

PUBLIC FIGURE SEBAGAI VIRTUAL OPINION LEADER DAN KEPERCAYAAN INFORMASI MASYARAKAT

Sigit Surahman

Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Serang Raya
saleseven@gmail.com

Diajukan: 14-12-2017; Direview: 22-01-2018; Diterima: 26-06-2018;

Abstract

The presence of instagram into a phenomenon that loved the people of Indonesia, especially teenagers. Instagram of virtual nature is often a place to show off themselves start upload activities, photos, video. Researchers interested to discuss the phenomenon of virtual opinion leader in Instagram. This research is qualitative with informative community study. The subject of research is Instagram Salman_al_jugjawy owned by Sakti ex personnel SheilaOn7. This account posts the words of advice, announcement of study, and also daily. The result of research shows that public figure is easy to be virtual opinion leader and information is trusted by society. Researchers found interesting on this account's post liked and watched average over 1500 followers, did not cause controversy, provocation, and no skewed comments. The results show "salman_al_jugjawy" deserves to be said as virtual opinion leader. The Two Step Flow Communications model takes place according to the Adaptive Structuration Theory process.

Keywords: *Instagram, Virtual Opinion Leader, Adaptive Theory Structure*

Abstrak

Kehadiran instagram menjadi fenomena yang digandrungi masyarakat Indonesia, khususnya remaja. Instagram yang sifatnya virtual sering menjadi ajang pamer diri mulai unggahan aktivitas, foto, hingga video. Peneliti tertarik membahas fenomena virtual *opinion leader* di Instagram. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan studi masyarakat informatif. Subjek penelitian ini adalah Instagram Salman_al_jugjawy yang dimiliki oleh Sakti ex personil SheilaOn7. Akun ini mem-*posting* kata-kata nasihat, pengumuman kajian, dan juga kesehariannya. Hasil penelitian menunjukkan *public figur* mudah menjadi virtual *opinion leader* dan informasinya dipercaya masyarakat. Peneliti menemukan yang menarik pada *posting*-an akun ini yang disukai dan ditonton rerata diatas 1500 pengikut, tidak menimbulkan kontroversi, provokasi, dan tidak ada komentar miring. Hasil penelitian menunjukkan "salman_al_jugjawy" layak dikatakan sebagai virtual *opinion leader*. Model *Two Step Flow Communications* berlangsung sesuai proses *Adaptive Structuration Theory*.

Kata Kunci : *Instagram, Virtual Opinion Leader, Teori Adaptif Strukturasi*

PENDAHULUAN

Era media baru membentuk masyarakat kontemporer, kita telah menyaksikan suatu kepentingan revitalisasi tertentu terhadap fenomena dan kritik terhadap kelas kapitalisme, dan sosialisme. Perkembangan teknologi dan perkembangan teori itu sendiri bersifat dinamis dialektis, yang berarti bahwa setiap kontribusi baru berkaitan dengan kontribusi yang lebih lama dan menguraikannya secara konstruktif di

masyarakat. Oleh karena itu, sebuah teori kritis dapat mengidentifikasi dalam lima dimensi teori kritis tentang masyarakat: Etika kritis, kritik terhadap dominasi, eksploitasi dan keterasingan, alasan dialektis, kritik ideologi, perjuangan dan praksis politik.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh APJII pada tahun 2017, 143,23 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia ada sekitar 262 juta orang atau 54,68% adalah pengguna

internet. Sedangkan komposisi pengguna internet berdasarkan kelompok usia terdapat 4,24% adalah pengguna internet di atas usia 54 tahun. ;29,55% pengguna internet usia antara 35-54 tahun. ;49,52% pengguna internet usia 19-34 tahun. Sedangkan sisanya sebesar 16,68% adalah pengguna internet yang berusia antara 13-18 tahun. Kemudian penetrasi pengguna internet berdasarkan tingkat pendidikan terakhir sebagai berikut: kelompok yang tidak sekolah sebesar 5,45%. ;kelompok tingkat pendidikan SD/MI/Paket A sebesar 25,10%. ;tingkat pendidikan SMP/MTs/Paket B sebesar 48,53%. ;tingkat pendidikan SMA/MA Paket C sebesar 70,54%. ;tingkat pendidikan S1/ Diploma sebesar 79,23%. ;dan 88,24% adalah mereka yang memiliki tingkat pendidikan S2/ S3. Sedangkan tingkat penggunaan internet berdasarkan kebutuhan gaya hidup di sosial media terdapat 87,13% (<https://apjii.or.id/survei2017>).

Melihat dari hasil survei tersebut, jelas terlihat sebagian besar pengguna internet adalah usia-usia produktif yakni 19 hingga 34 tahun. Sedangkan jika dilihat dari tingkat pendidikan, hasil survei yang dilakukan oleh APJII menunjukkan bahwa kebanyakan para pengguna itu adalah orang-orang yang berpendidikan tinggi. Kemudian melihat dari begitu fantastisnya prosentase penggunaa internet baik dari jumlah maupun tingkat pendidikan yang tinggi, ternyata muncul angka 87,13% yang diakses adalah media sosial yang termasuk pendatang baru di dunia internet pada perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Salah satu media sosial yang digandrungi di era media baru ini adalah instagram.

Teknologi komunikasi baru sering kali disertai dengan ideologi optimis yang optimis atau ideologi pesimis budaya, di mana alat ini disajikan sebagai pemecahan masalah humaniora dan menghasilkan masyarakat yang jauh lebih baik atau yang justru sebaliknya, menyebabkan kemunduran budaya dan masyarakat.

Kemajuan teknologi komunikasi dan globalisasi informasi yang sangat pesat dengan adanya internet, tidak lagi dapat dibendung. Internet dalam hal ini instagram juga mesti dilihat dalam konteks yang lebih luas. Internet (instagram) tidak sekedar sebagai medium berkomunikasi antara penggunanya, tetapi juga tempat di mana

komunitas berada, berinteraksi, bahkan sebagai wujud dari komunitas itu sendiri yang menjadi arsip *virtual* (Nasrullah, 2017:25)

Peralihan perkembangan media komunikasi dari konvensional menuju media komunikasi online (virtual) mampu menggeser makna dan peran dari kehadiran seorang pemimpin opini. Hal tersebut membawa dampak perubahan atau pergeseran dimensi kehidupan manusia, baik kebudayaan, ekonomi, sosial, politik, maupun psikososial masyarakat virtual. Perkembangan teknologi komunikasi ini menumbuhkan keadaan manusia yang lebih berorientasi pada aksi yang mampu mengarahkan pandangan ke masa depan. Struktur kekuatan yang dimiliki nternet tidak begitu berbeda dengan media tradisional, namun memiliki potensi dan batasan baru yang berinteraksi dengan struktur akumulasi ekonomi, sistem politik dan sistem budaya yang lebih cepat dan tidak terbatas.

Keberadaan waktu dan tempat tidak lagi menjadi suatu halangan dan tidak lagi memberikan sekat sedikitpun bagi para pengguna teknologi tersebut, segala sesuatu dalam dunia virtual yang terjadi dalam keserentakan tanpa pusat. Konsep tersebut memberikan arahan secara tradisional tentang aspek-aspek sosial dari realitas yang ada di internet dengan melihat atau melibatkan fitur-fitur teknologi komunikasi. Penggunaan media sosial sebagai entitas dan perangkat yang juga merupakan entitas, memiliki peranan penting dalam mentransformasikan suatu realitas di internet. Aspek ini menjadi sangat penting karena realitas tersebut merupakan model sosial-siber yang menjadi dasar serta landasan dalam melihat apa yang terjadi di komunitas virtual dalam hal ini instagram (Nasrullah, 2017:19).

Para pengguna jejaring media sosial ini semua bisa bergabung dengan berbagai komunitas-komunitas virtual yang ada dan bisa terlibat dalam aktivitas jejaring tersebut. Termasuk di dalamnya menjelajah di dunia *virtual* apapun yang dikehendaki para anggota pengguna media sosial, tergabung dalam diskusi apapun, serta berbagi informasi apapun yang hadir dalam komunitas tersebut. Salah satu media online yang paling digandrungi anak muda saat ini adalah media sosial instagram. Pemanfaatan jejaring pada

media sosial yang satu ini pun bermacam-macam, misalnya; hanya sekedar untuk melihat-lihat, berdiskusi, mentransmisikan dokumentasi diri atau mempromosikan produk, dan juga berbagi informasi di komunitas, mem-*posting* kata-kata mutiara, kata-kata penyemangat, dan banyak juga sebagai sarana untuk menunjukkan eksistensi diri pengguna atau pemilik akun di media sosial instagram.

Perilaku minat untuk berbagi dari masyarakat akan informasi dalam komunitas *virtual* ini merupakan bentuk baru suatu pola perilaku menjalin pertemanan dalam sekelompok komunitas *virtual* yang memiliki kesamaan minat, hobi, dan lain sebagainya. Misalnya melalui media sosial instagram, masyarakat bisa bertukar informasi, bertukar opini, dan mengetahui informasi dalam lingkungan komunitas *virtual tersebut*. Salah satu contohnya dalam artikel ini adalah akun instagram “salman_al_jugjawy” yang dimiliki oleh Sakti eks personil band Sheila On Seven, hampir setiap postingan-postingan yang diunggahannya selalu disukai dan dikomentari oleh ratusan bahkan mencapai ribuan dari para pengikutnya. Beberapa unggahannya antara lain ada status kegiatan keseharian Salman Al Jugjawy, kata-kata nasihat, kutipan-kutipan hadis, dan juga pengumuman kegiatan yang hampir semuanya selalu mendapat apresiasi dari para fans dan pengikutnya di media sosial instagram. Realitas penggemar ini muncul dari adanya fanatisme dari seseorang atau komunitas ketika melihat keelokan persona idolanya dan melihat nilai-nilai keteladanan yang muncul dari sosok idola.

Sosok pribadi yang dulunya identik dengan musik dan khas gaya anak band, saat ini Sakti yang sudah hijrah menjadi sosok yang sangat religius tetap menjadi publik figur dan memiliki ribuan pengagum fanatik baik di dunia nyata maupun di dunia *virtual*. Kehadirannya di komunitas *virtual* media instagram dengan akun “salman_al_jugjawy” mampu mentransformasi tubuhnya hadir sebagai kode digital dalam media sosial instagram yang secara sadar bahwa dirinya sedang berada pada pusran simulasi yang tidak terputus dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Di dalam dunia maya, media sosial instagram merupakan sebuah

dunia baru (komunitas *virtual*) bisa terbentuk, di mana waktu tidak ada lagi ruang habisnya. Informasi yang hadir dan membajiri halaman media sosial instagram yang terjadi secara simultan dan berkesinambungan ini menimbulkan kebiasaan dan perilaku baru bagi para penggunanya, ada reaksi yang diakibatkan oleh aksi dan ada juga aksi yang diakibatkan oleh reaksi dalam sebuah komunitas *virtual* yang terbentuk.

Keberadaan komunitas *virtual* tidak bisa lepas dari ketergantungannya dengan internet. Komunitas *virtual* adalah ruang komunikasi dan saluran paling atas untuk kata-kata yang dibagikan secara online dari halaman ke halaman atau dari mulut ke mulut. Kehadiran dari *opinion leader* menjadi hal terpenting untuk komunikasi dari mulut ke mulut dalam komunitas *virtual* tersebut. Sebagai publik figur yang terlibat dalam aktivitas keagamaan di media sosial instagram, kehadiran sosok Sakti atau Salman al Jugjawy menjadi tokoh kunci sebagai pemimpin opini di komunitas *virtual* pada komunitasnya. Peran kunci dalam komunitas *virtual* ini bisa untuk mengeksplorasi dan mempengaruhi hubungan operasional peran pada minat berbagi informasi di masyarakat yang menjadikan anggotanya sebagai multi fungsi. Yakni sebagai penerima informasi sekaligus juga bisa menjadi agen penyebar informasi. Struktur hubungan keterlibatan masyarakat, kepercayaan informasi dan pertukaran informasi masyarakat juga dipengaruhi berdasarkan gelar popularitas yang disandang oleh pemimpin opini di komunitas *virtual* tersebut. Karena popularitasnya, Sakti atau Salman Al Jugjawy yang terhitung per tanggal 10 Desember 2017 ini telah memiliki sebanyak 79.300 pengikut, tentunya ini merupakan jumlah yang sangat fantastis bagi seorang Sakti yang memiliki penggemar setia. Salman al Jugjawy mampu memberikan pengaruh positif kepada para pengikutnya di instagram melalui unggahan-unggahannya yang dapat dipercaya dan sosok Salman al Jugjawy bisa menjadi pemimpin opini di komunitas *virtual*nya. Media instagram menyediakan perspektif bisnisnya dengan mendefinisikan pemimpin opini sebagai orang-orang yang ungkapan atau pendapatnya mampu membuat ulasannya menular bagi masyarakat.

LITERATUR DAN METODOLOGI Komunitas *Virtual*

Komunitas virtual adalah wahana realitas bentuk baru dari kehadiran relasi sosial pada masyarakat antar individu di dunia virtual atau dunia maya yang menawarkan berbagai akses tanpa batas dan kadang menimbulkan dampak yang tidak terduga dalam realitas nyata. Komunitas virtual khususnya instagram mempunyai komponen yang saling bergantung antar anggota komunitas.

Instagram merupakan media sosial yang terbilang masih baru dibandingkan media-media sosial lainnya seperti Facebook, Twitter, dan lainnya. Survey yang dilakukan oleh APJII (2016), Instagram merupakan media sosial kedua yang sering dikunjungi setelah Facebook. Menurut data dari MAU (Monthly Active Users) jumlah pengguna aktif Instagram di Indonesia saat ini sudah mencapai 22 Juta pengguna. Bahkan menurut survey Jakpat, Instagram saat ini lebih populer dibandingkan dengan Twitter di Indonesia, khususnya di kalangan remaja. Pengguna Instagram di Indonesia mayoritas menggunakan layanan ini untuk mencari informasi produk Online shop, meme, dan mengunggah foto-foto liburan dan wisata (<https://dailysocial.id/post/penggunaaktif-instagram-di-indonesia-capai-22-juta>) (Arianti, 2017:183)

Tujuan utama dari komunitas *virtual* adalah menyediakan ruang baru bagi setiap anggota komunitas dengan timbal balik online pada ruang partisipasi untuk melakukan kontak sosial, koneksi dan berbagi informasi. Dengan menggunakan kelompok etnis atau dengan umum minat dan gagasan untuk bergabung dalam visual yang sama masyarakat, di mana mereka bisa berdiskusi dengan masing-masing lainnya dan membagikan informasi yang mereka butuhkan.

Komunitas *virtual* merupakan bentuk baru dari relasi sosial antarindividu di internet yang menawarkan beragam akses yang tanpa batas dan kadang tidak terduga dalam praktiknya. Dua komponen penting dalam melihat komunitas *virtual* adalah 1) komunitas *virtual* akan selalu ada dan bergantung pada kebutuhan dari tiap-tiap individu, 2) tidak selamanya komunitas *virtual* ditempatkan dalam konteks pemisahan antara fisik dan *virtual* (Nasrullah, 2017:70-71).

Mereka bisa saling bertukar informasi secara langsung melalui media sosial instagram secara virtual, akan tetapi secara fisik mereka tidak saling bertemu. Realitas virtual pada komunitas ini menjadi sebuah realitas yang nyata walaupun sebenarnya itu berlangsung secara semu. Di sinilah kelebihan dari komunitas virtual pada media sosial khususnya instagram. Antar anggota komunitas bisa saling berbagi tanpa harus bertemu, seseorang bisa menjadi sumber informasi kepercayaan tanya harus disampaikan melalui dunia nyata yang mengharusnya hadirnya fisik pemimpin opini.

Informasi Kepercayaan

Dengan melalui model integratif kepercayaan organisasi, itu ditunjukkan bahwa ketika anggota organisasi saling percaya dengan informasi-informasi yang beredar. Berikan kepercayaan yang tinggi kepada orang lain, interaksi mereka dan pengembangan dapat lebih ditingkatkan. Sementara itu, interaksi dan perkembangannya anggota dalam komunitas maya (virtual) mungkin akan terpengaruh oleh kepercayaan antar anggota komunitas; “disposisi untuk kepercayaan anggota masyarakat terhadap masyarakat informasi menunjukkan disposisi dan kepercayaan dari para anggota masyarakat untuk informasi masyarakat”.

Jadi semakin banyak anggotanya yang percaya dengan informasi yang ada, maka mereka semakin bersedia memberi dan berbagi informasi masyarakat dengan anggota atau masyarakat yang lain, sehingga interaksi dan kepercayaan diantara anggota dapat ditingkatkan. Sejalan dengan itu, saat orang yang memberikan informasi, menyajikan informasi yang lebih tinggi atau lebih dekat pengetahuan, profesional, tingkat kepercayaan informasi juga akan ditingkatkan (Ridings et al., 2002:271-295).

Terlepas dari itu semua persoalan tersebut, kehadiran teknologi informasi dan komunikasi sama-sama diakui telah mampu mendinamisasi kehidupan manusia (masyarakat virtual). Penggunaannya semakin meningkat dari waktu ke waktu, terlebih dengan hadirnya media baru yang mampu mengumpulkan, memproses, dan mempertukarkan informasi secara cepat dan aktual. Hal ini berarti kemampuan menginteraksikan

manusia satu dengan manusia lainnya melalui instrument yang bernama teknologi informasi dan komunikasi (media baru) telah mengubah pola berkomunikasi manusia secara fundamental (*mass self communications*). Perubahan pola perilaku komunikasi itu, jelas tak bisa dilepaskan dari sifat “alamiah” teknologi informasi dan komunikasi. Ketika ia hadir, ketika itu pula, ia akan mengubah pola kehidupan manusia, termasuk pola berkomunikasi (Arif, 2012:166-167).

Instagram menerapkan konsep penyebaran informasi baru sebagai berikut: “sebagai pengguna sering mengandalkan orang lain sebagai sumber informasi, sebagai tambahan untuk pengetahuan, informasi, dan media, pemimpin opini mengerahkan jumlah pengaruh yang tidak proporsional terhadap keputusan pengikut-pengikut lain di media sosial instagram.

Opinion Leader

Pada awalnya istilah opinion leader kerap dikaitkan dengan sosok tokoh atau pemimpin di masyarakat daerah tertentu saja. Namun pada perkembangannya, seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi serta berkembangnya media sosial yang berbasis jaringan internet di era teknologi informasi, opinion leader mengalami pergeseran peran terutama di komunitas media sosial. Dalam proses penerimaan informasi di lingkungan komunitas *virtual*, pemimpin opini lebih cenderung mempengaruhi masyarakat dengan muatan isi informasi yang disajikan di dalamnya. Gambaran utama dari pemimpin opini di komunitas *virtual* meliputi menerima informasi komunitas eksternal atau internal dengan frekuensi yang lebih tinggi, dibandingkan dengan anggota masyarakat yang lainnya (penerima), mentransmisikan media massa informasi kepada anggota sosial sebagai media massa media dalam masyarakat dan memiliki masyarakat (pengikut).

Pada tahun 1944, profesor Lazarsfeld, dalam penelitiannya, telah menemukan bahwa komunikasi publik tidak langsung mengalir massa tapi ditafsirkan terlebih dahulu oleh para pemimpin opini dan kemudian mencapai masyarakat awam. Prosesnya adalah: media massa → pemimpin opini

→ orang awam. Itulah yang disebut tahap “*two step flow communication*”. Kontribusi utama tahap penyebaran informasi atau proses penyebaran informasi ini adalah: (1) Informasi dapat ditransfer tidak hanya oleh media tetapi juga oleh jaringan komunikasi interpersonal. Dengan kata lain, orang bisa memperoleh informasi melalui dua saluran atau apapun; (2) Ada antarmuka antara media dan jaringan komunikasi interpersonal, dan antarmuka adalah pemimpin opini; (3) Pengaruh pemimpin opini dan jaringan komunikasi interpersonal pada komunikasi informasi dan keputusan individu jauh lebih besar daripada medium massa (Zhang & Dong, 2008:21).

Rogers (1962) put forward three typical characteristics of opinion leaders: (1) high social participation; (2) High social status; (3) high social responsibility. In Roberston's opinion (1971), what makes opinion leaders differ from common group members are: being more directive, more innovative, and more profesional (Zhang & Dong, 2008:21-22).

Masyarakat Informasi

Kebutuhan masyarakat akan informasi tentang apapun menuntut kebutuhan atas pemenuhan teknologi yang maju juga. Dengan adanya teknologi, maka manusia (masyarakat) merasakan terbantu dalam pemenuhan informasi secara cepat. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadikan media interaksi baru antarmanusia dan budaya menjadi lebih cepat, efektif, dan efisien pada prosesnya. Keberadaan teknologi komunikasi telah menjadi bagian yang tidak lagi dapat terpisahkan dari kehidupan manusia modern seperti saat ini. Bahkan dapat dikatakan, hampir seluruh aspek kehidupan manusia seperti bidang pendidikan, sosial, politik, ekonomi, bahkan seni dan budaya saat ini semua telah bersentuhan dengan teknologi. Kehadiran teknologi komunikasi juga tidak bisa dilepaskan dengan globalisasi media karena keberadaan teknologi komunikasi memudahkan manusia dari seluruh penjuru dunia bisa berkomunikasi secara langsung dan massal. Bukan hanya itu, berbagai kebudayaan juga bisa berbaur pada saat yang bersamaan tanpa mengenal

batas ruang dan waktu (Surahman, 2016;88).

Teknologi yang diwarisi dan dikembangkan oleh masyarakat industri, yang mengatur kehidupan masyarakat, merupakan akar-akarnya dominasi perkembangan teknologi komunikasi. Karenanya penyempurnaan kemajuan teknis menyiratkan sebuah negasi yang pasti dari perkembangan teknologi ini. Gagasan tentang bentuk rasionalitas teknologi yang berbeda secara kualitatif termasuk dalam keilmuan yang baru dalam komunikasi dan masyarakat informasi.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi khususnya perkembangan pada dunia digital telah membuat perilaku manusia berubah. Selanjutnya internet juga mampu membentuk masyarakatnya sendiri, yaitu masyarakat digital (*netizen*). Mereka yang sebenarnya adalah masyarakat biasa saat ini juga menjadi masyarakat di dunia kedua yaitu dunia digital. Generasi digital adalah mereka yang lahir pada era perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang berbasis internet.

Masyarakat informasi itu sendiri menggambarkan sebagai mereka yang telah tergantung pada perkembangan dan jaringan informasi pada teknologi dan informasi elektronik yang rumit serta perilaku komunikasi yang sangat kompleks. Keterlibatan masyarakat menunjukkan sikap sosial individu bisa jadi dipengaruhi oleh sikapnya terhadap kejadian yang kemudian mampu mempengaruhi tingkat investasi pengetahuan yang terus berlanjut. Masyarakat informasi hadir dan berkembang karena adanya intensitas kebutuhan akan informasi yang tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Baik dalam kehidupan bermasyarakat, dalam pekerjaan, dalam komunitas, ataupun dalam berorganisasi. Tingkat kebutuhan akan informasi, tingkat pemenuhan teknologi, dan bahkan tingkat pertukaran data digital sangat dibutuhkan di era teknologi komunikasi dan informasi ini mendorong terbentuknya masyarakat informasi digital yang semua basis data itu dalam bentuk digital.

Konsep keberadaan masyarakat informasi adalah sebuah fakta baru bahwa hal ini telah membentuk bagian dari kesadaran-diri manusia kontemporer, dan dalam beberapa versi hampir merupakan pandangan suatu hidup yang baru

(McQuail, 2012:115).

Dengan adanya era masyarakat informasi ini semua penyampaian data digital menjadi serba murah dan serba cepat tanpa terhalang ruang dan waktu. Perubahan dari masyarakat tradisional, kemudian menuju masyarakat industri, dan hingga pada akhirnya masyarakat informasi tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Tindakan dan kejadian yang dilakukan oleh manusia akibat dari pengaruh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi itu merupakan determinasi teknologi yang sebenarnya, karena tanpa disadari manusia sudah terpengaruh segala sesuatu yang dibawa oleh kehadiran teknologi itu sendiri. Perkembangan teknologi tersebut sering kali membuat manusia melakukan tindakan luar kendali (Surahman, 2016;89).

Adaptive Structuration Theory

Teori ini menggunakan konsep dasar dari teori strukturasi Giddens yang dibatasi pada proses interaksi (*micro level processes*) dalam situasi grup yang melibatkan penggunaan informasi dan teknologi komunikasi. Teori ini menyajikan model yang menjabarkan keterkaitan antara teknologi komunikasi yang canggih, struktur sosial, dan interaksi manusia. *Adaptive structuration theory* ini diformulasikan sebagai produksi dan reproduksi sistem sosial melalui penggunaan aturan dan sumber daya anggota dalam interaksi, mempelajari interaksi kelompok dan organisasi dengan teknologi informasi. Dengan menekankan pada penggunaan teknologi dan aspek sosial. Kelompok dan organisasi yang menggunakan teknologi informasi untuk pekerjaan mereka secara dinamis menciptakan persepsi tentang peran dan kegunaan teknologi, dan bagaimana hal itu dapat diterapkan pada aktivitas komunitas, kelompok atau organisasi.

Satu aspek yang ditekankan oleh Giddens (1991) adalah derajat di mana kita menaruh kepercayaan pada sistem canggih yang memelihara kondisi normal kehidupan. Kita hidup dengan kesadaran yang makin meningkat akan adanya berbagai risiko (kesehatan, lingkungan, ekonomi, militer) yang diambil dari peredaran informasi kepada publik dan juga diatur oleh referensi terhadap informasi

(McQuail, 2012:115).

Persepsi ini tentunya mempengaruhi cara bagaimana manusia dalam hal menggunakan teknologi komunikasi yang kemudian memediasi bagaimana dampaknya, baik berupa dampak positif maupun dampak negatif dari pengaruh terpaan teknologi komunikasi dan informasi tersebut. *Adaptive structuration theory* mampu membantu memahami bagaimana pemanfaatan kemajuan teknologi komunikasi dalam interaktif pada anggota komunitas virtual.

Metodologi

Operasionalisasi konsep merupakan suatu langkah penelitian. Fungsi operasionalisasi konsep ini untuk mempermudah penulis dalam melakukan penulisan artikel. Konsep penulisan artikel menggunakan kualitatif deskriptif yang dianggap relevan untuk memperoleh informasi secara lengkap mengenai tingkat kepercayaan masyarakat komunitas *virtual* pada sumber informasi dan *virtual opinion leader*. Di mana popularitas seseorang menjadi salah satu daya kuat untuk menjadi *opinion leader* di dunia *virtual*. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan studi masyarakat informatif. Subjek penelitian ini adalah Instagram Salman_al_jugjawy yang dimiliki oleh Sakti ex personil SheilaOn7. Akun ini mem-*posting* kata-kata nasihat, pengumuman kajian, dan juga kesehariannya. Sumber data yang akan digunakan adalah data primer dengan melakukan pengamatan cara langsung fenomena yang terjadi di lingkungan kita dalam hal ini akun instagram Salman Al Jugjawy. Sedangkan memperoleh data sekunder dengan mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penulisan artikel atau mengumpulkan referensi dan literatur terkait dengan penelitian ini seperti jurnal serta buku referensi dan data-data pendukung lainnya di berbagai *website* yang memiliki keterkaitan dengan artikel ini.

TEMUAN DAN DISKUSI

Kemunculan dan kehadiran media sosial instagram di masyarakat ini merupakan wujud dari representasi kelas masyarakat. Hal ini menyembunyikan dirinya sendiri sebagai potensi dan secara ideologis menghadirkan realitas

eksploitasi diri pengguna, kelompok, ataupun pekerja digital sebagai kebenaran, permainan, kesenangan, demokrasi, kekayaan, revolusi, pemberontakan, dan partisipasi. Media sosial sebagai konsep juga menunjukkan esensi yang belum terealisasi di masyarakat yang benar-benar sosial dan kooperatif. Realita media sosial terkadang bertentangan dengan realita di dunia nyata. Esensi dan eksistensi di media sosial melampaui relativisme moral postmodern, menekankan pentingnya sosialitas sebagai esensi moral, dan membedakan antara dimensi subjektif, dimensi intersubjektif, dan dimensi obyektif.

Dengan perkembangan teknologi informasi inilah yang mendorong sebuah generasi baru yang disebut sebagai generasi digital (*digital natives*). Namun, hal ini juga tidak bisa dipungkiri bahwa selain ada *digital natives*, juga masih ada *digital immigrant*, yaitu mereka yang beralih dari era konvensional ke era digital ini. Generasi digital natives menganggap perangkat komunikasi sebagai bagian integral dari kehidupannya. Sedangkan orang-orang yang tidak lahir pada abad digital tetapi mengadopsi teknologi baru dianggap sebagai *digital immigrants*, karena ada proses adaptasi pada lingkungan dengan mengadopsi teknologi komunikasi dan informasi.

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi sebagai pendorong lahirnya sebuah generasi baru di masyarakat, yaitu generasi digital atau yang lebih populer disebut sebagai *digital natives*. Teknologi diciptakan dan sengaja hadir dengan maksud untuk mempermudah dalam pemenuhan kehidupan manusia. Jadi agar hidup menjadi lebih mudah, maka manusia menciptakan suatu teknologi. Perkembangan teknologi saat ini sudah melampaui rasional otak dari manusia itu sendiri. Karena saat ini teknologi sudah bisa melipat dimensi ruang dan waktu. Berkembangnya teknologi jaringan juga membuat sebuah dunia baru, yaitu dunia virtual atau yang sering kali kita sebut dengan dunia maya. Dunia ini bisa memberikan informasi secara instan kepada masyarakatnya.

Akun Salman Al Jugjawy ini dikatakan layak sebagai *virtual opinion leader* dengan melihat beberapa indikator. Proses yang terjadi pada penyebaran informasi melalui media instagram ini menunjukkan alasannya orang memilih untuk

lebih mempercayai bahwa mereka lebih cepat beradaptasi dan bersedia mengamini informasi yang disampaikan oleh seorang tokoh atau sosok yang mereka jadikan idola sebagai pemimpin opini. Jadi setiap pengikut akun Salman Al Jugjawy memiliki kepercayaan dan mendapatkan manfaat tertentu dalam aktivitas dan perilaku sosialnya di dunia virtual (instagram).

Para pengikut akun Salman Al Jugjawy pada instagram percaya bahwa mereka dapat memperoleh berbagai manfaat yang dibutuhkan setelah membaca unggahan-unggahan yang dilakukan oleh akun Salman al Jugjawy. Motif utama dan keterlibatan masyarakat (komunitas virtual) untuk memahami informasi yang dihadirkan; menjadi alasan yang kuat bagi para anggota untuk bergabung dengan komunitas *virtual* ini dengan menjadi pengikut akun Salman al Jugjawy di media instagram. Para pengikut Salman al Jugjawy percaya akan mendapat banyak manfaat yang diperlukan sampai batas tertentu dengan bergabung dengan komunitas *virtual* tersebut. Berdiskusi, meneruskan informasi, dan menyebarkan kembali kepada komunitas-komunitas lain di luar komunitas instagram Salman Al Jugjawy juga menjadi salah satu motivasi mereka bergabung di komunitas virtual.

Kepopuleran dan nama besar dari Sakti mantan personil band Sheila On Seven ini mampu mempengaruhi pengambilan keputusan para *fans*-nya ketika masih menjadi gitaris band untuk juga bergabung menjadi pengikutnya di sosial media instagram yang saat ini dimilikinya dengan akun Salman Al Jugjawy. Salah satunya terlihat dari jumlah pengikutnya di media instagram yang mencapai sebanyak 79.300 pengikut yang dahulunya merupakan *fans*-nya di band Sheila On Seven. Harus diakui bahwa peran dari publik figur dalam membentuk dan menguatkan pamor memerlukan usaha serta komitmen yang lebih besar dari pemiliknya, terlebih di dunia virtual (instagram). Kesulitan dari beberapa publik figur dalam mempertahankan pamornya di dunia virtual antara lain adalah bagaimana mereka menjaga keseimbangan karakter pribadinya di dunia nyata dan di dunia *virtual*. Salman Al Jugjawy sebagai mantan artis yang sudah berhijrah menekuni

agama islam hadir sebagai *opinion leader* baru yang mampu berkomunikasi dengan publik (komunitasnya) secara totalitas.

Pembangunan dan penguatan opini yang dilakukan oleh akun Salman al Jugjawy melalui akun instagramnya ini mampu berperan dalam memberikan informasi pada orang lain (pengikutnya), sebagai sarana persuasi, dan pemberi informasi. Beberapa unggahan yang di unggahnya melalui instagram antara lain terkait dengan kegiatan sehari-hari Salman Al Jugjawy, pengumuman kegiatan kajian yang akan dilakukan, kegiatan pada saat kajian, mengambil dari sumber lain seperti hadis dan data ilmiah yang erat dengan nuansa agama islam.

Terhitung dari sekian banyak jumlah pengikutnya, akun Salman al Jugjawy ini, maka bisa digolongkan dan mampu menjadi *virtual opinion leader* di instagram (dunia *virtual*). Salman al Jugjawy menjadi *virtual opinion leader* yang terhitung aktif, hal ini terlihat dari unggahan yang dilakukannya selalu berusaha untuk mengumumkan atau mensosialisasikan suatu informasi keagamaan serta menghindari unggahan-unggahan yang bisa memicu konflik horizontal dari para pengikutnya. Tentunya ini dilakukan dengan sengaja dengan bertujuan mengajak para pengikutnya untuk mengikuti jejak Sakti atau Salman Al Jugjawy ataupun acara yang dia lakukan agar lebih dekat dengan sang pencipta.

Berikut ini adalah profil akun instagram dan beberapa trafik unggahan yang dilakukan oleh akun Salman al Jugjawy (Sakti exs personil band Sheila on Seven) (Lihat Tabel 1).

Beberapa contoh unggahan dari akun Salman al Jugjawy tersebut, proses komunikasi *virtual* dan pembentukan opini pada komunitas virtual dapat dijelaskan dalam beberapa sumber: pertama; sumber informasi berasal dari pengalaman dan pemikiran pribadi Salman al Jugjawy, kedua; sumber informasi berasal dari pengumuman kegiatan kajian yang diunggah pada akun Salman al Jugjawy, dan ketiga; sumber informasi berasal dari kutipan-kutipan hadis.

Identifikasi atas akun Salman al Jugjawy hingga pantas menjadi *virtual opinion leader* pada komunitas *virtual* ini karena ada beberapa

Tabel 1. Contoh unggahan akun instagram “Salman_al_Jugjawy”
Sumber data hasil pengolahan data peneliti

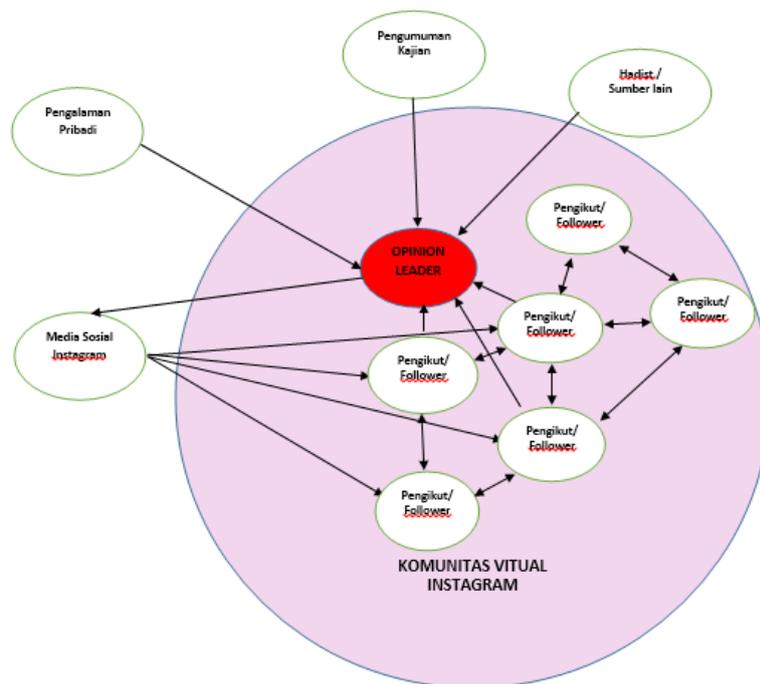
Konten Unggahan	Sumber	Menyukai	Menonton	Share	Komentar
Foto lama dengan caption “weh ada yg ngetag, lawas tenan ki”	Pribadi	9.222 pengikut	-	-	338 komentar
Bismillah dengan teman seperjuangan	Pribadi	4.206 pengikut	-	-	103 komentar
Persiapan buat acara besok	Pribadi	1.104 pengikut	-	-	89 komentar
Back stage silaturahmi nasional indonesia	Pribadi	1.211 pengikut	-	-	203 komentar
Senantiasa hubungkan dunia dengan Allah Jalajalaluh	Kajian	2.248 pengikut	-	-	6 komentar
Kajian Ngopi “Ngobrol Perkara Iman)	Kajian	12.446 pengikut	12.446 tayangan	-	-
Masih ada harapan....Alhamdulillah masih banyak teenager yang cinta masjid kok	Kajian	1.559 pengikut	-	-	-
Ngopi Pagi	Kajian	6.153 pengikut	6.153 tayangan	-	-
Belajar Iqro setiap rabu di Nagan jam 20:00-22:00	Pribadi	3.122 pengikut	-	-	312 komentar
Ngopi “bicara kebesaran Allah Jalajalaluh harus sering diulang-ulang biar masuk ke dalam hati	Kajian	733 pengikut	-	-	5 komentar
Selamat persiapan sholat malam snob	Hadist	1.893 pengikut	-	-	-

indikator yang bisa dimunculkan antara lain: Setiap unggahan yang diunggah hampir selalu disukai dan ditonton oleh pengikutnya rerata diatas 1500 pengikut.; Setiap unggahan tidak menimbulkan kontroversi dan tidak ada unsur provokasi.; Setiap unggahan tidak ada komentar-komentar yang miring atau berlawanan dengan unggahan.; Setiap unggahan memberikan motivasi dan inspirasi.; Hampir semua pengikutnya di instagram mengikuti jejaknya mendalami ilmu agama.; Hampir semua pengikutnya merupakan penggemarnya pada saat masih aktif sebagai gitaris di band Sheila on Seven.

Berdasarkan beberapa indikator tersebut, maka akun “salman_al_jugjawy” layak dikatakan sebagai *virtual opinion leader*. Proses alur penyebaran informasi *Two Step Flow Communications* yang berlangsung pada komunitas *virtual* yang terjadi

pada akun Salman al Jugjawy ini sesuai dengan proses kerja *Adaptive Structuration Theory*, di mana prosesnya melibatkan beberapa hal, antara lain: anggota komunitas *virtual*.; teknologi komunikasi.; internet.; struktur sosial.; dan juga terjadi interaksi silang di dalamnya. Berikut gambaran proses *Two step Flow Communications* yang terjadi pada akun Saalman Al Jugjawy. (Lihat Gambar 1)

Proses komunikasi dua tahap pada media sosial instagram merupakan salah satu model komunikasi yang bisa menjelaskan tentang bagaimana proses penerimaan informasi dari media massa yang tidak langsung sampai kepada khalayak. Informasi yang didapat oleh *opinion leader* bisa melalui pengalaman pribadi, pengumuman kegiatan, atau sumber lain, media lain yang kemudian baru



Gambar 1. *Two step Flow Communications*

diteruskan oleh *opinion leader* melalui media instagram dan ditransmisikan lagi kepada khalayak umum. *Opinion leader* dapat dikatakan sebagai perantara atau penghubung dari media massa kepada masyarakat pengikutnya (khalayak). Berdasarkan informasi yang disampaikan oleh *opinion leader* ini, para anggota komunitas *virtual* bisa saling berinteraksi, berdiskusi, dan bertukar informasi. Bisa juga dari pengikut kemudian diteruskan lagi kepada komunitas *virtual* lain yang berada di luar komunitas lainnya.

Dalam proses komunikasi dua tahap di dunia virtual ini sebenarnya sangat terbuka untuk terjadinya konflik antar anggota komunitasnya. Akan tetapi pada komunitas instagram yang dimotori oleh Sakti atau Salman Al Jugjawy ini, potensi-potensi konflik mampu diredam oleh pemimpin opini pada komunitas virtual tersebut, yaitu sosok Salman Al Jugjawy yang tetap memposisikan sebagai sumber informasi dan sumber kepercayaan dari masyarakat virtual dalam komunitas tersebut. Potensi-potensi konflik tersebut diredam dengan informasi-informasi atau unggahan baru yang diambil dari sumber hadis, sehingga masyarakat virtual atau komunitas yang terlibat di dalamnya tidak jadi berkonflik.

Batas antara kultur atau pemaknaan dengan struktur/orientasi ditunjukkan dengan adanya stabilitas dan kesepakatan yang ada di dalam organisasi atau kumpulan tersebut. Orientasi ini juga dipengaruhi oleh waktu yang bisa mengantarkan pengguna untuk mengetahui, model, pola, akses terhadap konten, sampai pada pemahaman bagaimana berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain baik secara langsung maupun tidak langsung (Nasrullah, 2017:20).

SIMPULAN

Virtual opinion leader adalah sosok individu yang menonjol didalam masyarakat atau komunitas virtual, memiliki akses media yang lebih banyak dibandingkan dengan anggota komunitasnya, memiliki kredibilitas tinggi, memiliki status sosial yang jelas, memberikan inspiratif, inovatif, memberikan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, dan merupakan penengah di dalam komunikasi interpersonal atau mereka dapat dikatakan memiliki kelebihan dibanding khalayak pada umumnya.

Faktor kebutuhan informasi membuat semua anggota yang terlibat di dalam komunikasi virtual tersebut dengan mudah mengamini informasi dan

kekuatan manajerial pemilik akun. Media sosial instagram sebagai media baru yang dapat diakses oleh semua orang secara bebas dan memunculkan konsep baru dalam jaringan komunikasi secara virtual. Salman al Jugjawy sebagai salah satu publik figur yang menggunakan media sosial instagram bisa dimasukkan dalam kategori 'virtual opinion leader'. Proses komunikasi yang terjadi pada komunitas virtual instagram tersebut, selain dalam model *Two-Step Flow Communication*, konsep virtual *opinion leader* juga ditemukan di dalam teori *adaptif structure theory*.

DAFTAR PUSTAKA

- McQuail, Denis. (2012). *Teori Komunikasi Massa edisi 6 buku 1*, Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arianti, Gusmiati. (2017). *Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instragram dan Path*. Jurnal Wacana Volume 16 No. 2, Desember, 183.
- Arif, Moch. Choirul. (2012). *Etnografi Virtual: Sebuah Kajian Metodologi Etnografi Virtual*. Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 2 No. 2, Oktober, 166-167.
- Ridings, C., Gefen, D., & Arinze, B. (2002). *Some antecedents and effects of trust in virtual communities*. Journal of Strategic Information Systems, 11, 271-295.
- Surahman, Sigit. (2016). *Determinisme Teknologi Komunikasi dan Globalisasi Media Terhadap Seni Budaya Indonesia*. Jurnal Rekam Volume 12 No. 1, April, 88.
- Xiaofei Zhang & Dahai Dong. (2008). *Ways of Identifying the Opinion Leaders in Virtual Communities*. International Journal of Business and Management, Vol.3 No.7, 21-27
- https://apjii.or.id/survei2017_ diakses (2018) 20 Maret 2018 pukul 14:14