

## Masa Depan Influencer Melalui Kanal Political Celebrity Di Indonesia

*The Future Of Influencers Through Political Celebrity Channels  
In Indonesia*

**Akbar Maulana<sup>1</sup>**

Universitas Muhammadiyah Jember, Jember, Indonesia<sup>1</sup>

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelajahi peran yang akan datang dari influencer melalui kanal political celebrity di Indonesia. Dengan fenomena political celebrity semakin berkembang dalam politik Indonesia, pertanyaan tentang bagaimana influencer dapat memanfaatkan kesempatan ini untuk memperluas pengaruh mereka muncul. Melalui analisis literatur dari berbagai perspektif keilmuan, komunikasi politik dan teknologi informasi dan komunikasi juga bersumber dari buku dan penelitian ilmiah. observasi terhadap tren politik di media sosial, studi ini menggali potensi dan tantangan bagi influencer yang ingin memasuki ranah political celebrity.

**Kata kunci:** influencer<sup>1</sup>, political celebrity<sup>2</sup>

### *Abstract*

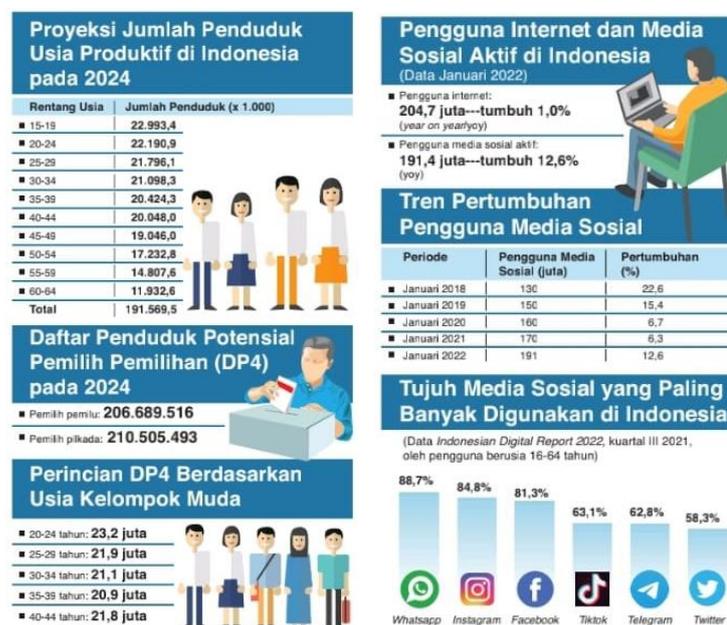
*This research aims to explore the future role of influencers through political celebrity channels in Indonesia. With the political celebrity phenomenon growing in Indonesian politics, the question of how influencers can take advantage of this opportunity to expand their influence arises. Through literature analysis from various scientific perspectives, political communication and information and communication technology also come from books and scientific research. observing political trends on social media, this study explores the potential and challenges for influencers who want to enter the realm of political celebrity.*

**Keywords:** influencer<sup>1</sup>, political celebrity<sup>2</sup>

## **PENDAHULUAN**

Konflik politik nasional dan internasional senantiasa melahirkan metode, model, dan pola komunikasi politik baru. Media juga dapat membantu meningkatkan partisipasi individu dalam proses pemilu. Hal ini mencakup partisipasi dalam pemilu, partisipasi dalam isu-isu dan wacana kontroversial, dan bahkan partisipasi masyarakat dalam membentuk proses politik. Tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat modern saat ini sedang menyaksikan kemajuan teknologi digital, termasuk kemajuan teknologi media sosial. Mengacu pada Watie (2015), media, termasuk seluruh kontennya, telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia, disadari atau tidak, dan kehadiran media semakin beragam dari waktu ke waktu, dikatakan terus

berkembang. Misalnya saja teknologi media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, dan TikTok yang berhasil mengubah peran media lama seperti surat kabar, televisi, dan radio. Begitu juga dengan pendapat Mahdia (2018), yang menyatakan bahwa kehadiran media sosial merupakan bentuk media komunikasi baru yang mengubah posisi media lama seperti televisi dan radio sebagai sumber informasi yang saat ini berbasis audiovisual. Faktanya, informasi real-time di media sosial lebih banyak peminatnya. publik Istilah media sosial sebenarnya mengacu pada jaringan interaksi interpersonal yang menggunakan Internet untuk melengkapi munculnya bentuk komunikasi baru, memungkinkan pengguna mengakses berbagai informasi dan berbagi informasi dengan orang lain secara real time (Illahi et al., 2020).



Gambar 1. Proyeksi Jumlah Penduduk

Sumber: Kemendagri/Kemenkominfo/KPU/BPS/Proyeksi Penduduk Indonesia 2010-2035/Indonesia Digital Report 022/Hootsuite/Poltracking/Charta Politika/LSI Denny JA/Litbang MI

Di Indonesia, pengguna web dan media sosial selalu mengalami peningkatan tiap tahun. Berdasarkan information Indonesian Advanced Report yang dirilis Hootsuite pada 15 Februari 2022, jumlah pengguna web per Januari 2022 mencapai 204,7 juta. Angka itu naik 1,0% jika dibandingkan dengan Januari 2021 sebesar 203 juta. Dari angka tersebut, sebanyak 191 juta merupakan pengguna aktif media sosial. Pertumbuhan pengguna media sosial sejalan dengan dominasi pemilih muda pada Pemilu 2024. Dalam publikasi BPS berjudul Proyeksi Penduduk Indonesia 2010-2035, jumlah penduduk usia

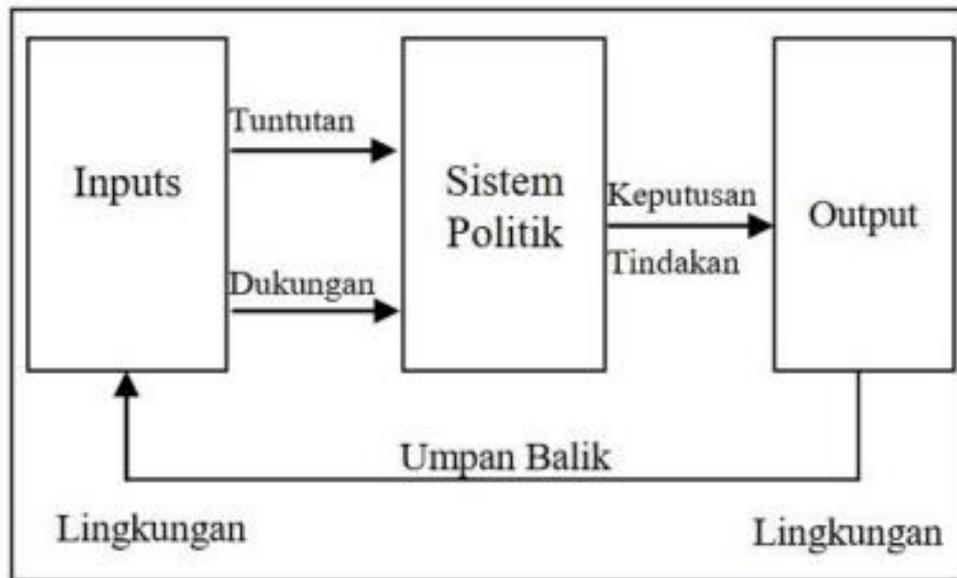
produktif (15-64 tahun) mencapai 191.569.000. Selain itu, berdasarkan daftar penduduk potensial pemilih pemilihan (DP4), pemilih dalam Pemilu 2024 diperkirakan lebih dari 206 juta orang. Dari jumlah itu sebanyak 108,9 juta pemilih berada di rentang usia 20-44 tahun. Hal itu menunjukkan pada Pemilu 2024, pemilih muda akan mendominasi. Menuju Pemilu 2024, banyak hal yang harus dilakukan partai dan first class politik untuk menarik perhatian pemilih muda. Salah satu stage yang dapat dimanfaatkan ialah media sosial.

Kehadiran media sosial merupakan sebuah platform dimana masyarakat dapat berinteraksi secara online tanpa batasan ruang dan waktu. Hal ini memberikan dampak yang signifikan terhadap perubahan sosial di masyarakat, khususnya bagi generasi Milenial (Maulana et al., 2020). Selain generasi Milenial yang meliputi Generasi Z, Nurkhan Dayani yang dikutip Mayfitri (2020) menyebut mereka sebagai generasi Zoomer [Generasi Z] yang banyak berperan penting di era saat ini. Menurutnya, Millennial dan Zoomers merupakan dua generasi yang berbeda, keduanya banyak melakukan aktivitas bersama dan mengandalkan kehadiran teknologi internet (Meifitri, 2020). Dalam era di mana politik dan media sosial saling terkait, peran influencer dan political celebrity semakin kompleks. Di Indonesia, fenomena political celebrity semakin mendapatkan perhatian publik, sementara influencer terus mengalami pertumbuhan dalam jumlah dan pengaruh. Pertanyaan tentang bagaimana masa depan influencer dapat terbentuk melalui kanal political celebrity menjadi relevan, karena kesempatan untuk memengaruhi arah politik dan opini publik semakin terbuka. Sosial media menjadi wadah dan ruang baru untuk berdebat, berdialektika serta mengemukakan pendapat dan opini. Aktor politik dan tim sukses pun ikut memanfaatkan untuk membangun wacana, citra diri atau identitas aktor politik demi menggalang massa virtual. Bagi para aktor, masyarakat dan atau partai politik, perubahan media dan teknologi menjadi tantangan tersendiri dengan ragam implikasinya.

## TINJAUAN PUSTAKA

David Easton adalah seorang ilmuwan politik terkemuka yang dikenal karena kontribusinya dalam pengembangan Teori Sistem Politik. Teori ini merupakan pendekatan sistemik terhadap studi politik yang berusaha untuk memahami struktur, fungsi, dan dinamika sistem politik suatu negara. Berikut adalah gambaran singkat tentang Teori Sistem Politik David Easton:

Gambar 2. Model Sistem Politik



1. Definisi Sistem Politik: Easton mendefinisikan sistem politik sebagai sistem terorganisir dari aktivitas manusia yang terkait dengan pembuatan keputusan politik. Ini melibatkan interaksi antara berbagai elemen, termasuk individu, kelompok, lembaga politik, dan lingkungan eksternal.
2. Input, Proses, Output, dan Umpan Balik: Easton membagi sistem politik menjadi empat komponen utama: input, proses, output, dan umpan balik. Input mencakup segala hal yang memasuki sistem politik, seperti permintaan masyarakat, kelompok kepentingan, dan perubahan lingkungan. Proses adalah bagaimana input diproses oleh sistem, termasuk pembuatan keputusan politik dan alokasi sumber daya. Output adalah hasil dari proses keputusan politik, sedangkan umpan balik adalah respons terhadap output yang mempengaruhi input di masa depan.
3. Ketergantungan dan Adaptasi: Teori Sistem Politik Easton menekankan konsep ketergantungan dan adaptasi. Sistem politik dianggap bergantung pada input dari lingkungan eksternal, dan harus beradaptasi untuk bertahan dan berfungsi secara efektif. Adaptasi terjadi melalui proses pembuatan keputusan yang melibatkan respons terhadap tekanan dan tantangan eksternal.
4. Equilibrium dan Toleransi: Easton menyarankan bahwa sistem politik cenderung menuju ke kesetimbangan atau keseimbangan yang relatif di

antara berbagai kepentingan dan faktor. Konsep toleransi juga penting dalam Teori Sistem Politik, mengacu pada kemampuan sistem untuk menanggapi tekanan dan konflik internal tanpa mengalami keruntuhan. Sumber : David Easton Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui karakteristik konsumen pada produk teri *crispy* Salsha Dara, mengetahui komunikasi pemasaran, bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut teri *crispy* Salsha Dara, dan strategi pengembangan berdasarkan analisis *importance* dan *performance* produk teri *crispy* Salsha Dara.

## METODE

Desain penelitian ini adalah tinjauan literatur atau tinjauan pustaka. Tinjauan pustaka merupakan penjelasan terhadap teori, temuan, dan bahan penelitian lainnya yang berasal dari bahan referensi yang menjadi landasan suatu kegiatan penelitian. Tinjauan pustaka mencakup ulasan, ringkasan, dan pemikiran penulis tentang berbagai sumber perpustakaan (artikel, buku, slide, informasi dari web dan lain-lain tentang topik yang sedang dipertimbangkan. Tinjauan literatur yang baik haruslah relevan, terkini, dan relevan. Landasan teori, tinjauan teori, dan tinjauan pustaka merupakan cara berbeda untuk melakukan tinjauan pustaka.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam konteks Indonesia, di mana media sosial memiliki peran yang semakin besar dalam politik dan masyarakat, influencer politik diharapkan akan tetap menjadi kekuatan yang signifikan dalam memengaruhi opini dan arah politik di masa depan. Namun, perlu juga diingat bahwa pengaruh mereka harus dibarengi dengan tanggung jawab dan transparansi untuk memastikan bahwa proses politik tetap demokratis dan berintegritas.

Proses kebijakan sebagai sebuah sistem politik secara sederhana telah digambarkan oleh David Easton (1965) yang dikutip Aminuddin, (2020) ; Susanto, (2022) menggambarkan proses pengambilan suatu kebijakan atau keputusan [approach], yakni; input-process-output-feedback. Pada konteks ini, influencer dapat berperan pada proses input dan criticism dalam pengambilan suatu kebijakan. Dimana dalam proses input, influencer sebagai manifestasi *respectful society* akan memberikan pengaruh terhadap kebijakan pemerintah

melalui pengikutnya/followers media sosial, tentu saja diharapkan sebagai aktor yang dapat menyuarakan kepentingan masyarakat yang berupa bolster [dukungan] dan requests [tuntutan] tanpa adanya tendensi apapun selain sebagai penyampai aspirasi masyarakat yang berdiri pada posisi netral (Aminuddin, 2020). Influencer memiliki potensi besar untuk memanfaatkan kanal political celebrity untuk memperluas pengaruh mereka. Dengan jutaan pengikut dan kredibilitas yang telah mereka bangun, influencer dapat menjadi suara yang berpengaruh dalam menyebarkan pesan politik dan memobilisasi massa. Mereka juga dapat membawa perspektif baru dan menjangkau segmen populasi yang mungkin tidak terlibat secara aktif dalam politik sebelumnya.

1. Proses input adalah proses di mana para aktor politik mulai mengartikulasikan dan mengagregasikan kepentingannya ke dalam proses pembuatan kebijakan. Dalam tahap ini terdapat istilah back and requests yang muncul dari publik untuk menekan partner terkait agar menghasilkan sebuah keputusan atau kebijakan yang perfect. Sebagai manifestasi respectful society dalam mempengaruhi kebijakan pemerintah melalui jumlah pengikut mereka yang besar di media sosial, tentu saja influencer diharapkan sebagai aktor yang dapat menyuarakan kepentingan masyarakat yang berupa back and requests dengan tanpa tendensi apapun selain sebagai penyampai aspirasi masyarakat yang netral.

2. Proses feedback yakni sebuah proses politik di mana kebijakan di-monitoring, dievaluasi, dan dikaji oleh para partner sesuai otoritasnya masing-masing agar pelaksanaan sebuah keputusan atau kebijakan dapat berjalan lebih baik untuk periode selanjutnya. Kembali, di sini peran influencer adalah sebagai wujud ekspresi masyarakat atas puas dan tidaknya terhadap sebuah produk keputusan politik. Seperti diketahui, di dalam pola great administration sebagai sebuah sistem politik, terdapat pola segitiga kekuatan, yakni government, private segment, dan gracious society. Tiga aktor tersebutlah yang memiliki peranan penting dalam menggerakkan proses kebijakan. Tentu saja, kehadiran influencer ini memiliki makna positif untuk pegiat demokrasi yang berada di dalam kelompok respectful society. Pada saat ketika demokrasi advanced kini dianggap terlalu didominasi oleh kepentingan pasar, influencer dapat menjadi sumber kekuatan baru masyarakat dalam merepresentasikan sikap politik masyarakat.

Politisi semakin menyadari pentingnya memanfaatkan platform-platform ini untuk menyampaikan pesan politik dan membangun citra. Influencer politik, atau political celebrities, dapat memainkan peran penting dalam menyebarkan narasi politik dan mempengaruhi opini publik. Politisi dan partai politik mungkin akan semakin bergantung pada influencer untuk memperluas jangkauan kampanye politik mereka. Influencer yang memiliki jumlah pengikut

yang besar dapat memberikan akses yang lebih luas kepada calon politik untuk berinteraksi dengan pemilih potensial. Pemilih muda cenderung lebih terhubung dengan dunia digital dan lebih mempercayai pendapat influencer daripada media tradisional atau politisi konvensional. Dengan demikian, influencer politik memiliki potensi besar untuk memengaruhi preferensi politik pemilih muda dan membentuk opini mereka terhadap isu-isu tertentu. Pertumbuhan influencer politik juga membawa tantangan terkait etika dan transparansi. Ada kekhawatiran bahwa influencer politik mungkin tidak selalu jujur atau adil dalam menyampaikan informasi politik, dan sering kali agenda tersembunyi bisa terlibat. Oleh karena itu, penting untuk mengatur praktik-praktik ini untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik adalah akurat dan transparan.

### **Tantangan yang Dihadapi oleh Influencer dalam Kanal Political Celebrity**

Terdapat sejumlah tantangan yang perlu dihadapi oleh influencer yang ingin memasuki ranah political celebrity. Salah satunya adalah risiko kehilangan basis pengikut yang tidak setuju dengan pandangan politik mereka. Selain itu, influencer juga dihadapkan pada tekanan untuk tetap netral dan otonom dalam pandangan politik mereka, sementara juga mempertahankan hubungan dengan pihak-pihak politik yang mungkin ingin memanfaatkan popularitas mereka. Studi ini menyoroti kompleksitas dalam memanfaatkan kanal political celebrity bagi influencer. Sementara potensinya untuk memengaruhi politik dan opini publik sangat besar, influencer juga dihadapkan pada tantangan yang signifikan dalam menjaga kredibilitas dan otonomi mereka. Keseimbangan antara memanfaatkan kesempatan politik dan tetap mempertahankan integritas menjadi kunci dalam menjelajahi masa depan influencer melalui kanal political celebrity di Indonesia.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan mengenai masa depan influencer melalui kanal political celebrity di Indonesia, dapat ditarik kesimpulan bahwa peran mereka akan semakin penting dalam politik dan masyarakat di masa mendatang. Namun, hal ini juga diiringi dengan sejumlah tantangan dan pertimbangan yang harus dihadapi. Berikut adalah kesimpulan dan saran terkait masa depan influencer politik di Indonesia:

1. Influencer politik memiliki potensi besar untuk memengaruhi opini publik dan preferensi politik, terutama di kalangan pemilih muda yang aktif menggunakan media sosial.
2. Pertumbuhan influencer politik juga membawa tantangan terkait etika, transparansi, dan integritas dalam penyampaian informasi politik.
3. Regulasi yang tepat dan penegakan hukum yang kuat diperlukan untuk memastikan bahwa praktik-praktik influencer politik tidak melanggar prinsip-prinsip demokrasi dan keadilan.
4. Evolusi konsep kepemimpinan dan representasi politik perlu dipertimbangkan secara serius untuk memahami implikasi jangka panjang dari kehadiran political celebrities.

## REFERENSI

- Aminuddin, M. (2020). Menempatkan “Influencer” dalam Sistem Politik Era Digital. *detik.com*, <https://news.detik.com/kolom/d-5164350/menempatkan-influencer-dalam-sistem-politik-era-digital> (Diakses, 05 Maret 2024).
- Andrean Sukoco, S., & Maulana, A. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Platform Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.1 Desember), 1179-1184. Retrieved from <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/531>
- Easton, David. 1965. *A System Analysis of Political Life*. New York: John Willey
- Illahi, A. K., Fajar, D. P., & Saputra, M. I. (2020). Penggunaan Social media influencer Sebagai Usaha Membangun Budaya Masyarakat Digital Tentang Konsep Tubuh Ideal dan Kepercayaan Diri. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 108–123. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69–75. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Kemendagri/Kemenkominfo/KPU/BPS/Proyeksi Penduduk Indonesia 2010-2035/Indonesia Digital Report 022/Hootsuite/Poltracking/Charta Politika/LSI Denny JA/Litbang MI
- Mahdia, A. (2018). Pengaruh Konten Influencer Di Media Sosial Terhadap Kesejahteraan
- Maulana, I., Manulang, J. M. br., & Salsabila, O. (2020). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital. *Majalah Ilmiah Bijak*, 17(1), 28–34. <https://doi.org/10.31334/bijak.v17i1.823>
- Meifitri, M. (2020). Fenomena “Influencer” Sebagai Salah Satu Bentuk Cita-Cita Baru Di Kalangan Generasi “Zoomer.” *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 2(2), 69–82. <https://doi.org/10.24014/kjcs.v2i2.11772>.
- Susanto, A. (2022). Peran Strategis Influencer dalam Menciptakan Good Governance di Era Digital. *Indonesiana.id*. <https://www.indonesiana.id/read/152517/membangun-politik-di-eradigitalperan-strategis-influencer-dalam-menciptakan-good-governance> (Diakses, 09 Juli 2024).
- Susanto, R. D., & Irwansyah. (2021). *Media Sosial, Demokrasi, dan Penyampaian*
- Watie, E. D. S. (2015). *Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)*.