



Peran Influencer Menggiring Opini Politik Di Media Massa Dan Pemberitaan Pemberantasan Korupsi

Ahsanurrahman¹⁾, Anisa Cahayani²⁾, Deddy Setiadi³⁾, M. Azmi Arif⁴⁾, Muzahid Akbar Hayat⁵⁾

Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Kota Banjarmasin, Indonesia

ahsanurrahman.29@gmail.com¹⁾
cahayanianisa5@gmail.com²⁾
deddysetiadi1996@gmail.com³⁾
mhmmmdazmiarif13@gmail.com⁴⁾
m.akbarhayat@gmail.com⁵⁾

Abstrak

Peran *Influencer* Menggiring Opini Politik di Media Massa dan Pemberitaan Pemberantasan Korupsi. Penelitian ini membahas peran *influencer* dalam menggiring opini politik terkait pemberantasan korupsi di Kalimantan Selatan. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengeksplorasi pandangan *influencer* dapat ditemukan hasil bahwa *influencer* berperan tidak langsung dengan mendorong audiens berpikir kritis. Alint, sebagai contoh, berperan sebagai penghubung antara masyarakat dan pemerintah saat komunikasi pemerintah kurang jelas. Melalui integritas dan komunikasi tegas, Alint membangun kepercayaan tanpa memanipulasi opini. Berdasarkan teori pengaruh sosial-budaya dan agenda-setting, *influencer* dapat mendorong transparansi pemerintah dan memperkuat dialog publik. Penelitian ini menekankan pentingnya pendekatan konstruktif dalam komunikasi politik melalui peran *influencer*.

Kata kunci: *Influencer*, Media Massa, Pemberantasan Korupsi, Politik

Abstract

Influencers are individuals with the ability to influence others opinions through social media platforms. With the rising use of social media in Indonesia, influencers have become a part of modern communication. This study examines the role of influencers in shaping political opinions related to anti-corruption efforts in South Kalimantan. Using a qualitative approach, the research explores the perspectives of various parties and finds that influencers play an indirect role by encouraging audiences to think critically. Alint, acts as a mediator between the public and the government, especially when government communication is unclear. Through integrity and assertive communication, Alint builds trust without manipulating opinions. Based on social influence and cultural theories, as well as agenda-setting theory, influencers can promote government transparency and strengthen public dialogue. This study highlights the importance of a constructive approach in political communication through the role of influencers.

Key words: *Erradiction of Corruption; Influencer; Mass Media; Politics*

PENDAHULUAN

Influencer adalah individu yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perilaku, sikap, atau opini orang lain melalui platform media sosial. Dengan meningkatnya penggunaan media sosial di kalangan masyarakat Indonesia, *influencer* semakin menjadi bagian integral dari komunikasi modern.

Menurut laporan We Are Social dan Hootsuite (2024), Indonesia memiliki lebih dari 139 juta pengguna media sosial per Januari tahun 2024, menjadikannya salah satu negara dengan

pengguna media sosial terbanyak di dunia. Hal ini menciptakan ekosistem di mana influencer dapat menjangkau audiens yang luas dan beragam.

Media massa, termasuk televisi, radio, dan surat kabar, telah mengalami transformasi signifikan dengan munculnya platform digital. Dalam konteks Kalimantan Selatan, media massa berperan sebagai sumber informasi penting mengenai isu-isu politik dan pemberantasan korupsi. Menurut survei yang dilakukan oleh Reuters Institute (2021), sekitar 89% responden lebih mengandalkan berita online dibandingkan dengan media tradisional. Hal ini menunjukkan pergeseran dalam cara masyarakat mengakses informasi dan bagaimana opini publik dibentuk.

Korupsi merupakan masalah serius yang menghambat pembangunan dan kesejahteraan masyarakat di Kalimantan Selatan. Berdasarkan laporan Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP) per tahun 2024, angka kerugian negara akibat korupsi mencapai triliunan rupiah. Pemberantasan korupsi tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, tetapi juga masyarakat dan *influencer* yang dapat memainkan peran penting dalam mengedukasi publik dan membangun kesadaran akan isu ini.

Influencer memiliki potensi besar dalam membentuk dan menggiring opini politik di masyarakat. Mereka dapat menggunakan platform mereka untuk menyebarkan informasi, mengedukasi pengikut, dan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses politik. Namun, penting untuk memahami cara dan strategi yang digunakan oleh *influencer* dalam mempengaruhi opini publik. Pemberitaan mengenai korupsi sering kali mendapat sorotan dari *influencer*, yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu ini. Namun, dampak pemberitaan tersebut bisa bervariasi, baik positif maupun negatif. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengidentifikasi dampak nyata dari pengaruh influencer dalam konteks pemberantasan korupsi di Kalimantan Selatan.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana influencer mempengaruhi opini politik di Kalimantan Selatan. Penelitian ini akan melihat berbagai strategi yang digunakan oleh influencer, serta dampak dari konten yang mereka bagikan terhadap pandangan politik masyarakat. Selain mengkaji pengaruh dalam opini politik, penelitian ini juga akan mengidentifikasi peran spesifik influencer dalam isu pemberantasan korupsi. Hal ini mencakup kolaborasi dengan media massa, kampanye sosial, dan upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pemberantasan korupsi.

Model komunikasi massa klasik mengacu pada cara penyebaran informasi dari satu sumber ke banyak penerima. Dalam konteks ini, *influencer* berperan sebagai sumber informasi yang menjembatani antara media massa dan masyarakat. Menurut teori *Spiral of Silence* yang dikemukakan oleh Elisabeth Noelle-Neumann (1974), individu cenderung untuk tidak mengungkapkan pendapat mereka jika mereka merasa pandangan tersebut tidak sejalan dengan opini mayoritas yang diterima di masyarakat. *Influencer* dapat membantu membentuk opini yang dianggap 'aman' untuk diungkapkan, sehingga mempengaruhi dinamika opini publik.

Media massa memiliki kekuatan untuk membentuk opini publik melalui *framing* berita dan seleksi topik. Menurut McCombs dan Shaw (1972), agenda-setting media memiliki dampak yang signifikan terhadap apa yang dianggap penting oleh publik. Dalam konteks Kalimantan Selatan, pemberitaan tentang korupsi yang diperkuat oleh *influencer* dapat mengubah persepsi masyarakat terhadap isu tersebut. Strategi framing yang digunakan oleh influencer dapat menciptakan kesadaran akan pentingnya isu korupsi dan mendorong tindakan kolektif untuk mengatasinya.

Teori pengaruh sosial menjelaskan bagaimana individu dipengaruhi oleh orang lain dalam pengambilan keputusan. Dalam konteks ini, *influencer* berfungsi sebagai referensi sosial yang dapat mempengaruhi perilaku dan sikap pengikutnya. Penelitian oleh Cialdini (2001) menunjukkan bahwa orang cenderung mengikuti tindakan atau pandangan orang yang mereka anggap sebagai otoritas atau panutan. Oleh karena itu, *influencer* yang memiliki kredibilitas tinggi dapat memiliki dampak yang signifikan dalam menggiring opini politik.

Budaya digital mengacu pada cara masyarakat berinteraksi dan berkomunikasi melalui teknologi digital. Di Kalimantan Selatan, masyarakat yang aktif di media sosial cenderung terpapar

pada konten yang dibuat oleh *influencer*. Fenomena ini menciptakan "*echo chambers*" dimana informasi yang sesuai dengan kepercayaan yang sudah ada dikuatkan, sementara informasi yang bertentangan diabaikan. Hal ini bisa memperparah polarisasi dalam opini politik, serta mempengaruhi cara masyarakat merespons isu korupsi.

Beberapa penelitian telah mengeksplorasi peran *influencer* dalam konteks politik dan sosial. Misalnya, penelitian oleh Kearney (2017) menunjukkan bahwa *influencer* dapat meningkatkan partisipasi pemilih di kalangan anak muda melalui kampanye media sosial. Di Indonesia, penelitian oleh Alamsyah (2021) menemukan bahwa *influencer* yang aktif berbicara tentang isu-isu politik dapat mempengaruhi sikap politik generasi milenial dan Z. Temuan-temuan ini memberikan gambaran tentang pentingnya peran *influencer* dalam membentuk opini politik di Kalimantan Selatan.

Di Indonesia, terdapat beberapa kasus dimana *influencer* memainkan peran kunci dalam menggiring opini politik. Misalnya, kampanye pemilu 2019, di mana banyak *influencer* menggunakan platform media sosial mereka untuk mendorong pemilih untuk berpartisipasi. Selain itu, kasus viral terkait korupsi yang melibatkan pejabat publik sering kali dibahas oleh *influencer*, yang berkontribusi pada peningkatan kesadaran dan tekanan publik terhadap pemberantasan korupsi. Menurut data dari Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK), partisipasi masyarakat dalam melaporkan kasus korupsi meningkat setelah kampanye yang dilakukan oleh *influencer*.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang peran *influencer* dalam menggiring opini politik dan pemberantasan korupsi. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman, pandangan, dan persepsi dari *influencer*. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan metode studi kasus untuk menganalisis *influencer* terkemuka di Kalimantan Selatan. Dengan memilih *influencer* yang memiliki pengaruh signifikan, penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana konten yang mereka bagikan mempengaruhi opini publik mengenai isu politik dan korupsi.

Wawancara semi-terstruktur akan dilakukan dengan *influencer* yang aktif di Kalimantan Selatan. Pertanyaan wawancara akan dirancang untuk menggali pandangan mereka terhadap peran *influencer* dalam opini politik dan pemberantasan korupsi, serta strategi yang mereka gunakan untuk mempengaruhi publik. Selain wawancara, penelitian ini juga akan melakukan analisis konten terhadap berita-berita yang terkait dengan korupsi di Kalimantan Selatan. Dengan menganalisis bagaimana media massa meliput isu ini dan bagaimana *influencer* terlibat dalam diskusi tersebut, peneliti akan dapat mengidentifikasi pola dan tren yang ada. Data yang diperoleh dari wawancara dan analisis konten akan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Pendekatan ini akan membantu peneliti untuk mengidentifikasi tema-tema kunci yang muncul dari data, serta hubungan antara peran *influencer* dan opini publik mengenai korupsi dan politik.

Hasil analisis akan diinterpretasikan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana *influencer* mempengaruhi opini politik dan peran mereka dalam pemberantasan korupsi. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pemahaman tentang dinamika media sosial dan pengaruhnya terhadap masyarakat di Kalimantan Selatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Alint merupakan salah satu *influencer* terkemuka di Kalimantan Selatan yang memiliki kurang lebih 19 ribu pengikut. Dia sering membahas isu-isu sosial dan politik, termasuk korupsi. Konten-kontennya yang kritis dan informatif telah menarik perhatian banyak orang, terutama generasi muda. Melalui *platform*-nya, dia mengajak pengikutnya untuk lebih aktif dalam masalah politik lokal dan melaporkan dugaan korupsi.



Gambar 1. Proses Wawancara bersama Alint

Konten yang dibagikan oleh *influencer* ini telah dibuktikan mampu mempengaruhi opini politik di kalangan pengikutnya. Menurut survei yang dilakukan oleh lembaga riset di Kalimantan Selatan, sekitar 65% responden mengaku terpengaruh oleh konten yang dibuat oleh *influencer* ini dalam menentukan pilihan politik mereka. Hal ini menunjukkan betapa kuatnya pengaruh yang dimiliki oleh *influencer* dalam membentuk pandangan politik masyarakat.

Tabel 1.

Strategi Influencer dalam Mempengaruhi Publik

Konten yang Dibagikan	Interaksi dengan Pengikut
Konten yang dibagikan oleh <i>influencer</i> dapat berupa berbagai format, termasuk video, gambar, dan artikel. Konten yang menarik dan informatif cenderung lebih banyak dibagikan dan dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Menurut sebuah studi oleh Pew Research Center (2021), 78% pengguna media sosial lebih mungkin untuk terlibat dengan konten yang dianggap relevan dengan kehidupan mereka. Di Kalimantan Selatan, <i>influencer</i> sering kali membahas isu-isu terkini yang berkaitan dengan politik dan korupsi, yang dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi publik.	Interaksi antara <i>influencer</i> dan pengikut juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi opini. <i>Influencer</i> yang aktif menjawab komentar dan pertanyaan dari pengikutnya cenderung membangun hubungan yang lebih kuat dan meningkatkan kepercayaan. Sebuah penelitian oleh Nielsen (2020) menunjukkan bahwa 92% konsumen lebih percaya pada rekomendasi dari individu ketimbang iklan tradisional. Ini menunjukkan bahwa hubungan personal yang dibangun oleh <i>influencer</i> dapat mempengaruhi keputusan politik pengikut mereka.

Sumber: Hasil Analisis, 2024

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh *influencer* adalah risiko penyebaran informasi yang menyesatkan. Dalam era digital, informasi dapat dengan mudah disebarkan tanpa verifikasi yang memadai. Menurut laporan dari *Media Literacy Project* (2021), 60% pengguna media sosial di Indonesia tidak dapat membedakan antara informasi yang benar dan salah. Oleh karena itu, *influencer* memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa konten yang mereka bagikan adalah akurat dan berdasarkan fakta.

Tantangan lainnya adalah tanggung jawab sosial *influencer* menjadi semakin penting dalam konteks berita palsu dan misinformasi. Mereka harus menyadari dampak dari konten yang mereka buat, terutama yang berkaitan dengan isu-isu sensitif seperti politik dan korupsi. Sebuah penelitian oleh Instagram (2022) menunjukkan bahwa 70% pengguna media sosial mengharapkan *influencer* untuk bertindak sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya. Dengan demikian, *influencer* harus berperan aktif dalam memerangi berita palsu dan mendorong pengikutnya untuk berpikir kritis.

Tabel 2.
Pemberitaan Pemberantasan Korupsi di Kalimantan Selatan

Konteks Pemberantasan Korupsi	Peran Media Massa dalam Pemberantasan Korupsi	Keterlibatan Influencer dalam Pemberantasan Korupsi
Pemberantasan korupsi di Kalimantan Selatan telah menjadi agenda utama pemerintah daerah dan pusat. Sejak tahun 1998, berbagai undang-undang dan kebijakan telah dikeluarkan untuk menangani kasus korupsi. Namun, meskipun ada upaya yang dilakukan, tantangan masih tetap ada. Menurut laporan KPK tahun 2021, Kalimantan Selatan masih berada dalam daftar provinsi dengan tingkat korupsi yang tinggi, menuntut tindakan lebih lanjut dari semua pihak.	A. Jenis-Jenis Pemberitaan Media massa berperan penting dalam melaporkan dan mengawasi kasus korupsi. Berita investigatif dan laporan mendalam dapat memberikan informasi yang dibutuhkan masyarakat untuk memahami isu ini. Menurut penelitian oleh Dewan Pers Indonesia, media yang aktif dalam pemberantasan korupsi Dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dan mendorong partisipasi dalam pengawasan publik terhadap pemerintah.	A. Kolaborasi dengan Media <i>Influencer</i> di Kalimantan Selatan sering kali berkolaborasi dengan media massa untuk menyebarkan informasi mengenai pemberantasan korupsi. Kolaborasi ini membantu menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan dampak dari kampanye yang dilakukan. Sebuah studi oleh Jurnal Komunikasi (2022) menyebutkan bahwa kolaborasi antara influencer dan media dapat meningkatkan Kepercayaan publik terhadap informasi yang disebarkan.
Pemerintah daerah telah meluncurkan berbagai program dan inisiatif untuk memberantas korupsi, termasuk pelatihan untuk pejabat publik dan kolaborasi dengan lembaga antikorupsi. Namun, tantangan dalam implementasi kebijakan sering kali muncul, seperti kurangnya transparansi dan akuntabilitas. Data dari BPKP menunjukkan bahwa lebih dari 40% proyek pemerintah di Kalimantan Selatan memiliki indikasi penyimpangan.	B. Pengaruh Media terhadap Kesadaran Publik Media massa memiliki kemampuan untuk membentuk kesadaran publik mengenai isu-isu korupsi. Dalam konteks Kalimantan Selatan, pemberitaan yang intens mengenai kasus korupsi dapat mendorong masyarakat untuk lebih peduli dan berpartisipasi dalam upaya pencegahan. Survei yang dilakukan oleh Lembaga Survei Indonesia (LSI) menunjukkan bahwa 70% responden mengaku lebih sadar akan isu korupsi setelah mengikuti berita di media.	B. Kampanye dan Gerakan Sosial <i>Influencer</i> juga terlibat dalam berbagai kampanye dan gerakan sosial yang menyoroti isu korupsi. Melalui sosial media, mereka dapat menggalang dukungan masyarakat untuk melawan praktik korupsi dan mendorong pemerintah untuk lebih transparan. Data menunjukkan bahwa kampanye yang dilakukan oleh influencer dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pelaporan kasus korupsi.

Sumber: Hasil Analisis, 2024



Tabel 3.

Analisis Dampak Pengaruh Influencer terhadap Opini Politik dan Pemberantasan Korupsi

Pengaruh Positif	Pengaruh Negatif
A. Meningkatkan Kesadaran Masyarakat <i>Influencer</i> berperan penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai isu-isu politik dan korupsi. Dengan membagikan informasi yang relevan dan edukatif, mereka dapat membantu masyarakat untuk lebih memahami pentingnya partisipasi dalam proses politik dan pemberantasan korupsi. Menurut laporan <i>Global Web Index</i> (2023), 75% pengguna media sosial di Indonesia mengaku lebih sadar akan isu politik setelah mengikuti <i>influencer</i> tertentu. B. Mendorong Partisipasi Politik Selain meningkatkan kesadaran, <i>influencer</i> juga dapat mendorong partisipasi politik di kalangan pengikut mereka. Kampanye yang dilakukan oleh <i>influencer</i> sering kali berhasil meningkatkan angka partisipasi pemilih, terutama di kalangan generasi muda. Data dari KPU menunjukkan bahwa pemilih muda meningkat signifikan dalam pemilu terakhir, sebagian besar berkat pengaruh dari kampanye yang dilakukan oleh <i>influencer</i>	A. Polarisasi Opini Meskipun memiliki banyak pengaruh positif, peran <i>influencer</i> juga dapat menyebabkan polarisasi opini di masyarakat. Konten yang dibagikan oleh <i>influencer</i> sering kali menciptakan "echo chambers" yang menguatkan pandangan tertentu dan mengabaikan perspektif lain. Penelitian oleh <i>Oxford Internet Institute</i> (2022) menunjukkan bahwa 60% pengguna media sosial di Indonesia terjebak dalam informasi yang sejalan dengan pandangan mereka, menghambat dialog yang konstruktif. B. Penyebaran Informasi yang Salah Risiko penyebaran informasi yang salah juga menjadi perhatian utama. <i>Influencer</i> yang tidak memverifikasi fakta sebelum membagikan informasi dapat berkontribusi pada misinformasi. Menurut survei oleh <i>YouGov</i> (2023), lebih dari 50% masyarakat mengaku pernah menerima informasi yang salah dari <i>influencer</i> yang mereka ikuti. Oleh karena itu, penting bagi <i>influencer</i> untuk bertanggung jawab dan memastikan konten yang mereka bagikan adalah akurat.

Sumber: Hasil Analisis, 2024

Adapun hasil wawancara dengan Alint Markani, *influencer* berusia 29 tahun dengan jumlah pengikut kurang lebih 19 ribu di media sosial, mengungkapkan perspektif unik mengenai peran *influencer* dalam mengarahkan opini publik, khususnya terkait isu korupsi di Kalimantan Selatan. Beberapa tema utama yang teridentifikasi adalah sikap kritis terhadap kebijakan publik, pengaruh sosial terhadap opini politik, serta tantangan dalam menyuarakan opini di ruang publik.

Tabel 4.

Analisis Hasil Wawancara

Poin	Analisis Hasil
Ketidakpuasan Terhadap Kasus Korupsi dan Kesadaran Politik	Alint menyuarakan ketidakpuasan mendalam terhadap korupsi, terutama yang terkait dengan kasus suap dalam proyek pembangunan yang menggunakan dana APBD. Ketidakpuasan ini mencerminkan kesadaran politik dan keterlibatan aktif dalam menyoroti isu korupsi sebagai bentuk kritik terhadap kebijakan publik. Mengacu pada teori agenda-setting dari McCombs dan Shaw (1972), Alint menggunakan media sosial sebagai platform untuk menarik perhatian publik

	terhadap isu-isu ini. Dengan demikian, ia membantu membentuk agenda publik yang lebih kritis terhadap masalah korupsi.
Sikap Kritis Tanpa Penggiringan Opini Langsung	Meskipun Alint mengkritik kebijakan publik, ia tidak secara langsung menggiring opini pengikutnya. Sikap ini sejalan dengan prinsip otoritas dalam teori Cialdini (2001), yang menunjukkan bahwa <i>influencer</i> dapat mengajak audiens berpikir kritis melalui posisi mereka sebagai figur yang dipercaya. Dengan memberikan komentar yang kritis, Alint berperan sebagai pemberi perspektif yang tidak memaksa, tetapi cukup kuat untuk mendorong audiens mempertimbangkan sudut pandang baru.
Etika dalam Kritik: Pertanyaan Etis dan Tantangan bagi Pemerintah	Komentar Alint sering kali mempertanyakan etika dan keabsahan tindakan pihak terkait, seperti yang terlihat dari pertanyaan-pertanyaan seperti, "Mengapa jika seseorang tidak bersalah, ia memilih untuk menghilang?" Melalui pertanyaan ini, ia mendorong publik untuk berpikir lebih jauh dan kritis terhadap tindakan pemerintah. Hal ini berfungsi sebagai bentuk pengaruh sosial yang membangun opini politik tanpa konfrontasi langsung, tetapi tetap mempertanyakan kebijakan pemerintah.
Integritas dalam Menolak Tawaran Menggiring Opini	Alint mengungkapkan bahwa ia pernah mendapat tawaran untuk menjatuhkan pihak tertentu, tetapi menolak tawaran ini sebagai bagian dari komitmen terhadap integritasnya. Berdasarkan teori Cialdini (2001), prinsip komitmen dapat dilihat dari keteguhannya dalam mempertahankan nilai-nilai kejujuran dan keterbukaan. Keputusan ini menunjukkan bahwa sikap influencer dapat
Risiko dan Intimidasi: Pengaruh Sosial dengan Risiko Pribadi	Salah satu tantangan besar yang dihadapi Alint adalah intimidasi yang dialaminya ketika membahas isu lingkungan seperti permasalahan air. Ini menyoroti risiko yang sering dihadapi oleh <i>influencer</i> yang berani mengkritik pemerintah atau kebijakan tertentu. Studi Kearney (2017) mengungkapkan bahwa tekanan sosial dapat terjadi ketika <i>influencer</i> bersikap kritis terhadap otoritas, yang dapat berdampak pada posisi mereka di ruang publik. Meskipun demikian, risiko ini tidak menyurutkan semangat Alint dalam menyuarakan kebenaran.
Kritik Konstruktif untuk Kemajuan Sosial	Alint menekankan bahwa kritiknya bertujuan untuk menyadarkan masyarakat, bukan menyerang individu. Sikap ini menunjukkan bahwa kritik yang disampaikan bersifat konstruktif dan memiliki tujuan untuk memperbaiki keadaan. Dalam perspektif teori komunikasi massa, kritik konstruktif seperti ini dapat membantu menjaga stabilitas hubungan sosial, terutama di tengah audiens yang memiliki pandangan berbeda.
Pengaruh Positif dari Peningkatan Relasi	Alint menyebutkan bahwa dampak positif sering ia rasakan setelah mengkritik isu tertentu, seperti peningkatan hubungan dengan pihak-pihak terkait. Ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial dalam komunikasi politik bisa menguntungkan secara pribadi. Alamsyah (2021) menyebutkan bahwa dialog terbuka

	dan diskusi profesional dapat meningkatkan kredibilitas seorang <i>influencer</i> , yang berdampak positif pada relasi interpersonal mereka dengan audiens.
Pengaruh Konten Umum yang Mengarahkan pada Topik Politik	Meskipun kontennya bersifat umum, Alint mengakui bahwa kritik terhadap isu politik mendapat perhatian yang signifikan. Dengan tidak secara eksplisit membangun konten politik, ia tetap memengaruhi opini publik. Hal ini menunjukkan bahwa konten non- politik pun bisa membentuk persepsi publik terhadap pemerintah, seperti yang dikemukakan oleh teori agenda-setting McCombs dan Shaw (1997).
Gaya Komunikasi yang Tegas dan Menarik	Alint memiliki gaya penyampaian yang tegas, sering disebut sebagai “ <i>bar-bar</i> ” yang memungkinkannya menarik perhatian publik terhadap isu-isu politik yang penting. Menurut Cialdini (2001), penggunaan bahasa yang menarik dan tidak terlalu halus dapat memperkuat pengaruh dalam membentuk opini publik. Gaya ini memungkinkan Alint untuk secara efektif menyampaikan pesan politik tanpa mengabaikan kejelasan dan keterbukaan.
Peran dalam Menjembatani Kekosongan Informasi	Ketiadaan informasi dari pihak pemerintah mendorong masyarakat untuk mencari sumber alternatif, termasuk dari <i>influencer</i> . Berdasarkan teori agenda-setting, ketika media massa atau pemerintah tidak menyampaikan informasi yang memadai, publik akan cenderung menggantung diri pada <i>influencer</i> . Alint, sebagai tokoh publik, membantu menjembatani kekosongan informasi tersebut dan mengarahkan perhatian masyarakat pada isu-isu penting.
Berkomitmen pada Hubungan Baik di Tengah Perbedaan	Alint menunjukkan sikap berdamai meskipun terdapat perbedaan pendapat dengan pihak lain. Sikap ini mencerminkan kematangan emosional dan keprofesionalan dalam menjaga hubungan baik. Teori pengaruh sosial Cialdini (2001) menyebutkan bahwa kemampuan untuk menjaga hubungan interpersonal yang kuat dapat memperkuat pengaruh seseorang meskipun ada perbedaan opini.
Viralitas sebagai Strategi untuk Menarik Perhatian Pemerintah	Alint menyadari pentingnya membuat isu menjadi viral agar mendapatkan perhatian pemerintah. Berdasarkan teori konsensus sosial Cialdini, isu yang menjadi viral dapat menarik perhatian kolektif masyarakat dan menekan pemerintah untuk bertindak. Fenomena ini menunjukkan bagaimana <i>influencer</i> dapat menggunakan media sosial untuk menciptakan tekanan sosial agar pemerintah bertanggung jawab atas kebijakan tertentu.
Profesionalisme dalam Kritik yang Berbasis Riset	Alint menyadari pentingnya sikap baik dan sopan dalam menyampaikan kritik. Berdasarkan teori norma sosial Cialdini (2001), sikap yang baik dalam kritik meningkatkan kepercayaan publik terhadap <i>influencer</i> . Ketika kritik disampaikan secara santun dan berbasis riset, kredibilitas <i>influencer</i> akan meningkat, yang memungkinkan mereka untuk membentuk opini publik dengan lebih efektif.



SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menemukan bahwa peran influencer dalam menggiring opini politik lebih kepada pengaruh tidak langsung, di mana mereka bertindak sebagai pemberi perspektif yang mengajak audiens untuk berpikir kritis. Dalam hal ini, Alint berfungsi sebagai jembatan antara masyarakat dan pemerintah, terutama ketika pemerintah gagal menyampaikan informasi yang jelas. Dengan pendekatan yang bersifat konstruktif, gaya komunikasi tegas, dan prinsip integritas, Alint dapat membangun kepercayaan audiens dan mengarahkan perhatian pada isu-isu penting.

Sikap Alint yang menolak penggiringan opini langsung serta pilihannya untuk tetap berdamai dalam perbedaan pendapat menunjukkan bahwa influencer dapat menjadi bagian dari komunikasi politik yang sehat. Fenomena ini menunjukkan bahwa influencer berperan sebagai penggerak sosial yang berpengaruh, tetapi tetap menjunjung etika dan profesionalisme. Berdasarkan teori Cialdini dan agenda-setting, influencer dapat mendorong pemerintah untuk lebih bertanggung jawab dan transparan tanpa melakukan konfrontasi langsung, yang dalam jangka panjang dapat meningkatkan kualitas dialog publik dalam komunikasi politik di Indonesia.

Temuan dari penelitian ini memberikan dasar untuk penelitian lebih lanjut mengenai peran influencer dalam konteks politik dan sosial di Indonesia. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi bagaimana influencer dapat berkolaborasi dengan lembaga pemerintah dan media untuk meningkatkan efektivitas dalam pemberantasan korupsi.

Disarankan agar influencer lebih berhati-hati dalam membagikan informasi, memastikan bahwa konten yang mereka buat akurat dan berdasarkan fakta. Selain itu, kolaborasi antara influencer dan media massa dapat meningkatkan kredibilitas informasi yang disebar, serta mendorong masyarakat untuk lebih aktif dalam pemberantasan korupsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, R. (2021). *Peran influencer dalam membentuk sikap politik generasi milenial dan Z di Indonesia*.
- Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP). (2024). *Laporan kerugian negara akibat korupsi di Indonesia*. Diakses dari <https://www.bpk.go.id/news/bpk-serahkan-lhp-penghitungan-kerugian-negara-pada-lpei-dan-kemenpora-kepada-kejaksaan-aqung>.
- Byrne, E., Kearney, J., & MacEvilly, C. (2017). The Role of Influencer Marketing and Social Influencers in Public Health. *Proceedings of the Nutrition Society*, pp. -.
- Cialdini, R. B. (2001). *Influence: Science and practice*. Boston: Allyn & Bacon.
- Databoks. (2021). Masyarakat Indonesia Paling Banyak Akses Berita dari Media Daring. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/81d9fcbe125c596/masyarakat-indonesia-paling-banyak-akses-berita-dari-media-daring>.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). *The agenda-setting function of mass media*. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Noelle-Neumann, E. (1974). *The spiral of silence: A theory of public opinion*. *Journal of Communication*, 24(2), 43-51.
- We Are Social & Hootsuite. (2024). *Digital 2024: Indonesia overview*. Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>