

PERAN INFLUENCER INSTAGRAM DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK DAN PARTISIPASI POLITIK

**Juliana Saragih¹, Mona Purba², Monica Manik³, Nadila Dwi Aulia⁴,
Wiga Wulandari⁵, Oksari Anastasya Sihaloha⁶**
Universitas Negeri Medan, Indonesia ^{1,2,3,4,5,6}

Email : Julianasaragih83@gmail.com¹, monapurba49@gmail.com²,
monicamanik2004@gmail.com³, nadiladwiaulia5@gmail.com⁴,
wigawulandari.06@gmail.com⁵, oksari.sihaloho@unimed.ac.id⁶

ABSTRACT

This research aims to explore how Instagram influencers shape public opinion and contribute to political participation among specific demographic groups in the digital era. This study employs qualitative methods, specifically content analysis of Instagram influencer activities during political campaigns, as well as in-depth interviews with social media users who actively follow influencers and physics students at Medan State University. In a political context, influencers are often used by political actors to introduce candidates, disseminate campaign-related information, and mobilize support. Moreover, influencers also contribute to encouraging political participation among the community, particularly among the younger generation, through a more relaxed and accessible approach. Therefore, this study suggests stricter regulations regarding the role of influencers in the political realm as well as better digital literacy for society to avoid the negative impact of information spread on social media.

Keywords: *Influencer, Instagram, Public Opinion, Political Participation.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana influencer Instagram membentuk opini publik dan berkontribusi pada partisipasi politik di kalangan kelompok demografis tertentu dalam era digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, khususnya analisis konten terhadap aktivitas influencer Instagram selama kampanye politik, serta wawancara mendalam dengan pengguna media sosial yang aktif mengikuti influencer terhadap mahasiswa fisika Universitas Negeri Medan. Dalam konteks politik, para influencer sering digunakan oleh aktor politik untuk memperkenalkan kandidat, menyebarkan informasi terkait kampanye, dan memobilisasi dukungan. Selain itu, influencer juga berkontribusi dalam mendorong partisipasi politik masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda, melalui pendekatan yang lebih santai dan mudah dijangkau. Oleh karena itu, studi ini menyarankan adanya regulasi yang lebih ketat terkait peran influencer dalam

ranah politik serta literasi digital yang lebih baik bagi masyarakat untuk menghindari dampak negatif dari informasi yang disebarakan di media sosial.

Kata Kunci: *Influencer, Instagram, Opini Publik, Partisipasi Politik.*

PENDAHULUAN

Dalam era digital, strategi public relations (PR) telah mengalami perubahan signifikan seiring dengan perkembangan teknologi dan penggunaan media sosial. Perusahaan dan organisasi kini beralih dari penggunaan media konvensional ke pendekatan yang lebih personal, yaitu melalui micro-influencer. Micro-influencer, dengan jumlah pengikut yang lebih kecil namun loyal, dianggap memiliki kemampuan yang lebih baik dalam membangun hubungan yang autentik dengan audiens. Ini membuat mereka menjadi alat yang efektif untuk menyampaikan pesan dan mempengaruhi persepsi publik, karena keterlibatan yang lebih tinggi dan kepercayaan yang lebih mudah terbentuk (Girsang, 2020).

Di era komunikasi digital, influencer di media sosial, terutama Instagram, memiliki posisi strategis dalam menyampaikan pesan-pesan kepada audiens. Penggunaan media sosial membuka peluang baru bagi individu berpengaruh untuk mengambil peran signifikan dalam membentuk opini publik. Platform Instagram, yang mengutamakan konten visual dan interaksi, memungkinkan influencer untuk berkomunikasi lebih dekat dengan audiens mereka. Akibatnya, pesan yang disampaikan oleh para

influencer tidak hanya diterima dengan lebih baik tetapi juga seringkali dipercaya oleh masyarakat luas. Influencer kini digunakan oleh berbagai pihak, termasuk bisnis komersial, organisasi sosial, dan aktor politik untuk mempengaruhi persepsi publik serta mendorong tindakan tertentu (Anjani & Irwansyah, 2020).

Teknologi hampir selalu memberikan dampak yang signifikan terhadap kehidupan manusia. Setiap aspek kehidupannya dikelilingi oleh teknologi. Marshall McLuhan, Pemikir asal Kanada ini membahas dampak teknologi ini dalam bukunya *Understanding Media* (1964). Opini publik yang berkembang pesat di Eropa dan Amerika pada akhir abad ke-18 menjadi elemen krusial dalam komunikasi politik. Ungkapan “vox populi, vox dei” (suara rakyat adalah suara Tuhan) mencerminkan pentingnya kebebasan berpendapat dalam arsitektur Demokrasi (Anwar, 2013, hal. 115). McLuhan menunjukkan bahwa teknologi media bisa menciptakan revolusi dalam masyarakat yang sangat bergantung pada teknologi. Dia juga memperkenalkan konsep “determinisme teknologi” di mana teknologi menjadi salah satu faktornya, faktor penentu yang membentuk kehidupan manusia (Morisson, 2014, hal. 486) dan teori ekologi. Media yang

menekankan peran teknologi dan media dalam kehidupan manusia.

Menurut Noelle Neumann (Morisson, 2014, p. 527), opini publik adalah suatu sikap atau seseorang harus berperilaku di depan umum untuk menghindari perilaku mengucilkan. Ada suatu wilayah yang menjadi kontroversi atau perubahan, dimana opini publik merupakan suatu sikap yang dapat diungkapkan tanpa harus mengungkapkannya risiko dikarantina. Kata “opini publik” pertama kali digunakan oleh Machiavelli, yang disarankan agar opini publik tidak diabaikan dalam hal-hal besar. Rosseau menyebut opini publik sebagai “Ratu Dunia” karena kekuatannya tidak dapat ditundukkan oleh raja otokrasi, kecuali jika opini public berhasil disuap dan dimanipulasi untuk dijadikan sebagai alat sebagai penguasa.

Opini publik dapat diungkapkan secara verbal atau non-verbal, misalnya, perilaku, bahasa tubuh, ekspresi wajah dan simbol yang dikenakan. menurut sunacho Djoernasih (1997, p. 12), opini publik identik dengan kebebasan internal dan keterbukaan menyampaikan ide, pendapat dan kritik yang membangun. Opini publik adalah pengaruh kebebasan menyampaikan ide dan pendapat di muka umum. Namun, di balik layer kemudahan yang diberikan media sosial sebagai sarana komunikasi publik juga mempunyai bahaya. Contohnya adalah penyebaran hoaks, berita palsu, dan ujaran kebencian, terutama pada momen

politik, misalnya pada saat pemilu. pemilihan. Menurut KOMINFO (2019), 1.224 kasus hoax terjadi selama pemilu 2019 disebarakan melalui berbagai platform media sosial.

Dalam era digital, peran influencer di media sosial telah meluas ke ranah politik, termasuk pemilihan presiden. Media sosial kini menjadi salah satu alat utama bagi aktor politik untuk mempengaruhi persepsi masyarakat, dengan influencer memainkan peran strategis dalam membentuk opini publik. Influencer tidak hanya menyampaikan informasi terkait kandidat dan kampanye, tetapi juga berfungsi sebagai jembatan antara politisi dan pemilih, membantu membangun citra positif dan memobilisasi dukungan. Dalam konteks pemilihan presiden, peran mereka semakin vital karena kemampuan mereka dalam menjangkau audiens yang luas, menyebarkan pesan politik, dan memengaruhi preferensi pemilih secara signifikan, yang pada akhirnya bisa mempengaruhi hasil pemilihan itu sendiri (Arighi, dkk, 2024).

Peran ini semakin penting dalam konteks politik, di mana influencer digunakan oleh berbagai pihak, termasuk bisnis dan aktor politik, untuk mempengaruhi opini publik dan mendorong tindakan tertentu. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak micro-influencer dalam membentuk opini publik di era digital, serta implikasinya

terhadap komunikasi politik dan pengaruhnya dalam proses demokrasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif sebagai dasar acuan penulisan. Pendekatan ini didasarkan pada filsafat postpositivisme, yang digunakan untuk meneliti objek dalam kondisi alamiah (keadaan riil, tidak disetting atau dalam eksperimen), di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama (Thabroni, 2022).

Penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk menggambarkan secara komprehensif dan mendalam realitas sosial serta fenomena-fenomena yang terjadi dalam masyarakat, sesuai dengan tujuan objek penelitian tersebut. Subjek penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Medan dengan objek penelitian pada mahasiswa jurusan fisika.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka (library research), yaitu penelitian yang objek kajiannya berupa data pustaka, seperti buku-buku sebagai sumber utama informasi. Selain itu, dalam penelitian ini, penulis juga menyertakan angket yang berisi pertanyaan umum mengenai peran influencer media sosial dalam membentuk opini publik dan partisipasi politik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kajian Teori

a. Influencer Pada Politik

Influencer memainkan peran yang semakin penting dalam konteks politik,

khususnya dalam pemilihan parlemen di Indonesia. Mereka berperan dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi pemilih, terutama melalui media sosial. Influencer memiliki kemampuan untuk menyebarkan ide dan argumen yang mempengaruhi pandangan pengikutnya terhadap isu politik atau kandidat tertentu (Anitasari, 2020). Karena sering dianggap sebagai bagian dari masyarakat umum, pendapat yang mereka sampaikan terkesan lebih realistis dan dapat dipercaya. Meskipun terdapat kesenjangan literasi, influencer dapat berperan dalam meningkatkan pendidikan politik dan demokrasi. Hal ini dapat mendorong pertukaran ide yang konstruktif dan meningkatkan pemahaman berbagai pandangan politik, yang penting untuk mendukung demokrasi yang sehat dan dinamis. Individu dan selebritas memiliki pengikut yang banyak, beragam, dan signifikan di media sosial, dan konten yang mereka bagikan dapat memengaruhi perilaku pengikutnya. Di era digital saat ini, influencer banyak menarik perhatian masyarakat, khususnya pengguna media sosial. Mereka kerap dianggap sebagai trendsetter, terutama di kalangan milenial. Dengan jumlah pengikut yang banyak, mereka mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi pandangan dan tindakan masyarakat terhadap berbagai topik (Aighi, dkk.2024).

b. Opini Public Di Media Sosial

Opini public merupakan sebuah pendapat dari kelompok atau masyarakat yang didapat dari hasil diskusi sosial dari berbagai pihak yang memiliki kepentingan. Berbeda dengan opini individu yang bersifat subjektif, opini public bersifat objektif dan dapat diukur. Opini publik yaitu hasil integrasi dari sejumlah pendapat yang dibentuk oleh diskusi antar anggota semua masyarakat dalam sebuah negara yang demokratis (Emory Bogardus). Opini publik dibentuk dari pencitraan oleh isi pesan penutur salah satu tipe pengaruh komunikator, yaitu konten issue yang sering terjadi di antara seorang komunikant. Maka dari itu, dalam pembentukan opini publik ini komunikator diharuskan memiliki atau dari sudut pandang konsep operator pembentuk pesan agar sejalan dengan kejadian dan mudah dipahami oleh para komunikant. Antara sosial media dan opini publik ini dapat berjalan sejalan karena pada kenyataannya dengan adanya media sosial komunikator dapat memfasilitas pesan yang ingin disampaikan kepada para komunikant lebih mudah (Wicaksono, dkk. 2024).

c. Urgensi media sosial pada opini publik dan partisipasi politik

Media sosial adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan teknologi digital yang berpotensi memberikan kesempatan kepada setiap orang untuk terhubung, berinteraksi, dan membuat serta berbagi berita. Sehingga peranan media sosial tak lepas dari jejaring informasi dan komunikasi.

Dalam konteks politik, media sosial mempunyai dampak signifikan terhadap proses politik dan partisipasi publik dalam berbagai cara. Media sosial telah meningkatkan partisipasi politik dengan menyediakan platform bagi masyarakat untuk mendiskusikan isu-isu politik, berbagi informasi, dan mengekspresikan pendapat mereka. Oleh karena itu, media sosial memungkinkan orang untuk berpartisipasi dalam diskusi politik, mengorganisir gerakan sosial, dan mempengaruhi kebijakan publik. (Majid, 2023) dalam bukunya “Strategi Komunikasi Politik dalam Pemilu di Era Digital” menyebutkan bahwa strategi komunikasi politik calon presiden mengikuti pergerakan tren politik yang ada. Tren politik mengacu pada arah atau pola perubahan yang terlihat dalam politik, kebijakan, dan dinamika politik selama periode waktu tertentu. Di era digital, tantangannya adalah media sosial menyebarkan misinformasi dan disinformasi, mempolarisasi opini, kampanye kotor dan serangan pribadi terhadap kandidat dapat dengan mudah menyebar ke seluruh platform, dan mempengaruhi opini publik dengan informasi yang tidak valid. (Putricia., dkk. 2024).

d. Penerapan Edukasi Hukum Melalui Media Sosial

Memberikan pendidikan hukum melalui media sosial kepada Gen Z memerlukan penggunaan media sosial secara bijaksana. Artinya media sosial merupakan sarana penyampaian

informasi dan transaksi elektronik. Pengguna media sosial di seluruh dunia, termasuk remaja yang termasuk generasi Z. Di media sosial, banyak cara yang salah dalam menampilkan diri dan menarik perhatian banyak orang. Misalnya, melakukan perilaku yang bersifat bullying atau mengungkapkan ujaran kebencian terhadap pihak tertentu. Tentu saja hal ini dapat menimbulkan akibat hukum (Puspandari, 2021). Salah satu produk internet yang digunakan untuk berbagi informasi adalah media sosial. Jenis media sosial yang populer di Indonesia antara lain Facebook, Instagram, YouTube, dan Twitter. Bahkan di kalangan masyarakat yang sudah terpapar internet dan ponsel pintar sejak masa kanak-kanak, pengguna media sosial berkisar dari orang tua hingga anak-anak. Anda sering mendengar nama lain untuk kelompok pengguna media sosial ini: Generasi X, Y, Z, bahkan Alpha. Generasi Z adalah generasi yang melek teknologi dan membutuhkan segalanya untuk segera berfungsi dan tidak menyukai hal-hal yang lambat dan rumit. Gen Z juga masih dalam proses menemukan identitas dan individualitasnya, sehingga membuat mereka lebih rentan terhadap hal-hal negatif melalui faktor teman sebaya, media sosial, keluarga, dan lingkungan. Kurangnya kesadaran hukum dalam menggunakan media sebagai media pertukaran informasi dan transaksi elektronik dapat mengakibatkan menjadi pelaku atau

korban misinformasi, perundungan, penyebaran konten negatif, ujaran kebencian, dan lain-lain. Hal ini dapat menimbulkan dampak negative (Safitri., dkk,2022).

2. Hasil Wawancara melalui platform google form

Berdasarkan hasil wawancara pada 13 responden melalui platform google form yang dilakukan, dapat kita simpulkan bahwa pengaruh influencer Instagram terhadap opini publik dan partisipasi politik adalah fenomena yang rumit dan dapat berdampak baik atau buruk. Mereka dapat mendorong perubahan sosial dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam proses politik , tetapi mereka juga dapat menjadi alat penipuan dan penyebaran berita palsu. Implikasi Positif: Meningkatkan Kesadaran dan Partisipasi. Mereka juga dapat memobilisasi dukungan untuk berbagai gerakan sosial dan mendorong partisipasi politik, terutama di kalangan generasi muda. Mereka memiliki kemampuan menyampaikan informasi yang kompleks dengan cara yang lebih mudah dipahami dan menarik bagi orang-orang untuk mendengarkannya. Mereka memiliki kemampuan untuk membantu menyatukan dua generasi berkomunikasi dan lebih memahami satu sama lain. Potensi dampak negatif: Influencer dapat dengan mudah menyebarkan hoaks atau informasi palsu, yang dapat menyebar dan menimbulkan polarisasi di masyarakat. Dan Influencer yang tidak memberi tahu

publik tentang afiliasi politik atau sponsor mereka dapat menyebabkan konflik kepentingan dan mengurangi kepercayaan publik. Influencer dapat juga dimanfaatkan untuk memanipulasi pendapat publik dan mendukung tujuan tertentu, seperti ideologi, bisnis, atau politik. Menurut Rorianti, A. (2017) Instagram mengarah pada perubahan struktur kekuasaan di mana setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk berkomunikasi dan mempublikasikan pendapatnya. Semuanya terbuka, meski ada batasan. Karena peraturannya terbatas dalam segala hal, bahkan diskusi di bidang politik, banyak pengguna Instagram yang mencoba saling memengaruhi dengan membagikan konten politik, atau sekadar membuka diri di Instagram. Instagram sudah memiliki tempat dalam berpolitik bagi calon kontestasi di Indonesia sebagai ruang membangun citra dan kampanye (Rorianti, A. 2017).

Pemanfaatan influencer sangat efektif untuk meningkatkan partisipasi politik mahasiswa. Influencer yang kreatif dan relevan memiliki kemampuan untuk mengubah masalah politik yang rumit menjadi konten yang mampu menarik perhatian dan mudah dipahami oleh generasi muda. Mereka dapat memotivasi mahasiswa untuk terlibat aktif dalam proses demokrasi dan menjadi agen perubahan di lingkungan kampus melalui kolaborasi, kampanye, dan pendidikan politik. Dalam konteks ini, influencer merujuk pada individu yang memiliki akun

media sosial dengan jumlah pengikut yang besar dan memiliki peran penting dalam menyebarkan isu kepada masyarakat luas melalui platform media sosial (Jati, 2016). Jumlah pengikut di Instagram dan TikTok dapat dijadikan sebagai indikator pengaruh yang dimiliki dalam membentuk opini publik terhadap isu-isu politik. Banyak influencer belakangan ini mulai menggunakan media sosial untuk memengaruhi politik, dan mereka sekarang berperan penting dalam dinamika politik di internet. Seperti yang dilihat dalam pemilihan presiden dan wakil presiden yang baru-baru ini dilaksanakan, politisi menggunakan kerja sama dengan influencer untuk meningkatkan kekuatan mereka. Terlepas dari fakta bahwa karena hanya ada dua kandidat, baik dukungan maupun kritik dari influencer terhadap masing-masing kandidat memiliki dampak yang signifikan terhadap opini publik (Mikail.,dkk,2024).

Pengaruh influencer terhadap opini politik seseorang sangat bervariasi dan dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti yang ditunjukkan oleh berbagai jawaban responden. Banyak responden mengakui bahwa mereka pernah terpengaruh oleh influencer karena mereka percaya pada kredibilitas dan pendapat yang disampaikan. Pesan politik lebih mudah diterima karena influencer sering membangun hubungan emosional yang kuat dengan pengikutnya. Media sosial memudahkan akses ke informasi,

termasuk konten politik yang disampaikan oleh influencer. Beberapa responden menekankan betapa pentingnya memiliki sikap kritis saat menerima konten politik di media sosial, karena mereka lebih suka mencari informasi dari sumber yang lebih dapat dipercaya. Tingkat minat seseorang terhadap politik juga menentukan seberapa besar mereka terpengaruh oleh orang-orang yang berpengaruh dalam politik. Menurut Dhanesh & Duthler (2019) Pengaruh influencer media sosial terhadap opini politik seseorang sangat bervariasi dan dipengaruhi oleh sejumlah faktor. Banyak responden menyatakan bahwa mereka pernah terpengaruh oleh influencer karena mereka memercayai kredibilitas dan pandangan yang disampaikan. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa influencer memiliki kemampuan untuk membentuk opini publik melalui hubungan emosional yang mereka bangun dengan pengikutnya. Pengaruh tersebut sering kali lebih kuat karena influencer memposisikan diri sebagai sosok yang dekat dan relatable, sehingga pesan politik yang mereka sampaikan lebih mudah diterima. Media sosial juga memiliki peran penting dalam mempermudah akses terhadap informasi politik. Pengikut dapat dengan mudah terpapar konten politik yang disajikan oleh influencer melalui berbagai platform digital. Namun, ada juga kesadaran dari beberapa responden tentang pentingnya bersikap kritis

terhadap konten yang dikonsumsi di media sosial. Mereka lebih memilih mencari informasi dari sumber yang dianggap lebih terpercaya, seperti situs berita resmi atau akademis. Ini menunjukkan bahwa meskipun influencer memiliki kemampuan untuk membentuk opini, pengaruhnya tetap bergantung pada tingkat literasi digital dan minat seseorang terhadap politik. Tingkat minat terhadap politik juga memengaruhi seberapa besar seseorang terpengaruh oleh influencer. Responden yang lebih terlibat secara aktif dalam politik cenderung lebih selektif dan kritis dalam menerima informasi dari influencer. Di sisi lain, mereka yang kurang terlibat secara politik mungkin lebih mudah menerima pesan politik yang disampaikan, terutama jika pesan tersebut disampaikan oleh influencer yang mereka kagumi atau percayai (Dhanesh. G. S., & Duthler. G. 2019).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan terkait dengan dampak dari influencer dalam membangun opini masyarakat dapat disimpulkan, Influencer sangat penting untuk membentuk opini publik. Mereka memiliki potensi besar untuk memiliki dampak positif, seperti menyebarkan informasi yang bermanfaat dan menginspirasi orang lain; namun, di sisi lain, mereka juga memiliki kemampuan untuk menyebarkan informasi yang tidak benar, menipu orang, dan mendorong perilaku konsumtif. Peran ilmu komunikasi semakin penting di abad ke-21, terutama dalam mengelola

informasi dan menciptakan opini publik dengan munculnya media sosial. Teknologi modern mengubah cara kita berinteraksi dan berbagi informasi melalui media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Media sosial memberikan pengaruh besar dalam membentuk opini publik, bahkan mempengaruhi kampanye pemilihan presiden dan strategi pemasaran dengan penggunaan influencer dan karakter internet (Suprayitno,dkk.2024).

Peran Influencer saat ini di media sosial adalah fenomena yang kompleks. Mayoritas responden berpendapat bahwa peran influencer, seperti memberikan informasi, mendidik, dan menginspirasi orang lain, dapat bermanfaat. Influencer dianggap memiliki kemampuan untuk menjadi suara masyarakat dan mengangkat masalah penting. Beberapa responden menekankan bahwa influencer harus bertanggung jawab. Penggunaan platform media sosial perlu dilakukan secara bijak dan penuh tanggung jawab, serta menyampaikan informasi yang akurat dan membangun. Beberapa responden berpendapat bahwa influencer tidak perlu selalu berbicara tentang politik tentang keterlibatan mereka dalam masalah politik. Di satu sisi, mereka memiliki kapasitas yang luar biasa untuk berkontribusi pada perubahan dan berdampak positif bagi masyarakat. Namun, di sisi lain, mereka juga mungkin menyebarkan informasi yang salah dan menipu orang. Dalam era digital saat ini, peran influencer di

media sosial telah menjadi fenomena yang sangat rumit. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sigit Try Yustiawan dan Baroroh Lestari (2023), mayoritas responden berpendapat bahwa influencer memiliki beberapa fungsi penting, seperti memberikan informasi, mendidik, dan menginspirasi orang lain. Mereka dianggap mampu menjadi suara bagi masyarakat, serta dapat mengangkat isu-isu yang signifikan. Namun, tanggung jawab menjadi salah satu aspek yang ditekankan oleh beberapa responden. Mereka berpendapat bahwa influencer harus menggunakan platform media sosial dengan bijak dan bertanggung jawab, terutama dalam menyampaikan informasi yang akurat dan konstruktif. Hal ini menjadi krusial karena influencer memiliki kekuatan untuk mempengaruhi pandangan Masyarakat dan perilaku konsumen. Dengan demikian, krusial bagi mereka untuk tidak hanya fokus pada hiburan, tetapi juga memberikan informasi yang dapat menambah pengetahuan dan pemahaman masyarakat. Di sisi lain, terdapat pandangan bahwa influencer tidak perlu selalu terlibat dalam diskusi politik untuk memberikan dampak positif. Beberapa responden menilai bahwa meskipun influencer memiliki potensi besar untuk berkontribusi pada perubahan sosial, mereka juga berisiko menyebarkan informasi yang keliru. Dalam beberapa kasus, influencer bisa tanpa sengaja menyebarkan hoaks atau informasi yang menyesatkan, yang

dapat mengarah pada kebingungan dan disinformasi di kalangan publik. (Yustiawan & Lestari, 2023)

KESIMPULAN

Dari keseluruhan pembahasan di atas Penelitian yang dilakukan terbatas, karena menggunakan responden yang merupakan mahasiswa fisika Universitas Negeri Medan, dapat disimpulkan bahwa pengaruh influencer Instagram terhadap opini publik dan partisipasi politik adalah fenomena yang kompleks dan dapat bermanfaat atau merugikan. Implikasi positifnya termasuk peningkatan kesadaran dan partisipasi dalam masyarakat serta kemampuan untuk menyampaikan informasi yang mudah dipahami, terutama bagi generasi muda. Namun, dampak negatifnya meliputi penyebaran hoaks, konflik kepentingan, dan manipulasi opini publik. Influencer dapat membantu meningkatkan partisipasi politik mahasiswa dengan cara menyajikan konten yang menarik dan relevan. Pengaruh influencer terhadap opini politik seseorang dipengaruhi oleh kredibilitas, hubungan emosional, dan tingkat minat politik individu. Penting untuk memiliki sikap kritis terhadap konten politik yang diterima dan menggunakannya dengan bijak. Sebagian besar responden setuju bahwa peran influencer dalam pembentukan opini masyarakat dapat bermanfaat, asalkan dilakukan dengan tanggung jawab dan kebijaksanaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani. S & Irwansyah. 2020. Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [The Role Of Social Media Influencers In Communicating Messages Using Instagram]. Jurnal Ilmiah 16 (2) : 203-229
- Ardha, B. (2014). Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 di Indonesia. Jurnal Visi Komunikasi, 13(1), 105–120.
- Arighi, M, F., dkk.(2024). Peran Influencer Terhadap Pemilihan Presiden Pada Pemilihan Umum Tahun 2024. Journal Of Law, Administration, and Social Science. 4 (5) :981-995
- Dhanesh. G. S., & Duthler. G. (2019). Pengelolaan hubungan melalui influencer media sosial: Pengaruh kredibilitas influencer terhadap hasil komunikasi. Journal of Public Relations Research 31(2) : 22-40.
- Djoenasih S. Sunarjo. (2012). Opini Publik. New Jersey: Prentice Hall. (Terjemahan: Wibowo, Tri. (2006). Effective Public Haji Press).
- Girsang. C. N. 2020. Pemanfaatan Micro-Influencer pada Media Sosial sebagai Strategi Public Relations di Era Digital. Jurnal Ultimacomm 12 (2) : 206 -225
- Habibi, M. K., Normansyah, A. D., & Khoerudin, C. M. (2024). Peran

- Warga Negara Melalui Media Sosial Dalam Membentuk Opini Publik. Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial, 5(1), 1-10.
- Jati, W. R. (2016). Aktivisme Kelas Menengah Berbasis Media Sosial: Munculnya Relawan dalam Pemilu 2014. Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 147–162
- Kominfo. (2019). Kominfo Temukan 3356 Hoax Terbanyak Saat Pemilu 2019. Diakses dari: https://www.kominfo.go.id/content/detail/21876/kominfo-temukan-3356-hoaxterbanyak-saat-pemilu-2019/0/berita_satker
- Putricia, D, N.,dkk.(2024). Studi Literatur : Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Gen Z (Zoomers). Retorika ; Jurnal Komunikasi, Sosial, dan Ilmu Politik. 1 (2): 74–82
- Rorianti, A. (2017). Skripsi : Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Tingkat Partisipasi Politik Mahasiswa Pada PILGUB DKI Jakarta 2017. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/49238/1/ADELIA%20RORANTI.FISIP.pdf>
- Safitri, R., Kelmaskouw, A. L., Deing, A., Bonin, B., & Haryanto, B. A. (2022). Edukasi Hukum Melalui Media Sosial Bagi Generasi Z. Jurnal Citizenship Virtues, 2(2), 377-385.
- Saputra, I. G. A. (2024). Peran Media Sosial, Opini Publik Tentang Isu Politik. Igas168.com. <https://igas168.com/peran-media-sosial-opini-publik-tentang-isu-politik/>
- Suprayitno, D., dkk. (2024). Buku Ajar Pengantar Ilmu komunikasi. Jambi : PT.Sonpedia Publishing Indonesia
- Wicaksono. W. Z, dkk. (2024). Peran Media Sosial dalam Membentuk Opini Publik dan Sikap Politik Mahasiswa di Kawasan Kampus Sekaran: Analisis dalam Konteks Pemilu Presiden 2024. Jurnal Mediasi 3 (2) : 131-140
- Yustiawan. S. T & Lestari. B. 2023. Pengaruh Influencer Media Sosial Dan Konten Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Piscocol Di Kota Malang. Jurnal Aplikasi Bisnis 9 (2) :160-168