuk tabel, sebelum akhirnya disimpan sebagai data akhir yang dapat digunakan dalam proses interpretasi hasil penelitian. Dengan demikian, alur ini memberikan gambaran bahwa setiap tahapan dalam sistem bekerja secara berurutan dan saling mendukung untuk menghasilkan analisis sentimen yang akurat dan terstruktur.

Analisis Word Cloud: Representasi Kata Dominan

Tahapan awal analisis sentimen dilakukan dengan menghasilkan visualisasi *Word Cloud* dari seluruh komentar yang telah melewati tahap *preprocessing*. Visualisasi ini berfungsi untuk menunjukkan frekuensi kemunculan kata-kata yang paling sering digunakan oleh pengguna Instagram dalam kolom komentar unggahan akun @santrikeren terkait tayangan Trans7 tentang Pondok Pesantren Lirboyo.



Gambar 2. Visualisasi *wordcloud*

Hasil *word cloud* memperlihatkan sejumlah kata dengan ukuran font yang menonjol, menandakan frekuensi kemunculannya yang tinggi. Beberapa kata dominan yang muncul antara lain “Trans7,” “boikot,” “santri,” “pesantren,” “lirboyo,” “hoax,” “tayangan,” “hormati,” “ustadz,” “adab,” dan “kebenaran.” Kata “Trans7” menjadi pusat perbincangan karena merupakan subjek utama dalam wacana publik ini. Kata “boikot” muncul berulang kali, mencerminkan adanya ekspresi penolakan dan bentuk perlawanan kolektif dari komunitas santri terhadap representasi yang dianggap tidak adil dalam tayangan tersebut. Munculnya kata “boikottrans7” atau tagar serupa menunjukkan upaya simbolik publik untuk mengorganisasi solidaritas digital melalui narasi moral dan identitas keagamaan.

Selain itu, kata “santri”, “pesantren,” dan “lirboyo” menempati posisi sentral dalam *word cloud*, menegaskan bahwa diskursus publik berfokus pada identitas keislaman dan lembaga pendidikan pesantren. Penggunaan istilah seperti “adab,” “hormati,” dan “ustadz” mengindikasikan bahwa para pengguna Instagram tidak hanya memperdebatkan tayangan tersebut dari aspek media, tetapi juga menekankan nilai moral dan etika Islam sebagai dasar kritik.

Sementara itu, kemunculan kata “hoax” dan “fitnah” menunjukkan adanya

ketidakpercayaan terhadap media arus utama. Banyak pengguna yang menuduh Trans7 tidak melakukan riset mendalam atau menampilkan framing yang menyesatkan. Hal ini memperlihatkan terjadinya krisis kepercayaan publik terhadap media mainstream, yang menjadi salah satu ciri khas masyarakat digital saat ini. Menariknya, di antara dominasi kata bernuansa negatif, muncul pula kata “keren,” “bangga,” dan “terima kasih” yang berasal dari komunitas santri pendukung akun @santrikeren. Hal ini menunjukkan adanya emosi positif berupa apresiasi dan kebanggaan terhadap keberanian akun tersebut dalam menyuarakan perlawanan terhadap narasi media.

Secara keseluruhan, hasil *word cloud* menunjukkan bahwa arena komentar Instagram telah berfungsi sebagai ruang artikulasi nilai dan identitas santri. Dalam konteks wacana komunikasi Islam, hal ini dapat dipahami sebagai bentuk *dakwah kultural digital*, di mana santri dan masyarakat pesantren mengekspresikan nilai-nilai keagamaan melalui partisipasi dalam diskusi daring.

Dari perspektif teori Framing Media (Entman, 1993: 35), kemunculan kata-kata bernuansa moral dan keagamaan ini merupakan bentuk “reframing” atau *pembingkai ulang* oleh publik terhadap representasi media yang dianggap tidak seimbang. Publik pesantren berusaha mengoreksi citra yang dibangun oleh Trans7 dengan menegaskan kembali nilai-nilai pesantren seperti *adab*, *keilmuan*, dan *keikhlasan* dalam konteks kehidupan santri.

Dengan demikian, *word cloud* tidak hanya berfungsi sebagai alat visualisasi data, tetapi juga menjadi cermin wacana keagamaan dan sosial yang memperlihatkan bahwa media sosial kini menjadi ruang baru bagi masyarakat pesantren untuk menegosiasikan identitasnya di tengah arus modernisasi media.

Analisis Sentimen Publik terhadap Tayangan Trans7

Analisis sentimen publik digunakan untuk mengetahui kecenderungan opini masyarakat terhadap tayangan Trans7 yang menyoroti kehidupan santri di Pondok Pesantren Lirboyo. Analisis dilakukan dengan menggunakan *Sentiment Analysis Widget* pada perangkat lunak Orange Data Mining, yang mengklasifikasikan setiap komentar ke dalam tiga kategori utama, yaitu positif, netral, dan negatif.

Kategori	Jumlah	Persentase
Netral	247	55%
Negatif	150	34%
Positif	44	10%

Hasil klasifikasi sentimen menunjukkan bahwa dari total 441 komentar yang dianalisis, distribusi persepsi publik dapat dijelaskan sebagai berikut. Komentar netral: 247 komentar (55%), Komentar negatif: 150 komentar (34%), dan Komentar positif: 44 komentar (10%). Dari hasil tersebut terlihat bahwa sentimen netral mendominasi percakapan digital yang terjadi. Komentar dengan sentimen netral umumnya berupa pertanyaan klarifikasi, pembagian tautan video, atau diskusi tanpa nada emosional. Misalnya, komentar seperti:

“Yang dimaksud yang mana ya?” , “Tolong kirim link videonya biar bisa dicek.”

Komentar netral ini menandakan bahwa sebagian besar publik berusaha memahami konteks sebelum membentuk opini emosional. Dalam konteks komunikasi digital, hal ini mencerminkan adanya kelompok audiens yang berperan sebagai “penonton reflektif” pengguna yang tidak langsung ikut arus emosi, melainkan berusaha mencari informasi terlebih dahulu. Sementara itu, sentimen negatif menunjukkan respon kecewa, marah, dan tidak terima atas framing tayangan Trans7 terhadap kehidupan pesantren. Beberapa komentar bernada protes seperti “Trans7 tidak punya adab menampilkan santri seperti itu.”, “Jangan sembarangan framing pesantren, ini pelecehan terhadap santri.”, “Kalian harus minta maaf ke keluarga besar Lirboyo.”

Sentimen negatif ini menjadi bukti kuat bahwa publik pesantren memandang tayangan tersebut bukan sekadar hiburan, melainkan menyentuh ranah identitas keagamaan dan kehormatan lembaga Islam. Dalam teori representasi media (Hall, 1997:20), reaksi ini mencerminkan kesadaran publik terhadap bagaimana pesantren dibingkai secara ideologis oleh media arus utama.

Adapun sentimen positif, meskipun jumlahnya kecil, menunjukkan adanya kelompok masyarakat yang mencoba menengahi perdebatan dengan pandangan lebih moderat. Komentar-komentar dalam kategori ini cenderung bersifat edukatif atau mendukung ruang diskusi yang sehat. Contohnya:

“Mungkin maksud Trans7 baik, hanya penyampaiannya kurang tepat.”
 “Mari ambil hikmah dari tayangan ini, jangan langsung emosi.”

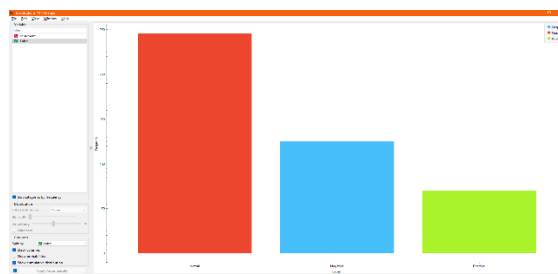
Keberadaan komentar positif menjadi penting karena menunjukkan adanya upaya menjaga etika komunikasi digital di tengah polarisasi wacana. Dari perspektif komunikasi Islam, hal ini mencerminkan nilai *ukhuwah* (persaudaraan) dan *akhlak al-karimah* (etika luhur) dalam menyampaikan kritik di ruang publik.

Secara umum, distribusi sentimen ini menunjukkan dua hal penting. Media sosial Instagram berfungsi sebagai ruang dialektika di mana publik bebas mengomentari dan mengevaluasi media arus utama. Opini publik terhadap tayangan Trans7 tidak bersifat ekstrem ke satu sisi, melainkan terbagi antara kelompok reflektif, kelompok emosional, dan kelompok moderat.

Dengan demikian, analisis sentimen publik ini memberikan gambaran awal tentang bagaimana representasi pesantren di media massa dapat memicu perdebatan dan partisipasi warganet dalam bentuk reaksi emosional dan moral di ruang digital.

Analisis Klasifikasi Emosi

Analisis emosi dilakukan menggunakan widget SentiArt pada perangkat lunak *Orange Data Mining*, dengan tujuan untuk mengungkap spektrum emosi yang mendasari komentar di media sosial.



Gambar 3. Grafik batang klasifikasi emosi

Berdasarkan hasil pengolahan data, ditemukan enam kategori emosi yang teridentifikasi dalam komentar, yaitu *joy* (kegembiraan), *surprise* (keterkejutan), *fear* (ketakutan), *sadness* (kesedihan), *anger* (kemarahan), dan *disgust* (kejijikan). Distribusi hasil menunjukkan bahwa emosi *joy* mendominasi reaksi publik, diikuti oleh *surprise*, sedangkan *anger* dan *disgust* muncul dengan frekuensi yang relatif kecil. Fenomena ini menunjukkan bahwa warganet tidak hanya mengekspresikan kemarahan, tetapi juga kebanggaan dan rasa keterkejutan terhadap isu yang dibahas.

Dominasi emosi *joy* tidak dapat dimaknai semata-mata sebagai kegembiraan personal, melainkan lebih sebagai bentuk kebanggaan kolektif komunitas santri yang merasa identitas dan nilai-nilainya sedang diperjuangkan. Banyak komentar menunjukkan rasa bangga terhadap keberanian akun @santrikeren dalam menyuarakan pembelaan terhadap pesantren. Ungkapan seperti “bangga jadi santri,” “terima kasih sudah bela pesantren,” dan “santri keren, tetap jaga marwah” menjadi indikator bahwa reaksi positif ini bersumber dari semangat solidaritas dan keutuhan nilai keagamaan. Dalam konteks komunikasi Islam, emosi *joy* dapat dimaknai sebagai

ekspresi *izzah al-Islam*, yaitu kebanggaan terhadap identitas Islam dan moralitas pesantren yang ingin ditegakkan di ruang publik digital.

Emosi	Gambaran dari Grafik	Interpretasi
Surprise	Kedua terbesar (380 komentar)	Publik terkejut karenatayangan karena tayangan tidak sesuai ekspektasi mereka terhadap pesantren dan media nasional

Emosi kedua yang paling dominan adalah *surprise* atau keterkejutan. Banyak pengguna mengungkapkan ketidakpercayaan terhadap cara Trans7 menayangkan kehidupan pesantren. Mereka merasa terkejut sekaligus kecewa karena stasiun televisi nasional dianggap tidak sensitif terhadap nilai-nilai keislaman. Komentar seperti “nggak nyangka Trans7 bisa menayangkan hal seperti ini” atau “kok bisa pesantren digambarkan seperti itu” mencerminkan bahwa publik mengalami *violation of expectation*, yakni pelanggaran terhadap ekspektasi moral mereka terhadap media nasional. Keterkejutan ini juga menggambarkan adanya kesadaran kritis bahwa media memiliki kekuatan besar dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap lembaga keagamaan.

Sementara itu, emosi *fear* atau ketakutan muncul dalam bentuk kekhawatiran terhadap dampak tayangan Trans7 terhadap citra pesantren di mata masyarakat luas. Beberapa pengguna menuliskan komentar seperti “takut orang awam salah paham” atau “jangan sampai citra santri jadi buruk karena tayangan ini.” Emosi ini memperlihatkan adanya kewaspadaan moral publik, di mana mereka menyadari bahwa media dapat menciptakan bias persepsi yang berbahaya bagi reputasi pesantren. Dalam perspektif komunikasi Islam, ekspresi semacam ini merupakan bentuk *ghirah* atau semangat melindungi kehormatan Islam dari kemungkinan fitnah atau kesalahpahaman publik.

Emosi *sadness* atau kesedihan juga muncul, meskipun dalam jumlah yang relatif kecil. Kesedihan ini merepresentasikan kekecewaan moral dan spiritual terhadap media arus utama yang dinilai tidak menghormati nilai keislaman. Ungkapan seperti “sedih lihat pesantren digambarkan begini” atau “kecewa sama Trans7” menjadi wujud empati dan keterikatan emosional yang kuat terhadap lembaga pesantren. Kesedihan di sini tidak bersifat personal, tetapi bersumber dari rasa cinta terhadap pesantren sebagai simbol kebenaran dan moralitas Islam.

Selain itu, terdapat pula komentar dengan nuansa *anger* atau kemarahan. Walaupun proporsinya kecil, keberadaan emosi ini tetap signifikan karena menunjukkan bentuk reaksi moral terhadap pelanggaran nilai. Banyak komentar bernada tegas yang menuntut permintaan maaf, misalnya “Trans7 harus minta maaf!” atau “ini pelecehan terhadap ulama.” Kemarahan ini dapat dipahami sebagai bentuk *moral outrage* ekspresi kemarahan kolektif yang muncul ketika norma keagamaan dilanggar. Dalam komunikasi Islam, emosi ini identik dengan semangat *amar ma'ruf nahi munkar*, yaitu menegur pihak yang dianggap keliru dengan tujuan menjaga kebenaran dan kehormatan agama.

Emosi terakhir, *disgust* atau jijikan, ditemukan dalam komentar ekstrem yang mencerminkan penolakan total terhadap media. Meskipun frekuensinya paling kecil, komentar semacam ini penting karena menunjukkan adanya segmen publik yang telah kehilangan kepercayaan terhadap media arus utama. Frasa seperti “jijik lihat media kayak gini” atau “media sekarang hanya cari sensasi” memperlihatkan adanya kelelahan sosial (*media fatigue*) yang muncul akibat ketidakpuasan publik terhadap representasi lembaga keagamaan di media modern.

Secara keseluruhan, hasil analisis emosi memperlihatkan bahwa reaksi publik terhadap tayangan Trans7 bersifat kompleks, multidimensi, dan bernuansa moral. Publik tidak hanya

memprotes secara negatif, tetapi juga menegaskan solidaritas, rasa bangga, dan empati terhadap pesantren. Dominasi *joy* dan *surprise* memperlihatkan bahwa komunitas santri di media sosial tidak terjebak dalam kemarahan destruktif, melainkan menampilkan ekspresi spiritual dan kebanggaan identitas.

Dalam perspektif teori ruang publik (public sphere, ruang komentar di Instagram @santrikeren telah berfungsi sebagai arena baru bagi masyarakat religius untuk mengekspresikan pandangan keagamaannya secara terbuka. Namun, berbeda dengan ruang publik sekuler, diskusi digital ini diwarnai oleh etika keislaman yang menekankan keseimbangan antara kritik dan adab. Emosi yang terekam dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa santri dan masyarakat pesantren menggunakan media sosial bukan hanya untuk menyalurkan opini, tetapi juga untuk melakukan dakwah kultural digital, yakni menyampaikan nilai-nilai Islam melalui ekspresi emosional dan diskusi daring yang beradab.

Dengan demikian, analisis klasifikasi emosi ini tidak hanya memperlihatkan pola sentimen publik, tetapi juga menggambarkan bagaimana nilai-nilai keislaman, rasa solidaritas, dan kesadaran identitas kolektif direfleksikan dalam cara masyarakat bereaksi terhadap isu-isu media. Ruang digital seperti Instagram kini menjadi medium penting bagi masyarakat pesantren untuk mempertahankan citra, kehormatan, dan marwah keislaman mereka di tengah arus representasi media yang semakin beragam.

Analisis Wacana dan Representasi sosial

Hasil analisis sentimen dan emosi yang telah dipaparkan sebelumnya memperlihatkan bahwa reaksi publik di media sosial terhadap tayangan Trans7 tentang Pondok Pesantren Lirboyo tidak hanya bersifat spontan, tetapi juga merupakan bentuk produksi makna dan wacana tandingan (counter discourse) terhadap representasi media arus utama. Dalam konteks ini, ruang digital seperti Instagram berfungsi sebagai arena wacana publik tempat masyarakat menegosiasikan identitas, nilai, dan otoritas moral antara media dan kelompok religius.

Melalui unggahan akun @santrikeren, masyarakat pesantren berusaha membingkai ulang narasi media yang dianggap tidak adil. Tayangan Trans7 yang menyoroti kehidupan santri dinilai sebagian publik menampilkan gambaran yang terlalu sempit, seolah-olah santri hidup dalam keterbatasan, kepatuhan total terhadap kyai, dan minim kebebasan berpikir. Framing semacam ini menciptakan citra pesantren yang pasif dan tradisional, yang pada gilirannya berpotensi menimbulkan kesalahpahaman publik terhadap dunia pendidikan Islam.

Namun, publik pesantren tidak tinggal diam. Melalui kolom komentar pada unggahan Instagram, mereka menghadirkan narasi korektif dan afirmatif, dengan menekankan bahwa pesantren adalah lembaga pendidikan yang modern, berdaya, dan berperan besar dalam membentuk moralitas bangsa. Komentar seperti “Santri itu bukan fanatik buta, kami belajar adab dan ilmu”, atau “Pesantren tempat membentuk karakter, bukan penjara kebebasan” menunjukkan adanya usaha sistematis dari publik untuk merebut kembali makna tentang apa itu pesantren dan siapa itu santri.

Dalam kerangka teori Framing Media (Entman, 1993: 50), peristiwa ini dapat dibaca sebagai upaya *reframing* atau pemingkai ulang oleh masyarakat terhadap tayangan Trans7. Jika media arus utama berperan sebagai institusi pembentuk realitas dengan menonjolkan aspek tertentu, maka publik di media sosial berperan sebagai *frame-corrector*, yaitu pihak yang mencoba meluruskan atau mengoreksi framing tersebut dengan menghadirkan perspektif baru. Instagram dalam hal ini berfungsi sebagai ruang artikulasi alternatif, tempat masyarakat dapat menyampaikan pandangan tanpa batas editorial seperti yang ada di media konvensional.

Dalam konteks teori Analisis Wacana Kritis (Fairclough, 1995: 76), dinamika ini menggambarkan adanya relasi kuasa antara media dan publik. Media arus utama memiliki kekuasaan simbolik dalam menentukan wacana dominan tentang pesantren, sementara masyarakat pesantren berupaya menegosiasikan kekuasaan tersebut melalui partisipasi aktif di media sosial. Kolom

komentar dalam unggahan @santrikeren menjadi semacam “ruang mikro-politik” tempat berlangsungnya perlawanan simbolik terhadap otoritas media.

Lebih jauh lagi, praktik ini memperlihatkan bahwa masyarakat pesantren kini tidak lagi hanya menjadi objek pemberitaan, melainkan subjek komunikasi yang aktif memproduksi dan mendistribusikan makna. Mereka memanfaatkan teknologi digital untuk melakukan *counter framing*, menegaskan identitas mereka sebagai kelompok religius yang rasional, terbuka terhadap modernitas, namun tetap berpegang pada nilai-nilai Islam.

Fenomena ini sekaligus memperlihatkan pergeseran penting dalam lanskap komunikasi Islam di era digital. Jika sebelumnya dakwah dan komunikasi keagamaan lebih banyak dilakukan secara langsung melalui mimbar dan majelis, kini praktik dakwah juga berlangsung dalam ruang-ruang digital yang bersifat dialogis. Melalui media sosial, masyarakat pesantren mempraktikkan bentuk baru dari “dakwah kultural digital”, yaitu proses penyampaian nilai dan moralitas Islam melalui partisipasi aktif dalam wacana publik online.

Dakwah digital yang dilakukan oleh akun seperti @santrikeren juga memiliki fungsi ganda. Di satu sisi, ia menjadi medium edukatif yang meluruskan mispersepsi publik tentang pesantren. Di sisi lain, ia berperan sebagai alat perlawanan kultural terhadap representasi negatif yang muncul dari media arus utama. Dalam konteks ini, komunikasi Islam tidak lagi sekadar menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara satu arah, melainkan menjadi proses interaktif yang melibatkan produksi dan negosiasi makna di antara berbagai aktor sosial.

Melalui analisis ini dapat dipahami bahwa perdebatan tentang tayangan Trans7 bukan sekadar konflik pandangan, tetapi juga kontestasi ideologis dan moral antara dua bentuk otoritas: otoritas media modern yang sekuler dan otoritas moral pesantren yang religius. Wacana yang muncul di media sosial mencerminkan benturan nilai antara kebebasan jurnalisme dan sensitivitas keagamaan, namun juga menunjukkan bahwa kedua hal tersebut dapat didamaikan melalui dialog yang beradab dan partisipatif.

Dengan demikian, komentar-komentar publik di akun @santrikeren tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi emosional, tetapi juga sebagai bentuk argumentasi sosial dan kultural. Publik pesantren secara sadar menggunakan media sosial sebagai wadah untuk menegaskan citra positif lembaga pesantren, memperkuat identitas keislaman, dan menuntut keadilan representasi di ruang media nasional.

Fenomena ini memperlihatkan bahwa ruang digital kini menjadi bagian integral dari ekosistem komunikasi Islam. Di dalamnya, santri dan masyarakat pesantren berperan sebagai agen dakwah modern yang mempraktikkan etika komunikasi berbasis nilai menegur dengan santun, mengkritik dengan adab, dan menyuarakan kebenaran dengan penuh tanggung jawab moral.

Penutup

Dakwah digital yang dilakukan oleh akun seperti @santrikeren juga memiliki fungsi ganda. Di satu sisi, ia menjadi medium edukatif yang meluruskan mispersepsi publik tentang pesantren. Di sisi lain, ia berperan sebagai alat perlawanan kultural terhadap representasi negatif yang muncul dari media arus utama. Dalam konteks ini, komunikasi Islam tidak lagi sekadar menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara satu arah, melainkan menjadi proses interaktif yang melibatkan produksi dan negosiasi makna di antara berbagai aktor sosial. Melalui analisis ini dapat dipahami bahwa perdebatan tentang tayangan Trans7 bukan sekadar konflik pandangan, tetapi juga kontestasi ideologis dan moral antara dua bentuk otoritas: otoritas media modern yang sekuler dan otoritas moral pesantren yang religius. Wacana yang muncul di media sosial mencerminkan benturan nilai antara kebebasan jurnalisme dan sensitivitas keagamaan, namun juga menunjukkan bahwa kedua hal tersebut dapat didamaikan melalui dialog yang beradab dan partisipatif. Dengan demikian, komentar-komentar publik di akun @santrikeren tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi emosional, tetapi juga sebagai bentuk argumentasi sosial dan kultural. Publik pesantren secara sadar menggunakan media sosial sebagai wadah untuk menegaskan citra positif lembaga pesantren,

memperkuat identitas keislaman, dan menuntut keadilan representasi di ruang media nasional. Fenomena ini memperlihatkan bahwa ruang digital kini menjadi bagian integral dari ekosistem komunikasi Islam. Di dalamnya, santri dan masyarakat pesantren berperan sebagai agen dakwah modern yang mempraktikkan etika komunikasi berbasis nilai menegur dengan santun, mengkritik dengan adab, dan menyuarakan kebenaran dengan penuh tanggung jawab moral.

Daftar Pustaka

- Agustin, N. (2011). *Media Massa dan Perubahan Sosial di Era Digital*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ashadi, S. (2005). *Media Online dan Tantangan Demokrasi Informasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications.re
- Kusumaningsih, D. (2024). Pengaruh media digital terhadap pola komunikasi Generasi Z di Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Media Digital*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.22219/jkmd.v5i1.15678>
- Nguyen, C. T. (2018). Echo chambers and epistemic bubbles. *Episteme*, 17(2), 141–161. <https://doi.org/10.1017/epi.2018.32>
- Nurdin, A., Sulaeman, S., & Ridwan, M. (2022). The expression of millennial female journalists' idealism: Experiences of female journalists in Surabaya, Indonesia. *Brazilian Journalism Research*, 18(1), 214–237. <https://doi.org/10.25200/BJR.v18n1.2022.1459>
- Pratama, Y. D., & Ardianto, E. (2021). Media sosial sebagai ruang diskursus publik: Analisis sentimen isu sosial di Instagram. *Jurnal Komunikasi Massa*, 7(2), 118–132. <https://doi.org/10.24002/jkm.v7i2.4455>
- Rahmawati, F., & Nurdin, A. (2023). Dakwah digital dan polarisasi opini publik di era media sosial. *Jurnal Komunikasi Islam*, 13(1), 45–60. <https://doi.org/10.24042/jki.v13i1.12433>
- Rizky, A., & Marwan, I. (2022). Analisis sentimen publik terhadap isu keagamaan menggunakan Orange Data Mining. *Indonesian Journal of Computer Science Research*, 1(1), 35–46.
- Rosyid, A. N., & Mulyono, S. (2021). Etika komunikasi Islam dalam media sosial. *Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 5(2), 200–216.