

Peran Influencer dalam Pembentukan Persepsi Politik di Media Sosial X: Analisis Two-Step Flow pada Kasus Fedi Nuril dalam Pilpres 2024

Fersianus Waku¹, Candrayuri Nuralam²

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Paramadina, Jakarta, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Histori Artikel

Dikirimkan:

23 Februari 2026

Direvisi:

27 Februari 2026

Diterima:

28 Februari 2026

Diterbitkan:

30 September 2025

Abstrak - Perkembangan media sosial telah mengubah cara komunikasi politik dari satu arah menjadi interaktif, memunculkan figur-figur non-formal seperti influencer sebagai aktor utama dalam pembentukan opini publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Fedi Nuril sebagai influencer dalam membentuk persepsi politik publik selama masa kampanye Pilpres 2024 di platform X (dulu Twitter). Dengan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus, data dikumpulkan melalui analisis isi unggahan Fedi Nuril. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fedi Nuril memainkan peran sebagai opinion leader dalam kerangka teori Two-Step Flow of Communication. Dia menggunakan simbol-simbol bahasa yang bersifat konotatif, sarkastik, dan ambiguitas yang mudah dikenali konteksnya untuk membangun kritik politik yang tersebar luas di ruang digital. Respons pengikut menunjukkan keterlibatan aktif dalam diskursus politik, meskipun interaksi tersebut tidak selalu menghasilkan kualitas argumentasi yang tinggi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengaruh influencer sangat nyata dalam membentuk persepsi politik, namun efektivitas dan dampaknya sangat bergantung pada kualitas narasi, karakter audiens, dan ekosistem digital yang mendukung literasi politik. Diperlukan regulasi dan kesadaran etis agar komunikasi politik digital dapat berlangsung secara bertanggung jawab dan inklusif.

Kata Kunci

Influencer,
Komunikasi Politik,
Media sosial,
Persepsi Politik,
Pilpres 2024

Abstract - The rise of social media has transformed political communication into an interactive process, bringing informal figures like influencers to the forefront of public opinion formation. This study aims to analyze the role of Fedi Nuril as an influencer in shaping public political perception during the 2024 presidential election campaign on the X platform (formerly Twitter). Employing a qualitative approach and case study method, data were collected through content analysis of Fedi Nuril's posts. The findings reveal that Fedi Nuril played role as an opinion leader, aligned with the Two-Step Flow of Communication theory. He employed connotative, sarcastic, and contextually recognizable symbolic language to construct widespread political criticism in the digital space. Audience responses demonstrated active engagement in political discourse, although not always with strong argumentative quality. The study concludes that influencers have a tangible impact on political perception, but their effectiveness depends heavily on narrative quality, audience characteristics, and a digital ecosystem that supports political literacy. Ethical awareness and contextual regulations are essential to ensure responsible and inclusive digital political communication.

Corresponding Author:

Candrayuri Nuralam, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Paramadina, Jakarta, Indonesia, Email: candrayurinuralam@gmail.com



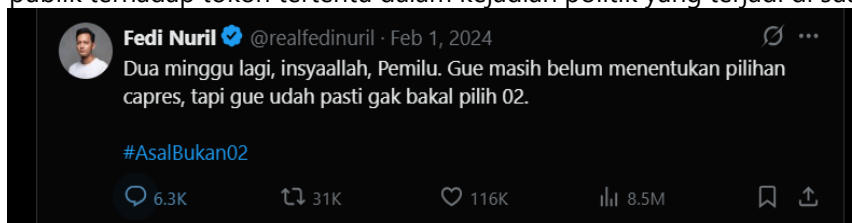
PENDAHULUAN

Komunikasi massa merupakan proses penyebaran informasi kepada khalayak luas melalui berbagai saluran media. Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan pola komunikasi dari satu arah menjadi lebih interaktif, khususnya melalui media sosial. Dalam konteks politik modern, media sosial menjadi ruang utama penyampaian pesan politik yang sebelumnya didominasi oleh media massa konvensional. Perubahan ini turut menghadirkan influencer sebagai aktor penting dalam komunikasi politik. Influencer adalah individu dengan pengaruh di media sosial yang mampu membentuk opini atau persepsi publik melalui konten digital, didukung oleh jumlah pengikut dan tingkat keterlibatan audiens yang tinggi di berbagai platform seperti Instagram, YouTube, dan X (sebelumnya Twitter). (Arighi et al., 2024) mengatakan, influencer merupakan individu atau figur publik di ranah media sosial yang memiliki basis pengikut yang luas, heterogen, dan signifikan, serta memiliki kapabilitas untuk memengaruhi perilaku audiens melalui konten yang mereka publikasikan. Dengan daya jangkau yang luas, mereka memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk opini publik dan memengaruhi respons masyarakat terhadap isu-isu tertentu.

Dalam era digital, media sosial menjadi ruang utama pembentukan opini publik. Pengaruh influencer dalam membentuk opini politik dipengaruhi oleh tingkat kredibilitas, kedekatan emosional dengan audiens, serta minat politik pengikutnya (Saragih et al., 2024). Melalui aktivitas berbagi konten di media sosial, individu dapat membangun jaringan pengikut dan mengembangkan identitas sebagai influencer, sehingga media sosial berfungsi tidak hanya sebagai ruang ekspresi diri, tetapi juga sebagai sarana pembentukan pengaruh sosial.

(Arighi et al., 2024) mengatakan, media sosial memainkan peran yang sangat penting dalam dunia politik, berkat kemampuannya untuk menyebarkan informasi yang tidak hanya sekadar lewat begitu saja, tetapi juga dapat mempengaruhi perilaku politik individu, termasuk para pembuat kebijakan. Interaksi antara influencer dan pemilih di media sosial dapat meningkatkan transparansi dan partisipasi politik publik. Namun, diperlukan pengawasan untuk mencegah penyebaran hoaks dan propaganda yang berpotensi menyesatkan opini publik. Oleh karena itu, keterlibatan pemerintah, lembaga pengawas, dan masyarakat menjadi penting dalam memastikan pemanfaatan media sosial yang etis selama masa kampanye Revolusi (2024).

(Nofiard, 2022) mengatakan bahwa penggunaan internet sebagai alat dalam komunikasi politik dinilai lebih efektif karena media digital memberikan kemudahan akses serta kecepatan dalam menyebarkan informasi, tanpa membutuhkan biaya yang tinggi. Oleh karena itu, para aktor politik mulai memanfaatkan komunikasi politik digital untuk menjalin hubungan komunikasi secara lebih luas. Sementara itu, (Hasfi, 2019) menjelaskan bahwa karakteristik media baru, khususnya internet, berperan dalam mengubah pola komunikasi politik menjadi lebih langsung, hemat biaya, cepat, interaktif, dan bersifat desentralistik. Perubahan ini menggeser model komunikasi politik dari yang sebelumnya bersifat satu arah menjadi dua arah, dari pendekatan top-down ke bottom-up, serta dari pola yang elitis menuju pendekatan yang lebih inklusif dan non-elitis. Kekinian, influencer bisa menyampaikan pesan dengan cara membingkai isu, mengarahkan, sampai membentuk opini publik terhadap tokoh tertentu dalam kejadian politik yang terjadi di suatu daerah.



Sumber: Akun X @realfedinuril, 1 Februari 2024

Gambar 1: Cuitan Fedi Nuril tentang penolakan terhadap pasangan

Salah satu influencer yang kerap muncul dalam dinamika politik nasional adalah artis Fedi Nuril. Melalui akun @realfedinuril di akun X (dulunya Twitter), Fedi aktif mengomentari berbagai isu, termasuk Pilpres 2024. Dalam akunnya, dia kerap mengkritik cara berpolitik Presiden Prabowo Subianto dan Wakilnya Gibran Rakabuming Raka, saat masih mencalonkan diri. Dalam sekali cuitan, Fedi kerap mendapatkan ribuan komentar. Salah satu tulisannya di X bahkan sampai mendapatkan 31.000 re-tweet, atau pengunggahan kembali di akun X lainnya.

Dari satu contoh di atas dan tentu banyak contoh lainnya, penulis mengasumsikan influencer memiliki peran penting untuk menggalang suara publik karena memiliki pengikut yang besar di akun media sosialnya. Penulis mengamini adanya komentar negatif atau yang tidak sepuas dengan Fedi Nuril selama mencuit di X. Namun, suara pendukungnya yang besar kerap menenggelamkan komentar kontra dari penulis di akun tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana cara komunikasi Fedi Nuril melalui media sosial X pada masa kampanye Pilpres 2024 serta bagaimana dampak dukungan politiknya terhadap persepsi politik para pengikutnya di platform tersebut.

METODE PENELITIAN

Menurut (Yona, 2006), studi kasus merupakan cara untuk mengamati mendalam akan fenomena tertentu terhadap individu. Metode ini juga bisa digunakan untuk mengedepankan eksplorasi masalah yang belum atau sedikit diketahui dalam sebuah fenomena tertentu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus intrinsik yang dipadukan dengan analisis isi kualitatif terhadap unggahan akun X @realfedinuril. Pendekatan yang digunakan adalah analisis isi, analisis simbol, dan two-step flow of communication.

Analisis isi merupakan cara penelitian yang mampu melihat kecenderungan isi media berdasarkan konteks, proses, dan kemunculan atas dokumen yang diteliti. Sementara, analisis isi bisa digunakan untuk mencari kategori, kemudian melanjutkan klasifikasi data dari kategori yang dibuat, dan diakhiri dengan memprediksi isi konten (Sartika, 2014). Sedangkan, analisis simbol merupakan salah satu bentuk bahasa yang digunakan manusia untuk berkomunikasi. Simbol bisa merujuk pada kata-kata yang berkaitan dengan peristiwa, sifat sesuatu, tindakan, hubungan, konsep, dan lainnya (Sobur, 2018).

Sementara teori *two-step Flow of communication* atau komunikasi dua arah ini adalah salah satu teori komunikasi yang paling berpengaruh dan banyak digunakan dalam kampanye oleh organisasi, pemerintah, dan dunia usaha. Inti dari teori ini adalah pentingnya peran individu dalam membentuk opini publik. Teori ini dikemukakan oleh sosiolog Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson, dan Hazel Gaudet pada tahun 1940-an. (Xuan & Ky, 2024) mengatakan bahwa pesan-pesan media tidak disampaikan secara langsung kepada seluruh audiens, melainkan terlebih dahulu diterima oleh opinion leaders yang kemudian menyebarkannya kepada berbagai kelompok dengan cara yang lebih mudah diakses, dipahami, dan meyakinkan. Penelitian ini difokuskan pada unggahan Fedi Nuril di platform X selama periode 1–14 Februari 2024, yang dipilih karena merupakan fase krusial dalam pembentukan opini publik menjelang pemungutan suara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Cara komunikasi Fedi Nuril di media sosial X selama Pilpres 2024 berpengaruh terhadap pembentukan persepsi politik publik. X menjadi salah satu platform yang aktif digunakan masyarakat dan kandidat untuk menyampaikan serta menanggapi isu politik, sekaligus memperoleh umpan balik langsung dari pemilih Revolusi (2024). Dalam penelitian ini, unit analisis dalam penelitian ini adalah unggahan (tweet) akun @realfedinuril yang berkaitan dengan Pilpres 2024. Total, ada sebelas cuitan Fedi Nuril yang berkaitan dengan Pilpres 2024 pada periode 1–14 Februari 2024.

Tabel 1. Daftar Cuitan Fedi Nuril terkait Pilpres 2024 Periode 1–14 Februari 2024

No	Keterangan
1 Februari 2024	"Dua minggu lagi, insyaallah, Pemilu. Gue masih belum menentukan pilihan capres, tapi gue udah pasti gak bakal pilih 02".
4 Februari 2024	"Gue cuma gak mau terduga pelaku penculikan aktivis '98 jadi presiden. Membaca saja kamu sulit. Gue gak ngajak orang lain. Gue cuma menyatakan gak akan milih 02"
5 Februari 2024	""02 pasti menang". Macam Tuhan saja kamu. Sekali kalah nyawapres dan dua kali kalah nyapres, tapi masih mimpi mau jadi presiden. Itu bukti lebih banyak yang tidak suka 02. Kalau kali ini menang, saya terima sebagai takdir/ujian dari Allah SWT yang akan saya cari hikmahnya. https://x.com/Pasar_Gambir99/Pasar_Gambir99/status/1754464035033288713 "
7 Februari 2024	

7 Februari 2024	"Gue gak peduli sama apa yang lo anggap konsisten dan standar ganda. Jadi, gak usah ngatur2 gue harus berani keras ke pihak mana dulu. Hendropriyono dan Sutiyoso lagi gak nyapres. Yang nyapres Prabowo. Beliau duluan yang harus disabet pake taplak"
10 Februari 2024	Fitnah. Gue gak pernah dukung Prabowo. Mana buktinya 2019 gue dukung Prabowo? https://x.com/muthiastp/stat/muthiastp/status/1755049000246694287
10 Februari 2024	
11 Februari 2024	"Silahkan kembali bikin issue 5 tahunan". Isu 5 tahunan sepertinya efektif sehingga Prabowo sekali kalah nyawapres dan dua kali kalah nyapres. Mungkin doa para keluarga korban penculikan yang belum kembali dan merasa belum mendapatkan keadilan, dikabulkan Tuhan Yang Maha Kuasa.
13 Februari 2024	Terakhir. Salam buat teman2 PSI. Dapet salam dari Bohong Award. Silakan tengkurap di atas meja kalau masih punya malu.
14 Februari 2024	Di masa tenang kampanye ini, gue (pemilih) masih boleh ngomongin copras capres, gak?
14 Februari 2024	Kepada Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS), Selamat bekerja. Semoga diberi kesehatan, kelancaran dan dijauhi dari kecurangan

Sumber: Penelitian (2026)

Penulis menilai banyak cuitan Fedi Nuril yang bertemakan sama. Maka dari itu, penulis memilih enam cuitan yang memiliki tema berbeda menggunakan purposive sampling berdasarkan kriteria: (1) memuat sikap politik eksplisit, (2) memperoleh engagement tinggi, dan (3) merepresentasikan variasi tema, (4) memperlihatkan sindiran atas situasi politik pada Pilpres 2024, (5) merealisasikan minat atas Pilpres 2024, (6) cuitan setelah pemilu dilakukan.

Tabel 2. Enam Cuitan Terpilih Fedi Nuril Berdasarkan Perbedaan Tema

No	Keterangan
1 Februari 2025	"Dua minggu lagi, insyaallah, Pemilu. Gue masih belum menentukan pilihan capres, tapi gue udah pasti gak bakal pilih 02".
4 Februari 2024	"Gue cuma gak mau terduga pelaku penculikan aktivis '98 jadi presiden. Membaca saja kamu sulit. Gue gak ngajak orang lain. Gue cuma menyatakan gak akan milih 02"
7 Februari 2024	Fitnah. Gue gak pernah dukung Prabowo. Mana buktinya 2019 gue dukung Prabowo? https://x.com/muthiastp/stat/muthiastp/status/1755049000246694287
10 Februari 2024	
11 Februari 2024	Terakhir. Salam buat teman2 PSI. Dapet salam dari Bohong Award. Silakan tengkurap di atas meja kalau masih punya malu.
13 Februari 2024	Di masa tenang kampanye ini, gue (pemilih) masih boleh ngomongin copras capres, gak?

Sumber: Penelitian (2026)

Analisis Simbol

Hasil analisis menilai bahwa Fedi Nuril merupakan pembuat konten di media sosial X yang tidak mendukung pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka dengan contoh cuitannya pada 1 Februari 2024 yang menyatakan, "*gue udah pasti gak bakal pilih 02*". Pernyataan tersebut menunjukkan sikap penolakan terhadap pasangan nomor urut 02 yang ditetapkan KPU, sekaligus menegaskan posisi politik Fedi dalam Pilpres 2024. Penolakan tersebut kembali ditegaskan dalam cuitannya pada 4 Februari 2024, ketika Fedi menulis tidak akan memilih "*terduga pelaku penculikan aktivis '98*". Pernyataan ini merujuk pada isu penculikan aktivis yang melekat pada Prabowo Subianto, dan diperkuat dengan kalimat "*Gue gak ngajak orang lain. Gue cuma menyatakan gak akan milih 02*", yang menegaskan sikap personal tanpa ajakan eksplisit kepada publik.

Sikap konsisten Fedi juga terlihat dalam cuitannya pada 7 Februari 2025 yang menyatakan, "*Fitnah. Gue gak pernah dukung Prabowo. Mana buktinya 2019 gue dukung Prabowo?*", sebagai penegasan bahwa ia tidak pernah mendukung Prabowo sejak Pilpres 2019. Selain itu, Fedi menyampaikan sindiran politik melalui cuitannya pada 10 Februari 2024, "*Terakhir. Salam buat teman2 PSI. Dapet salam dari Bohong Award. Silakan*

tengkurap di atas meja kalau masih punya malu," yang mengkritik PSI dan sekaligus memperkuat posisi kritisnya terhadap Prabowo Subianto dan koalisinya.

Cuitan pada 10 Februari disertai dengan foto pemberian piagam dari Partai Solidaritas Indonesia (PSI). Isinya yakni 'Penghargaan Kebohongan Terlebat Awal Tahun 2019'.



Sumber: Akun X @realfedinuril, Februari 2024

Gambar 2: Unggahan Fedi Nuril dengan piagam "Bohong Award" dari PSI

Unggahan tersebut merepresentasikan sindiran terhadap dinamika politik masa lalu, sekaligus membangun citra negatif terhadap Prabowo Subianto dan PSI yang pada Pilpres 2024 memberikan dukungan kepadanya. Analisis ini didasarkan pada pernyataan Fedi, "Terakhir. Salam buat teman2 PSI. Dapet salam dari Bohong Award". Selain itu, Fedi juga dinilai terus memanasakan suasana politik menjelang Pilpres 2024 melalui cuitannya pada 11 Februari 2024, "Di masa tenang kampanye ini, gue (pemilih) masih boleh ngomongin copras capres, gak?". Cuitan ini dapat dimaknai sebagai upaya mempertahankan diskursus politik di ruang digital pada masa tenang kampanye.

Mengacu pada Hukumonline.com, masa tenang kampanye diatur dalam Pasal 167 ayat (4) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum sebagai jeda antara kampanye dan hari pemungutan suara. Secara normatif, Fedi tidak melanggar ketentuan tersebut karena bukan peserta pemilu. Namun, sebagai tokoh publik dengan basis pengikut yang besar, cuitannya tetap berpotensi memengaruhi opini publik dan memanasakan dinamika politik selama masa tenang Pilpres 2024



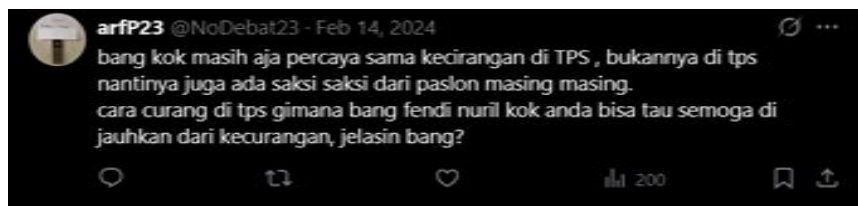
Sumber: Akun X @wodfangs1gf, Februari 2024

Gambar 3: Tanggapan warganet terhadap cuitan Fedi Nuril pada masa tenang kampanye

Salah satu komentar atas cuitan Fedi, ditulis oleh akun @wodfangs1gf. Dia sejatinya membalas dengan gambar dan cuitan "bolehh abangkuhh", namun, gambar yang dikirimkannya menyindir Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) untuk memberikan tanggapan atas cuitan Fedi yang dinilai memanasakan situasi politik saat masa tenang Pilpres 2024.

Pada 13 Februari 2024, Fedi Nuril kembali memanasakan situasi Pilpres 2024 melalui cuitannya, "Kepada Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS), Selamat bekerja. Semoga diberi kesehatan, kelancaran dan dijauhi dari kecurangan". Meski tampak sebagai bentuk dukungan kepada petugas KPPS menjelang hari

pencoblosan, frasa "*dijauhi dari kecurangan*" dapat dimaknai sebagai dugaan adanya potensi kecurangan dalam Pilpres 2024. Tafsir ini diperkuat oleh berbagai tanggapan warganet, salah satunya dari akun @NoDebat23.



Sumber: Akun X @NoDebat23, Februari 2024

Gambar 4: Komentar warganet terkait dugaan kecurangan Pilpres 2024

Akun itu terpancing atas cuitan Fedi Nuril soal kemungkinan adanya kecurangan pada Pilpres 2024. Pengguna X itu bahkan menanyakan bagaimana kecurangan yang dimaksud Fedi dengan kalimat "*cara curang di tps gimana bang fendi nuril kok anda bisa tau semoga di jauhkan dari kecurangan, jelasin bang?*".

Two-Step Flow of Communication

Dalam konteks teori *two-step flow of communication*, Fedi Nuril dapat diposisikan sebagai opinion leader di kalangan pengikutnya di media sosial. Statusnya sebagai figur publik memberinya posisi strategis dalam memengaruhi persepsi politik menjelang Pemilu 2024. Hal ini terlihat dari cuitannya pada 1 Februari 2024, "*Dua minggu lagi, insyaallah, Pemilu. Gue masih belum menentukan pilihan capres, tapi gue udah pasti gak bakal pilih 02.*" Meskipun tidak bersifat ajakan langsung, pernyataan tersebut mengandung muatan politik yang jelas dan menunjukkan peran Fedi dalam menyerap, menafsirkan, serta menyebarkan pesan politik kepada audiensnya.

Respons publik terhadap pernyataan tersebut semakin menegaskan fungsi opinion leader dalam membentuk persepsi politik masyarakat. Sebagian warganet menyatakan dukungan terhadap sikap Fedi, namun tidak sedikit pula yang menyampaikan kritik. Misalnya, akun @DeliyUpdate menulis, "*Lu habis dikecewain apa bang sampai jadi haters gini?... Fedi Nuril malah ngajak orang2 gak pilih paslon tertentu gblkkk.*" Reaksi ini memperlihatkan bahwa cuitan Fedi ditafsirkan sebagai bentuk ajakan politik, meskipun ia sendiri menampilkan hal tersebut. Dalam tanggapan terhadap komentar tersebut, Fedi menyatakan, "*Gue cuma gak mau terduga pelaku penculikan aktivis '98 jadi presiden. Membaca saja kamu sulit. Gue gak ngajak orang lain. Gue cuma menyatakan gak akan milih 02.*"

Proses ini menunjukkan bahwa pesan politik tidak diterima secara langsung oleh publik, melainkan dimediasi oleh figur publik yang memiliki kredibilitas sosial. Sebagai aktor yang dikenal luas, Fedi Nuril berperan dalam menyaring, menafsirkan, dan menyebarluaskan pesan politik kepada audiensnya. Kehebohan hingga menjadikannya trending topik di X menegaskan peran figur publik dalam memediasi informasi politik dan memengaruhi persepsi masyarakat, meskipun pengaruh tersebut kerap bersifat subjektif.

Pada 6 Februari 2024, Fedi Nuril mencuit, "*Gue akan tetap menghormati institusi kepresidenannya. Tapi, kalau ada presiden yang pernah nyulik orang dan masih ada yang belum dikembalikan, itu tidak pantas dihormati.*" Cuitan ini memicu reaksi beragam, baik penolakan dari pendukung Prabowo Subianto–Gibran Rakabuming Raka maupun dukungan dari warganet, salah satunya akun @plot yang menekankan pentingnya integritas dan keadilan dalam kepemimpinan. Dinamika respons ini menunjukkan peran Fedi sebagai opinion leader yang pendapatnya ditafsirkan dan disebarluaskan kembali oleh pengikutnya di media sosial.

Selanjutnya, pada 10 Februari 2024, Fedi kembali mencuit "*Terakhir. Salam buat teman2 PSI. Dapet salam dari Bohong Award...*" dengan menampilkan ulang Bohong Award yang pernah diberikan PSI kepada Prabowo pada 2019. Unggahan ini memantik kritik publik terhadap PSI, salah satunya dari akun @krzvnism yang menilai PSI inkonsisten secara ideologis.

Dalam perspektif teori Two-Step Flow of Communication, Fedi Nuril berperan sebagai opinion leader yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menyematkan sikap kritis yang kemudian direproduksi oleh pengikutnya. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh komunikasi politik di media sosial bekerja melalui figur publik yang dianggap kredibel, sehingga mampu membentuk diskursus dan persepsi politik publik, khususnya terhadap PSI dan koalisi pendukung Prabowo pada Pilpres 2024.

Lalu, pada 11 Februari 2024, Fedi Kembali membuat cuitan "*Di masa tenang kampanye ini, gue (pemilih) masih boleh ngomongin copras capres, gak?*". Setelah cuitan tersebut diunggah, muncul berbagai reaksi dari pengguna X, mulai dari yang mengafirmasi keresahan Fedi, hingga yang mengartikulasikan dukungan politik masing-masing. Ini menunjukkan bahwa meskipun isi cuitannya tidak bersifat mengarahkan secara eksplisit, efek komunikasi dua langkah tetap bekerja: audiens merespon bukan hanya kepada isu yang diangkat, tetapi juga pada interpretasi Fedi terhadap isu tersebut.

Pada 13 Februari 2024, Fedi Nuril mencuit, "*Kepada Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS), Selamat bekerja. Semoga diberi kesehatan, kelancaran dan dijauhi dari kecurangan.*" Cuitan ini memuat apresiasi terhadap peran KPPS sekaligus menyiratkan kekhawatiran atas integritas pemilu. Respons warganet yang beragam menunjukkan bahwa pernyataan sederhana dari seorang opinion leader dapat memicu diskursus publik yang lebih luas, sejalan dengan mekanisme teori two-step flow of communication.

(Arighi et al., 2024) menjelaskan bahwa influencer berperan sebagai penghubung antara calon dan pemilih serta berkontribusi dalam menyebarluaskan visi, misi, dan program kerja calon. Namun, peran tersebut juga diiringi tantangan, terutama terkait maraknya misinformasi dan disinformasi di media sosial, sehingga influencer dituntut untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat dan dapat dipercaya. Penelitian tersebut bersifat umum karena mengkaji peran influencer secara keseluruhan di Indonesia. Berbeda dengan penelitian tersebut, studi ini berfokus pada satu figur, yaitu Fedi Nuril. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fedi Nuril cenderung menyampaikan cuitan yang mengindikasikan dirinya bukan pendukung pasangan calon 02 pada Pemilu 2024.

(Rizqullah & Mubarak, 2025) mengemukakan bahwa influencer memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan opini publik dan mampu memengaruhi cara pandang masyarakat luas. Sejalan dengan temuan tersebut, penelitian ini menemukan bahwa komunikasi Fedi Nuril di media sosial turut memunculkan respons yang beragam dari pengikutnya. Pro dan kontra yang muncul dalam kolom komentar menunjukkan adanya perbedaan sikap, baik yang mendukung maupun yang menolak pandangan yang disampaikannya terkait Pemilu 2024. Selain itu, (Vinanda & Lokita, 2024) dalam artikelnya menyatakan bahwa komentar yang disampaikan influencer di media sosial berpotensi menggiring opini publik sesuai dengan keyakinan yang mereka anut. Dalam konteks penelitian ini, Fedi Nuril tidak sepenuhnya mampu menggiring opini seluruh pembaca cuitannya di media sosial. Meskipun demikian, terdapat pula sejumlah warganet yang menyatakan persetujuan setelah membaca dan menanggapi cuitannya.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fedi Nuril, sebagai figur informal dalam politik digital, memiliki pengaruh dalam membentuk persepsi politik publik melalui media sosial X. Dengan gaya komunikasi yang personal, kritis, dan satir, cuitan yang disampaikannya memuat simbol-simbol politik yang bersifat konotatif serta mampu memicu diskursus publik secara luas. Dalam perspektif Two-Step Flow of Communication, Fedi berperan sebagai opinion leader yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mentransformasikannya ke dalam narasi yang lebih emosional, sehingga mendorong keterlibatan aktif audiens dalam menafsirkan sekaligus menyebarkan pesan politik. Namun demikian, pengaruh tersebut tidak selalu bersifat konstruktif, karena komunikasi yang cenderung emosional dan minim argumentasi rasional berpotensi menurunkan kualitas diskursus politik digital. Secara teoretis, temuan ini menegaskan relevansi teori Two-Step Flow dalam konteks komunikasi politik digital, sekaligus menunjukkan adanya tantangan berupa dominasi kecepatan arus informasi yang tidak selalu diimbangi dengan kedalaman substansi pesan. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital masyarakat, penguatan tanggung jawab etis influencer, serta regulasi yang adaptif menjadi aspek penting dalam mendukung terciptanya komunikasi politik yang sehat dan berkualitas. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan influencer dengan spektrum pandangan politik yang lebih beragam serta menggunakan pendekatan kuantitatif guna mengukur dampaknya secara lebih terukur terhadap perilaku pemilih.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial X dapat menjadi ruang strategis dalam proses pembentukan dan penggiringan opini oleh opinion leader digital, dalam hal ini influencer. Pernyataan yang disampaikan oleh opinion leader kerap diterima sebagai kebenaran oleh sebagian audiens karena didukung oleh jumlah pengikut yang besar, tanpa mempertimbangkan secara kritis kompetensi atau

keahlian komunikator. Adapun penelitian ini memiliki keterbatasan, yakni hanya menganalisis cuitan Fedi Nuril pada periode 1–14 Februari 2024.

REFERENSI

Referensi utama adalah jurnal nasional, internasional dan prosiding. Semua referensi harus yang paling relevan, sumber terbaru dan referensi minimum adalah 15. Referensi ditulis dalam gaya APA. Harap gunakan format referensi yang konsisten – lihat contoh di bawah (10pt):

- Arighi, M. F., Yasar, M. M. B., Falah, S. N., Ramdhan, R. M., & Septiadi, A. (2024). Peran influencer terhadap pemilihan presiden pada pemilihan umum tahun 2024. *Journal of Law Administration and Social Science*, 4(5), 981–995. <https://doi.org/10.54957/jolas.v4i5.956>
- Dafrizal, D., Mastanora, R., Andriani, Y., Armadila, A., & Alfriani, R. D. (2025). Influencers and politics: Their role as political communications in the digital age. *International Journal of Multidisciplinary Research of Higher Education (IJMURHICA)*, 8(1), 107–115. <https://ijmurhica.ppj.unp.ac.id/index.php/ijmurhica>
- Gaspersz, R., Pelamonia, M., Izaak, D., & Yoris, J. (2024). Peran influencer media sosial dalam membentuk opini publik: Systematic literature review pada studi kasus di Indonesia. *Jurnal BADATI Ilmu Sosial & Humaniora*, 6(2), 253–266.
- Hasfi, N. (2019). Komunikasi politik di era digital. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 10(1), 93–104. <https://doi.org/10.14710/politika.10.1.2019.93-104>
- Nguyen, T. T., & Nguyen, D. K. (2024). Application of the two-step flow theory in university admission communication campaigns in Vietnam's digital era. *Thu Dau Mot University Journal of Science*, 6(4), 547–562. <https://doi.org/10.37550/tdmu.EJS/2024.04.603>
- Nofiard, F. (2022). Komunikasi politik digital di Indonesia. *Al-Hiwar: Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah*, 10(2), 31–40. <https://doi.org/10.18592/al-hiwar.v10i2.7548>
- Ramdhan, M. (2021). Metode penelitian. Cipta Media Nusantara.
- Rizqullah, F. D. B., & Mubarak, F. S. (2025). Pengaruh Influencer Najwa Shihab dan FOMO di Instagram Terhadap Opini Publik (Studi Kasus pada Postingan Peringatan Darurat Garuda Biru). *indojournal.com*. <https://doi.org/10.63822/3zjg7g31>
- Revolusi, P. R. (2024). Persepsi publik dan media sosial dalam kampanye digital Pilpres 2024. *Jurnal Komunikasi dan Bahasa*, 5(1), 32–44. <https://doi.org/10.22146/jsp.31835>
- Saragih, J., Purba, M., Manik, M., Aulia, N. D., Wulandari, W., & Sihaloha, O. A. (2024). Peran influencer Instagram dalam membentuk opini publik dan partisipasi politik. *Journal Education and Government Wiyata*, 2(4), 396–406. <https://journal.wiyatapublisher.or.id/index.php/e-gov>
- Sartika, E. (2014). Analisis isi kualitatif pesan moral dalam film berjudul “Kita Versus Korupsi”. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 63–77. <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id>
- Sobur, A. (2017). Analisis teks media. Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2017). Semiotika komunikasi. Rekaja Rosdakarya.
- Vinanda, R. A., & Lokita, R. a. M. (2024). Influencer Politik dan Penggiringan Opini Publik Isu Fufufafa di Media Sosial X. *Kinesik*, 11(3), 366–382. <https://doi.org/10.22487/ejk.v11i3.1599>
- Wati, I. (2021). Pengaruh komunikasi massa terhadap khalayak. *Jurnal Prosiding Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Dharmawangsa*, 1, 9–17.
- Zubaida, R. (2021). Media massa vs media sosial: Konstruksi realitas perempuan. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(4), 580–586. <http://jiss.publikasiindonesia.id/>