



PERAN INFLUENCER TERHADAP PEMILIHAN PRESIDEN PADA PEMILIHAN UMUM TAHUN 2024

Mikail Fathan Arighi¹, Muhammad Miftah Babil Yasar², Siti Nurul Falah³, Rizky Muhammad Ramdhan⁴, Andi Septiadi⁵

- 1) asemocel@gmail.com, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung
- 2) abilyasar04@gmail.com, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung
- 3) sitinurulfalah935@gmail.com, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung
- 4) rzkmr26@gmail.com, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung
- 5) septiadi.andi90@gmail.com, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

Abstract

The role of influencers in the 2024 General Elections in Indonesia has become an intriguing topic in political and social discussions. In the digital and social media era, influencers play a significant role in shaping public opinion and informing voters, especially the younger generation, about various political, social, and economic issues that are key points in the election. In the 2024 elections, the role of influencers is expected to increase, considering the growing number of Indonesians connected to the internet and social media. With their wide reach and influence, influencers can become agents of change, encouraging political participation and enhancing political knowledge among voters. They can also serve as intermediaries between candidates and voters, helping to disseminate the candidates' visions, missions, and work programs. However, this potential also comes with challenges. Misinformation and disinformation are rampant problems on social media, and influencers have a responsibility to ensure the information they share is accurate and trustworthy. Ethics and integrity are also a concern, as there is a risk that influencers might be exploited by political parties to conduct black campaigns or influence voters in unethical ways. Therefore, in the context of the 2024 elections, the role of influencers must be carried out with care and responsibility. They should use their influence to promote healthy democracy and participate in constructive political discussions, rather than exacerbating polarization or spreading false information. It is hoped that, with the right approach, influencers can positively contribute to Indonesia's democratic process.

Keywords: Elections, Influencer, Politics

Abstrak

Peran influencer dalam Pemilihan Umum (Pemilu) 2024 di Indonesia telah menjadi topik yang menarik dalam diskusi politik dan sosial. Dalam era digital dan media sosial, influencer memegang peran penting dalam membentuk opini publik dan menginformasikan pemilih, khususnya generasi muda, tentang berbagai isu politik, sosial, dan ekonomi yang menjadi poin kunci dalam pemilihan. Pada Pemilu 2024, peran influencer diharapkan akan semakin meningkat, mengingat semakin banyaknya populasi Indonesia yang terhubung dengan internet dan media sosial. Dengan jangkauan dan pengaruh yang luas, influencer dapat menjadi agen perubahan, mendorong partisipasi politik, dan meningkatkan pengetahuan politik di kalangan pemilih. Mereka juga dapat menjadi penghubung antara calon dan pemilih, dan berkontribusi dalam menyebarkan visi, misi, dan program kerja calon. Namun, potensi ini juga datang dengan tantangan. Misinformasi dan disinformasi adalah masalah yang semakin merajalela di media sosial, dan influencer memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa informasi yang mereka bagikan akurat dan dapat dipercaya. Etika dan integritas juga menjadi perhatian, karena ada risiko bahwa influencer mungkin disalahgunakan oleh pihak politik untuk menjalankan kampanye hitam atau mempengaruhi pemilih dengan cara yang tidak etis. Oleh karena itu, dalam konteks Pemilu 2024, peran influencer harus dijalankan dengan hati-hati dan bertanggung jawab. Mereka harus menggunakan pengaruh mereka untuk mendorong demokrasi yang sehat dan berpartisipasi dalam diskusi politik yang konstruktif, bukan memperburuk polarisasi atau menyebarkan informasi yang salah. Diharapkan, dengan pendekatan yang tepat, influencer dapat berkontribusi positif terhadap proses demokrasi Indonesia.

Kata Kunci: Influencer, Pemilihan Umum, Politik

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, kehidupan kita tidak bisa dilepaskan dari media sosial. Fakta tersebut membuktikan bahwa media sosial memiliki dampak besar pada kehidupan individu (Putri et al., 2016). Terlebih lagi, fenomena terkini di media sosial adalah kemunculan individu yang dikenal sebagai influencer. Mereka adalah individu yang memiliki pengaruh besar dan memiliki banyak pengikut di internet (Akib, 2022). Munculnya influencer ini membuka cara



baru untuk meyakinkan, mempengaruhi, dan mengajak orang di media sosial. Bahkan di ranah politik, banyak influencer yang berkontribusi dalam membantu kemenangan pasangan calon presiden melalui kampanye di media sosial. Ada tiga aktor utama dalam dunia media sosial, yaitu buzzer, influencer, dan follower, yang semuanya merupakan elemen kunci dalam membentuk isu dan preferensi politik (Jati, 2016). Dalam konteks ini, influencer adalah pemilik akun media sosial dengan banyak pengikut dan berperan penting dalam menyebarkan isu ke masyarakat luas melalui media sosial (Jati, 2016).

Dalam pelaksanaan kebijakan pemerintah, peran influencer sangat penting dalam membentuk opini masyarakat, khususnya dalam pemilihan presiden (Ardha, 2014). Dalam hal ini, jumlah followers di Instagram dan TikTok dapat dijadikan sebagai indikator kekuatan influencer dalam mendukung capres dan cawapres. Pasangan calon presiden dan calon wakil presiden nomor urut 1, Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar, mendapatkan dukungan dari beberapa influencer ternama. Meski jumlah pengikut mereka tidak sebanyak pasangan lain, dukungan dari beberapa influencer dengan jumlah pengikut yang signifikan mampu memberikan efek positif dalam memperoleh dukungan masyarakat. Sementara itu, pasangan nomor urut 2, Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, mendapat dukungan yang signifikan dari selebgram dan selebtiktok dengan jumlah pengikut yang besar. Pasangan ini memiliki kelebihan dalam menjangkau audiens yang lebih luas, terutama di platform Instagram. Pasangan nomor urut 3, Ganjar Pranowo dan Mahfud MD, juga mendapatkan dukungan kuat dari selebgram dan selebtiktok. Dengan dukungan dari figur-figur Instagram dan TikTok yang populer, mereka mendapatkan keuntungan dalam menjangkau generasi muda (Lukman et al., 2024).

Tabel.1 Data jumlah pengikut influencer yang mendukung pasangan nomor urut 1

Nama Influencer	Jumlah Followers	Platform
Laudya Cyntya Bella	39,7 juta	instagram
Zaskia Sungkar	31,5 juta	instagram
Shireen Sungkar	28,6 juta	instagram
Irwanyah	16,1 juta	instagram
Tasya Farasya	6,7 juta	instagram
Fadil Jaidi	11,3 juta	instagram
Rey Mbayang	5,7 juta	instagram
Arie kriting	1,1 juta	instagram
Dr. Tirta	2,6 juta	instagram
Nata Reza	2 juta	instagram
Agam Fahrul	1,2 juta	instagram
Ameli Andani	1,5 juta	instagram
Ramzi	911 ribu	instagram
Hassan Jr	3,4 juta	tiktok
Clara Shinta	6,7 juta	tiktok



Farhan	2,5 juta	tiktok
Alifhia Fitri	5,9 juta	tiktok
Billy Joe Ava	166,7 ribu	tiktok
Kadam Sidik	6,1 juta	tiktok
Reza Surya	3,8 juta	tiktok

Sumber: Diolah peneliti (2024)

Table.2 Data jumlah pengikut influencer yang mendukung pasangan nomor urut 2

Nama Influencer	Jumlah followers	Platform
Raffi Ahmad dan Nagita Slavina	75,3 juta	instagram
Deddy Corbuzier	11,8juta	instagram
Baim Wong	18,5 juta	instagram
Nikita Mirzani	12,1 juta	instagram
Celine Evangelista	6,8 juta	instagram
Karin Novilda	1,2 juta	instagram
Dara Arafah	3,1 juta	instagram
Andre Taulany	4,4 juta	instagram
Desta Mahendra	3 juta	instagram
Tasya Revina	1,2 juta	instagram
Bobon Santoso	2,5 juta	instagram
Atta Halilintar	35,6 juta	instagram
Fero Walandouw	3,4 juta	instagram
Citra Monika	470 ribu	instagram
Gus Miftah	2,4 juta	instagram
Dr. Richard Lee	5,3 juta	tiktok
Willie Salim	53,5 juta	tiktok
Ria Ricis	44 juta	tiktok
Adi Syahreza	9,5 juta	tiktok
Shella Saukia	6,3 juta	tiktok

Sumber: Diolah peneliti (2024)

Table.3 Data jumlah folowers influencer yang mendukung pasangan nomor urut 3

Nama Influencer	Jumlah Followers	Platform
Hariss Vriza	4,1 juta	Instagram



Kris Dayanti	7,9 juta	Instagram
Elina Joerg	4,9 juta	Instagram
Ali Syakieb	2,2 juta	Instagram
Marsha Aruan	2,6 juta	Instagram
Anang Hermansyah	4,7 juta	Instagram
Deni Cagur	11,9 juta	Instagram
Vicky Prasetyo	2,1 juta	Instagram
Young Lex	1,8 juta	Instagram
Fadly Faisal	5,8 juta	instagram
Venna Melinda	1,5 juta	instagram
Tina Toon	682 ribu	instagram
Satya Salsabila	3,9 juta	tiktok
Ilal wardani	6,2 juta	tiktok
Vabella	7,6 juta	tiktok
Iben	22,8 juta	tiktok
Thariq Halilintar	5,6 juta	tiktok
Fujianti utami putri	25,7 juta	tiktok
Eca	3,8 juta	tiktok
Ibnu Wardani	26 juta	tiktok

Sumber: Diolah peneliti (2024)

Tabel.1 memaparkan data jumlah influencer dan follower mereka yang mendukung pasangan capres dan cawapres nomor urut 1, Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar. Data tersebut berasal dari pengikut di media sosial, termasuk Instagram dan TikTok.

Tabel.2 menjelaskan data jumlah influencer dan follower mereka yang mendukung pasangan capres dan cawapres nomor urut 2, Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka. Data tersebut berasal dari pengikut di media sosial, termasuk Instagram dan TikTok.

Tabel.3 memberikan data jumlah influencer dan follower mereka yang mendukung pasangan capres dan cawapres nomor urut 3, Ganjar Pranowo dan Mahfud MD. Data tersebut berasal dari pengikut di media sosial, termasuk Instagram dan TikTok.

Studi sebelumnya oleh Ardha (2014) Menyatakan bahwa daya kuasa media sosial dalam membentuk opini publik terletak pada elemen sosialnya, yang mencakup interaksi dan partisipasi yang bisa terjadi melalui kampanye. Komariah & Kartini (2019) menunjukkan bahwa Pemilu merupakan momen politik dimana media sosial, khususnya Facebook dan WhatsApp digunakan untuk kepentingan politik. Hayat et al. (2021) Menyatakan bahwa karakteristik interaktif dan fleksibel dari media sosial menjadikannya alat yang banyak digunakan oleh masyarakat, politisi, dan partai politik dalam berkomunikasi secara politis. Berdasarkan studi-studi sebelumnya, media sosial memiliki kekuatan yang signifikan dalam mempengaruhi masyarakat dalam bidang politik, terbukti dengan banyaknya calon legislatif dan capres yang menggunakan kekuatan para influencer untuk membantu mereka dalam memperoleh suara, khususnya dari generasi Gen-Z atau milenial (Rakhman & Haryadi, 2019).



Hal ini menunjukkan bahwa influencer media sosial memiliki peran yang semakin penting dalam pemilu. Influencer dapat digunakan untuk menyebarkan informasi, memobilisasi pemilih, dan membentuk opini publik dengan bantuan ribuan hingga jutaan pengikutnya di media sosial.

Peran influencer saat ini sangat berpengaruh, termasuk dalam bidang politik. Pada pemilu 2024, para influencer tersebut berperan aktif dalam kampanye-kampanye calon presiden dan wakil presiden. Melihat daya tarik yang besar dari influencer dalam membentuk opini masyarakat, berbagai paslon memanfaatkan hal ini. Oleh karena itu, penelitian dilakukan untuk melihat sejauh mana influencer dapat membantu perolehan suara dari pasangan capres dan cawapres peserta pemilu 2024. KPU telah mengumumkan secara resmi bahwa pasangan nomor urut 02, yakni Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, sebagai pemenang dengan suara terbanyak pada pemilihan umum 2024. Pasangan ini mendapatkan sekitar 96 juta suara, atau sebesar 58%. Pasangan ini, yang dikenal mendapat dukungan besar dari para influencer ternama Indonesia, menunjukkan pengaruh yang luas dari para influencer pada pemilihan umum 2024, khususnya dalam pemilihan presiden dan wakil presiden.

KAJIAN PUSTAKA

Pemilihan Umum

Pemilu merupakan metode pengumpulan suara yang hasilnya digunakan untuk menentukan jumlah kursi yang didapatkan oleh partai-partai dan kandidat dalam parlemen. Pemilu berperan sebagai alat vital dalam memilih perwakilan rakyat yang berpartisipasi dalam pembuatan kebijakan di negara tersebut (Reynolds, 2022 dalam Widjaja et al., 2024). Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, pemilu adalah mekanisme untuk melaksanakan kedaulatan rakyat yang diadakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil di Negara Kesatuan Republik Indonesia, yang berlandaskan pada Pancasila dan UUD 1945.

Pemilu merupakan ajang persaingan untuk mengisi posisi-posisi politik dalam pemerintahan, yang berdasar pada pilihan resmi dari warga negara yang memenuhi syarat. Peserta dalam pemilu bisa berupa individu atau partai politik, namun yang dominan adalah partai politik. Partai-partai ini mengusung kandidat-kandidatnya dalam pemilihan umum agar kemudian dapat dipilih oleh masyarakat (Pamungkas, 2009). Menurut Matori Abdul Djali, pemilu adalah proses yang memberikan kepastian konstitusional dalam pergantian kepemimpinan dan kekuasaan untuk menciptakan pemimpin yang memiliki legitimasi. Sementara itu, Syamsudin Haris mengartikan pemilu sebagai sebuah lembaga dan praktik politik yang memfasilitasi pembentukan pemerintahan yang mewakili rakyat (*representative government*) (Eva & Antari, 2018).

Menurut Marulak Pardede dalam Eva & Antari (2018) beberapa alasan pentingnya pelaksanaan pemilu di sebuah negara adalah: (1) Sebagai sarana untuk melaksanakan kedaulatan rakyat; (2) Untuk memilih perwakilan rakyat dalam pemerintahan; (3) Bertujuan untuk mengonfirmasi atau memperbarui kesepakatan antara pemerintah dan warga negara; (4) Berpengaruh terhadap perilaku dari warga negara; (5) Mendidik para pemimpin untuk lebih mengutamakan kesepakatan dengan rakyat daripada menggunakan kekuasaan secara paksa dalam mempertahankan legitimasi mereka.

Setiap lima tahun sekali, pemilu diadakan di Indonesia untuk memberikan kesempatan kepada penduduk yang memenuhi syarat untuk memilih wakil mereka di legislatif nasional dan daerah serta presiden dan wakil presiden. Pemilu diselenggarakan dalam rangka mewujudkan kedaulatan rakyat dalam memilih wakil Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, presiden, wakil presiden, dan anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Pemilihan umum ini



dilaksanakan berdasarkan cita-cita Pancasila dan konstitusi negara, UUD 1945, secara langsung, umum, bebas, tenang, jujur, dan adil.

Untuk mengelola pemilihan umum agar lebih demokratis, ada dua aspek penting yang perlu diperhatikan. Pertama, pemilihan umum harus memiliki integritas, yang merupakan suatu kesepakatan internasional yang telah menjadi standar dalam penyelenggaraan pemilu secara demokratis dan berkaitan dengan inklusivitas. Kedua, pemilihan umum harus mengikuti prinsip-prinsip dasar yang telah menjadi norma hukum di Indonesia, yaitu pemilihan umum yang Langsung, Umum, Bebas, Rahasia, Jujur, dan Adil, yang sering disingkat sebagai Luber Jurdil (Sopacua et al., 2023).

Asas-asas pemilihan umum yang disingkat menjadi LUBER JURDIL meliputi: (1) Langsung: Masyarakat mempunyai hak untuk memilih secara langsung tanpa perantara dalam pemilihan umum, sesuai dengan keinginan pribadi mereka. (2) Umum: Pemilu terbuka bagi semua warga negara yang memenuhi syarat tanpa memandang agama, suku, ras, jenis kelamin, golongan, atau pekerjaan. (3) Bebas: Setiap warga negara yang memenuhi syarat sebagai pemilih memiliki kebebasan penuh dalam memilih perwakilan tanpa adanya tekanan. (4) Rahasia: Kerahasiaan suara setiap pemilih dijamin, sehingga pilihan mereka tidak diketahui oleh orang lain. (5) Jujur: Semua pihak yang terlibat dalam pemilu harus berperilaku jujur dan mengikuti peraturan yang berlaku. (6) Adil: Pemilu harus dilaksanakan dengan adil, memberikan perlakuan yang sama kepada semua pemilih dan peserta, serta bebas dari kecurangan.

Keenam prinsip ini menjadi pedoman dasar dalam penyelenggaraan pemilihan umum di Indonesia untuk memastikan proses demokratis yang sehat dan adil.

Pemilu Presiden dan Wakil Presiden

Menurut Simamora et al. (2024), Pemilu tahun 2019 dan 2024 di Indonesia dilaksanakan berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017. Pemilu ini menggunakan sistem yang dikenal sebagai Two Round System (TRS), di mana untuk memenangkan sebuah kursi, kandidat harus memperoleh lebih dari 50% suara. Jika tidak ada kandidat yang mencapai ambang batas ini pada putaran pertama, dua kandidat dengan suara terbanyak akan maju ke putaran kedua untuk menentukan pemenang. Untuk unsur atau dimensinya yaitu sebagai berikut:

- a. Daerah Pemilihan: Atau yang sering disebut dapil, mencakup seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagai satu kesatuan.
- b. Metode dalam Pencalonan:
 - 1) Peserta Pemilu adalah pasangan calon presiden dan wakil presiden yang diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik.
 - 2) Pasangan calon harus diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik peserta Pemilu yang memenuhi syarat perolehan kursi minimal 20% dari jumlah kursi DPR atau memperoleh 25% dari suara sah nasional pada Pemilu anggota DPR sebelumnya.
 - 3) Penentuan calon Presiden dan/atau calon Wakil Presiden dilakukan secara demokratis dan terbuka sesuai dengan mekanisme internal partai politik yang bersangkutan.
 - 4) Pasangan calon harus memenuhi syarat sesuai dengan ketentuan Pasal 169, Pasal 226, Pasal 227, dan Pasal 229 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 serta Peraturan KPU yang mengatur tentang Pencalonan Peserta Pemilu Presiden dan Wakil Presiden.
- c. Metode Pemberian Suara: Metode pemberian suara dilakukan dengan mencoblos satu kali pada nomor, nama, foto pasangan calon, atau tanda gambar partai politik pengusul dalam satu kotak pada surat suara.
- d. Penetapan Pasangan Calon Terpilih:

Pasangan calon terpilih adalah pasangan calon yang memperoleh suara lebih dari 50% dari jumlah suara dengan minimal 20% suara di setiap provinsi yang tersebar di lebih dari



setengah jumlah provinsi di Indonesia. Jika tidak ada pasangan calon yang memenuhi syarat tersebut, dua pasangan calon dengan perolehan suara terbanyak pertama dan kedua akan dipilih kembali dalam putaran kedua.

Peran Influencer dalam Pemilihan Umum

Menurut Hariyanti & Wirapraja dalam Anitasari (2020) dijelaskan bahwa Seorang influencer adalah individu atau tokoh publik di media sosial yang memiliki banyak pengikut yang beragam dan signifikan, serta mampu mempengaruhi perilaku pengikutnya melalui konten yang mereka bagikan. Di era digital saat ini, keberadaan influencer mendapat banyak perhatian dari masyarakat, terutama pengguna media sosial. Mereka sering dianggap sebagai pembentuk tren, terutama di kalangan generasi milenial. Dengan jumlah pengikut yang besar, mereka memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pandangan dan tindakan orang terhadap berbagai topik.

Belakangan ini, banyak influencer yang juga mulai berpengaruh dalam ranah politik melalui media sosial. Mereka telah menjadi pemain kunci dalam dinamika politik digital. Kerjasama dengan influencer telah menjadi strategi bagi politisi untuk meningkatkan pengaruh mereka, seperti terlihat dalam pemilihan presiden dan wakil presiden baru-baru ini, di mana pendapat dari influencer yang mendukung mereka dimanfaatkan. Meskipun hanya ada dua kandidat, dukungan dan kritik dari influencer terhadap masing-masing kandidat menunjukkan pengaruh besar mereka dalam opini publik.

Oleh karena itu, influencer memiliki peran yang semakin signifikan dalam konteks politik, terutama dalam pemilihan umum di Indonesia. Mereka berperan dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi pemilih, terutama melalui media sosial. Influencer memiliki kemampuan untuk menyebarkan gagasan dan argumen yang dapat mempengaruhi cara pandang pengikut mereka terhadap isu politik atau kandidat tertentu (Anitasari, 2020). Mereka sering dianggap sebagai bagian dari masyarakat umum, sehingga opini yang mereka sampaikan terasa lebih nyata dan dapat dipercaya oleh pengikutnya. Selain itu, di tengah kesenjangan literasi yang ada, influencer bisa berperan dalam meningkatkan literasi politik dan demokrasi. Mereka dapat memfasilitasi pertukaran ide yang konstruktif dan meningkatkan pemahaman lintas pandangan politik, yang penting untuk mendukung demokrasi yang sehat dan berbobot.

Meskipun memiliki peran signifikan, penggunaan influencer dalam dunia politik seringkali diwarnai risiko, termasuk potensi polarisasi yang lebih tajam di antara masyarakat. Terdapat pula kekhawatiran terkait transparansi dan kejujuran, dimana beberapa influencer mungkin tidak terbuka mengenai keterlibatan finansial atau kepentingan pribadi dalam mendukung suatu kandidat atau isu. Untuk mengatasi risiko ini, influencer bisa berkontribusi dalam memperkuat demokrasi yang sehat dan substantif dengan cara memfasilitasi pertukaran ide yang konstruktif dan memperluas pemahaman antar berbagai pandangan politik. Lebih lanjut, penting bagi influencer untuk mendorong diskusi yang inklusif dan menghindari penggunaan bahasa yang dapat memecah belah. Mereka harus berinisiatif dalam menciptakan ruang dialog yang terbuka untuk pengikut dengan berbagai pandangan politik dan menggalakkan diskusi yang sopan serta produktif (The Conversation, 2024).

METODE

Penelitian ini mengadopsi analisis Kualitatif, yang mana cara analisisnya tidak melibatkan prosedur kuantitatif. analisis Kualitatif ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk menjelaskan fenomena yang diteliti secara mendalam dan detail yang diartikan oleh Nawawi (2012) Sebagai proses dalam mengatasi masalah dengan cara mengilustrasikan kondisi subjek/objek penelitian (misalnya individu, institusi, masyarakat, dll) Saat ini, berdasarkan fakta yang terlihat, metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengandalkan sumber sekunder, yang berasal dari sumber-sumber tertulis seperti buku,



majalah ilmiah, arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi lainnya yang berhubungan dengan peran influencer dalam pemilihan presiden pada pemilihan umum 2024.

Data yang telah dikumpulkan melalui proses tersebut akan dilanjutkan dengan analisis agar informasi yang terkait dengan kegiatan sosialisasi menjadi lebih objektif. Menurut Miles dan Huberman seperti yang dikutip oleh Silalahi (2010), analisis data terdiri dari tiga langkah yang dilakukan secara simultan. Langkah pertama adalah reduksi data, yang melibatkan pemilihan, fokus pada penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data mentah yang berasal dari catatan tertulis.

Data-data mengenai peran influencer dalam pemilihan presiden pada pemilihan umum 2024 yang telah dianalisis kemudian diuji keabsahannya untuk memastikan kebenaran dan menghindari manipulasi atau subjektivitas. Uji keabsahan data dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi, dimana peneliti membandingkan temuan dari berbagai sumber, metode, atau teori untuk menghilangkan perbedaan konstruksi kenyataan yang mungkin terjadi dalam konteks studi tersebut. Penelitian ini memiliki batasan yang mencakup peran influencer dalam media sosial Instagram dan TikTok.

Pada tahun 2023, berdasarkan laporan dari reporter, penggunaan media sosial mengalami pertumbuhan yang signifikan di Indonesia. Sekitar 79,5% dari total penduduk, atau sekitar 167 juta orang, aktif menggunakan media sosial, dimana 153 juta di antaranya berusia di atas 18 tahun. Media sosial merupakan platform digital yang memfasilitasi pengguna untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lainnya untuk membentuk hubungan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015). Selain itu, Chadwick dan Howard dalam bukunya *Routledge Handbook of Internet Politics* menegaskan bahwa internet (media sosial) telah berkembang menjadi fondasi sistem komunikasi politik masyarakat (Chadwick & Howard, 2009). Dengan kecepatan penyebaran informasi politik di platform sosial media akan memberikan dampak yang lebih besar pada pemilu 2024. Dari dua penjelasan tersebut media sosial merupakan media yang dapat berkomunikasi serta dapat memberikan pengaruh terhadap orang lain secara tidak langsung/online dan bisa berpengaruh dalam konstestasi pemilu. Hal ini didukung dengan pernyataan dari Wakil Dekan III FISIP UMJ (Harmonis, 2024) yang menyatakan bahwa pengguna media sosial cenderung tidak bisa netral, dan selalu ada kecenderungan untuk memihak. Maka dari itu, kita harus cerdas dalam menggunakannya. Dari penjelasan tersebut dapat dikatakan Pemilu 2024 akan sangat dipengaruhi oleh peran dari media sosial.

Winarsih (2019) dan Aminuddin (2020) menyatakan bahwa media sosial memiliki dampak signifikan dalam kehidupan politik dengan kemampuannya mempengaruhi perilaku politik dan memberikan informasi yang berbeda dengan media mainstream. Influencer, sebagai individu atau pemilik akun media sosial dengan pengaruh besar, memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi dan mempengaruhi opini publik. Mereka berfungsi sebagai penghubung antara pemerintah dan masyarakat dalam menyampaikan dan menjelaskan program-program pemerintah agar lebih diterima oleh masyarakat. Maka dari itu saat ini peran influencer dalam dunia politik juga sangat berpengaruh karena kebanyakan orang sudah bermain medsos dan pemerintah dapat bekerjasama dengan influencer untuk menyampaikan sebuah informasi. Kedua, influencer juga berperan sebagai penyeimbang kekuatan bersama dengan oposisi dalam memperkuat fungsi control dan keseimbangan (Aminuddin, 2020). Dengan adanya influencer, maka sebagai influencer dapat melakukan pengawasan terhadap kinerja pemerintah dan juga dapat mewakili suara hati masyarakat atau pengikutnya untuk memengaruhi langkah kebijakan politik pemerintah. Menurut Aminuddin (2020), influencer memiliki peran penting dalam proses umpan balik politik, di mana mereka memantau, mengevaluasi, dan mengkaji kebijakan yang diambil oleh pemerintah. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa implementasi kebijakan dapat berjalan dengan baik di periode berikutnya.



Influencer bertindak sebagai representasi ekspresi masyarakat terkait kepuasan atau ketidakpuasan terhadap keputusan politik yang telah diambil.

Winarsih (2019) mencatat bahwa media sosial memiliki dampak signifikan dalam kehidupan politik dengan kemampuannya menyampaikan informasi yang tidak hanya sekedar lalu begitu saja, tetapi mampu memengaruhi perilaku politik individu, termasuk para pembuat kebijakan. Di era digital seperti sekarang ini, para influencer melalui media sosial gencar mempromosikan para calon presiden pilihannya masing-masing. Influencer, sebagai bagian dari masyarakat sipil melalui kekuatan media sosialnya, telah berhasil membentuk opini publik dan memengaruhi sikap para pengikutnya. Oleh karena itu, dalam upaya menciptakan tatanan politik yang ideal, influencer bekerja sama dengan pemerintah dan sektor swasta (Aminuddin, 2020). Dengan jangkauan yang luas dan pengaruh yang kuat di media sosial, para influencer memiliki kemampuan untuk mempengaruhi opini publik secara signifikan. Mereka tidak hanya menyuarakan dukungan atau kritik terhadap kandidat dan isu-isu politik, tetapi juga berperan dalam memobilisasi pemilih, mengumpulkan dukungan finansial, dan memberikan edukasi politik kepada pengikut mereka. Media sosial berfungsi sebagai sarana utama untuk menyebarkan wacana atau isu-isu politis dalam berbagai bidang, seperti pendidikan, budaya, sosial, ekonomi, hukum, dan politik (Rahmawati, 2014). Pengaruh influencer dapat menjadi alat yang kuat untuk memperluas partisipasi demokratis. Dalam pemilihan presiden 2024, peran influencer memiliki potensi untuk menjadi sangat signifikan, terutama dengan pertumbuhan penggunaan media sosial dan platform digital dalam politik yang terus meningkat. Para influencer memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini publik, memobilisasi pemilih, dan membangun citra kandidat dalam kampanye presiden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Sosial dan Influencer

Berdasarkan data reporter pada tahun 2023, Penggunaan media sosial di Indonesia berkembang sangat pesat. Terdapat 79,5 persen dari total penduduk Indonesia, atau 167 juta orang, menggunakan media sosial, 153 juta di antaranya berusia di atas 18 tahun. Media sosial adalah platform di internet yang memfasilitasi pengguna untuk menunjukkan representasi diri mereka, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain, menciptakan ikatan sosial dalam lingkup virtual **Invalid source specified..** Selain itu, Chadwick dan Howard dalam buku mereka, Routledge Handbook of Internet Politics, mengungkapkan bahwa internet (media sosial) telah berevolusi menjadi basis media untuk sistem komunikasi politik masyarakat **Invalid source specified..** Dengan kecepatan penyebaran informasi politik di platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok, media sosial diperkirakan akan memberikan dampak yang lebih signifikan pada pemilu 2024. Dari dua penjelasan tersebut, media sosial adalah alat yang dapat berkomunikasi dan memberikan pengaruh kepada orang lain secara tidak langsung atau secara online, dan bisa mempengaruhi jalannya kontestasi pemilu. Hal ini didukung oleh pernyataan dari Wakil Dekan III FISIP UMJ Dr. Fal. Harmonis, M.Si, menyatakan bahwa ketika seseorang menggunakan media sosial, kemungkinan besar mereka tidak bisa bersikap netral dan pasti memiliki kecenderungan berpihak. Oleh karena itu, kita harus bijaksana dalam menggunakan media sosial **Invalid source specified..** Dari penjelasan tersebut dapat dikatakan Pemilu 2024 akan sangat dipengaruhi oleh peran dari media sosial.

Menurut Winarsih (2019), Media sosial memainkan peran besar dalam bidang politik. Komunikasi media sosial tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mempunyai kekuatan untuk membentuk perilaku politik masyarakat, terutama para pengambil keputusan. Individu atau pemilik akun media sosial yang memiliki kapasitas untuk mempengaruhi orang lain melalui akunnya dikenal sebagai influencer. Oleh karena itu, keberadaan influencer media



sosial dapat memberikan dampak yang besar bagi publik, yang sering kali beralih ke media sosial sebagai sumber informasi pengganti ketika mereka tidak bisa mendapatkannya di media tradisional (Winarsih, 2019).

Influencer memiliki dua peran utama dalam arus informasi politik. Pertama, mereka berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, menyebarkan dan menerjemahkan program-program pemerintah agar lebih mudah dipahami oleh masyarakat (Aminuddin, 2020). Saat ini, peran influencer dalam politik sangat penting karena banyak orang aktif di media sosial, sehingga pemerintah dapat bekerjasama dengan influencer untuk menyampaikan informasi. Kedua, influencer berperan sebagai penyeimbang kekuasaan bersama oposisi dalam memperkuat fungsi check and balance (Aminuddin, 2020). Influencer dapat mengawasi kinerja pemerintah dan mewakili suara masyarakat atau pengikut mereka dalam mempengaruhi kebijakan politik. Menurut Aminuddin (2020), influencer juga berperan dalam proses umpan balik, membantu memonitor, mengevaluasi, dan mengkaji kebijakan pemerintah sesuai dengan otoritas masing-masing stakeholder. Dengan demikian, pelaksanaan kebijakan dapat berjalan dengan baik di periode berikutnya. Influencer menjadi perwujudan ekspresi masyarakat terhadap kepuasan atau ketidakpuasan mereka terhadap keputusan politik yang diambil.

Di era digital saat ini, influencer melalui media sosial aktif dalam mendukung calon presiden pilihan mereka. Sebagai bagian dari masyarakat sipil, influencer menggunakan kekuatan media sosial untuk membangun opini publik dan mempengaruhi sikap pengikut mereka. Dalam upaya menciptakan tatanan politik yang ideal, mereka bekerja sama dengan pemerintah dan sektor swasta (Aminuddin, 2020). Dengan jangkauan luas dan pengaruh yang kuat di platform media sosial, influencer mampu memengaruhi opini publik secara signifikan. Mereka tidak hanya mendukung atau mengkritik kandidat dan isu-isu politik, tetapi juga berperan dalam memobilisasi pemilih, menggalang dukungan finansial, dan memberikan pendidikan politik kepada pengikut mereka. Media sosial menjadi saluran informasi penting di berbagai bidang seperti pendidikan, budaya, sosial, ekonomi, hukum, dan politik. Dalam konteks politik, media sosial menjadi sarana utama untuk menyebarkan wacana atau isu-isu politik (Rahmawati, 2014). Pengaruh influencer dapat menjadi alat yang kuat untuk meningkatkan partisipasi demokratis. Dalam pemilihan presiden 2024, peran influencer berpotensi sangat signifikan, terutama dengan meningkatnya penggunaan media sosial dan platform digital dalam politik. Influencer memiliki kemampuan untuk memengaruhi opini publik, memobilisasi pemilih, dan membangun citra kandidat dalam kampanye presiden.

Perkembangan Pemilu di Indonesia

Pemilu di Indonesia memiliki sejarah Panjang yang mencerminkan perjalanan bangsa dalam membangun demokrasi menurut Azra (2023) dimulai dari pemilu 1955 yang demokratis dengan 14 partai politik, hingga pemilu 2024, memiliki ceritanya tersendiri dan menjadi tonggak penting dalam sejarah Indonesia. Pada masa demokrasi parlementer, pemilu 1955 dan 1958 menjadi momen penting dalam membangun parlemen yang mewakili rakyat. Namun, stabilitas politik yang goyah mengantarkan Indonesia pada masa orde baru, dimana pemilu tahun 1971, 1977, 1982, 1987, 1992, dan 1997 berlangsung dengan hanya 3 partai politik yang boleh mengikuti. Reformasi 1998 membuka babak baru dalam sejarah pemilu Indonesia (Parandaru, 2024). Menurut KPU (2024) Pemilu 1999 menjadi tonggak penting dengan 48 partai politik yang mengikuti, menandakan era baru demokrasi yang bebas dan terbuka. Sejak saat itu, pemilu di Indonesia terus berkembang dengan sistem demokrasi yang semakin matang, diawali dengan pemilihan presiden dan wakil presiden secara langsung di tahun 2004. Pemilu 2014 dan 2019 menjadi bukti komitmen bangsa dalam membangun demokrasi. Dasar hukum pemilihan umum di Indonesia adalah undang-undang nomor 7 tahun 2017 tentang pemilihan umum. Undang-undang ini mengatur segala hal terkait dengan penyelenggaraan pemilu mulai



dari hak pilih, pencalonan, kampanye, pemungutan suara, penetapan hasil pemilu, hingga penyelesaian sengketa pemilu (Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum).

Pemilu Masa Orde Lama

Pemilihan umum pertama di Indonesia, yang dilaksanakan selama era kepemimpinan Soekarno, diadakan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dan Konstituante. Proses pemilihan ini terbagi menjadi dua tahap, yaitu pemilihan anggota DPR pada 29 September 1955 dan pemilihan anggota Konstituante pada 15 Desember 1955. Metode pemilihan yang digunakan adalah sistem proporsional yang menjamin kejujuran, keadilan, langsung, umum, bebas, dan rahasia. Namun, pemilihan ini gagal menciptakan stabilitas politik yang diharapkan. Kabinet Ali Sastroamidjojo, yang merupakan koalisi dari tiga partai besar yaitu NU, PNI, dan Masyumi, menghadapi kesulitan dalam mengatasi isu-isu penting, terutama yang berkaitan dengan pendekatan presiden pertama dalam sistem Demokrasi Parlementer (Noviawati, 2019).

Pemilu Masa Orde Baru

Pelaksanaan pemilu dari yang kedua hingga ketujuh berlangsung selama masa Orde Baru di bawah kepemimpinan Presiden Soeharto, di mana sistem multipartai disederhanakan menjadi hanya tiga partai utama: Partai Golkar, Partai Persatuan Pembangunan (PPP), dan Partai Demokrasi Indonesia (PDI). Pemilu tersebut bertujuan untuk memilih anggota DPR, DPRD, dan Utusan Daerah. Pada masa Orde Baru, diharapkan tercipta sistem politik yang lebih demokratis dan stabil. Diterbitkannya Undang-Undang Pemilihan Umum tahun 1969 merupakan salah satu langkah dalam mewujudkan harapan tersebut. UU tersebut termasuk penyelenggaraan forum diskusi tentang sistem distrik baru di Indonesia, yang bertujuan untuk mengurangi jumlah partai politik secara alami, mendorong partai-partai kecil untuk berkolaborasi dalam meraih kursi di suatu distrik, sehingga diharapkan dapat menciptakan kolaborasi antar partai kecil untuk mencapai tujuan bersama dalam pemilu.

Pemilu Setelah Masa Orde Baru

Pemilihan umum kedelapan hingga kesebelas berlangsung setelah era Orde Baru, di mana pemilihan langsung capres dan cawapres diperkenalkan untuk pertama kalinya kepada rakyat. Era ini ditandai dengan sistem multipartai yang menggambarkan proses demokratisasi, dengan banyaknya partai politik yang ikut serta dalam pemilu. Pemilu tahun 1999, yang diselenggarakan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang dibentuk oleh Presiden, melibatkan empat puluh delapan anggota dari unsur partai politik dan lima wakil pemerintah. Meskipun hasilnya tidak sempurna, pemilu ini dianggap demokratis, jujur, dan adil karena partisipasi partai politik yang tinggi, mirip dengan pemilu tahun 1955.

Pada pemilihan umum duabelas yang berlangsung pada 17 April 2019, dilaksanakan secara serentak untuk memilih presiden, wakil presiden, anggota DPR, DPRD, dan DPD. Pemilu ini diikuti oleh duapuluh partai politik, termasuk enambelas partai politik nasional dan empat partai politik lokal di Aceh.

Dampak Media Sosial Terhadap Pilpres Pada Pemilu 2024

Media sosial mengacu pada berbagai platform online, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual, tempat orang dapat terlibat secara aktif, bertukar materi, dan menghasilkan informasi. Wiki, blog, dan jejaring sosial adalah beberapa platform media sosial yang paling sering digunakan orang di dunia saat ini (Cahyono, 2016). Saat ini, media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, memenuhi berbagai kebutuhan individu seperti menggunakan TikTok, Instagram, atau mencari informasi. Kehadiran media sosial memberikan keberuntungan bagi kita dalam mempermudah aktivitas sehari-hari dan memfasilitasi interaksi dengan berbagai orang. Melalui media sosial, kita dapat berinteraksi dengan siapa saja, termasuk tokoh terkenal yang aktif di platform seperti Facebook



dan Twitter, serta memperluas jejaring dan koneksi. Ini membawa dampak positif bagi mereka yang mencari teman atau pasangan dari tempat yang jauh atau negara asing, menghilangkan hambatan jarak dan waktu. Era media sosial saat ini memungkinkan ekspresi diri dengan lebih mudah, menyediakan sarana baru bagi manusia untuk mengekspresikan diri mereka.

Berbagai individu, termasuk orang yang biasa-biasa saja, pemalu, atau cenderung gugup untuk berbicara di depan umum, kini dapat mengungkapkan pendapat mereka dengan lebih bebas. Media sosial memungkinkan siapa pun untuk mengirimkan informasi baru kapan saja, memungkinkan akses informasi yang tersebar di platform tersebut setiap saat (Cahyono, 2016). Menurut Khaeruni (2016) media sosial memberikan dampak positif dan negatif pada anak-anak. Di antara dampak positifnya, anak-anak dapat belajar cara beradaptasi, bersosialisasi dengan publik, mengelola jaringan pertemanan, dan menggunakan media sosial untuk mendiskusikan tugas sekolah mereka, yang mendukung kegiatan belajar mereka (Khaeruni, 2016).

Penggunaan media sosial oleh anak-anak memiliki dampak negatif yang signifikan, di antaranya terlihat dari banyaknya anak yang menghabiskan waktu di jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan lainnya bukan untuk keperluan pendidikan, yang dapat menyebabkan kurangnya disiplin dalam menyelesaikan tugas-tugas sekolah dan rentan terhadap perilaku mencontek karya orang lain (Khaeruni, 2016). Selain itu, media sosial dapat mempengaruhi hubungan interpersonal dengan menjauhkan individu dari orang-orang terdekatnya. Mereka yang terlalu terlibat dalam media sosial mungkin cenderung mengabaikan interaksi tatap muka sehari-hari karena kemudahan berkomunikasi melalui platform tersebut, yang pada akhirnya dapat mengurangi motivasi untuk bertemu langsung dengan orang lain. Selain itu, ketergantungan pada media sosial juga dapat mengarah pada kecanduan internet, karena kenyamanan dan kemudahan yang ditawarkan oleh penggunaannya (Cahyono, 2016).

Media sosial dan influencer memiliki efek signifikan bagi pemilu. Mereka dapat mempengaruhi opini publik dan perilaku pemilih melalui konten yang telah disajikan (Saputra & Erowati, 2021). Media sosial juga menjadi platform yang sangat populer dan efektif dalam penyebaran informasi politik, serta dalam meningkatkan partisipasi politik (Islami, 2023). Dengan jutaan pengikut yang setia, influencer memiliki kemampuan untuk menyebarkan pesan politik secara cepat dan efektif, terutama di antara generasi muda yang aktif di platform media sosial (Pamungkas, 2024). Influencer dapat memainkan peran penting dalam kampanye politik, membantu calon presiden mencapai demografi yang mungkin sulit untuk dijangkau secara tradisional. Mereka dapat meningkatkan daya Tarik calon presiden di kalangan kelompok demografis kunci dengan menggandeng influencer yang memiliki audiens yang sebagian besar terdiri dari pemilih muda (Pamungkas, 2024).

Penggunaan media sosial dan dengan adanya influencer dalam kampanye politik juga memiliki resiko. Pesan politik yang tidak terkendali dan taktik agresif dalam media sosial dapat merusak reputasi kandidat dan memengaruhi opini publik dengan informasi yang tidak valid. Penting untuk meningkatkan kewaspadaan terhadap media sosial karena algoritma platform sering kali mengekspos pengguna pada pandangan yang serupa, yang dapat memperkuat polarisasi masyarakat (Islami, 2023). Peran strategis media dan influencer dalam suksesnya pemilu terlihat dari kemampuan mereka dalam menyediakan informasi yang akurat dan terverifikasi, yang dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang proses pemilu. Lebih lanjut, momen pemilu dapat memperkuat fondasi demokrasi yang sehat dengan mendorong partisipasi politik dan kesadaran politik di kalangan generasi muda yang mungkin kurang tertarik atau terlibat.

Peran Influencer dalam Pilpres pada Pemilu 2024

Perkembangan teknologi dan informasi, terutama internet, telah membanjiri masyarakat dengan berbagai jenis informasi (Zuhri, 2020). Laporan dari We Are Social mencatat bahwa



jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 139 juta orang pada Januari 2024, yang setara dengan 49,9% dari total populasi. Media sosial memiliki pengaruh besar terhadap cara masyarakat menerima informasi yang beredar, termasuk informasi politik. Keberadaan influencer di media sosial memiliki dampak signifikan terhadap politik Indonesia saat ini. Hal ini disebabkan oleh pesan yang disampaikan oleh influencer yang bersifat provokatif – reaktif dan juga diskursif kepada netizen (Jati, 2016). Pada pemilu 2024, pasangan calon presiden dan wakil presiden berusaha keras untuk melibatkan para influencer dalam kampanye mereka. Strategi ini terbukti sangat efektif untuk meningkatkan suara dan elektabilitas dari pasangan calon presiden dan wakil presiden yang berkompetisi dalam pemilu 2024. Calon yang mendapatkan banyak dukungan dari influencer, selalu unggul dalam kontestasi pemilu. Pengaruh luas dari influencer membuat masyarakat lebih mudah menerima informasi.

Influencer, khususnya di media sosial, memiliki pengaruh besar terhadap pandangan masyarakat. Biasanya mereka memiliki banyak pengikut dan mendapatkan dukungan kuat dari basis pengikut mereka. Influencer mempunyai peran penting dalam membentuk opini publik karena mereka sering menyebarkan informasi, mengungkapkan pendapat pribadi, atau mempromosikan kandidat kepada pengikutnya. Influencer terkadang dianggap memiliki kekuatan lebih besar daripada media konvensional untuk mempengaruhi keputusan masyarakat. Banyak variabel yang berkontribusi terhadap hal ini. Melalui pesan langsung, siaran langsung, dan komentar, influencer sering kali menjalin hubungan yang akrab dan dinamis dengan pengikutnya. Akibat hubungan tersebut, pengikut akan lebih cenderung menerima dan mempercayai pendapat atau rekomendasi yang diberikan karena merasa lebih akrab dan dipercaya. Influencer juga biasanya memiliki reputasi yang kuat, kepribadian yang unik, dan keahlian industri yang mendalam (Prasetyaningrum, 2023).

Mereka membangun audiens yang memiliki minat serupa, dan pengikut sering melihat mereka sebagai otoritas atau ahli dalam bidang tertentu. Oleh karena itu, ketika influencer menyampaikan pesan politik, pengikut cenderung memperhatikan dan mempertimbangkan pandangan tersebut. pengikutnya cenderung lebih terpengaruh karena mereka dianggap sebagai sumber yang dapat dipercaya dan berkompeten. Selain itu, influencer memiliki kemampuan untuk mempopulerkan isu dan menarik perhatian masyarakat secara luas. Potensi viral yang dimiliki oleh influencer sangat dipengaruhi oleh algoritma dan fitur dari platform media sosial. Algoritma media sosial umumnya lebih memprioritaskan konten yang mendapat banyak interaksi, seperti suka, komentar, dan berbagi. Saat influencer memposting konten mengenai isu yang menarik perhatian pengikut mereka, konten tersebut cenderung muncul di feed pengguna lain, sehingga meningkatkan eksposur isu tersebut.

Namun karena kekuatan influencer juga mempunyai beberapa risiko, penting untuk mempertimbangkan kritik terhadap hal tersebut. Mengenai kedekatan politik mereka, para influencer mungkin menjadi kurang terbuka, sehingga menimbulkan permasalahan. Ada kemungkinan besar influencer mendapatkan dana atau bantuan dari politisi atau organisasi politik tertentu tanpa memberi tahu pengikutnya tentang hal itu. Penyampaian informasi secara selektif dapat dipastikan dengan tetap menjaga integritasnya. Influencer mungkin juga tidak memeriksa materi secara menyeluruh sebelum menyebarkannya. Mereka mungkin menyebarkan pernyataan yang tidak terverifikasi atau bahkan informasi yang menyesatkan dalam upaya untuk menarik perhatian atau mencapai tujuan tertentu. Proses politik dapat terhambat oleh tindakan-tindakan tersebut, yang juga dapat berdampak negatif terhadap pemilih.

PENUTUP

Penggunaan media sosial yang besar dan signifikan di Indonesia, membuat hal tersebut memiliki pengaruh dalam seluruh aspek kehidupan tanpa terkecuali dibidang politik. Adanya



influencer di media sosial terutama dalam platform instagram dan tiktok, membuat kampanye politik pada pemilu 2024 memiliki pergeseran dan perkembangan yang signifikan terutama dalam kampanye calon presiden dan wakil presiden. Para capres dan cawapres berlomba-lomba untuk menggalang influencer untuk mendukung dan turut membantu dalam kampanye nya. Kampanye dengan influencer dan media sosial ini terbukti efektif untuk meningkatkan popularitas dan suara pendukung.

Pasangan capres dan cawapres nomor urut 2, Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka mendapatkan banyak dukungan dari influencer yang memiliki pengikut followers di instagram dan tiktok yang banyak. Para influencer ini juga turut hadir dalam kampanye-kampanye yang diadakan sehingga masyarakat banyak tertarik untuk datang. Banyaknya konten-konten yang menunjukkan dukungan untuk paslon juga sangat berpengaruh untuk meingkatkan elektabilitas suara. Paslon nomor urut 2, Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka mendapatkan suara terbanyak pada pemilihan presiden dan wakil presiden pada pemilu 2024 menurut hasil Quick Count dan hitung resmi KPU.

DAFTAR PUSTAKA

- Akib, S. (2022). *Inilah Pengertian, Peran & Siapa Influencer*. INA News. <https://www.inanews.co.id/2022/09/inilah-pengertian-peran-siapa-influencer/>
- Aminuddin, M. (2020). *Menempatkan "Influencer" dalam Sistem Politik Era Digital*. Detik. <https://news.detik.com/kolom/d-5164350/menempatkan-influencerdalam-sistem-politik-era-digital>
- Anitasari, P. (2020). *Peran Influencer di Media Sosial dalam Sistem Politik dan Mempengaruhi Publik*. Kumparan.
- Ardha, B. (2014). Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(1), 105–120.
- Azra, N. (2023). *Sejarah Pemilu di Indonesia dari Masa ke Masa, Mulai 1955 hingga 2019*. Uici. <https://uici.ac.id/sejarah-pemilu-di-indonesia-dari-masa-ke-masa/>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 140–156.
- Chadwick, A., & Howard, P. N. (2009). *Handbook of Internet Politics* (1st ed.). Routledge.
- Eva, P., & Antari, D. (2018). Pemilihan Umum Di Indonesia. *Jurnal Panorama Hukum*, 3(1), 1–9.
- Hayat, M. A., Jayadiningrat, S., Wibisono, G., & Iyansyah, M. I. (2021). Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(1), 104–114. <https://doi.org/10.36418/jist.v2i1.61>
- Islami, M. F. I. (2023). *OPINI: Pengaruh Media Sosial Terhadap Pemilu 2024*. Komunikasi & Penyiaran Islam IAIN Parepare. <https://kpi.iainpare.ac.id/2023/12/opini-pengaruh-media-sosial-terhadap.html>
- Jati, W. R. (2016). Aktivisme Kelas Menengah Berbasis Media Sosial: Munculnya Relawan dalam Pemilu 2014. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 147–162.
- Khaeruni, N. (2016). Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Terhadap Pendidikan Akhlak Anak. *Jurnal Edukasi*, 2(1), 91–106.
- Komariah, K., & Kartini, D. S. (2019). *Media Sosial dan Budaya Politik Generasi Milineal dalam Pemilu*.
- KPU. (2024). *Pemilu 1999*. Komisi Pemilihan Umum. <https://www.kpu.go.id/page/read/11/pemilu-1999>
- Lukman, N. A., Siregar, H., & Nainggolan, C. (2024). *Peran Media Sosial Terhadap Pembentukan Persepsi Gen Z dalam Pemilihan Presiden 2024*. 3(3), 753–761.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*.



Simbiosis Rekatama Media.

- Nawawi, H. (2012). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Gadjah Mada University Press.
- Noviawati, E. (2019). Perkembangan Politik Hukum Pemilihan Umum di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi*, 7(1), 75–97. <https://doi.org/10.25157/jigj.v7i1.2139>
- Pamungkas, A. S. (2024). *Influencer Dalam Komunikasi Politik Capres Saat Pemilu*. Sakato. <https://sakato.co.id/influencer-dalam-komunikasi-politik-capres-saat-pemilu/>
- Pamungkas, S. (2009). *Perihal Pemilu*.
- Parandaru, I. (2024). *Reformasi 1998: Transisi Demokrasi Pasca-Orba*. Kompas Pedia.
- Prasetyaningrum, Y. I. (2023). *Peran Influencer dalam Mendorong Ekonomi Kreatif*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/yunitaikaprasetyaningrum4331/65114ab808a8b531db6d3ad3/peran-influencer-dalam-mendorong-ekonomi-kreatif>
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Santoso, M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>
- Rahmawati, D. (2014). Media Sosial dan Demokrasi di Era Informasi. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 2(2). <https://doi.org/10.7454/jvi.v2i2.40>
- Rakhman, M. A., & Haryadi, H. (2019). Perilaku Dan Partisipasi Politik Generasi Z. *Jurnal Ilmu Sosial Ilmu Politik (JISIP) Universitas Jambi*, 3.
- Saputra, N. A., & Erowati, D. (2021). Pengaruh Peran Kampanye Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Muda di Kota Semarang. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(3), 845–852. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i3.413>
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, (207 C.E.).
- Silalahi, U. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. PT. Refika Aditama.
- Simamora, I. Y., Nasution, A. A. M., Novita, D. D., Syahira, Z., Nazwa, W. S., & Siregar, R. A. (2024). Peran Generasi Z di Pemilu 2024 di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 5918–5922.
- Sopacua, M. G., Mustanir, A., Muharam, R. S., & Sudaryatie. (2023). Hukum Pemilihan Umum Indonesia. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2). Penerbit Widina Media Utama.
- The Conversation. (2024). *Ketika 'Influencer' Digunakan Untuk Mendapatkan Dukungan Politik, Apa Risikonya*. Theconversation.Com.
- Widjaja, G. E., Yehezkiel, S., Husaini, M. D., & Andryanto. (2024). Pengaruh Agama pada Masyarakat Indonesia dalam Melaksanakan Pemilihan Umum. *Jurnal Pendidikan, Sensi, Sains, Dan Sosial Humaniora*, 2(1), 1–25. <https://doi.org/10.11111/nusantara.xxxxxxx>
- Winarsih, A. S. (2019). *Fenomena 'Influencer' Dalam Masifikasi Konten Politik Tentang Pilpres 2019 Melalui Postingan di Facebook*. Universitas Satya Negara.
- Zuhri, A. (2020). Instagram, Pandemi, dan Peran Influencer (Analisis Wacana Kritis pada Postingan Akun Instagram @najwashihab dan @jrxxsid). *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 1(2), 351–382. <https://doi.org/10.22515/ajdc.v1i2.2722>