

Digitalisasi dan Partisipasi Politik: Analisis Peran Influencer Dalam Pemilu 2024

Digitalization and Political Participation: Analysis of the Role of Influencers in the 2024 Election

Indah Arihta Bintang & Rahmanita Ginting

Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

Abstrak

Pemilu 2024 menjadi momentum penting bagi demokrasi Indonesia, di mana digitalisasi memainkan peran yang semakin signifikan dalam membentuk opini politik masyarakat. Salah satu fenomena yang mencolok adalah peran influencer dalam memengaruhi partisipasi politik, terutama di kalangan pemilih muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang digunakan oleh influencer dalam membangun opini politik dan dampaknya terhadap partisipasi politik dalam Pemilu 2024. Melalui wawancara dengan influencer, tokoh masyarakat, dan pemilih muda, penelitian ini menemukan bahwa influencer memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube untuk menyampaikan pesan politik dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami. Dengan menggunakan bahasa yang santai, infografis, dan kolaborasi dengan pakar politik, influencer berhasil menjangkau audiens yang sebelumnya kurang tertarik pada politik. Namun, penelitian ini juga menyoroti tantangan terkait kredibilitas dan potensi penyebaran informasi yang tidak akurat. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi, melalui peran influencer, telah meningkatkan keterlibatan politik masyarakat, meskipun diperlukan literasi digital yang lebih baik untuk menghindari disinformasi.

Kata Kunci: Digitalisasi; Partisipasi Politik; Analisis Peran Influencer; Pemilu 2024.

Abstract

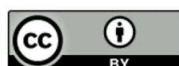
The 2024 election is an important momentum for Indonesian democracy, where digitalization plays an increasingly significant role in shaping people's political opinions. One striking phenomenon is the role of influencers in influencing political participation, especially among young voters. This study aims to analyze the strategies used by influencers in building political opinions and their impact on political participation in the 2024 election. Through interviews with influencers, community leaders, and young voters, this study found that influencers utilize social media platforms such as Instagram, TikTok, and YouTube to convey political messages in a more interesting and easy-to-understand way. By using casual language, infographics, and collaboration with political experts, influencers have succeeded in reaching audiences who were previously less interested in politics. However, this study also highlights challenges related to credibility and the potential for the spread of inaccurate information. Overall, the results of the study indicate that digitalization, through the role of influencers, has increased people's political engagement, although better digital literacy is needed to avoid disinformation.

Keywords: Digitalization; Political Participation; Influencer Role Analysis; 2024 Election

How to Cite: Bintang, I.A. & Ginting, R. (2026). Digitalisasi dan Partisipasi Politik: Analisis Peran Influencer dalam Pemilu 2024. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 8(1) 2026: 33-41

*E-mail: indaharihta@gmail.com

ISSN 2722-1148 (Online)



PENDAHULUAN

Pemilu merupakan salah satu pilar utama demokrasi yang memungkinkan rakyat untuk menentukan arah dan kebijakan negara melalui perwakilan yang dipilih secara langsung. Dalam konteks globalisasi dan kemajuan teknologi, digitalisasi telah menjadi salah satu katalisator utama dalam mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam praktik politik (Juleha et al., 2024; Kurniawan, 2018; Wulan Suri & Yuneva, 2021). Pemilu 2024 di Indonesia dihadapkan pada tantangan sekaligus peluang baru dengan semakin masifnya penggunaan teknologi digital, khususnya media sosial, sebagai sarana komunikasi dan mobilisasi politik.

Kebersinambungan perkembangan teknologi yang berlangsung tanpa henti sepanjang sejarah manusia sesungguhnya telah menunjukkan bahwa selalu terjadi proses perubahan dan perkembangan dalam inovasi teknologi media digital (Hasfi, 2019; Hidayat, 2015; Indonesia, 2020). Dimana kemajuan teknologi ini telah banyak memainkan peran penting di dunia sejak era digitalisasi. Hal tersebut tentunya memberikan dampak yang begitu besar dalam pelbagai lini kehidupan manusia. Senada I. Ilham et al. (2022) perkembangan teknologi dewasi ini telah membawa manfaat yang begitu luar biasa bagi kemajuan peradaban manusia, dimana pekerjaan manusia sebelumnya menuntut kekuatan dan kemampuan fisik, kondisi tersebut telah tergantikan dengan perangkat mesin yang serba otomatis.

Digitalisasi telah mengubah cara masyarakat berinteraksi, memperoleh informasi, dan berpartisipasi dalam proses politik. Media sosial, sebagai salah satu produk digitalisasi, memainkan peran sentral dalam menyebarkan informasi politik secara cepat dan luas (Lubis et al., 2022a; Silitonga & Roring, 2023; Wicaksono, 2021). Di sisi lain, media sosial juga membuka ruang baru bagi aktor-aktor non-tradisional, seperti influencer, untuk terlibat dalam proses politik. Influencer, yang umumnya dikenal sebagai figur populer di platform digital, memiliki kemampuan untuk memengaruhi opini publik melalui konten yang mereka bagikan. Peran mereka dalam pemilu menjadi semakin signifikan karena kemampuan mereka untuk menjangkau khalayak luas, terutama generasi muda yang menjadi pengguna utama media sosial.

Merujuk Sampurna et al. (2024) dalam era revolusi industri saat ini, adanya perkembangan pesat dalam bidang teknologi mengakibatkan seseorang dengan sangat mudah untuk meng-influence orang lain dalam pelbagai media maupun platform digital seperti halnya melalui sosial media atau jejaring sosial (*social networking*). Seiring dengan perkembangan sosial media kemudian muncul sosok-sosok pengguna sosial media yang memiliki pengaruh, sosok ini kemudian dikenal sebagai influencer (Athaya & Irwansyah, 2021; Barokah et al., 2023; Lubis et al., 2022b).

Fenomena ini membawa implikasi besar bagi partisipasi politik. Di satu sisi, keterlibatan influencer dapat meningkatkan kesadaran politik dan mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam pemilu. Influencer dapat menjadi jembatan antara isu-isu politik yang kompleks dengan masyarakat awam melalui bahasa yang lebih sederhana dan format yang lebih menarik. Namun, di sisi lain, pengaruh mereka juga dapat menjadi problematik jika digunakan untuk menyebarkan informasi yang bias atau tidak benar, yang berpotensi memengaruhi proses demokrasi secara negatif.

Dalam konteks Pemilu 2024, kehadiran influencer sebagai aktor politik non-tradisional menimbulkan pertanyaan mendalam mengenai dampak digitalisasi terhadap kualitas demokrasi dan partisipasi politik di Indonesia. Penelitian oleh M. Ilham et al. (2022) bahwa terdapat pola segitiga kekuatan dalam sistem politik, masing-masing; government, private sector dan civil society yang berperan penting dalam memotori proses pengambilan kebijakan. Pada konteks ini, influencer kemudian dikategorikan sebagai bagian dari civil society yang bertindak sebagai pemberi input dan feedback dalam proses pengambilan kebijakan. Di ranah Pemilihan Umum

(Pemilu), pelibatan influencer dari kalangan selebritis bertujuan untuk membentuk opini publik, mendapatkan dukungan masyarakat, bahkan memenangkan kompetisi. Hal ini senada dengan Saragih et al. (2024) bahwa 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.

Penelitian oleh Afrita (2023) bahwa kampanye pemilu 2024 sangat aktif di berbagai platform media sosial, memicu perkembangan teknologi dan era digitalisasi yang pesat. Namun, ada tantangan seperti informasi hoax yang dapat merusak citra calon lawan politik dan harus diwaspadai dalam penggunaan media digital untuk kampanye. Oleh Sampurna et al. (2024), di era internet yang semakin berkembang, media sosial telah berkembang menjadi instrumen ampuh untuk mengorganisir massa dalam jumlah besar, membentuk ide, dan menyebarkan informasi. Penggunaan media sosial dalam kampanye politik mempengaruhi opini publik, perilaku politik, dan keterlibatan politik.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan influencer dapat membantu meningkatkan tingkat partisipasi pemilih, terutama di kalangan pemilih muda yang cenderung lebih apatis terhadap politik konvensional. Namun, tantangan seperti penyebaran hoaks, polarisasi politik, dan manipulasi opini publik juga menjadi ancaman yang tidak dapat diabaikan.

Selain itu, pemanfaatan media sosial oleh influencer sering kali melibatkan strategi komunikasi yang berorientasi pada popularitas dan citra, dibandingkan pada substansi isu politik. Hal ini memunculkan kekhawatiran bahwa kampanye politik melalui influencer dapat menggeser fokus dari diskusi substantif ke arah politik pencitraan. Sebagai contoh, konten yang viral di media sosial sering kali lebih berorientasi pada hiburan daripada mendalami isu-isu mendasar yang relevan dengan kebijakan publik.

Konteks digitalisasi dalam Pemilu 2024 juga mencerminkan dinamika yang lebih luas tentang bagaimana teknologi membentuk lanskap politik di era modern. Dengan semakin terhubungnya masyarakat melalui platform digital, ruang publik tradisional bergeser ke ruang digital yang lebih kompleks, interaktif, dan sering kali tidak terkontrol. Dalam ruang ini, aktor-aktor baru seperti influencer memainkan peran yang tidak dapat diabaikan dalam membentuk narasi politik dan memengaruhi pilihan pemilih.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis peran influencer dalam meningkatkan partisipasi politik pada Pemilu 2024. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali pemahaman mendalam mengenai fenomena digitalisasi politik serta bagaimana influencer memengaruhi keputusan politik masyarakat. Lokasi penelitian mencakup berbagai platform media sosial yang digunakan dalam kampanye politik Pemilu 2024, seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Twitter. Subjek penelitian meliputi influencer politik dan non-politik yang berpartisipasi dalam kampanye pemilu. Pemilih yang terpapar konten politik dari influencer. Tim kampanye dan ahli komunikasi politik. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui metode wawancara mendalam yang dilakukan terhadap influencer, pemilih, serta pakar komunikasi politik untuk memperoleh perspektif tentang peran influencer dalam meningkatkan partisipasi politik. Juga melakukan dan mengamati konten yang diproduksi oleh influencer terkait Pemilu 2024 di media sosial. Kemudian, data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi pola-pola utama dalam penggunaan influencer dalam kampanye politik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Digitalisasi Memengaruhi Pola Partisipasi Politik Masyarakat dalam Pemilu 2024

Beberapa hasil wawancara bahwa digitalisasi memengaruhi pola partisipasi politik masyarakat dalam Pemilu 2024. Wawancara yang dilakukan pada tanggal 5 Januari 2025 dengan Bapak Alex seorang pemilih. Ia menuturkan:

“memang sangat berpengaruh media digital saat ini dalam menentukan pilihan masyarakat terutama dalam pemilu 2024. Saya secara pribadi merasa senang karena bisa melihat sendiri yaa bagaimana para calon tertentu dalam mempromosikan dirinya misalnya dengan bantuan dari pihak lain seperti influencer”.

Dalam hal ini Bapak Alex menyampikan bahwa media digital memiliki pengaruh signifikan terhadap penentuan pilihannya terutama pada pemilu 2024. Hal ini dikarenakan ia dapat lebih mudah mengakses informasi terkait para calon yang akan bersaing dalam pemilu. Mulai dari nama calon, latar belakang calon serta potensi dari calon tersebut. Lebih jauh ditambahkannya.

“tapi walau demikian yaa kita juga saya sebagai pribadi tentu melihat juga fakta seperti apa karena mungkin saja berbeda dengan apa yang telah disampaikan oleh para influencer terkait dengan profil para pasangan calon. Namun, di samping itu pada intinya memang peran digitalisasi ini seperti tiktok, facebook, twitter dan instagram memang sangat memengaruhi Keputusan dalam memilih pasangan calon”.

Dalam hal ini Bapak Alex menyampaikan bahwa dirinya juga tidak serta merta mempercayai begitu saja apa yang telah ia lihat dari berbagai media sosial atau media massa terkait dengan profil dan potensi mereka akan tetapi secara bijak juga perlu melihat sumber lain seperti apa kenyataan dari latar belakang para calon tersebut. Namun, pada kenyataannya bahwa memang benar peran digitalisasi kekinian cukup memiliki andil besar dalam menentukan pilihan mereka dalam pemilu 2024.



Gambar 1. Dokumentasi bersama Bapak Alex

Selanjutnya wawancara yang dilakukan dengan Bapak Ardisyaputra pada tanggal 12 Januari 2025 salah seorang influencer instagram. Ia menuturkan:

“iya ka saya salah seorang influencer melalui instagram pribadi saya, saya pernah ditawarkan salah satu pasangan calon untuk mempromosikan terkait profil mereka dan keunggulan-keunggulan mereka. Tentu hal ini dapat mempengaruhi sikap politik masyarakat terutama pada pemilu 2024 lalu. Karena memang banyak yang berkomentar

terkait konten saya upload tersebut dan juga banyak lapisan masyarakat yang melihat atau menontonnya”.

Dalam hal ini Bapak Ardisyaputra menjelaskan bahwa perannya sebagai influencer memiliki pengaruh yang cukup besar bagi masyarakat dalam menentukan pilihan mereka. Melalui video yang ia upload di media instagram dan tiktok pribadinya, terbukti banyak masyarakat yang menonton dan memberikan komentar positif terhadap pasangan calon pada pemilu 2024 lalu. Lebih jauh dituturkannya:



Gambar 2. Dokumentasi bersama Bapak Ardisyaputra

“Dalam membangun ide konten, ada yang memang diminta dari pasangan calon dan ada juga yang memang saya inisiatif sendiri. Jadi memang konten yang saya upload tersebut harapannya dapat memiliki dampak positif bagi masyarakat dalam menentukan pilihan mereka”.

Dalam hal ini Bapak Ardisyaputra menyampaikan bahwa dalam pembuatan ide video yang akan diupload ada yang memang berasal dari pasangan calon sendiri dan ada juga yang memang diinisiasi sendiri. Namun, keduanya memiliki tujuan yang sama yakni untuk memberikan kesan positif kepada masyarakat sehingga lebih mudah dalam menentukan pilihan mereka.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Alex, seorang pemilih dalam Pemilu 2024, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi memiliki peran yang signifikan dalam membentuk pola partisipasi politik masyarakat. Kemudahan akses terhadap informasi politik melalui platform digital seperti TikTok, Facebook, Twitter, dan Instagram memberikan kesempatan bagi pemilih untuk lebih mengenal kandidat, latar belakang, serta visi dan misi mereka. Namun, Bapak Alex juga menyoroti perlunya sikap kritis dalam menyikapi informasi yang disampaikan di media sosial. Ia menyadari bahwa informasi yang diterima dari influencer atau media digital bisa saja berbeda dari kenyataan, sehingga diperlukan verifikasi dari berbagai sumber lain. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun digitalisasi mempermudah akses informasi, pemilih tetap memiliki kesadaran untuk melakukan pengecekan ulang sebelum menentukan pilihan politik mereka.

Wawancara dengan Bapak Ardisyaputra, seorang influencer Instagram, menunjukkan bahwa keberadaan influencer dalam politik digital memiliki dampak yang cukup besar terhadap pembentukan opini publik dan keputusan pemilih. Ia mengungkapkan bahwa dirinya pernah mendapatkan tawaran dari salah satu pasangan calon untuk mempromosikan profil serta keunggulan mereka melalui konten yang ia unggah di media sosial. Keberhasilan strategi ini dapat diukur dari tingginya interaksi yang terjadi di unggahan tersebut, baik dalam bentuk komentar, likes, maupun jumlah penonton. Hal ini membuktikan bahwa konten yang disebarluaskan oleh influencer dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memiliki potensi untuk membentuk persepsi politik masyarakat.

Selain itu, Bapak Ardisyaputra juga mengungkapkan bahwa dalam pembuatan konten, ada yang berasal dari inisiatif pribadi dan ada yang berdasarkan permintaan dari pasangan calon. Meskipun demikian, tujuan utama dari konten tersebut tetap untuk memberikan citra positif terhadap kandidat tertentu agar lebih mudah diterima oleh masyarakat. Fenomena ini mendukung penelitian oleh Khamis, Ang, dan Welling (2017), yang menyatakan bahwa influencer memiliki peran penting dalam membentuk opini publik melalui strategi komunikasi yang lebih personal dan interaktif. Dengan adanya hubungan emosional yang kuat antara influencer dan pengikutnya, pesan politik yang disampaikan melalui media sosial cenderung lebih mudah diterima dibandingkan dengan kampanye politik konvensional.

Dengan demikian, temuan dari kedua wawancara ini menunjukkan bahwa digitalisasi telah menciptakan perubahan dalam pola komunikasi politik dan partisipasi pemilih. Dengan adanya media sosial, masyarakat dapat mengakses informasi politik secara langsung, tanpa harus bergantung pada media konvensional seperti televisi atau surat kabar. Namun, di sisi lain, digitalisasi juga menghadirkan tantangan, yaitu potensi penyebaran informasi yang tidak akurat atau bias. Sebagaimana disampaikan oleh Bapak Alex, meskipun media sosial memberikan akses mudah terhadap informasi politik, pemilih tetap perlu bersikap kritis dalam menerima informasi yang disampaikan oleh influencer atau media digital lainnya.

Sementara itu, dari perspektif influencer seperti Bapak Ardisyaputra, digitalisasi juga membuka peluang baru dalam strategi kampanye politik. Dengan kemampuannya untuk menjangkau audiens yang luas, influencer dapat menjadi alat komunikasi politik yang efektif bagi kandidat dalam membangun citra dan menarik perhatian pemilih. Keseluruhan hasil wawancara ini memperlihatkan bahwa digitalisasi telah membawa perubahan besar dalam pola partisipasi politik masyarakat, baik dari sisi pemilih maupun dari sisi strategi kampanye politik. Namun, efektivitas digitalisasi dalam meningkatkan kualitas demokrasi tetap bergantung pada literasi digital masyarakat dalam memilah dan memahami informasi politik yang mereka konsumsi.

Strategi Influencer dalam Membangun Opini Politik Pemilu 2024

Adapun beberapa strategi influencer dalam membangun opini politik pemilu 2024 yang diperoleh secara langsung dari para informan. Wawancara yang dilakukan dengan Bapak Ardisyaputra pada tanggal 12 Januari 2025 salah seorang influencer instagram. Ia menuturkan:

“Saya selalu memastikan bahwa konten yang saya buat menarik dan mudah dipahami oleh audiens, terutama generasi muda. Misalnya, saya menggunakan video pendek dengan editing yang dinamis di TikTok, carousel post di instagram, serta infografis untuk menyederhanakan informasi politik yang kompleks. Dengan gaya yang santai dan engaging, saya bisa menarik perhatian pemilih yang biasanya kurang tertarik dengan isu politik”.

Dalam hal ini Bapak Ardisyaputra dalam menyusun strategi membangun opini politik pemilu 2024 bahwa dalam kontennya perlu memastikan video yang diupload tersebut menarik perhatian bagi masyarakat terutama kalangan muda yang sering menggunakan media sosial dan media massa. Konten yang diberikan pun memiliki infografis yang cukup sederhana sehingga lebih mudah dipahami oleh lapisan masyarakat. Lebih jauh disampaikannya:

“Bahasa yang terlalu formal sering membuat orang malas untuk membaca atau menonton konten politik. Oleh karena itu, saya menggunakan bahasa yang lebih santai dan relatable bagi anak muda, seperti menggunakan meme, tren audio yang sedang viral, atau sketsa singkat untuk menyampaikan pesan politik tanpa terasa terlalu "berat". Selain itu juga saya juga sering berkolaborasi dengan influencer lain atau pakar politik yang lebih kredibel untuk membahas isu-isu tertentu. Misalnya, jika saya ingin membahas kebijakan ekonomi seorang

calon, saya mengundang seorang ekonom muda untuk memberikan perspektif yang lebih objektif dan menarik”.

Dalam hal ini Bapak Ardisyaputra juga menyampaikan bahwa salah satu strateginya dalam membangun opini politik masyarakat yakni dengan menggunakan Bahasa yang santai serta sederhana sehingga lebih mudah dicerna oleh segenap lapisan masyarakat. Selain itu, ia juga melakukan beberapa kolaborasi dengan para influencer lain atau pakar politik sehingga konten yang dibahas pun memiliki benang merah yang nyata bagi kehidupan masyarakat.

Selanjutnya wawancara yang dilakukan dengan Ibu Siti Fatma salah seorang seorang pemilih sekaligus tokoh pemuda pada tanggal 20 Januari 2025. Ia menuturkan:

“menurut saya yaa, influencer ini memiliki hubungan yang erat dengan pengikutnya. Mereka dianggap sebagai sosok yang lebih otentik dibandingkan politisi atau media tradisional. Hal ini membuat pesan politik yang mereka sampaikan lebih mudah diterima”.

Dalam hal ini Ibu Siti Fatma menyampaikan bahwa peran influencer yang memiliki kedekatan dengan pengikutnya dianggap sebagai sosok yang lebih realistis oleh masyarakat dibandingkan dengan media tradisional atau pun politisi. Sehingga bentuk kedekatan ini merupakan salah satu strategi untuk mendapatkan kesan positif dari masyarakat. Selanjutnya wawancara yang dilakukan dengan Ibu Reviana pada 18 Januari 2025 selaku tokoh masyarakat. Ia menuturkan:

“kalau menurut saya, influencer mampu menjangkau kelompok pemilih muda yang sebelumnya kurang tertarik pada politik. Dengan gaya komunikasi yang lebih santai dan dekat dengan keseharian mereka, influencer bisa membangun kesadaran politik dan mendorong keterlibatan aktif dalam pemilu. Jadikan, melalui media sosial, influencer dapat menyampaikan informasi politik dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami dibandingkan media konvensional. Ini membantu pemilih memahami isu-isu penting sebelum mengambil keputusan”.

Dalam hal ini Ibu Reviana menyampaikan bahwa dengan gaya bahasa yang digunakan oleh para influencer yang lebih dekat dengan masyarakat, menjadi strategi handal untuk menarik minat masyarakat dalam menentukan pilihannya dan memilih pasangan calon tertentu.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan beberapa informan terkait strategi influencer dalam membangun opini politik Pemilu 2024, dapat dianalisis bahwa ada beberapa pendekatan dan teknik yang diterapkan oleh influencer untuk memengaruhi pandangan politik masyarakat, khususnya di kalangan pemilih muda seperti Bapak Ardisyaputra menekankan pentingnya penyederhanaan konten politik yang kompleks. Dengan menggunakan media sosial seperti TikTok, Instagram, dan infografis, ia memastikan bahwa pesan politik dapat disampaikan dengan cara yang lebih ringan dan mudah dipahami. Strategi ini efektif karena anak muda, yang menjadi target utama influencer, sering kali merasa terasing dari bahasa dan struktur formal yang digunakan dalam media politik konvensional. Penggunaan konten visual yang menarik dan mudah dicerna dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan mengurangi kebosanan terhadap isu politik yang cenderung rumit. Ini mencerminkan adaptasi terhadap kecenderungan audiens yang lebih memilih konten singkat dan dinamis.

Selanjutnya menurut Bapak Ardisyaputra, salah satu kunci keberhasilan dalam strategi membangun opini politik adalah penggunaan bahasa yang lebih santai dan relatable, yang terinspirasi dari tren media sosial. Penggunaan meme, audio viral, atau sketsa singkat membuat topik politik lebih mudah diterima oleh kalangan muda. Hal ini sejalan dengan pandangan Ibu Siti Fatma yang menyatakan bahwa influencer dianggap lebih otentik dibandingkan politisi tradisional. Influencer, dengan gaya yang lebih kasual dan personal, mampu membangun kedekatan dengan pengikut mereka, yang membuat pesan politik yang mereka sampaikan lebih

mudah diterima dan dipercaya. Ini menunjukkan bahwa kedekatan emosional dan kesan "seperti teman" menjadi faktor penting dalam membangun opini politik.

Kemudian, Bapak Ardisyaputra juga mengungkapkan bahwa ia sering berkolaborasi dengan influencer lain atau pakar politik untuk memberi perspektif yang lebih objektif dan menarik. Kolaborasi ini membantu meningkatkan kredibilitas konten yang disampaikan dan memastikan bahwa informasi yang dibagikan memiliki dasar yang kuat. Pendekatan ini juga memberi audiens lebih banyak sudut pandang, sehingga mereka dapat membuat keputusan politik yang lebih informed. Hal ini mencerminkan strategi untuk menggabungkan gaya komunikasi yang dekat dengan masyarakat, namun tetap menjaga kualitas informasi yang akurat dan berbobot.

Ibu Reviana menambahkan bahwa influencer memiliki peran penting dalam menarik perhatian kelompok pemilih muda yang cenderung kurang tertarik pada politik. Gaya komunikasi yang lebih dekat dan santai memungkinkan influencer menjembatani kesenjangan antara politik dan kehidupan sehari-hari audiens mereka. Dengan menggunakan platform sosial media, influencer bisa menyampaikan informasi politik dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami dibandingkan media konvensional. Hal ini berpotensi mendorong pemilih muda untuk lebih aktif dalam proses demokrasi, memilih pasangan calon berdasarkan pemahaman yang lebih baik terhadap isu-isu yang ada.

Meski strategi ini memiliki banyak keunggulan, ada juga potensi risiko yang perlu diperhatikan, terutama terkait dengan misinformasi. Penggunaan bahasa yang santai dan menyederhanakan informasi terkadang bisa menyebabkan penyampaian pesan yang tidak sepenuhnya akurat atau bahkan menyesatkan. Influencer yang tidak memiliki pemahaman politik yang mendalam bisa saja secara tidak sengaja menyebarkan informasi yang kurang tepat atau bias. Oleh karena itu, kolaborasi dengan tokoh yang lebih berkompeten dalam bidang politik, seperti yang disampaikan oleh Bapak Ardisyaputra, sangat penting untuk menjaga kualitas dan kredibilitas konten yang disebar.

Dengan demikian secara keseluruhan, strategi influencer dalam membangun opini politik Pemilu 2024 sangat efektif untuk menjangkau audiens muda dan meningkatkan partisipasi mereka dalam politik. Penggunaan gaya komunikasi yang santai, penyederhanaan konten, dan kolaborasi dengan tokoh yang kredibel merupakan kunci keberhasilan strategi ini. Namun, penting untuk selalu menjaga kualitas informasi agar pemilih dapat membuat keputusan yang cerdas dan berdasarkan fakta, bukan hanya terpengaruh oleh popularitas atau narasi yang menarik.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi memiliki peran signifikan dalam membentuk pola partisipasi politik masyarakat pada Pemilu 2024. Kemudahan akses terhadap informasi melalui platform digital seperti TikTok, Instagram, Facebook, dan Twitter memungkinkan pemilih untuk memperoleh berbagai informasi mengenai profil, latar belakang, serta visi dan misi para kandidat secara lebih cepat dan interaktif. Meskipun demikian, pemilih seperti Bapak Alex menunjukkan sikap kritis dengan memverifikasi informasi dari berbagai sumber sebelum menentukan pilihannya. Hal ini mencerminkan bahwa meskipun digitalisasi mempermudah distribusi informasi politik, pemilih tetap berperan aktif dalam menyaring dan mengevaluasi kebenaran informasi tersebut untuk memastikan keputusan yang diambil lebih rasional dan objektif.

Selain itu, peran influencer dalam strategi kampanye politik juga terbukti efektif dalam memengaruhi opini publik, khususnya di kalangan pemilih muda. Influencer seperti Bapak Ardisyaputra menggunakan pendekatan kreatif melalui konten yang menarik, sederhana, dan

relevan dengan tren media sosial untuk membangun kedekatan emosional dengan audiensnya. Strategi ini membuat pesan politik lebih mudah diterima dan dipahami, mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam pemilu. Meskipun demikian, penggunaan media digital dalam politik juga menghadirkan tantangan, seperti risiko penyebaran informasi yang tidak akurat atau bias. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk memiliki literasi digital yang baik agar dapat memahami isu politik secara lebih kritis dan bijak. Secara keseluruhan, digitalisasi telah membawa perubahan besar dalam pola partisipasi politik, yang menuntut keseimbangan antara pemanfaatan teknologi dan kesadaran kritis dalam mengolah informasi politik.

REFERENSI

- Afrita, J. (2023). Peran Artificial Intelligence dalam Meningkatkan Efisiensi dan Efektifitas Sistem Pendidikan. *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(12), 3181–3187. <https://doi.org/10.59141/comserva.v2i12.731>
- Athaya, F. H., & Irwansyah, I. (2021). Memahami Influencer Marketing: Kajian Literatur Dalam Variabel Penting Bagi Influencer. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 334–349.
- Barokah, A. S., Hendra, G., & Faisal Fadilla, N. (2023). New Social Media dan Imagologi Politik Analisis Framing terhadap Konten Politik pada Kanal Youtube Dedi Mulyadi Periode 2021. *Epistemik: Indonesian Journal of Social and Political Science*, 4(1), 85–104. <https://doi.org/10.57266/EPISTEMIK.V4I1.121>
- Hasfi, N. (2019). Komunikasi politik di era digital. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 1(1), 93–111.
- Hidayat, Z. (2015). Dampak Teknologi Digital Terhadap Perubahan Kebiasaan Penggunaan Media Masyarakat. Universitas Esa Unggul.
- Ilham, I., Muttaqin, M. Z., Idris, U., & Renyaan, D. (2022). Era Digital : Influencer Dalam Sistem Politik Indonesia. *JURNAL EKOLOGI BIROKRASI*, 10(1), 69–80. <https://doi.org/10.31957/JEB.V10I1.2317>
- Ilham, M., Mz, I. U., & Renyaan, D. (2022). Era Digital: Influencer Dalam Sistem Politik Indonesia. *Jurnal Ekologi Birokrasi*, 10(1), 69–80.
- Indonesia, L. S. (2020). Pemilih Muda dan Media Sosial: Membangun Partisipasi Politik di Era Digital. *LSI*.
- Juleha, J., Yuniar, J., & Marsuki, N. R. (2024). Peran Media Sosial Dalam Dinamika Opini Publik dan Partisipasi Politik Era Digital. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(1), 38–45.
- Kurniawan, A. (2018). Instagram sebagai Alat Kampanye Politik pada Pemilu 2019. *Jurnal Komunikasi Digital*, 8(1), 40–51.
- Lubis, I. A. R., Ramdan, A. T. M., & Wiryan, D. (2022a). Politik Digital: Manifestasi Komunikasi di Era Digital. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 6(1), 193–206. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v6i1.3064>
- Lubis, I. A. R., Ramdan, A. T. M., & Wiryan, D. (2022b). Politik Digital: Manifestasi Komunikasi di Era Digital. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 6(1), 193–206. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v6i1.3064>
- Sampurna, A., Nasution, A. A. M., Halim, N. A., Sumarni, Y., Syahira, Z., & Wahyudi, A. S. (2024). Dampak Media Sosial terhadap Komunikasi Politik Pada Pemilu 2024. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), 26859–26865.
- Saragih, J., Purba, M., Manik, M., Aulia, N. D., Wulandari, W., & Sihaloha, O. A. (2024). Peran Influencer Instagram dalam Membentuk Opini Publik Dan Partisipasi Politik. *Journal Education and Government Wiyata*, 2(4), 396–406.
- Silitonga, N., & Roring, F. P. (2023). Politik Digital : Strategi Politik Elektoral Partai Politik. *Jurnal Communicology*, 4(2), 676–690.
- Wicaksono, B. S. (2021). Parodi Politik dalam Demokrasi Digital Studi Kasus: Akun Instagram Nurhadi-Aldo. *Perspektif*, 10(1), 36–46. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v10i1.3996>
- Wulan Suri, E., & Yuneva. (2021). Akselerasi Transformasi Digital Pada Tata Kelola Pemilu di Kota Bengkulu. *Mimbar : Jurnal Penelitian Sosial Dan Politik*, 10 No. 2(2), 1–10.