

MEDIA SOSIAL SEBAGAI AGEN KOMUNIKASI MASSA: TINJAUAN LITERATUR TERHADAP PERAN INFLUENCER DALAM SERUAN “INDONESIA DARURAT” AGUSTUS 2024

Rizqia Apiyati^{1*}, Muhammad Ikhsan Ardhiansyah², Siti Nur Al Fadillah³, Talitha Atha Ghani⁴, Komarudin Subekti⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Pamulang

*E-mail: Jeonqia@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji peran influencer media sosial sebagai agen komunikasi massa dalam kampanye “Indonesia Darurat” yang berlangsung pada Agustus 2024 di Indonesia. Latar belakang penelitian ini adalah transformasi lanskap komunikasi politik yang kini didominasi oleh media sosial dan peran strategis influencer dalam membentuk opini publik serta mobilisasi aksi kolektif. Penelitian menggunakan metode systematic literature review (SLR) dengan mengumpulkan data sekunder dari artikel ilmiah, berita daring, dan dokumen relevan. Hasil analisis menunjukkan bahwa influencer tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membingkai pesan politik secara strategis melalui narasi personal, visualisasi krisis, dan gaya penyampaian yang sesuai dengan karakteristik audiens. Kampanye “Garuda Biru” menjadi bukti konkret efektivitas influencer dalam menggerakkan opini publik dan menciptakan tekanan sosial-politik secara cepat melalui konten digital sederhana. Interaksi dinamis antara influencer, platform media sosial, dan audiens membentuk narasi kolektif yang memperkuat partisipasi publik dalam proses demokrasi. Namun, praktik ini juga menghadirkan tantangan seperti potensi polarisasi, penyebaran informasi tidak akurat, dan ketergantungan pada figur tertentu.

Kata kunci: influencer, media sosial, komunikasi massa, kampanye politik, Indonesia Darurat

ABSTRACT

This study examines the role of social media influencers as mass communication agents in the “Indonesia Emergency” campaign that took place in August 2024 in Indonesia. The background of this study is the transformation of the political communication landscape which is now dominated by social media and the strategic role of influencers in shaping public opinion and mobilizing collective action. The study uses the systematic literature review (SLR) method by collecting secondary data from scientific articles, online news, and relevant documents. The results of the analysis show that influencers not only convey information, but also frame political messages strategically through personal narratives, crisis visualizations, and delivery styles that are in accordance with audience characteristics. The “Garuda Biru” campaign is concrete evidence of the effectiveness of influencers in moving public opinion and creating socio-political pressure quickly through simple digital content. The dynamic interaction between influencers, social media platforms, and audiences forms a collective narrative that strengthens public participation in the democratic process. However, this practice also presents challenges such as the potential for polarization, the spread of inaccurate information, and dependence on certain figures.

Keywords: influencer, social media, mass communication, political campaign, Indonesia Emergency

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital, khususnya media sosial, telah mengubah wajah komunikasi publik dan politik di Indonesia. Media sosial saat ini adalah salah satu media komunikasi paling populer di masyarakat yang tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi, tetapi juga sebagai sarana mencari berbagai informasi. Media sosial menyajikan format komunikasi yang lebih interaktif dan memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi, berpendapat, membentuk opini, serta mempengaruhi masyarakat.

Disadari atau tidak, kehadiran media baru khususnya media sosial telah memberikan pengaruh yang sangat besar dalam kehidupan manusia sebagai seorang individu maupun masyarakat secara umum. Kehadiran teknologi informasi dan komunikasi baru telah mengubah perilaku manusia dalam menggunakan teknologi, mengakibatkan manusia menemukan cara-cara baru dalam pencarian informasi yang tidak hanya melalui komunikasi dua arah tetapi juga proses komunikasi simetris yang memungkinkan interaksi real time. Dengan demikian, media sosial memberikan pengaruh dalam proses interaksi sosial serta hubungan sosial yang dilakukan oleh individu dengan individu lainnya.

Kampanye politik tidak lagi hanya berlangsung di media konvensional, tetapi telah bergeser ke platform-platform digital seperti Instagram, TikTok, dan Twitter/X. Kampanye digital yang merupakan bentuk kampanye yang dilakukan secara daring dapat berupa konten hiburan, meme, atau caption yang lebih mudah menjangkau khalayak luas. Media sosial seperti Instagram dan Twitter memiliki kegunaan yang sama dalam menyebarkan informasi, dengan perbedaan terletak pada cara berbagi informasi yang memungkinkan kreativitas pengguna dalam menyampaikan pesan.

Influencer sebagai figur yang memiliki audiens besar mulai mengambil peran strategis dalam menyebarkan pesan-pesan politik, menggantikan atau bahkan melengkapi peran media tradisional. Secara global, pengaruh influencer telah terbukti dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari pemasaran produk hingga gerakan sosial dan politik. Dalam konteks sosial dan politik, beberapa influencer memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi, membentuk opini publik, serta menggerakkan aksi kolektif terhadap berbagai isu yang berkembang. Pemanfaatan influencer dalam komunikasi politik telah mengubah lanskap kampanye tradisional di Indonesia. Influencer yang kreatif dan relevan memiliki kemampuan untuk mengubah masalah politik yang rumit menjadi konten yang mampu menarik perhatian dan mudah dipahami oleh generasi muda. Mereka dapat memotivasi masyarakat untuk terlibat aktif dalam proses demokrasi melalui kolaborasi, kampanye, dan pendidikan politik yang dikemas dalam format yang lebih menarik dan mudah dicerna.

Fenomena ini sangat relevan dengan konteks politik Indonesia tahun 2024, khususnya melalui kampanye "Peringatan Darurat Garuda Biru" yang viral di media sosial pada Agustus 2024. Kampanye ini bermula dari akun @budibukanintel di

platform X (Twitter) yang pertama kali mengunggah konten "Peringatan Darurat" sebagai bentuk protes digital terhadap upaya DPR dan pemerintah untuk menganulir putusan Mahkamah Konstitusi terkait syarat pencalonan kepala daerah. Konten tersebut kemudian diadopsi dan disebarluaskan oleh Najwa Shihab melalui akun kolaborasi @najwashihab, @matanajwa, dan @narasitv, yang berhasil membuat kampanye ini membanjiri media sosial. Yang menarik adalah bagaimana seluruh influencer, bahkan mereka yang tidak pernah membahas politik sekalipun, turut serta mengunggah "Peringatan Darurat" tersebut, menciptakan efek domino yang luar biasa. Fenomena ini berhasil memicu aksi unjuk rasa massal hanya dalam waktu satu hari dan membuat seluruh masyarakat Indonesia sadar akan keadaan negara saat itu. Hal ini menunjukkan bagaimana influencer dapat menggerakkan opini publik lintas segmen audiens dan menciptakan gerakan politik grassroots dalam waktu singkat melalui konten digital sederhana. Fenomena ini membuktikan efektivitas komunikasi politik di era digital, sekaligus memunculkan pertanyaan penting tentang seberapa besar pengaruh influencer dalam membentuk perilaku politik masyarakat dan bagaimana media sosial dapat menjadi katalisator bagi perubahan sosial-politik di Indonesia.

Penelitian ini berangkat dari fenomena semakin meluasnya peran influencer media sosial dalam ranah komunikasi politik, khususnya selama kampanye politik menjelang Pemilu 2024. Influencer kini tidak lagi sekadar menjadi penyampai pesan komersial, melainkan telah berevolusi menjadi aktor strategis dalam membentuk opini publik dan memengaruhi preferensi politik masyarakat di era digital. Salah satu momen penting yang menjadi sorotan adalah munculnya peringatan darurat dari kelompok kampanye "Garuda Biru", yang secara masif memanfaatkan media sosial dan jaringan influencer dalam upaya penggalangan dukungan. Fenomena ini menandai adanya pergeseran pola kampanye politik ke arah yang lebih personal, terfragmentasi, dan bergantung pada popularitas serta engagement di dunia maya.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini merumuskan beberapa pertanyaan kunci sebagai berikut:

1. Bagaimana peran influencer media sosial dalam mengonstruksi pesan komunikasi massa terkait peringatan darurat kampanye Garuda Biru selama periode kampanye politik di Indonesia?
2. Sejauh mana efektivitas strategi komunikasi politik melalui influencer media sosial dalam memengaruhi persepsi dan preferensi politik masyarakat?
3. Bagaimana dinamika interaksi antara influencer, platform media sosial, dan audiens dalam membentuk wacana politik selama kampanye Garuda Biru?
4. Apa saja tantangan dan peluang yang muncul dalam pemanfaatan influencer sebagai agen komunikasi massa dalam konteks demokrasi digital?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bahwa sejauh mana peran influencer di media sosial dapat memengaruhi penyampaian pesan dan membentuk opini juga preferensi masyarakat dalam memilah informasi secara kritis, terutama dalam bidang politik. Bagaimana dinamika interaksi antara influencer dan audiens melalui platform media sosial dalam membentuk wacana politik sebuah kampanye. Juga dengan faktor tantangan dan peluang yang pasti muncul dalam pemanfaatan influencer sebagai agen komunikasi massa di dalam konteks demokrasi digital.

Penelitian ini membatasi ruang lingkupnya pada analisis peran influencer media sosial dalam kampanye politik kelompok “Garuda Biru” menjelang Pemilu 2024 di Indonesia. Fokus utama diarahkan pada strategi komunikasi politik digital yang digunakan oleh para influencer, serta bagaimana mereka mengonstruksi pesan, membentuk opini publik, dan memengaruhi persepsi serta preferensi politik audiens di media sosial.

Studi ini mencakup periode kampanye Agustus 2024, berdasarkan pantauan Kompas.com, tanda pagar (tagar) dan unggahan gambar Garuda Biru bertuliskan Peringatan Darurat mulai ramai di media sosial pada Rabu (21/8/2024) untuk mengawal putusan MK terkait syarat dan aturan pencalonan kepala daerah dalam Pilkada serentak 2024. Dengan lingkup geografis di Indonesia dan segmentasi audiens pada pengguna aktif media sosial. Analisis nya difokuskan pada platform populer seperti Instagram, TikTok, dan Twitter/X, serta mempertimbangkan dinamika interaksi antara influencer, platform, dan audiens dalam pembentukan wacana politik digital. Penelitian ini tidak mencakup seluruh bentuk kampanye politik atau hasil pemilu, melainkan terbatas pada penggunaan influencer sebagai agen komunikasi massa dalam konteks demokrasi digital.

METODE

Jenis penelitian ini termasuk ke dalam penelitian literature review atau kajian literatur dengan acuan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas. Kajian literatur merupakan sebuah ringkasan tertulis tentang artikel dari jurnal, buku, dan dokumen lain yang mendeskripsikan teori serta informasi baik masa lalu maupun saat ini dengan mengorganisasikan pustaka ke dalam topik dan dokumen yang dibutuhkan.

Jenis data yang digunakan oleh penulis pada penelitian ini adalah data-data yang diambil lewat studi literatur. Studi literatur merupakan langkah yang dipakai dalam menghimpun data-data atau sumber-sumber yang berkaitan dengan topik yang sedang dibahas di dalam sebuah penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan sumber data sekunder. Peneliti mencari dan mengumpulkan data-data berbagai hasil penelitian yang bersumber dari portal berita daring, artikel ilmiah, dan jurnal yang relevan dengan tema penelitian tentang peran influencer media sosial sebagai agen komunikasi massa dalam konteks "Seruan Indonesia Darurat Agustus 2024".

Metode pengumpulan data menggunakan metode dokumenter. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dimana data-data yang sudah diperoleh, dianalisis dan dikaji secara mendalam, sistematis dan kritis yang kemudian diuraikan secara naratif sehingga mudah dipahami dan dapat memberikan informasi yang akurat dan mutakhir mengenai fenomena peran influencer dalam komunikasi massa melalui media sosial.

Penelitian ini secara khusus mengadaptasi pendekatan Systematic Literature Review (SLR) guna memahami secara lebih mendalam bagaimana peran influencer dalam mengonstruksi pesan komunikasi massa, khususnya yang berkaitan dengan isu peringatan darurat nasional atau dinamika politik di Indonesia. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengeksplorasi sejauh mana efektivitas strategi komunikasi melalui media sosial berdampak terhadap pembentukan opini publik, serta bagaimana faktor sosial dan budaya turut memengaruhi penerimaan masyarakat terhadap pesan-pesan yang disampaikan oleh para influencer. Penggunaan metode ini juga memungkinkan untuk menilai kontribusi kampanye digital dalam membentuk persepsi, sikap, dan preferensi politik masyarakat melalui konten yang tersebar di berbagai platform media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui pendekatan tinjauan literatur, bagian hasil dan pembahasan ini membahas empat aspek utama: pertama, bagaimana influencer membingkai dan menyampaikan pesan politik secara strategis; kedua, seberapa efektif strategi komunikasi tersebut dalam memengaruhi persepsi dan preferensi politik masyarakat; ketiga, dinamika interaksi antara influencer, platform media sosial, dan audiens dalam menciptakan narasi kolektif; serta keempat, tantangan dan peluang yang muncul dari praktik ini dalam konteks demokrasi digital.

Influencer Membingkai Dan Menyampaikan Pesan Politik Secara Strategis:

Selama masa kampanye “Indonesia Darurat” oleh kubu Garuda Biru pada Agustus 2024, media sosial digunakan secara strategis untuk menyampaikan pesan-pesan yang menekankan urgensi perubahan dan krisis nasional. Dalam ranah ini, influencer berperan sebagai agen komunikasi massa yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membingkai makna pesan politik melalui narasi personal, visualisasi krisis, serta gaya penyampaian yang disesuaikan dengan karakteristik audiens mereka.

Media sosial influencer adalah sebuah istilah yang mengacu pada kemampuan seseorang dalam menyebarkan informasi kepada pengikut mereka di media sosial (Elli, 2017). Influencer ini bisa berasal dari kalangan mana saja, bisa seorang selebritas, atlet, ataupun profesional. Mengacu pada Teori Two-Step Flow (Katz & Lazarsfeld, 1955), influencer berfungsi sebagai opinion leader yang menerjemahkan isu-isu kompleks politik menjadi narasi yang lebih sederhana dan mudah diterima oleh pengikut mereka. Dalam konteks ini, kampanye Garuda Biru menjadi salah satu bukti konkret bagaimana opini publik dibentuk melalui perantara digital yang dipercaya.

Sebagai aktor kunci dalam ekosistem digital, influencer memiliki posisi strategis dalam menyebarkan sekaligus mengonstruksi pesan politik melalui media sosial. Mereka memegang peran sebagai gatekeeper dan opinion leader, dua peran yang sebelumnya hanya dijalankan oleh media massa tradisional. Sebagai gatekeeper, influencer memilih dan menyaring isu-isu tertentu yang dianggap relevan dan layak diangkat ke publik. Sebagai opinion leader, mereka memberikan tafsir, penilaian, serta arah opini yang secara tidak langsung memengaruhi cara audiens memahami isu politik yang berkembang.

Dalam konteks kampanye Garuda Biru yang ramai diperbincangkan selama periode Agustus 2024, peran influencer media sosial tampak signifikan dalam membentuk dan menyebarluaskan pesan komunikasi massa bertema “Indonesia Darurat”. Kampanye ini awalnya muncul dari unggahan akun @budibukanintel di platform X (sebelumnya Twitter), yang kemudian dikembangkan dan diperluas jangkauannya oleh influencer ternama seperti Najwa Shihab, Raditya Dika, Fedi Nuril, dan Baskara Putra (Hindia).

Poster 'Peringatan Darurat' merupakan potongan video yang diunggah akun YouTube EAS Indonesia Concept. EAS Indonesia Concept merupakan sebuah akun YouTube yang membuat video dengan konsep The Emergency Alert System (EAS) versi Indonesia. EAS merupakan sistem peringatan kedaruratan nasional Amerika yang didesain untuk menyebarkan pesan darurat di tengah siaran televisi dan radio. Dalam unggahan-unggahannya, akun EAS Indonesia Concept menggunakan metode EAS untuk membuat video horor fiktif yang dikenal sebagai analog horror. (CNN Indonesia)

Najwa Shihab, melalui akun kolaboratifnya dengan @matanajwa, @narasitv, dan @narasinewsroom secara aktif membagikan visual kampanye Garuda Biru sebagai bentuk peringatan darurat terhadap situasi politik nasional. Najwa menyebut peringatan darurat ini perlu disebarkan karena masyarakat berhak untuk marah dan agar sebanyak-banyaknya orang tahu bahwa rapat DPR bukanlah untuk kepentingan rakyat.

“Saya cemas pembangkangan konstitusi ini bisa berujung dengan pembangkangan sipil,” imbuhnya. (bbc.com)

Pesan visual tersebut dikemas dengan simbol yang kuat dan narasi kritis yang memuat ajakan untuk mengawal putusan Mahkamah Konstitusi (MK), memperlihatkan strategi komunikasi yang bertumpu pada visual activism. Narasi yang digunakan tidak hanya informatif, tetapi juga bersifat ajakan emosional yang dirancang untuk menggugah kesadaran dan keterlibatan publik.

Influencer lain seperti Raditya Dika dan Fedi Nuril turut memperkuat pesan dengan membagikan ulang visual serupa, sementara Baskara Putra bahkan mengajak rekan-rekan musisinya untuk menampilkan visual “Indonesia Darurat” di layar panggung dalam setiap pertunjukan musik hingga tanggal 27 Agustus 2024. Tindakan ini merupakan bentuk kolaborasi kampanye simbolik dan artistik yang menggabungkan dunia hiburan dengan aktivisme politik digital, menciptakan ruang partisipatif di mana pesan politik dapat dipahami melalui konteks budaya populer.

Dalam mengonstruksi pesan, para influencer secara sadar memilih simbol visual (Garuda berwarna biru) yang mudah dikenali dan memiliki makna kuat tentang negara, dikombinasikan dengan diksi seperti “darurat” yang membangun rasa genting. Gaya penyampaian yang personal, sederhana, dan emosional memperkuat daya sebar pesan. Dengan memanfaatkan algoritma dan karakteristik viral media sosial, pesan-pesan ini menjadi *shareable content* yang cepat menyebar dan meluas.

Dengan karakteristik media sosial yang interaktif, pesan-pesan ini tidak hanya diserap tetapi juga diproduksi ulang oleh masyarakat dalam bentuk unggahan ulang, komentar, hingga kampanye turunan, yang menciptakan efek viral dan memperkuat tekanan publik terhadap institusi negara seperti MK. Konstruksi pesan ini berhasil membentuk kesadaran kolektif akan kondisi politik, membingkai narasi bahwa masyarakat harus bersuara, serta menempatkan publik sebagai bagian dari perubahan.

Efektivitas Strategi Komunikasi Politik Melalui Influencer Media Sosial Dalam Memengaruhi Persepsi Dan Preferensi Politik Masyarakat:

Perkembangan media sosial telah menandai perubahan signifikan dalam lanskap komunikasi politik digital, menggantikan peran media konvensional dengan ruang yang lebih luas bagi politisi untuk membangun citra secara personal dan interaktif. Dalam konteks ini, influencer media sosial berperan sebagai aktor strategis yang mampu memperkuat pesan politik melalui visualisasi dan narasi yang dekat dengan keseharian masyarakat. Farkas dan Bene (2021) menegaskan bahwa personalisasi pesan melalui visual di platform seperti Facebook dan Instagram sangat efektif dalam membangun citra kandidat sekaligus meningkatkan keterlibatan audiens, dengan dimensi individualisasi dan privatisasi sebagai kunci utama dalam proses tersebut.

Kredibilitas dan kedekatan influencer dengan pengikutnya menjadi faktor krusial dalam menentukan tingkat penerimaan pesan politik. Influencer tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membangun hubungan emosional yang memengaruhi persepsi dan preferensi politik audiens secara lebih persuasif dibandingkan media konvensional. Interaksi dua arah yang terjadi di media sosial memungkinkan masyarakat untuk memberikan respons, berdiskusi, dan membentuk opini secara kolektif, sehingga proses pembentukan persepsi dan preferensi politik berlangsung secara dinamis dan partisipatif. Selain itu, media sosial memfasilitasi penyebaran pesan politik secara masif dan cepat, memungkinkan politisi merespons isu-isu aktual serta membangun citra yang relevan dengan kebutuhan publik (Bast, 2021; Reveilhac, 2022).

Kehadiran figur publik dan influencer yang aktif di dunia digital semakin memperkuat efektivitas strategi ini. Contohnya, Najwa Shihab melalui kanal Mata Najwa dan Narasi TV secara konsisten menyuarakan isu-isu politik, demokrasi, dan hak asasi manusia, sekaligus menginisiasi diskusi publik yang kritis dan partisipatif. Hal ini berkontribusi pada peningkatan kesadaran politik dan penguatan persepsi masyarakat terhadap isu-isu strategis bangsa. Selain itu, musisi seperti Baskara Putra (Hindia) dan kreator konten seperti Raditya Dika serta Fedi Nuril memanfaatkan popularitas dan kredibilitas mereka untuk mengangkat isu-isu publik, meningkatkan engagement, dan mendorong partisipasi masyarakat dalam diskursus politik digital. Konten yang otentik dan narasi yang dekat dengan keseharian audiens, khususnya generasi muda, membuat pesan-pesan mereka mudah diterima dan didiskusikan secara luas (Farkas & Bene, 2021; Priyowidodo & Indrayani, 2024; Sari Anjani & Irwansyah, 2020).

Penelitian juga menunjukkan bahwa peran influencer di media sosial, terutama Instagram, mampu memberikan dampak signifikan terhadap sikap dan perilaku pengikut melalui electronic word of mouth (eWOM) dan interaksi intens. Kredibilitas, otentisitas, dan kedekatan influencer dengan audiens menjadi faktor utama yang memudahkan internalisasi pesan politik. Oleh karena itu, pemanfaatan

influencer dalam strategi komunikasi politik digital terbukti efektif dalam membangun persepsi, membentuk preferensi politik, serta mendorong partisipasi publik yang lebih luas dan kritis, asalkan dijalankan secara etis dan adaptif terhadap dinamika audiens digital.

Secara keseluruhan, efektivitas strategi komunikasi politik melalui influencer media sosial sangat dipengaruhi oleh kualitas pesan, kredibilitas influencer, serta konteks sosial dan politik masyarakat yang semakin kritis dalam menyaring informasi digital. Tantangan seperti penyebaran disinformasi dan manipulasi citra menuntut politisi dan influencer untuk menjaga transparansi serta konsistensi pesan. Dengan pengelolaan yang tepat, strategi ini mampu meningkatkan efektivitas pembentukan citra, memengaruhi persepsi, dan membentuk preferensi politik masyarakat secara signifikan dalam era komunikasi politik digital saat ini.

Dinamika Interaksi Antara Influencer, Platform Media Sosial, Dan Audiens:

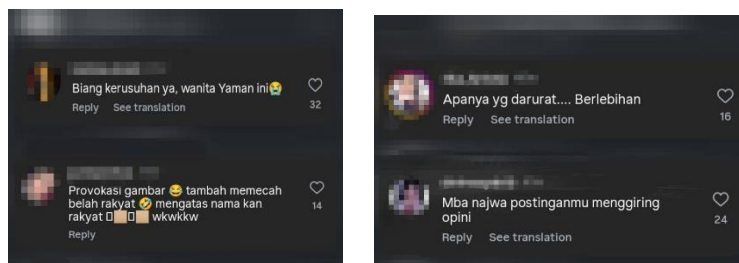
Platform seperti Instagram, Twitter, dan Facebook menyediakan ruang komunikasi yang tidak dimediasi (unmediated communication). Artinya, narasi politik dapat menyebar dengan cepat dan luas tanpa harus melalui filter institusi tradisional seperti partai politik atau media massa. Mereka mampu mengemas isu-isu kritis menjadi narasi yang mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat luas, seperti yang terlihat dalam kampanye “Peringatan Darurat” di mana simbol visual seperti Garuda berlatar biru cepat menjadi viral dan trending topik di media sosial. Dukungan dari berbagai tokoh publik, artis, hingga jurnalis ternama seperti Najwa Shihab memperkuat legitimasi dan jangkauan pesan tersebut, sehingga mampu menggerakkan kesadaran kolektif dan bahkan aksi nyata di dunia offline.



Gambar 1. Postingan Video Peringatan Darurat oleh akun Instagram @najwashihab

Respon masyarakat terhadap unggahan video peringatan darurat oleh akun Instagram @najwashihab menunjukkan berbagai reaksi yang beragam. Sebagian

besar komentar mencerminkan ketidakpuasan dan ketidakpercayaan terhadap isu yang diangkat, dengan beberapa orang menganggap situasi tersebut berlebihan. Misalnya, ada komentar yang menyoroti bahwa masalah pencalonan Kaesang sebagai Wali Kota dibesar-besarkan dan tidak layak dianggap sebagai situasi darurat.



Gambar 2. Reaksi Masyarakat terhadap postingan akun Instagram @najwashihab

Beberapa artis dan influencer yang justru mendukung unggahan video "Peringatan Darurat" #Kawal Keputusan MK yang diposting oleh akun @narasinewsroom. Mereka berpartisipasi dengan melakukan repost atau mengunggah ulang video tersebut melalui Instagram Stories, bahkan ada yang mengunggahnya di akun pribadi masing-masing, sebagai bentuk solidaritas dan dukungan terhadap gerakan tersebut. Aksi ini menunjukkan bahwa isu yang diangkat dalam video tersebut berhasil menarik perhatian publik dan memicu partisipasi dari berbagai kalangan selebriti serta figur publik.



Gambar 3. Reaksi Artis dan Influencer

Audiens tidak hanya menjadi penerima pasif, tetapi juga berperan aktif dalam membentuk dan memperkuat narasi. Melalui interaksi seperti membagikan, mengomentari, atau membuat ulang konten dengan sudut pandang pribadi, audiens turut serta dalam memperbesar gaung isu yang diangkat. Proses ini menciptakan efek bola salju di mana solidaritas dan partisipasi publik semakin menguat, terutama ketika narasi yang dibangun menyentuh keresahan kolektif atau kebutuhan mendesak untuk bertindak.

Gerakan massal tersebut merupakan ajakan kepada masyarakat untuk mengawal putusan Mahkamah Konstitusi (MK) dan jalannya Pemilihan Kepala

Daerah (Pilkada 2024). Respons ini mencuat setelah Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) menyepakati revisi Undang-Undang Pilkada yang menganulir putusan MK Nomor 60/PUU-XXII/2024 yang menetapkan syarat baru dalam pengajuan calon kepala daerah. (Liputan6.com)

Namun, dinamika ini juga membawa tantangan tersendiri, seperti potensi penyebaran disinformasi atau polarisasi opini akibat framing yang dilakukan oleh aktor tertentu. Media sosial, dengan segala kelebihanannya dalam mempercepat arus informasi, juga rentan menjadi lahan subur bagi berita bohong dan manipulasi narasi, apalagi jika literasi digital masyarakat masih rendah.

Jangan pernah anggap enteng gerakan yang diinisiasi oleh warganet. Seperti yang terjadi dalam banyak kasus, kekuatan aksi warganet bisa menjadikan kasus yang mungkin telah dilupakan bisa kembali muncul ke permukaan. Bahkan beberapa kasus hukum di negeri ini akan mendapat perhatian saat kasus itu diviralkan terlebih dahulu. Kekuatan viralitas sangat efektif untuk kepentingan tertentu. Inilah kekuatan viralitas medsos. Seandainya tak ada medsos, "Peringatan Darurat" bisa jadi tak semeledak seperti yang terjadi. Gerakan yang berawal di ranah online tersebut dengan cepat viral. Tak butuh waktu lama, dalam sekejap "Peringatan Darurat" ini tersebar luas. Tiba-tiba saja para pemilik gadget dapat konten "Peringatan Darurat" di laman-laman media pertemanan mereka di dunia maya. (detik.com)

Secara keseluruhan, interaksi antara influencer, platform media sosial, dan audiens membentuk ekosistem dinamis yang sangat menentukan arah dan intensitas wacana politik selama kampanye peringatan darurat. Ketiganya saling terkait dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi pesan politik, yang pada akhirnya dapat memengaruhi persepsi publik dan mendorong perubahan sosial maupun politik di tingkat yang lebih luas.

Tantangan Dan Peluang Yang Muncul:

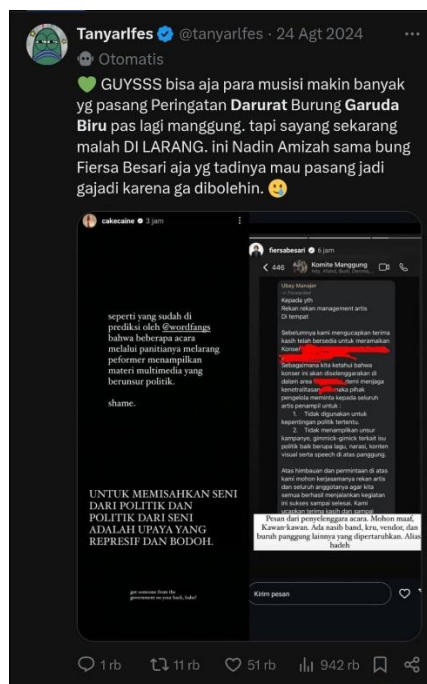
Gerakan #PeringatanDarurat di Indonesia menjadi contoh menarik tentang bagaimana influencer dapat berkontribusi pada proses demokrasi digital. Melalui hashtag #PeringatanDarurat, para aktivis digital dan influencer berkolaborasi untuk mengawasi dan menganalisis putusan MK, serta menyebarkan informasi kepada publik. Gerakan semacam ini mencerminkan "bentuk baru aktivisme digital yang menggabungkan keahlian teknologi dengan kesadaran politik". Influencer, dengan basis pengikut yang luas dan kemampuan mereka untuk menyederhanakan informasi kompleks, menjadi aktor kunci dalam menyebarkan pemahaman tentang proses hukum yang rumit kepada audiens yang lebih luas.

Peluang yang didapat dari pemanfaatan influencer sebagai agen komunikasi massa tentunya influencer dapat berperan pada proses *input* dan *feedback* dalam pengambilan suatu kebijakan. Dimana dalam proses input, influencer sebagai *manifestasi civil society* akan memberikan pengaruh terhadap kebijakan pemerintah melalui pengikutnya/*followers* media sosial, tentu saja diharapkan sebagai aktor

yang dapat menyuarakan kepentingan masyarakat yang berupa support (dukungan) dan demands (tuntutan) tanpa adanya tendensi apapun selain sebagai penyampai aspirasi masyarakat yang berdiri pada posisi netral (Aminuddin, 2020).

Peluang dalam pemanfaatan influencer sebagai agen komunikasi massa memiliki nilai yang sangat positif. Namun, influencer juga tentu memiliki tantangan yang didapat akibat kampanye yang mereka lakukan. Mereka harus transparansi dalam penyebaran informasi politik. Mereka juga harus menghindari penyebaran informasi yang tidak akurat. Influencer tentu harus berhati-hati dalam menyebarkan informasi politik, karena disinformasi dan polarisasi dapat mempengaruhi munculnya konflik sosial dan merusak proses demokrasi. Di tengah iklim demokrasi yang kerap mengkriminalisasi kritik, kampanye ini bisa mendapat tekanan balik (backlash) berupa doxing, pelaporan hukum, atau pembatasan kebebasan, baik dalam sebuah konten maupun kegiatan.

Seperti yang terjadi oleh salah satu musisi terkenal Fiersa Besari yang dimana ia mendapatkan peringatan terkait tidak diperbolehkannya menampilkan unsur kampanye terkait isu politik yang sedang terjadi, baik berupa lagu, narasi atau konten lambang, terutama pada isu kampanye lambang Garuda Biru atau simbol #PeringatanDarurat di dalam kegiatan acara konser mereka.



Gambar 4. Postingan Kampanye sejumlah Influencer

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian literatur, dapat disimpulkan bahwa influencer media sosial memainkan peran sentral sebagai agen komunikasi massa dalam kampanye “Indonesia Darurat” Agustus 2024. Influencer tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membingkai pesan politik secara personal dan emosional, sehingga mampu memengaruhi persepsi serta preferensi politik masyarakat. Strategi komunikasi yang digunakan terbukti efektif dalam membangun kesadaran kolektif dan partisipasi publik, meskipun terdapat tantangan berupa potensi polarisasi dan penyebaran informasi yang tidak akurat. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital serta kolaborasi antara pemerintah, platform media sosial, dan masyarakat sangat diperlukan untuk menjaga kualitas demokrasi digital dan mendorong penggunaan influencer secara etis dalam komunikasi politik. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji dampak jangka panjang penggunaan influencer terhadap perilaku politik masyarakat serta mengembangkan strategi komunikasi yang lebih inklusif dan bertanggung jawab.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penyusunan artikel ini. Terima kasih khusus disampaikan kepada dosen pembimbing, rekan-rekan peneliti, serta semua pihak yang telah memberikan informasi dan referensi yang relevan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis juga berterima kasih kepada keluarga dan sahabat atas dukungan moral selama proses penulisan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfath, M. (2025). Peran Influencer dalam Kampanye Politik di Era Digital. askara, 1.
- Anjani, S. (2020). PERANAN INFLUENCER DALAM MENGKOMUNIKASIKAN PESAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM [THE ROLE OF SOCIAL MEDIA INFLUENCERS IN COMMUNICATING MESSAGES USING INSTAGRAM]. *ReseacrhGate*, 203-221.
- Astari Clara Sari, R. H. (2018). KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL. *ResearchGate*, 2-10.
- Atik Azzahra Nurfadillah, R. A. (2024). Kontruksi Krisis dan Respons Sosial terhadap Postingan #KawalputusanMK pada Laman Media Sosial Instagramn@narasinewsroom. *konasindo*, 813-829.
- Bestari, N. P. (2024, Desember 31). *Viral Peringatan Darurat Garuda Biru Banjiri Medsos, Pilkada Lalu PPN*. Retrieved from CNBC Indonesia:

- CNN, *Viral Peringatan Darurat Indonesia di Media Sosial, Apa Artinya?* (2024, agustus 21). Retrieved from CNN Indonesia:
<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20240821185117-20-1135886/viral-peringatan-darurat-indonesia-di-media-sosial-apa-artinya>
- Realfedinuril. (2024, Agustus 21). [Tweet].
Twitter. <https://x.com/realfedinuril/status/1826168686648111455>
- Hermawan, A. (2024). Analisis peran influencer dalam mempengaruhi opini publik di media sosial. *Hawalah: Kajian Ilmu Ekonomi Syariah*, 3(2), 95–108.
- Henry. (2024, Oktober 22). *Lambang Garuda Biru Peringatan Darurat yang Sedang Viral Diyakini Berasal dari Video Lama di Youtube*. Retrieved from Liputan6:
<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5680356/lambang-garuda-biru-peringatan-darurat-yang-sedang-viral-diyakini-berasal-dari-video-lama-di-youtube>
- Ilham, I., Muttaqin, M. Z., Idris, U., & Renyaan, D. (2022). Era digital: Influencer dalam sistem politik Indonesia. *Jurnal Ekologi Birokrasi*, 10(1), 69–80.
- Juliyanto, M. S. (2024). MENGGALI POTENSI STRATEGI INFLUENCER UNTUK . *Multidisiplin Ilmu Akademik*, 257-261.
- Ludiro, M. (2024, Agustus 29). Demokrasi digital di Indonesia: Dinamika peran influence dalam #KawalPutusanMK. *Kompasiana*.
- @najwashihab. (2024, 22 Agustus). PPERINGATAN DARURAT. Instagram
<https://www.instagram.com/reel/C9rx4DPFGT/?igsh=Y3MzbGlqeGVzZ3>
- News, B. (2014, agustus 22). *Mengapa Garuda Pncasila digunakan dalam peringatan darurat Indonesia dan demonstrasi di DPR?* Retrieved from BBC News Indonesia:
<https://www.bbc.com/indonesia/articles/cpdlj0x9yyjo>
- Priowidodo, G., & Indrayani, I. I. (2024). Strategic communication and political candidate's image in digital campaigns. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(2), 157-174.
- Rafie, B. T. (2024, agustus 22). *Viral Peringatan Darurat Garuda Biru, Ini Kaitannya dengan Kawal Putusan MK*. Retrieved from Kontan.co.id:
<https://amp.kontan.co.id/news/viral-peringatan-darurat-garuda-biru-ini-kaitannya-dengan-kawal-putusan-mk>

- Ramadhannia, A. (2024, agustus 21). *Viral, Ini Makna Peringatan Darurat Garuda Biru*. Retrieved from rri.co.id:
<https://www.rri.co.id/nasional/919192/viral-ini-makna-peringatan-darurat-garuda-biru>
- Saragih, J., Purba, M., Manik, M., Aulia, N. D., Wulandari, W., & Sihalo, O. A. (2024). Peran Influencer Instagram dalam Membentuk Opini Publik Dan Partisipasi Politik. *Journal Education and Government Wiyata*, 2(4), 396-406.
- Sari Anjani & Irwansyah. (2020). Peranan Influencer dalam Mengkomunikasikan Pesan di Media Sosial Instagram. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 16(2), 203-229
- SINDOnedia. (2024, Agustus 22). *5 Fakta Peringatan Darurat Garuda Biru yang Menggema di Jagad Sosmed*. Retrieved from SindoNews:
<https://nasional.sindonews.com/newsread/1440629/12/5-fakta-peringatan-darurat-garuda-biru-yang-menggema-di-jagad-sosmed-1724299688>
- Subitmele, S. E. (2024, agustus 22). *Maksud Peringatan Darurat Garuda Biru Indonesia, Lagi Viral di Media Sosial*. Retrieved from Liputan6:
<https://www.liputan6.com/hot/read/5680733/maksud-peringatan-darurat-garuda-biru-indonesia-lagi-viral-di-media-sosial>
- Tanyarlfe. (2024, Agustus 24). [Tweet].
Twitter. <https://x.com/tanyarlfe/status/1827278502460027070>
- TECH, k. (2024, Agustus 26). *Asal Usul Gambar Garuda Biru Peringatan Darurat yang Viral di Media Sosial*. Retrieved from Kumparan.com:
https://kumparan.com/kumparantech/23OgKPjXkt1?utm_source=App&shareID=K5D6GV5t0jAU&utm_medium=wa
- @wordfangs. (2024, 22 Agustus). Postingan peringatan darurat. Instagram.
<https://www.instagram.com/p/C-U1RtShN2/?igsh=aWVjOHdwYTlzZGs2>