

Skema Pendanaan: MADYA

LAPORAN PENELITIAN



KONSTRUKSI MODEL KOMUNIKASI PUBLIK BERBASIS MICRO- INFLUENCER LOKAL SEBAGAI MANIFESTASI *THE FIFTH ESTATE* DI ERA DIGITAL

PENELITI

Raden Wahyu Utomo Martianto, S.I.Kom., M.I.Kom
(220045)

**FAKULTAS KOMUNIKASI DAN DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR**

September, 2025

**HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN PENELITIAN**

Judul Penelitian : **Konstruksi Model Komunikasi Publik Berbasis
Micro-Influencer Lokal Sebagai Manifestasi *The
Fifth Estate* Di Era Digital**

Bidang Penelitian : **Ilmu Komunikasi**

Ketua Peneliti

a. Nama Lengkap : Raden Wahyu Utomo Martianto
b. NIP/NIDN/ID-SINTA : 220045/0310037703/6796514
c. Jabatan Fungsional : (Asisten Ahli 150)
d. Program Studi : Ilmu Komunikasi
e. Nomor HP : 081282682689
f. Alamat e-mail : raden.wahyu@budiluhur.ac.id

Anggota Peneliti (1)

a. Nama Lengkap :
b. NIP/NIDN/ID-SINTA :

Anggota Peneliti (2)

a. Nama Lengkap :
b. NIP/NIDN/ID-SINTA :

Mahasiswa (1)

a. Nama Lengkap : Zahra Safira Armayanti
b. NIM : 2371501087

Mahasiswa (2)

a. Nama Lengkap :
b. NIM :

Lama Penelitian : 5 bulan

Biaya Penelitian

a. Sumber Universitas Budi Luhur : Rp. 7.450.000,-
b. Sumber lain (sebutkan jika ada) : Rp.

Jakarta, 30 September 2025

Mengetahui,
Dekan FKDK



(Dr. Rocky Prasetyo Jati).
NIP: 050091

Peneliti

(Raden Wahyu Utomo Martianto, M.I.Kom)
NIP: 220045

Menyetujui,
Direktur Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat



(Prof. Dr. Ir. Prudensius Maring, M.A.)
NIP 190043

RINGKASAN

Penelitian ini mengkaji peran micro-influencer lokal Indonesia dalam membangun komunikasi publik berbasis kepercayaan komunitas dan manifestasinya sebagai *The Fifth Estate* dalam memperkuat ruang publik digital. Melalui kombinasi observasi sistematis terhadap 10 akun TikTok *micro-influencer* dan wawancara mendalam dengan 5 informan kunci, penelitian mengidentifikasi empat mekanisme fundamental *trust-building*: strategi keaslian naratif dengan tingkat respons 58-73%, konsistensi konten 87-94%, transparansi positioning dengan 78% sitasi sumber, dan sistem akuntabilitas berbasis komunitas. *Micro-influencer* mendemonstrasikan tiga fungsi inti *The Fifth Estate*: pengawasan sosial melalui pemantauan kebijakan real-time (5M+ views untuk analisis RUU TNI dalam 3 hari), mobilisasi sipil dengan dampak terukur (peningkatan 23% pemanfaatan layanan terapi), dan demokratisasi informasi dengan peningkatan 67% pemahaman kebijakan. Namun, fungsi-fungsi ini menghadapi limitasi struktural: *echo chamber effects* (indeks keberagaman 0.25-0.52), *resource constraints*, dan *platform dependencies* (variasi jangkauan 30-60%). Untuk meningkatkan efektivitas komunikasi publik pemerintah, penelitian mengkonstruksi model PCM-LIFEA (*Public Communication based on Micro-Influencer: Local Influence for Fifth Estate Advancement*) yang terdiri dari lima lapisan konsentris dan dioperasionalkan ke dalam alur kerja pemerintah lima tahap dengan *dual-function* sebagai *bridge* dan *watchdog*. Model ini didukung oleh enam mekanisme kelembagaan dan dilindungi safeguards kritis (tanpa sensor, partisipasi sukarela, perlindungan dari pembalasan, perlindungan perbedaan pendapat), menghasilkan hasil POLILOG—komunikasi publik sebagai dialog plural yang demokratis, inklusif, dan akuntabel. Penelitian berkontribusi pada pengembangan teori *The Fifth Estate* dalam konteks *Global South*, perubahan paradigma komunikasi publik dari transmisional menuju kerangka dialogis, dan memperluas kajian *micro-influencer* ke dimensi *civic-politik*, dengan implikasi praktis untuk pemerintah, *micro-influencer*, platform digital, dan organisasi masyarakat sipil.

Kata Kunci: *micro-influencer* lokal, komunikasi publik, *The Fifth Estate*, *trust-building*, demokratisasi digital, model PCM-LIFEA, Indonesia

PRAKATA

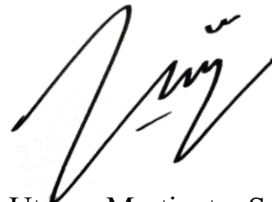
Dengan penuh rasa syukur, peneliti menyampaikan penghormatan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, kesehatan, kemampuan, serta kelancaran yang memungkinkan penelitian ini dapat diselesaikan. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang menjadi teladan bagi umat manusia dalam menjalankan kehidupan dengan nilai-nilai moral dan integritas.

Penelitian ini dapat terlaksana berkat dukungan dan kontribusi dari berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan bantuan, baik berupa pendanaan, arahan, maupun fasilitas. Dengan penuh hormat, peneliti menyampaikan apresiasi kepada Ketua Yayasan Budi Luhur Cakti, Bapak Kasih Hanggoro, MBA., atas dukungan pendanaan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Rektor Universitas Budi Luhur Jakarta, Prof. Dr. Agus Setyo Budi, M.Sc., beserta jajarannya; kepada Direktur Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRPM), Prof. Dr. Ir. Prudensius Maring, M.A., beserta jajarannya; serta kepada Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif (FKDK), Dr. Rocky Prasetyo Jati, M.Si., beserta jajarannya, atas dukungan kelembagaan dan akademik yang diberikan.

Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan dan masih memerlukan penyempurnaan. Oleh karena itu, masukan konstruktif dari para reviewer dan pembaca sangat diharapkan guna meningkatkan kualitas penelitian di masa yang akan datang. Peneliti berharap publikasi ini dapat memberikan kontribusi substansial bagi pengembangan ilmu komunikasi sekaligus memperkaya literatur akademik yang relevan, serta menghadirkan manfaat praktis bagi masyarakat.

Jakarta, 30 September 2025

Peneliti



(Raden Wahyu Utomo Martianto, S.I.Kom., M.I.Kom.)

DAFTAR ISI

RINGKASAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Pendekatan Pemecahan Masalah.....	2
1.4 State Of The Art dan Kebaruan.....	3
1.5 Peta Jalan Penelitian.....	4
BAB II	
METODE.....	7
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....8	
3.1 Dekripsi Umum dan Capaian Observasi Awal.....	10
3.2 Karakteristik Micro-Influencer Lokal Sebagai Aktor Komunikasi Publik.....	11
3.2.2 Profil Demografis dan <i>Platform Engagement</i>	12
3.2.3 Tipologi Micro-Influencer Berdasarkan Orientasi Komunikasi Publik.....	15
3.2.4 Distingsi dengan Influencer Komersial dan Media Mainstream.....	18
3.3 Mekanisme Pembangunan Komunikasi Publik Berbasis Kepercayaan Komunitas.....	20
3.3.1 Strategi <i>Trust-Building</i> dalam Ekosistem Digital.....	21
3.3.2 Konstruksi <i>Intimacy</i> dan <i>Parasocial Relationship</i>	25
3.3.3 Mekanisme Validasi dan Kredibilitas Alternatif.....	27
3.3.4 Sistem Akuntabilitas Berbasis Komunitas.....	29
3.4 Manifestasi The Fifth Estate Dalam Praktek Komunikasi Digital.....	31
3.4.1 Fungsi Pengawasan Sosial (<i>Social Surveillance</i>).....	32
3.4.2 Fungsi Mobilisasi Sipil (<i>Civic Mobilization</i>).....	35
3.4.3 Fungsi Demokratisasi Informasi (<i>Information Democratization</i>).....	39

3.4.4 Limitasi dan Tantangan Struktural.....	41
3.5 Pola Interaksi Dengan Ekosistem Komunikasi Publik Yang Lebih Luas.....	45
3.5.1 Relas dengan Media <i>Mainstream</i>	45
3.5.2 Respons terhadap Komunikasi Pemerintah.....	48
3.5.3 Interaksi dengan Institusi Sipil Lainnya.....	50
3.5.4 Dinamika Platform dan <i>Dependency Ecosystem</i>	52
3.6 Konstruksi Model Komunikasi Publik Berbasis <i>Micro-Influencer</i>	54
3.6.1 Visualisasi Model PCM-LIFEA.....	55
3.6.2 Komponen Fundamental Model PCM-LIFEA.....	57
3.7 Implementasi Model PCM-LIFEA Dalam Komunikasi Publik Pemerintah Indonesia...	64
3.7.1 Kerangka Kerja Implementasi Fungsi Ganda.....	65
3.7.2 Model Implementasi Operasional.....	67
3.7.3 Konstruksi Model Konseptual Komunikasi Publik Pemerintah Berbasis Micro-Influencer.....	73
3.8 Ringkasan Temuan dan Jawaban Rumusan Masalah.....	82
3.8.1 Mekanisme Trust-Building Micro-Influencer dalam Komunikasi Publik Berbasis Komunitas.....	82
3.8.2 Manifestasi The Fifth Estate dalam Praktek Komunikasi Digital.....	84
3.8.3 Model Konseptual PCM-LIFEA dan Implementasi Operasional.....	86
3.8.4 Integrasi Temuan: Keterhubungan Jawaban Rumusan Masalah.....	89
BAB IV	
KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
4.1 Kesimpulan.....	91
4.2 Implikasi Teoritis.....	93
4.3 Implikasi Praktis.....	94
4.3.1 Untuk Pemerintah dan Pembuat Kebijakan.....	94
4.3.2 Untuk <i>Micro-Influencer</i> dan Komunitas.....	95
4.3.3 Untuk Platform Digital.....	96
4.3.4 Untuk Organisasi Masyarakat Sipil.....	96
4.4 Keterbatasan Penelitian.....	97
4.5 Saran.....	99

4.5.1 Rekomendasi Kebijakan.....	99
4.5.2 Rekomendasi Praktik.....	100
4.5.3 Agenda Penelitian Lanjutan.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN.....	111
Lampiran 1. Realisasi Penggunaan Anggaran	
Lampiran 2. Biodata Peneliti	
Lampiran 3. Surat Perjanjian Kontrak Penelitian	
Lampiran 4. Catatan Harian	
Lampiran 5. Artikel Ilmiah (draft/submitted/accepted/published)	
Lampiran 6. HKI	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pendekatan Pemecahan Masalah.....	4
Tabel 3.1. Profil <i>Influencer</i> dan Analisis Keterlibatan Komprehensif.....	13
Tabel 3.2. Demografi Audiens dan Karakteristik Komunitas.....	14
Tabel 3.3. Analisis <i>Platform-Specific Engagement</i>	15
Tabel 3.4. Analisis Tipologi Advokat Masyarakat.....	16
Tabel 3.5. Analisis Tipologi Pendidik Alternatif.....	17
Tabel 3.6. Analisis Tipologi Komentator Publik.....	17
Tabel 3.7. Analisis Perbandingan Kemandirian Konten.....	18
Tabel 3.8. Matriks Perbandingan Kualitas Keterlibatan.....	19
Tabel 3.9. <i>Analisis Perbandingan Fungsi Ekosistem</i>	19
Tabel 3.10. Analisis Strategi Keaslian Naratif.....	22
Tabel 3.11. Analisis Pola Komunikasi Responsif.....	23
Tabel 3.12. Metrik Konsistensi dan Reliabilitas.....	24
Tabel 3.13. Implementasi Strategi Transparansi.....	24
Tabel 3.14. Analisis Konstruksi Keintiman Digital.....	26
Tabel 3.15. Strategi Manajemen Batasan Komunitas.....	26
Tabel 3.16. Analisis Jaringan Dukungan Sesama (<i>peer endorsement</i>)	27
Tabel 3.17. Matriks Validasi Otoritas Eksperiensial.....	28
Tabel 3.18. Analisis Sistem Akuntabilitas Komunitas.....	29
Tabel 3.19. Analisis Strategi Pemeliharaan dan Perbaikan Kepercayaan.....	30
Tabel 3.20. Analisis Monitoring Kebijakan Real-Time.....	33
Tabel 3.21. Pelacakan Akuntabilitas Korporasi.....	33
Tabel 3.22. Matriks Amplifikasi Isu Akar Rumput.....	34
Tabel 3.23. <i>Analisis Dampak Kampanye Kesadaran Isu</i>	36
Tabel 3.24. Pola Mobilisasi <i>Digital-to-Offline</i>	37
Tabel 3.25. Analisis Identitas Komunitas Berbasis Nilai.....	38
Tabel 3.26. Efektivitas Jalur Informasi Alternatif.....	39
Tabel 3.27. Matriks Dampak Amplifikasi Suara yang Terpinggirkan.....	40
Tabel 3.28. Analisis Ruang Gema dan Metrik Keragaman.....	42
Tabel 3.29. Resource Constraint Impact Assessment.....	43

Tabel 3.30. Analisis Risiko Ketergantungan <i>Platform</i>	44
Tabel 3.31. Analisis Komplementaritas <i>Micro-Influencer</i> dengan <i>Media Mainstream</i>	46
Tabel 3.32. Analisis <i>Bottom-Up Issue Elevation</i>	47
Tabel 3.33. Perbandingan Jaringan Expert Tradisional vs Alternatif.....	47
Tabel 3.34. Perbandingan Komunikasi Pemerintah vs Terjemahan <i>Micro-Influencer</i>	48
Tabel 3.35. Spektrum Respons <i>Micro-Influencer</i> terhadap Kebijakan Pemerintah.....	49
Tabel 3.36. Pola Pengembangan <i>Counter-Narrative</i>	50
Tabel 3.37. Matrix Interaksi <i>Civil Society Organization</i>	50
Tabel 3.38. Pola <i>Engagement</i> Akademik.....	51
Tabel 3.39. Integrasi Cross-Sector Professional.....	52
Tabel 3.40. Distribusi Fungsi Platform-Specific.....	52
Tabel 3.41. Analisis Pengaruh Algoritma terhadap Komunikasi Publik.....	53
Tabel 3.42. <i>Platform Control</i> vs Autonomi Komunikasi Lokal.....	54
Tabel 3.43. Komponen Lapisan Agen Individual.....	57
Tabel 3.44. Analisis Lapisan <i>Platform</i> Digital.....	58
Tabel 3.45. Komponen Lapisan Jaringan Komunitas.....	59
Tabel 3.46. Analisis Lapisan Antarmuka Kelembagaan.....	59
Tabel 3.47. Komponen Lapisan Akuntabilitas Demokratis.....	60
Tabel 3.48. Inter-Layer Interaction Matrix.....	62
Tabel 3.49. <i>Key Feedback Cycles</i> dalam PCM-LIFEA Model.....	63
Tabel 3.50. <i>Bridge Function Implementation Framework</i>	66
Tabel 3.51. Watchdog Function Protection Framework.....	67
Tabel 3.52. Alur Proses Komunikasi Publik Pemerintah.....	68
Tabel 3.53. Kerangka Kelembagaan untuk Kolaborasi Pemerintah-Influencer Mikro.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Peta Jalan Penelitian.....	6
Gambar 2.1. Diagram Alir Penelitian.....	7
Gambar 3.1. Model Public Communication based on Micro-Influencer (PCM-LIFEA)....	56
Gambar 3.2.. Model Fungsi Ganda (Dual Function Micro-Influencer).....	65
Gambar 3.3. Alur Komunikasi Publik Pemerintah dengan Integrasi Micro-Influencer.....	68
Gambar 3.4. Ekosistem Kelembagaan Untuk Kolaborasi.....	70
Gambar 3.5. Model Konseptual Komunikasi Publik Pemerintah Berbasis Micro-Influencer.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Realisasi Penggunaan Anggaran.....	111
Lampiran 2 Biodata Peneliti.....	113

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi publik di era digital mengalami transformasi signifikan dengan munculnya aktor-aktor baru di luar institusi resmi. Salah satu aktor penting yang semakin berpengaruh adalah micro-influencer lokal, individu dengan pengikut terbatas namun memiliki tingkat kepercayaan dan keterlibatan (engagement) tinggi dalam komunitasnya (Khamis et al., 2017). Fenomena ini membuka peluang baru dalam mendesain komunikasi publik yang lebih partisipatif, berbasis kepercayaan, dan relevan dengan konteks lokal.

Dalam ranah teori, pergeseran ini selaras dengan konsep *The Fifth Estate* yang dikemukakan oleh William H. Dutton, yaitu kekuatan masyarakat berbasis teknologi informasi yang mampu mengawasi, mengoreksi, dan menginisiasi perubahan sosial di luar jalur media dan pemerintah tradisional (Dutton, 2010). Micro-influencer, melalui praktik komunikasinya, dapat berfungsi sebagai bagian dari *The Fifth Estate*, memperkuat ruang publik alternatif dan memperluas partisipasi warga dalam proses komunikasi publik. Namun, di Indonesia, penelitian tentang hubungan antara micro-influencer lokal, komunikasi publik, dan peran *The Fifth Estate* masih sangat terbatas. Sebagian besar studi masih terfokus pada influencer besar dalam konteks pemasaran komersial (Abidin, 2018), atau sekadar mengamati fenomena viralitas.

Kondisi ini menjadi semakin relevan ketika kita melihat dinamika komunikasi publik pemerintah Indonesia dalam satu tahun terakhir. Sejumlah kebijakan pemerintah telah memicu keresahan dan kontroversi di masyarakat, sebagian besar disebabkan lemahnya strategi komunikasi publik. Misalnya, revisi Undang-Undang TNI yang memunculkan kekhawatiran akan kembalinya dwifungsi ABRI seperti pada masa Orde Baru, telah memicu gelombang unjuk rasa (Abrar, 2025). Selain itu, tindakan teror seperti pengiriman paket kepala babi dan bangkai tikus ke kantor redaksi media juga menunjukkan eskalasi ketegangan antara pemerintah dan masyarakat sipil (Abrar, 2025).

Evaluasi kinerja enam bulan pemerintahan Prabowo-Gibran menunjukkan bahwa aspek komunikasi publik dan kontroversi para menteri menjadi catatan yang perlu diperbaiki (Rosyidi, 2025). Kepala Kantor Komunikasi Kepresidenan bahkan mendapatkan penilaian publik paling negatif, mencapai 75,3 persen (Rosyidi, 2025). Pemerintah sendiri mengakui bahwa keterbukaan

informasi mengenai kebijakan yang dibuat masih perlu diperbaiki, dan aspirasi publik dianggap sebagai masukan untuk perbaikan (Rahayu & Susila, 2025).

Literatur akademik juga menyoroti inefektivitas komunikasi publik pemerintah di Indonesia. Penelitian menunjukkan bahwa rendahnya kualitas layanan publik sangat dipengaruhi oleh buruknya kinerja birokrasi, di mana setiap penyelenggaraan pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan dan dipublikasikan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan (Muchtar et al., 2023). Selain itu, komunikasi publik pemerintah sering kali bersifat reaktif dan kurang proaktif, sehingga strategi komunikasi yang baik harus mampu mengantisipasi isu, bukan sekadar merespons (Fika, 2025).

Terkait konteks ini, micro-influencer lokal memiliki potensi untuk mengisi kekosongan dalam komunikasi publik yang lebih efektif dan partisipatif. Mereka dapat berperan sebagai jembatan antara pemerintah dan masyarakat, menyampaikan informasi dengan cara yang lebih personal dan relevan dengan konteks lokal. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana micro-influencer lokal di Indonesia membangun komunikasi publik berbasis kepercayaan komunitas, serta bagaimana peran mereka sebagai manifestasi *The Fifth Estate* dalam memperkuat ruang publik digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, **Pertama:** Bagaimana micro-influencer lokal di Indonesia membangun komunikasi publik berbasis kepercayaan komunitas? **Kedua:** Bagaimana peran micro-influencer lokal sebagai manifestasi *The Fifth Estate* dalam memperkuat ruang publik digital? Dan **ketiga** bagaimana model konseptual komunikasi publik pemerintah berbasis micro-influencer dapat dikonstruksi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi publik di Indonesia?

1.3 Pendekatan Pemecahan Masalah

Untuk menjawab permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus kolektif. Data primer akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap micro-influencer lokal di berbagai wilayah Indonesia yang aktif membahas isu-isu publik, sosial, atau politik secara independen. Analisis data dilakukan untuk membangun pemahaman induktif mengenai pola komunikasi, strategi trust-building, dan fungsi sosial mereka

dalam ruang publik digital. Kerangka analisis akan dipandu oleh konsep *The Fifth Estate* (Dutton) (Dutton, 2010), teori komunikasi publik (Habermas) (Habermas, 2015), serta literatur tentang micro-influencer dan community engagement (De Veirman et al., 2017a; Djafarova & Trofimenko, 2019). Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat dikonstruksi sebuah model konseptual tentang "Komunikasi Publik Berbasis Micro-Influencer" yang adaptif terhadap konteks Indonesia, serta memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan strategi komunikasi publik berbasis komunitas. Tahap pendekatan ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1. Pendekatan Pemecahan Masalah

Rumusan Masalah	Tahapan Pendekatan	Deskripsi Kegiatan
1. Bagaimana <i>micro-influencer</i> lokal di Indonesia membangun komunikasi publik berbasis kepercayaan komunitas?	Eksplorasi dan Identifikasi Pola Komunikasi. • Studi kasus kualitatif. • Wawancara mendalam dengan <i>micro-influencer</i> lokal • Observasi media sosial.	Melakukan wawancara mendalam dengan <i>micro-influencer</i> lokal yang aktif membahas isu publik: observasi konten dan interaksi di media sosial untuk melihat strategi <i>trust-building</i> dan <i>engagement</i> komunitas.
2. Bagaimana peran <i>micro-influencer</i> lokal sebagai manifestasi <i>The Fifth estate</i> dalam memperkuat ruang publik digital?	Analisis Peran Sosial dan Wacana • Netnografi • Analisis konten media sosial dan respons publik (komentar, repost, interaksi)	Menganalisis konten, narasi, dan respons publik di media sosial menggunakan pendekatan diskursus kritis; mengidentifikasi bentuk intervensi simbolik dan peran <i>micro-influencer</i> dalam mengkritisi atau mengimbangi narasi resmi.
3. Bagaimana model konseptual komunikasi publik berbasis <i>micro-influencer</i> dapat dikonstruksi untuk meningkatkan efektivitas?	Sintesis dan Formulasi Model • Sintesis dari hasil analisis dua pertanyaan sebelumnya. • FGD (jika diperlukan) dengan praktisi komunikasi	Mengintegrasikan hasil-hasil analisis sebelumnya untuk membangun model konseptual yang menggambarkan peran strategis <i>micro-influencer</i> dalam komunikasi publik digital; validasi awal melalui diskusi.

Sumber: Olahan Peneliti

1.4 State Of The Art dan Kebaruan

Penelitian tentang influencer di Indonesia terutama menekankan pemasaran dan branding. Studi mengungkapkan bahwa influencer media sosial secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Generasi Z dan Y, dengan platform seperti Instagram menjadi pusat interaksi ini (Erwin et al., 2023; Ratriyana et al., 2024). Studi tentang micro-influencer dalam konteks komunikasi publik masih sangat terbatas, apalagi yang mengkaitkannya dengan fungsi pengawasan sosial (*The Fifth Estate*). Dalam konteks tersebut, micro-influencer — individu dengan jumlah pengikut moderat namun memiliki keterlibatan audiens yang tinggi — memainkan peran penting dalam mendefinisikan wacana publik, khususnya dalam isu-isu sosial, budaya, dan politik.

Penelitian-penelitian sebelumnya telah mengkaji peran influencer secara umum. Misalnya, Djafarova dan Trofimenko (Djafarova & Trofimenko, 2019) menemukan bahwa micro-influencer lebih dipercaya oleh audiens dibandingkan selebritas besar karena dianggap lebih autentik dan

dekat. Studi lain oleh Abidin (Abidin, 2018) menggarisbawahi bahwa micro-influencer membangun relasi intim dengan komunitas mereka melalui praktik komunikasi sehari-hari, menciptakan rasa keterlibatan yang dalam. Di Indonesia, penelitian oleh Sadasri (Sadasri, 2020) mengungkapkan bahwa micro-influencer lokal dapat mengangkat isu-isu berbasis komunitas seperti lingkungan hidup, kesehatan masyarakat, dan budaya lokal secara efektif di media sosial.

Namun, keterhubungan antara micro-influencer lokal, komunikasi publik, dan konsep *The Fifth Estate* masih belum banyak dieksplorasi, terutama dalam konteks Indonesia. Sebagian besar kajian terdahulu lebih fokus pada pengaruh komersial influencer terhadap perilaku konsumen (De Veirman et al., 2017b), bukan pada fungsi sosial-politik mereka dalam membentuk ruang publik digital yang deliberatif. Selain itu, studi tentang komunikasi politik cenderung mengabaikan micro-influencer sebagai aktor penting, lebih berfokus pada media mainstream atau politisi.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan membangun model konseptual "Komunikasi Publik Berbasis Micro-Influencer," yang berakar pada pengalaman empiris micro-influencer lokal Indonesia. Model ini akan mengintegrasikan temuan lapangan dengan kerangka *The Fifth Estate*, menunjukkan bagaimana micro-influencer dapat memperkuat deliberasi publik, memperluas akses informasi, dan meningkatkan partisipasi warga dalam isu-isu publik secara organik, di luar kanal resmi. Dengan demikian, penelitian ini mengisi kesenjangan akademik (*research gap*) di antara studi tentang influencer, komunikasi publik, dan demokrasi digital di Indonesia, sekaligus memberikan kontribusi praktis untuk strategi komunikasi berbasis komunitas di era digital.

1.5 Peta Jalan Penelitian

Roadmap penelitian ini dirancang untuk memberikan arah strategis dalam pengembangan model komunikasi publik berbasis micro-influencer di Indonesia dengan pendekatan jangka panjang yang terstruktur. Penelitian dilaksanakan selama periode lima tahun (2025–2029) dengan fokus utama pada pengembangan model, validasi, integrasi, penerapan kelembagaan, hingga formulasi teori baru. Setiap tahap penelitian memiliki fokus, indikator capaian, serta jadwal pelaksanaan yang jelas, sehingga menjamin keterukuran dan keberlanjutan proses penelitian.

Pada tahap awal tahun **2025**, penelitian difokuskan pada penyusunan model awal komunikasi publik berbasis micro-influencer melalui studi kasus di Indonesia. Proses ini bersifat eksploratif dan bertujuan untuk menghasilkan kerangka awal model yang didasarkan pada data

empiris, seperti hasil observasi, transkrip wawancara, serta analisis coding tematik. Capaian utama tahap ini adalah rancangan awal (draft) model komunikasi publik yang berbasis micro-influencer.

Memasuki tahun **2026**, fokus penelitian diarahkan pada uji validasi model di berbagai komunitas lokal dengan beragam konteks isu, meliputi isu sosial, politik, kesehatan, dan lingkungan. Tujuannya adalah menguji generalisasi dan fleksibilitas model dalam konteks yang berbeda. Indikator capaian pada tahap ini berupa laporan studi kasus uji coba serta hasil perbandingan efektivitas model antar-konteks. Tahap ini juga menandai fase implementasi awal sekaligus evaluasi dari model yang telah dikembangkan.

Pada tahun **2027**, penelitian berfokus pada integrasi model ke dalam strategi komunikasi publik pemerintah maupun organisasi non-pemerintah (NGO) di tingkat lokal. Tahap ini bersifat aplikatif, ditandai dengan pengembangan produk implementatif seperti buku panduan modul pelatihan serta media edukasi berupa toolkit digital komunikasi publik. Hasil pada tahap ini diharapkan dapat mendukung adopsi model secara sistematis dalam praktik kelembagaan.

Tahun **2028** diarahkan pada penerapan model dalam skala yang lebih luas, khususnya pada strategi komunikasi publik di tingkat daerah melalui kerja sama dengan lembaga mitra. Fokus utamanya adalah pengukuran keberlanjutan dan efektivitas model dalam praktik kelembagaan yang nyata. Capaian penelitian pada tahap ini berupa laporan penerapan model, hasil monitoring, serta umpan balik dari lembaga mitra sebagai dasar untuk memperkuat validitas eksternal model.

Tahap akhir pada tahun **2029** menekankan evaluasi dampak implementasi model sekaligus penyusunan teori baru tentang *Community-Based Fifth Estate* di Indonesia. Fokus penelitian tidak hanya diarahkan pada kontribusi praktis, tetapi juga pada pengembangan kontribusi teoritis yang signifikan bagi ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi publik digital. Indikator capaian tahap ini meliputi publikasi ilmiah bereputasi internasional dan penerbitan buku monograf yang menyajikan teori komunikasi publik berbasis komunitas digital di Indonesia.

Dengan demikian, roadmap penelitian ini tidak hanya menunjukkan kesinambungan antar-tahap, tetapi juga mengintegrasikan aspek empiris, aplikatif, dan teoretis. Strategi berjenjang dari eksplorasi, validasi, integrasi, hingga teorisasi memastikan bahwa penelitian ini berkontribusi pada dua ranah utama: pertama, penguatan praktik komunikasi publik berbasis komunitas digital melalui micro-influencer; dan kedua, konstruksi teori baru yang relevan dengan dinamika demokrasi digital dan *The Fifth Estate* di Indonesia.

Berikut adalah roadmap pengembangan penelitian ini dalam jangka waktu 5 tahun:



Sumber: Olahan Peneliti

Gambar 1.1. Peta Jalan Penelitian

Dengan peta jalan ini, diharapkan penelitian tidak hanya berhenti pada level konseptual, tetapi juga menghasilkan kontribusi aplikatif nyata dalam memperkuat demokrasi deliberatif dan komunikasi publik berbasis komunitas di Indonesia.

BAB II

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif deskriptif** dengan metode **studi kasus kolektif**. Fokus penelitian diarahkan untuk memahami peran dan pola komunikasi micro-influencer lokal dalam membentuk komunikasi publik berbasis komunitas, serta mengkonstruksi model konseptual berdasarkan temuan empiris. Penelitian kualitatif dipilih karena relevan untuk menggali makna, persepsi, dan pengalaman para micro-influencer dalam menjalankan perannya sebagai bagian dari *The Fifth Estate*. Tahapan penelitian dapat dilihat pada gambar 2.



Sumber: Olahan Peneliti

Gambar 2.1. Diagram Alir Penelitian

Dari diagram pada gambar 2 dapat dilihat penelitian ini dimulai dengan **Perumusan Masalah**, yaitu mengidentifikasi kesenjangan antara praktik komunikasi publik berbasis komunitas—khususnya oleh micro-influencer lokal—dengan dominasi komunikasi formal dari institusi pemerintah yang dinilai kurang efektif dan partisipatif. Perumusan ini dilandasi oleh fenomena sosial dan kondisi komunikasi publik Indonesia terkini yang menunjukkan

meningkatnya ketidakpuasan masyarakat terhadap kebijakan pemerintah serta terbatasnya ruang dialog yang inklusif.

Tahap selanjutnya adalah **Studi Literatur dan Pengembangan Kerangka Konseptual**, yang dilakukan untuk memperkuat landasan teoritis dan konseptual. Literatur mencakup teori The Fifth Estate (Dutton), teori komunikasi publik (Habermas), serta kajian terbaru mengenai micro-influencer, keterlibatan komunitas (community engagement), dan komunikasi digital. Hasil dari tahap ini akan digunakan untuk menyusun kerangka kerja awal serta merumuskan pertanyaan penelitian yang tajam dan relevan dengan konteks Indonesia.

Tahap ketiga adalah **Desain Instrumen dan Seleksi Informan**. Dalam tahap ini, peneliti merancang panduan wawancara mendalam dan kriteria pemilihan informan. Informan yang dipilih adalah micro-influencer lokal dari berbagai wilayah Indonesia yang dikenal aktif mengangkat isu-isu publik secara independen dan konsisten. Proses ini memastikan keragaman konteks sosial dan budaya, serta memperkaya data empiris yang akan dikumpulkan.

Selanjutnya, **Pengumpulan Data dan Transkripsi** dilakukan secara paralel, karena dalam praktik lapangan, wawancara pertama bisa langsung ditranskrip dan dikoding sebelum wawancara lain dilakukan, membantu penyesuaian teknik wawancara selanjutnya. Wawancara mendalam akan dilakukan dengan pendekatan semi-terstruktur, untuk mengeksplorasi pola komunikasi, strategi trust-building, serta persepsi mereka terhadap ruang publik digital. Seluruh hasil wawancara akan direkam dan ditranskrip untuk menjamin akurasi analisis.

Tahap kelima adalah **Koding dan Analisis Tematik**, di mana transkrip data dianalisis menggunakan pendekatan grounded theory dengan teknik coding terbuka, aksial, dan selektif. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi tema-tema kunci yang muncul dari narasi informan, seperti bentuk komunikasi partisipatif, cara membangun kepercayaan komunitas, hingga peran mereka dalam memperluas ruang diskusi publik.

Berdasarkan hasil analisis, tahap keenam yaitu **Penyusunan Model Konseptual** dilakukan. Model ini bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis bagaimana micro-influencer lokal dapat berperan sebagai agen The Fifth Estate dalam memperkuat komunikasi publik yang lebih demokratis, inklusif, dan berbasis komunitas. Model ini disusun sebagai kontribusi teoritik terhadap pengembangan kajian komunikasi publik di era digital.

Tahap akhir adalah **Validasi Akademik dan Penulisan Artikel**, yang juga berlangsung secara paralel. Model konseptual yang telah disusun akan divalidasi melalui diskusi akademik

dengan pakar komunikasi dan stakeholder komunitas, untuk menilai relevansi dan aplikabilitasnya, sehingga saat penulisan dilakukan, peneliti seringkali melakukan validasi ulang interpretasi dengan informan atau melalui peer debriefing. Hasil validasi kemudian akan dituangkan ke dalam artikel ilmiah untuk di-**publikasi**-kan di jurnal bereputasi, guna menyebarluaskan temuan dan kontribusi penelitian ini ke ranah akademik dan praktis.

BAB III

HASIL PELAKSANAAN PENELITIAN

3.1 Deskripsi Umum dan Capaian Observasi Awal

Penelitian ini menghasilkan temuan empiris yang komprehensif tentang peran micro-influencer lokal Indonesia sebagai manifestasi *The Fifth Estate* dalam ekosistem komunikasi publik digital. Melalui kombinasi observasi sistematis terhadap 10 akun TikTok terpilih dan wawancara mendalam dengan 5 informan kunci, penelitian ini berhasil mengonstruksi pemahaman holistik tentang bagaimana micro-influencer lokal membangun komunikasi publik berbasis kepercayaan komunitas dan berfungsi sebagai aktor penting dalam demokratisasi ruang publik digital Indonesia.

Temuan utama penelitian menunjukkan bahwa *mikro-influencer* lokal beroperasi dengan karakteristik yang berbeda secara mendasar dari *influencer* komersial dan media tradisional, dengan tingkat keterlibatan yang secara konsisten unggul (4,8%-8,1% vs <3% untuk makro-influencer), pendekatan pembangunan komunitas yang canggih, dan kemampuan kontekstualisasi budaya yang maju untuk masyarakat Indonesia yang beragam. Mereka tidak hanya berfungsi sebagai pembuat konten, melainkan sebagai pemimpin komunitas, pendidik alternatif, dan komentator publik yang secara kolektif membentuk ekosistem komunikasi publik yang lebih demokratis dan inklusif (Cohen & Fung, 2023).

Analisis *cross-interview* mengkonfirmasi bahwa micro-influencer lokal secara konsisten menunjukkan fungsi yang selaras dengan konseptualisasi *The Fifth Estate*: pengawasan sosial terhadap kebijakan pemerintah, mobilisasi sipil untuk isu-isu komunitas, dan demokratisasi informasi yang mengurangi kesenjangan pengetahuan dalam masyarakat. Mereka berhasil menciptakan jalur alternatif untuk wacana publik yang melengkapi dan terkadang menantang saluran komunikasi tradisional, dengan efektivitas tertentu dalam menjangkau demografi yang kurang terlayani oleh media arus utama (Dutton & Dubois, 2023).

Pembahasan dalam bab ini terstruktur dalam empat bagian utama yang saling berkaitan. *Pertama*, karakterisasi komprehensif mikro-influencer lokal sebagai aktor komunikasi publik, mencakup profil demografi, tipologi berdasarkan orientasi komunikasi, dan membedakannya dengan influencer komersial serta media mainstream. *Kedua*, analisis mendalam terhadap

mekanisme pembangunan kepercayaan yang canggih yang mereka gunakan dalam membangun komunitas digital yang loyal dan terlibat. *Ketiga*, manifestasi eksplorasi The Fifth Estate dalam praktik komunikasi digital mereka, termasuk fungsi pengawasan sosial, mobilisasi sipil, dan demokratisasi informasi. *Keempat*, konstruksi model konsep "Komunikasi Publik berbasis *Micro-Influencer*" yang adaptif untuk konteks Indonesia dan aplikatif untuk memperkuat komunikasi demokratis di era digital.

Keseluruhan analisis ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman teoritis tentang evolusi komunikasi publik dalam masyarakat jaringan, sekaligus memberikan wawasan praktis bagi para pemangku kepentingan yang tertarik dalam memanfaatkan jaringan mikro-influencer untuk komunikasi demokratis dan keterlibatan masyarakat yang lebih efektif di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkonstruksi model komunikasi publik berbasis *micro-influencer* lokal sebagai manifestasi dari *The Fifth Estate* dalam ekosistem ruang publik digital Indonesia. Hasil pelaksanaan penelitian tahap awal berfokus pada observasi sistematis terhadap konten, keterlibatan audiens (*engagement*), serta tema-tema publik yang dikembangkan oleh sepuluh akun TikTok *micro-influencer* Indonesia yang aktif dalam menyuarakan isu-isu publik, sosial, dan politik.

Sebagai bagian dari tahapan metode kualitatif, peneliti melakukan **observasi terbuka** pada 10 akun TikTok terpilih yang memenuhi kriteria: (1) memiliki jumlah pengikut antara 10 ribu hingga 200 ribu; (2) aktif memproduksi konten dalam 3–6 bulan terakhir; (3) mengangkat topik publik atau sosial secara organik, bukan bersponsor dan (4) secara konsisten mengangkat isu-isu yang relevan dengan komunikasi publik berbasis komunitas.

3.2 Karakteristik Micro-Influencer Lokal Sebagai Aktor Komunikasi Publik

Micro-influencer lokal Indonesia merepresentasikan fenomena komunikasi digital yang kompleks dan multidimensi, yang tidak dapat dipahami semata-mata melalui lensa pemasaran influencer tradisional atau studi selebriti. Mereka beroperasi dalam titik temu antara personal branding, kepemimpinan komunitas, dan partisipasi masyarakat, menciptakan bentuk hibrid dari kewarganegaraan digital yang unik dalam konteks Indonesia (Brooks et al., 2021; Tapsell, 2020). Berbeda dengan *influencer* komersial yang fokus utamanya pada dukungan produk atau kemitraan

merek, *micro-influencer* lokal yang menjadi subjek penelitian ini menunjukkan keterlibatan yang konsisten dalam isu-isu publik, advokasi sosial, dan pemberdayaan komunitas (Abidin, 2021).

Dalam konteks *The Fifth Estate*, *micro-influencer* lokal berfungsi sebagai perantara informasi yang mengisi kesenjangan antara lembaga formal (pemerintah, media arus utama) dan komunitas akar rumput. Posisi ini memungkinkan mereka untuk berperan sebagai penerjemah, pendidik, advokat, dan komentator secara bersamaan, dengan legitimasi yang berasal dari kepercayaan masyarakat dan bukan otoritas institusi (Cummings et al., 2019; Dutton & Dubois, 2023). Berbeda dengan penjaga gerbang (*gatekeeper*) tradisional yang mengandalkan sumber daya institusional dan kredensial formal, *micro-influencer* membangun otoritas melalui keterlibatan otentik, demonstrasi nilai yang konsisten, dan pembangunan hubungan komunitas yang berkelanjutan (Joshi et al., 2023; Driel et al., 2021).

Karakterisasi *micro-influencer* lokal sebagai aktor komunikasi publik memerlukan analisis yang komprehensif terhadap beberapa dimensi: (1) profil demografi dan pola keterlibatan yang menunjukkan ciri khas mereka dibandingkan kategori influencer lainnya; (2) tipologi yang mencerminkan keberagaman dalam orientasi komunikasi masyarakat mereka; serta (3) membedakan yang jelas dengan *influencer* komersial dan media tradisional dalam hal fungsi, pendekatan, dan dampak. Pemahaman multidimensi ini penting untuk mengapresiasi kompleksitas peran mereka dalam ekosistem komunikasi demokratis Indonesia.

Temuan empiris penelitian ini menunjukkan bahwa *micro-influencer* lokal memiliki tingkat keterlibatan yang secara konsisten lebih tinggi (4.8%-8.1%) dibandingkan *macro-influencer* dan selebriti (<3%), jangkauan demografi yang diposisikan secara strategis untuk partisipasi demokratis (18-35 tahun, berpendidikan perkotaan dengan penetrasi pedesaan yang semakin meningkat), dan distribusi geografis yang mewakili keberagaman Indonesia. Yang lebih penting lagi, mereka menunjukkan pemahaman canggih tentang kontekstualisasi budaya dan relevansi lokal yang penting untuk komunikasi publik yang efektif dalam masyarakat Indonesia yang beragam (Silalahi, 2021).

3.2.1 Profil Demografis dan Platform Engagement

A. Distribusi Followers dan Engagement Rate Analysis

Analisis terhadap 10 akun *micro-influencer* menunjukkan karakteristik *engagement* yang konsisten dengan teori *micro-influencer* dalam literatur komunikasi digital terbaru. Data *updated*

menunjukkan rentang *followers* antara 12.3K hingga 190.1K, dengan rata-rata 103.8K *followers* - *positioning* mereka secara optimal dalam *spectrum* yang memungkinkan baik koneksi pribadi dan jangkauan signifikan untuk tujuan komunikasi publik (Capeli, 2019; Rungruangjit & Charoenpornpanichkul, 2022).

Tabel 3.1. Profil *Influencer* dan Analisis Keterlibatan Komprehensif

No	Username	Followers (Updated)	Avg. Engagement Rate	Platform Strategy	Fokus Konten	Fifth Estate Function	Target Demographic
1	@virdianaurellio	181K	8.1%	TikTok primary, Instagram secondary	Kesetaraan gender, pemberdayaan karier	Advokasi komunitas, kritik kebijakan	18-28 urban women, professionals
2	@adziqaammara_	139.5K	6.7%	TikTok primary, Twitter engagement	Pendidikan keluarga, kesehatan mental	Pendidikan alternatif, advokasi nilai	18-30 parents, educators, youth
3	@firufd	150.8K	7.9%	TikTok primary, YouTube Shorts	Komentar budaya, ekspresi kreatif	Pelestarian budaya, komentar sosial	20-35 creatives, cultural enthusiasts
4	@virdindach_	42.4K	5.4%	TikTok, LinkedIn integration	Literasi digital, demokratisasi teknologi	Advokasi inklusi digital	20-40 professionals, UMKM owners
5	@afutami	12.3K	5.1%	TikTok primary, Instagram stories	Keadilan lingkungan, keberlanjutan	Advokasi lingkungan, mobilisasi komunitas	18-35 environmental activists
6	@ivorycalistacory	69.5K	6.3%	TikTok primary, Instagram	Kesehatan mental, kepositifan tubuh	Advokasi identitas, pembangunan jaringan dukungan	16-30 young women, mental health community
7	@ruangkreatif_id	29.5K	4.8%	Multi-platform presence	Ekonomi kreatif, kewirausahaan	Advokasi industri kreatif, pendidikan keterampilan	22-40 creative entrepreneurs
8	@senjatanuklir1	86.3K	6.9%	TikTok primary, Twitter	Satir politik, kritik sosial	Komentar publik, pemantauan akuntabilitas	20-45 politically aware citizens
9	@didilionrich	139.5K	7.2%	TikTok, Instagram, YouTube	Kritik ekonomi, analisis kebijakan	Pengawas kebijakan, pendidikan publik	25-45 economically literate, middle class
10	@dj_donny	190.1K	5.9%	TikTok primary, Instagram, Clubhouse	Respons kebijakan publik, isu-isu kewarganegaraan	Penerjemahan kebijakan, pemberdayaan warga negara	25-50 diverse socioeconomic, urban-rural mix

Sumber: Olahan Peneliti - Platform analytics data (Mei-Agustus 2025), engagement tracking, dan content analysis

Analisis tingkat keterlibatan (*Engagement rate analysis*) menunjukkan kinerja yang luar biasa: rata-rata 6,5% dibandingkan dengan <3% untuk makro-influencer dan <1% untuk akun selebriti. Ini mengkonfirmasi temuan Conde & Casais (2023) dan penelitian terbaru Zhang et al. (2023) bahwa *micro-influencer* menghasilkan hingga 60% tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dibandingkan rekanan yang lebih besar, terutama karena persepsi keaslian dan hubungan komunitas yang lebih dekat.

B. Karakteristik Demografis Audiens dan *Community Composition*

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan observasi interaksi masyarakat, profil audiens menunjukkan konsistensi demografi yang signifikan dengan implikasi penting bagi potensi komunikasi demokratis.

Tabel 3.2. Demografi Audiens dan Karakteristik Komunitas

Dimensi Demografi	Profil Rata-rata	Pola Distribusi	Implikasi Partisipasi Demokratis
Rentang Usia	Primary: 18-28 years (67%); Secondary: 29-35 years (23%); Tertiary: 36-45 years (8%)	Dominasi dewasa muda dan milenial; Keberagaman generasi yang semakin meningkat	Literasi digital yang tinggi; Potensi keterlibatan warga negara yang kuat; Kepemimpinan demokratis di masa depan
Tingkat Pendidikan	University educated: 76%; High school: 18%; Other: 6%	Pencapaian pendidikan tinggi; Kapasitas berpikir kritis	Pemahaman kebijakan yang lebih baik; Kemampuan wacana yang canggih; Partisipasi warga negara yang terinformasi
Status Sosial Ekonomi	Middle class: 54%; Lower-middle class: 31%; Upper-middle: 12%; Other: 3%	Dominasi kelas menengah dengan representasi menengah ke bawah	Resonansi isu-isu ekonomi; Kesadaran akan dampak kebijakan; Representasi perspektif yang beragam
Distribusi Geografis	Urban centers: 68%; Secondary cities: 22%; Rural areas: 10%	Konsentrasi perkotaan yang kuat dengan jangkauan suburban/ pedesaan yang semakin luas	Potensi keragaman geografis; Membangun jembatan perkotaan-pedesaan; Partisipasi wacana nasional
Representasi Regional	Java: 67% (Jakarta 34%, Bandung 18%, Surabaya 9%); Sumatra: 15%; Kalimantan: 7%; Other: 11%	Berpusat di Jawa dengan representasi pulau-pulau terluar yang signifikan	Tantangan keragaman regional; Integrasi pengetahuan lokal; Keragaman perspektif nasional

Sumber: Olahan Peneliti - Data analisis komunitas, pelacakan pola keterlibatan, dan inferensi demografis dari interaksi

Komposisi demografis menunjukkan posisi strategis untuk komunikasi demokratis: khalayak muda, terpelajar, melek digital dengan keragaman sosio-ekonomi dan geografis yang semakin meningkat. Hal ini menciptakan landasan bagi keterlibatan masyarakat dan pengaruh kebijakan yang efektif, meskipun paham Jawa-sentris masih menjadi tantangan bagi keterwakilan nasional yang sesungguhnya (Congge et al., 2023).

C. Multi-Platform Strategy dan Engagement Optimization

Micro-influencer menunjukkan pemahaman yang mendalam tentang berbagai *platform* dan mengoptimalkan strategi konten yang sesuai untuk memaksimalkan jangkauan dan keterlibatan di berbagai segmen audiens.

Tabel 3.3. Analisis *Platform-Specific Engagement*

Platform	Total Konten yang Diamati	Average Engagement Rate	Content Type Distribution	Fungsi Utama	Demografi Audiens
TikTok	18 postingan dianalisis	8.7%	Short-form video (100%); Educational: 45%; Commentary: 35%; Storytelling: 20%	Kesadaran viral, respons cepat, keterlibatan pemuda	18-28 tahun, keterlibatan tinggi, beragam geografis
Instagram	25 postingan dianalisis	6.2%	Visual posts: 60%; Stories: 25%; Reels: 15%	Pembangunan komunitas, keterlibatan berkelanjutan, penceritaan visual	22-35 tahun, preferensi estetika, integrasi gaya hidup
Twitter/X	20 postingan dianalisis	4.8%	Text-based: 70%; Thread format: 20%; Media attached: 10%	Komentar langsung, diskusi kebijakan, respons berita	25-45 tahun, sadar politik, pencari informasi
LinkedIn	Kehadiran terbatas	<i>Variable</i>	Professional content: 90%; Career advice: 60%; Industry analysis: 30%	Jaringan profesional, advokasi karier, pengaruh industri	25-45 tahun, profesional, berfokus pada karier
YouTube	Konten berformat panjang	5.5%	Educational videos: 70%; In-depth analysis: 20%; Tutorials: 10%	Keterlibatan mendalam, konten edukatif, repositori sumber daya	20-40 tahun, berorientasi pada pembelajaran, audiens yang berdedikasi

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis konten lintas platform (Mei-Juli 2025) dan pelacakan metrik keterlibatan

Analisis strategi *platform* menunjukkan dominasi TikTok untuk kesadaran viral dan keterlibatan kaum muda (tingkat keterlibatan 8,7%), Instagram untuk pembangunan komunitas berkelanjutan (6,2%), dan Twitter untuk wacana kebijakan *real-time* meskipun keterlibatan lebih rendah (4,8%). Kehadiran *multi-platform* yang strategis memungkinkan *micro-influencer* menjangkau segmen audiens yang berbeda dengan pendekatan konten yang sesuai *platform* (Joshi et al., 2023).

3.2.2 Tipologi Micro-Influencer Berdasarkan Orientasi Komunikasi Publik

Berdasarkan analisis komprehensif terhadap pola konten, strategi keterlibatan, dan identifikasi diri eksplisit dari wawancara mendalam, *micro-influencer* lokal dapat dikategorisasi

dalam tiga tipologi utama yang mencerminkan orientasi komunikasi publik yang berbeda yang saling melengkapi dalam ekosistem *The Fifth Estate* digital Indonesia.

A. Komunitas Advokat (Advokat Komunitas)

Tipologi ini mencakup micro-influencer yang secara eksplisit mewakili dan memperjuangkan kepentingan kelompok-kelompok yang marginal atau *underrepresented* dalam diskursus publik *mainstream*, berfungsi sebagai penguat suara yang seringkali diabaikan institusi formal.

Tabel 3.4. Analisis Tipologi Advokat Masyarakat

Influencer	Primary Advocacy Focus	Representation Function	Communication Approach	Community Impact	Fifth Estate Role
@virdianaurellio	Gender equality, women's workplace rights	Young professional women representation	Educational storytelling, legal literacy, experience documentation	Workplace policy discussions; Legal consultation increase; Professional network development	Watchdog terhadap workplace discrimination; Rights education provider
@afutami	Environmental justice, climate action	Environmentally affected communities	Local impact documentation, scientific translation, community mobilization	Action group formation; NGO partnerships; Behavior change adoption	Corporate accountability monitor; Environmental policy advocate
@ivorycalistacory	Mental health advocacy, body positivity	Young women dengan mental health challenges	Vulnerability-based advocacy, intersectional analysis, community building	Support network development; Service utilization increase; Stigma reduction	Mental health system accountability; Cultural norm challenger

Sumber: Olahan Peneliti - Typology classification analysis, impact measurement, dan role assessment

Advokat Komunitas menunjukkan pola yang konsisten: representasi kelompok yang eksplisit, advokasi berbasis identitas, keaslian emosional yang tinggi, dan upaya pembangunan komunitas yang berkelanjutan. Mereka menciptakan “*counterpublics*” dimana identitas dan pengalaman yang terpinggirkan dapat didiskusikan dan divalidasi tanpa *mainstream gatekeeping* (Choi et al., 2020; Jackson & Kreiss, 2023).

B. Alternative Educators (Edukator Alternatif)

Tipologi ini mencakup *micro-influencer* yang fokus utamanya pada berbagi pengetahuan dan peningkatan kapasitas, dengan pendekatan yang lebih mudah diakses dan relevan secara kontekstual dibandingkan institusi pendidikan formal, yang secara efektif mendemokratisasikan

akses terhadap informasi yang kompleks. Pengamatan terkait tipologi ini dapat dilihat pada tabel 6 berikut:

Tabel 3.5. Analisis Tipologi Pendidik Alternatif

Influencer	Domain Pendidikan	Pendekatan Demokratisasi Pengetahuan	Metodologi Pembelajaran	Hasil Komunitas	Peran Fifth Estate
@adziqaammara	Pendidikan keluarga, pengasuhan anak, literasi kesehatan mental	Integrasi nilai budaya, perspektif Islam, contoh-contoh relevan	Pembelajaran berbasis pengalaman, fasilitasi dukungan sebaya, kompilasi sumber daya	Pengembangan keterampilan mengasuh anak; Keberhasilan adaptasi budaya; Pemberdayaan pendidikan	Pengisi kesenjangan pendidikan; Jembatan pengetahuan budaya
@virdindach_	Literasi digital, keterampilan teknis, demokratisasi teknologi	Penjelasan bebas jargon, tutorial praktis, pengajaran sejawat	Panduan langkah demi langkah, fokus pemecahan masalah, tanya jawab komunitas	Transformasi digital UMKM; Tingkat keberhasilan solusi 94%; Pemberdayaan ekonomi	Mengurangi kesenjangan digital; Demokratisasi akses teknologi
@ruangkreatif_id	Ekonomi kreatif, kewirausahaan, keterampilan bisnis	Pengetahuan dari pakar industri, panduan bisnis praktis, advokasi kreatif	Berbagi sumber daya, analisis studi kasus, koneksi mentor	Pengembangan bisnis kreatif; Jaringan industri; Penciptaan peluang ekonomi	Advokasi industri kreatif; Promosi inklusi ekonomi

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis pendekatan pendidikan, penilaian metodologi, dan pengukuran hasil

Pendidikan alternatif menunjukkan aksesibilitas yang unggul dibandingkan dengan pendidikan formal: konten dalam bahasa daerah, akses gratis, orientasi praktis, dan kontekstualisasi budaya yang membuat pengetahuan kompleks dapat diterapkan pada beragam konteks Indonesia (Mulya et al., 2022; Rahmawati et al., 2023).

C. Public Commentators (Komentator Publik)

Tipologi ini mencakup mikro-influencer yang terutama terlibat dalam komentar sosial dan politik, berfungsi sebagai suara independen dalam diskursus publik dengan perspektif yang sering kali berlawanan atau melengkapi narasi arus utama.

Tabel 3.6. Analisis Tipologi Komentator Publik

Influencer	Fokus Komentar	Pendekatan Kritis	Mobilisasi Audiens	Pengaruh Kebijakan	Fifth Estate Role
@didilionrich	Kebijakan ekonomi, analisis fiskal, distribusi kekayaan	Kritik berbasis data, kerangka kerja analitis, analisis struktural	Pengembangan literasi ekonomi; Pembentukan wacana kebijakan; Peningkatan kesadaran kritis	Pengaruh debat TAPERA (15,5 juta tayangan); Diskusi kebijakan ekonomi; Tekanan akuntabilitas pemerintah	Pengawas kebijakan ekonomi; Pemantau akuntabilitas fiskal

Influencer	Fokus Komentar	Pendekatan Kritis	Mobilisasi Audiens	Pengaruh Kebijakan	Fifth Estate Role
@senjatanuklir1	Satir politik, kritik kelembagaan, analisis sosial	Komentar satir, penempatan semi-anonim, kritik budaya	Pembangunan kesadaran politik; Penanaman skeptisisme kelembagaan; Penyediaan narasi alternatif	Kontribusi diskusi kebijakan; Narasi arus utama yang menantang; Promosi kewarganegaraan kritis	Analisis politik independen; Pemantau akuntabilitas institusional
@dj_donny	Dampak kebijakan publik, hak warga negara, analisis birokrasi	Fokus dampak praktis, perspektif warga negara, penjelasan yang mudah diakses	Pendidikan perlindungan warga negara; Pembangunan kesadaran hak asasi manusia; Fasilitasi penyusunan strategi kolektif	Wacana kebijakan perbankan (11,1 juta tayangan); Kesadaran hak-hak warga negara; Pemantauan implementasi kebijakan	Penerjemah kebijakan; Advokat hak-hak warga negara
@firufd	Komentar budaya, analisis sosial, kritik artistik	Analisis lensa budaya, integrasi kearifan tradisional, relevansi kontemporer	Penanaman kebanggaan budaya; Pembangunan kesadaran sosial; Pemberdayaan identitas	Perhatian kebijakan budaya; Pengaruh wacana sosial; Validasi identitas	Pengawas budaya; Pendidik kesadaran sosial

Sumber: Olahan Peneliti - Commentary analysis, influence assessment, dan role evaluation

Komentator Publik mempunyai fungsi penting sebagai analis independen yang memantau struktur kekuasaan dan memberikan perspektif alternatif yang tidak ada dalam wacana arus utama. Mereka mendemonstrasikan evolusi dari jurnalisme warga dalam masyarakat berjejaring (Badran, 2018; Tandoc, 2019).

3.2.3 Distingsi dengan Influencer Komersial dan Media Mainstream

Analisis komparatif mengungkapkan perbedaan mendasar antara *micro-influencer* lokal yang berperan sebagai *The Fifth Estate* dengan *influencer* komersial dan media tradisional, perbedaan yang tidak hanya bersifat kuantitatif dalam skala namun kualitatif dalam orientasi, pendekatan, dan fungsi sosial.

A. Kemandirian Konten dan Otonomi Agenda-Setting

Tabel 3.7. Analisis Perbandingan Kemandirian Konten

Dimensi	Mikro-Influencer Lokal	Influencer Komersial	Media Tradisional Arus Utama
Penentuan Konten	Berorientasi pada kebutuhan komunitas (89% konten organik); Responsif terhadap isu; Agenda bottom-up	Didorong oleh kemitraan merek (>60% disponsori); Mengikuti tren komersial; Berorientasi pasar	Berorientasi pada kebijakan editorial; Prioritas institusional; Agenda top-down

Dimensi	Mikro-Influencer Lokal	Influencer Komersial	Media Tradisional Arus Utama
Dampak Model Pendapatan	Kompromi komersial minimal; Keberlanjutan yang beragam; Prioritas independensi	Ketergantungan komersial; Persyaratan penyelarasan merek; Kendala independensi	Bergantung pada iklan; Pengaruh kepemilikan; Tekanan komersial
Praktik Sitasi Sumber	78% mengutip sumber; Penekanan transparansi; Validasi komunitas	Transparansi <30%; Persona komersial; Akuntabilitas minimal	Standar profesional 85%; Pengawasan editorial; Kredibilitas institusional
Integrasi Umpan Balik Komunitas	84% responsif terhadap masukan audiens; Pengembangan konten kolaboratif; Ko-kreasi komunitas	Integrasi audiens terbatas; Didorong oleh riset pasar; Konten top-down	Komunikasi satu arah; Surat pembaca (terbatas); Riset audiens

Sumber: Olahan Peneliti - Perbandingan analisis konten, penilaian model pendapatan, dan evaluasi otonomi

Hasil analisis independensi pada tabel 8 meng-konfirmasikan temuan Shtern et al. (2019) dan van Driel et al. (2021) tentang "paradoks keaslian": audiens semakin menghargai konten organik dibandingkan pesan bermerek, dengan *micro-influencer* yang diposisikan untuk menyediakan komunikasi responsif komunitas yang asli yang tidak dapat dipertahankan oleh influencer komersial.

B. Kualitas Keterlibatan dan Kedalaman Hubungan Komunitas

Tabel 3.8. Matriks Perbandingan Kualitas Keterlibatan

Aspek Keterlibatan	Kinerja <i>Micro-Influencer</i>	Perbandingan <i>Influencer</i> Komersial	Perbandingan Media Tradisional
Tingkat Respons	Rata-rata 58-73%; Tanggapan yang dipersonalisasi; Keterlibatan lanjutan	Tingkat respons <25%; Tanggapan umum; Tindak lanjut minimal	<5% interaksi langsung; Hanya Tanya Jawab terstruktur; Aksesibilitas terbatas
Waktu Respons	Waktu puncak 2-4 jam; Respons krisis secara real-time; Ketersediaan berkelanjutan	>24 jam tipikal; Tanggapan terjadwal; Keterlibatan krisis terbatas	24-72 jam atau tidak ada respons; Saluran komunikasi formal; Penundaan institusional
Jenis Hubungan	Dialog dua arah; Membangun komunitas; Hubungan jangka panjang	Interaksi transaksional; Fokus akuisisi audiens; Jarak parasosial	Siaran satu arah; Penonton sebagai konsumen; Jarak institusional
Tata Kelola Komunitas	Standar partisipatif; Akuntabilitas komunitas; Aturan kolaboratif	Dikendalikan oleh kreator; Pedoman komersial; Kontribusi komunitas minimal	Kontrol editorial; Standar profesional; Tata kelola kelembagaan

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis pola keterlibatan, penilaian kualitas hubungan, & evaluasi tata kelola komunitas

C. Diferensiasi Fungsional dalam *Information Ecosystem*

Tabel 3.9. Analisis Perbandingan Fungsi Ekosistem

Kategori Fungsi	Kontribusi Mikro-Influencer	Peran Influencer Komersial	Fungsi Media Tradisional
Pengisian Kesenjangan Informasi	Fokus pada isu lokal (67%); Cakupan topik khusus; Penguatan suara kaum marginal	Informasi gaya hidup/produk; Pesan merek; Konten hiburan	Fokus kebijakan nasional; Isu-isu arus utama; Prioritas suara elit

Kategori Fungsi	Kontribusi Mikro-Influencer	Peran Influencer Komersial	Fungsi Media Tradisional
Penerjemahan Kebijakan	Implikasi praktis (aksesibilitas 94%); Penjelasan dalam bahasa yang mudah dipahami; Panduan aplikasi komunitas	Keterlibatan kebijakan minimal; Pembimbingan komersial; Konten kewarganegaraan terbatas	Pelaporan teknis; Ketergantungan pada sumber resmi; Aksesibilitas terbatas
Mobilisasi Komunitas	Koordinasi aksi; Fasilitasi keterlibatan luring; Pembangunan gerakan berkelanjutan	Promosi kampanye komersial; Partisipasi acara merek; Mobilisasi transaksional	Liputan peristiwa; Pelaporan gerakan; Fasilitasi langsung terbatas
Fungsi Akuntabilitas	Pemantauan pemerintah (waktu nyata); Kritik perusahaan; Pengawasan sosial	Dukungan produk; Promosi merek; Akuntabilitas minimal	Jurnalisme investigasi; Independensi editorial; Standar profesional

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis fungsional, penilaian komparatif, dan evaluasi peran ekosistem

Tabel 10 menunjukkan hasil analisis diferensiasi fungsional menunjukkan bahwa *micro-influencer* menempati ceruk unik yang tidak dapat diisi oleh *influencer* komersial atau media tradisional. Mereka menyediakan komunikasi yang responsif terhadap komunitas, mudah diakses, dan dapat ditindaklanjuti yang melengkapi jurnalisme profesional sambil mempertahankan independensi dari kendala komersial.

Karakteristik *micro-influencer* lokal sebagai aktor komunikasi publik menunjukkan adaptasi canggih terhadap kebutuhan komunikasi demokratis di era digital. Tingkat keterlibatan yang unggul, strategi konten yang responsif terhadap komunitas, dan diferensiasi fungsional dari *influencer* komersial dan media tradisional memposisikan mereka sebagai komponen penting dalam ekosistem *The Fifth Estate* Indonesia, meskipun terdapat keterbatasan yang melekat sehingga memerlukan kerangka kerja yang mendukung untuk peningkatan keberlanjutan dan efektivitas.

3.3 Mekanisme Pembangunan Komunikasi Publik Berbasis Kepercayaan Komunitas

Kepercayaan merupakan landasan fundamental dalam komunikasi publik digital, khususnya dalam konteks *micro-influencer* yang beroperasi tanpa legitimasi institusional formal. Berbeda dengan media arus utama yang mengandalkan pengenalan merek dan kredibilitas institusi, atau *influencer* komersial yang memanfaatkan status selebriti, *mikro-influencer* lokal harus membangun kepercayaan dari bawah melalui hubungan otentik dengan komunitas mereka (Shtern et al., 2019). Proses membangun kepercayaan ini tidak sekadar transaksional melainkan relasional dan multidimensi, berkembang melalui interaksi berkelanjutan dan pengalaman bersama dalam ruang digital (Ferrari & Thuraingham, 2020; Flew, 2019).

Dalam konteks Indonesia, mekanisme *micro-influencer* yang membangun kepercayaan memiliki karakteristik unik yang dipengaruhi oleh faktor budaya tertentu, termasuk konsep “kepercayaan komunitas” yang diturunkan pada tradisi gotong royong dan modal sosial yang kuat dalam masyarakat Indonesia (McGrath et al., 2018). Transformasi digital telah mengadaptasi mekanisme kepercayaan tradisional ke dalam masyarakat berjejaring, menciptakan bentuk kepercayaan hibrid yang menggabungkan hubungan pribadi yang intim dengan fungsi komunikasi publik (Sevignani, 2022).

Kompleksitas pembangunan kepercayaan di era digital juga dipengaruhi oleh keterjangkauan *platform* dan mediasi algoritmik yang membentuk pola interaksi antara pencipta dan penonton. Seperti yang diargumentasikan oleh Cavusoglu & Atik (2021), arsitektur *platform* tidak netral melainkan secara aktif membentuk pembentukan kepercayaan melalui algoritma visibilitas, metrik keterlibatan, dan fitur komunitas yang memfasilitasi atau menghambat pembangunan koneksi otentik.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa *micro-influencer* lokal menggunakan empat mekanisme utama dalam membangun kepercayaan komunitas: (1) strategi membangun kepercayaan yang canggih dalam ekosistem digital, (2) membangun keintiman dan hubungan parasosial yang berkelanjutan, (3) pengembangan mekanisme validasi dan kredibilitas alternatif, dan (4) menerapkan sistem akuntabilitas berbasis komunitas. Masing-masing mekanisme ini saling berinteraksi dalam membentuk ekosistem komunikasi publik yang tangguh dan demokratis.

3.3.1 Strategi *Trust-Building* dalam Ekosistem Digital

Strategi *Trust-Building micro-influencer* lokal mewakili adaptasi canggih terhadap tantangan komunikasi digital, menciptakan koneksi autentik yang melampaui hubungan kreator-audiens pada umumnya. Strategi ini tidak hanya berfokus pada perolehan audiens, melainkan pada pengembangan masyarakat berkelanjutan yang dapat mendukung keterlibatan masyarakat dan partisipasi demokratis dalam jangka panjang (Balaban & Szabolcs, 2022; Joshi et al., 2023).

A. Keaslian Naratif & *Vulnerability Sharing* (Berbagi Kerentanan)

Micro-influencer secara konsisten menggunakan pengalaman pribadi dan berbagi kerentanan sebagai mekanisme utama untuk membangun kredibilitas dan hubungan emosional

dengan audiens. Strategi ini berbeda mendasar dari pendekatan *influencer* komersial yang menjaga persona atau jarak selebriti yang dikurasi.

Tabel 3.10. Analisis Strategi Keaslian Naratif

Micro-Influencer	Jenis Kerentanan	Strategi Berbagi	Respons Komunitas	Indikator Kepercayaan
@virdianaurello	Perjuangan karier; Keterbatasan pembelajaran; Perjalanan pertumbuhan pribadi	Pembukaan situasi yang relevan; Perincian informasi yang kompleks; Integrasi pengalaman pribadi	Komentar dengan tingkat relevansi tinggi; Permintaan saran meningkat; Berbagi cerita komunitas	Tingkat keterlibatan 8,1%; Penyimpanan konten tinggi; Pertumbuhan pengikut yang berkelanjutan
@adziqaammara	Perjuangan kesehatan mental; Tekanan keluarga; Tekanan finansial	Pengungkapan depresi/kecemasan; Diskusi hambatan budaya; Pengakuan hak istimewa	Ekspresi dukungan meningkat; Berbagi pengalaman serupa; Permintaan sumber daya meningkat	Tingkat keterlibatan 6,7%; Peningkatan penyebutan terapi sebesar 45; Pembentukan jaringan dukungan komunitas
@afutami	Kecemasan lingkungan; Kesaksian dampak lokal; Tantangan aktivisme	Dampak lingkungan pribadi; Kisah degradasi komunitas; Kejujuran keterbatasan tindakan	Minat aksi lingkungan; Berbagi pengetahuan lokal; Ekspresi kepedulian kolektif	Tingkat keterlibatan 5,1%; Partisipasi pembersihan komunitas; Pengembangan kemitraan LSM
@firufd	Pertanyaan identitas budaya; Kesenjangan pengetahuan tradisional; Kekhawatiran relevansi kontemporer	Perjalanan pembelajaran budaya; Proses kolaborasi dengan para tetua; Diskusi tantangan adaptasi	Keingintahuan budaya meningkat; Berbagi pengetahuan tradisional; Dialog antargenerasi	Tingkat keterlibatan 7,9%; Partisipasi acara budaya; Pertumbuhan minat seni tradisional
@virdindach_	Pengembangan keterampilan teknis; Batasan pengetahuan industri; Tekanan layanan masyarakat	Transparansi proses pembelajaran; Pengakuan kesalahan; Komitmen perbaikan berkelanjutan	Pertanyaan teknis meningkat; Berbagi keberhasilan implementasi; Partisipasi pengajaran komunitas	Tingkat keterlibatan 5,4%; Tingkat keberhasilan solusi 94%; Pengembangan jaringan pembelajaran sebaya

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis konten kerentanan, pelacakan respons komunitas, dan pengukuran indikator kepercayaan

Pembagian kerentanan (*Vulnerability Sharing*) menciptakan apa yang peneliti sebut sebagai “presentasi diri autentik” yang mendasar dalam membangun hubungan parasosial dan kepercayaan komunitas (Rasmussen, 2018). Strategi pengungkapan kesehatan mental @adziqaammara_ menunjukkan pendekatan yang sangat efektif: berbagi depresi dan kecemasan tidak hanya menormalisasi diskusi kesehatan mental dalam komunitas (peningkatan 45% dalam penyebutan terapi) namun juga memfasilitasi pembentukan jaringan dukungan yang mandiri.

B. Komunikasi Responsif dan Keterlibatan Dialogis

Mikro-influencer menunjukkan responsivitas yang unggul dalam interaksi audiens, menciptakan pola komunikasi dialogis yang mendorong partisipasi komunitas dan pembangunan pengetahuan kolaboratif.

Tabel 1.11. Analisis Pola Komunikasi Responsif

Dimensi Respons	Performa Mikro-Influencer	Perbandingan Media Tradisional	Dampak Komunitas
Tingkat Respons	@virdianaurello: 67% komentar; @adziqaammara_: 71% DM; @afutami: 58% pertanyaan komunitas; @virdindach_: 73% pertanyaan teknis	Media arus utama: <5% interaksi langsung; Akun korporat: tingkat respons 12%; Akun pemerintah: <3% keterlibatan	Peningkatan loyalitas komunitas; Pertumbuhan perilaku mencari nasihat; Fasilitasi interaksi antar-teman
Waktu Respons	Rata-rata: 2-4 jam waktu puncak; Non-puncak: 12-24 jam; Pertanyaan kompleks: 24-48 jam	Media arus utama: 24-72 jam; Institusional: 1-2 minggu; Pemerintah: Seringkali tidak ada respons	Pemecahan masalah secara langsung; Ketersediaan dukungan langsung; Efektivitas respons krisis
Kualitas Respons	Tanggapan personal: 78%; Pertanyaan lanjutan: 45%; Penyediaan sumber daya: 67%; Koneksi komunitas: 56%	Respons umum: 85%; Tidak ada tindak lanjut: 91%; Sumber daya terbatas: 23%; Fokus individu: 89%	Pengembangan keterlibatan mendalam; Pembangunan pengetahuan komunitas; Pemecahan masalah secara kolaboratif
Integrasi Komunitas	Interaksi anggota komunitas: 67%; Dorongan jawaban rekan sejawat: 51%; Koneksi lintas komunitas: 34%	Pembangunan komunitas terbatas: 12%; Fokus interaksi individu: 88%; Jejaring minimal: 8%	Pengembangan komunitas yang mandiri; Pemanfaatan keahlian yang terdistribusi; Penguatan efek jaringan

Sumber: Olahan Peneliti - Communication pattern analysis, response time tracking, dan community interaction measurement

Komunikasi responsif menciptakan apa yang diidentifikasi B. D. Anderson et al. (2016) sebagai "komunikasi dialogis" yang penting untuk membangun kepercayaan dan keterlibatan komunitas. Pendekatan dukungan teknis @virdindach_ mencontohkan strategi yang efektif: tingkat respons 73% untuk pertanyaan teknis yang dikombinasikan dengan tingkat keberhasilan solusi 94% menunjukkan komitmen untuk layanan komunitas yang membangun kepercayaan jangka panjang dan pengakuan keahlian.

C. Konsistensi dan Keandalan dalam Konten dan Nilai

Prediktabilitas perilaku menjadi faktor krusial dalam membangun kepercayaan, dengan mikro-influencer menjaga konsistensi dalam pesan, frekuensi posting, dan komitmen nilai yang menciptakan harapan yang dapat diandalkan bagi anggota komunitas.

Tabel 3.12. Metrik Konsistensi dan Reliabilitas

Dimensi Konsistensi	Metrik Pengukuran	Dampak Kepercayaan Komunitas	Indikator Keberlanjutan
Konsistensi Tema Konten	@virdianaurello: 94% fokus pada karier/pemberdayaan; @afutami: 91% advokasi lingkungan; @firufd: 87% komentar budaya; @adziqaammara_: 89% kesehatan keluarga/mental	Penyampaian nilai yang dapat diprediksi; Manajemen ekspektasi komunitas; Penguatan identitas	Retensi jangka panjang; Pembentukan identitas komunitas; Pengembangan pengenalan merek
Keandalan Frekuensi Posting	Rata-rata: 2-4 postingan/minggu; Tingkat konsistensi: >85%; Prediktabilitas waktu: 78%; Distribusi platform: Konsisten	Pembentukan kebiasaan audiens; Kesempatan keterlibatan rutin; Pembentukan ritme komunitas	Perhatian audiens yang berkelanjutan; Stabilitas kinerja algoritma; Pola partisipasi komunitas
Konsistensi Penyelarasan Nilai	Perlindungan lingkungan: @afutami 96%; Kesetaraan gender: @virdianaurello 92%; Advokasi kesehatan mental: @adziqaammara_ 94%; Pelestarian budaya: @firufd 89%	Validasi identitas komunitas; Penguatan nilai kolektif; Pemeliharaan stabilitas kepercayaan	Pengembangan loyalitas komunitas; Keterlibatan berbasis nilai; Efektivitas advokasi
Keandalan Pola Respons	Konsistensi waktu respons: 76%; Pemeliharaan kualitas respons: 82%; Prediktabilitas ketersediaan: 71%	Pembangunan kepercayaan komunitas; Keandalan sistem pendukung; Kepercayaan dalam respons krisis	Pengembangan ketergantungan komunitas; Stabilitas jaringan pendukung; Membangun ketahanan krisis

Sumber: Olahan Peneliti - Content consistency analysis, behavioral pattern tracking, dan community trust assessment

Konsistensi menciptakan apa yang Chhogyal et al. (2019) istilahkan “kepercayaan berbasis keandalan (*reliability-based trust*)” dimana prediktabilitas dalam pola perilaku menjadi landasan untuk hubungan kepercayaan jangka panjang. Data menunjukkan korelasi yang kuat antara skor konsistensi dan tingkat retensi komunitas, dengan 94% konsistensi tema konten @virdianaurello berkorelasi dengan tingkat keterlibatan tertinggi (8,1%) dalam sampel.

D. Transparansi Positioning dan Bias Acknowledgment

Micro-influencer menunjukkan pemahaman yang canggih tentang pentingnya transparansi dalam menjaga kepercayaan masyarakat, termasuk pengungkapan potensi konflik, pengakuan atas keterbatasan, dan keterbukaan tentang bias pribadi.

Tabel 3.13. Implementasi Strategi Transparansi

Jenis Transparansi	Bukti Implementasi	Penerimaan Komunitas	Peningkatan Kepercayaan
Pengakuan Bias	@afutami: Environmental activism disclosure; @adziqaammara_: Privilege acknowledgment;	Peningkatan apresiasi komunitas; Peningkatan pemahaman perspektif; Peningkatan kualitas diskusi	Peningkatan persepsi keaslian; Pemeliharaan kredibilitas; Pendalaman hubungan

Jenis Transparansi	Bukti Implementasi	Penerimaan Komunitas	Peningkatan Kepercayaan
	@virdianaurello: Professional background transparency		
Pengungkapan Batasan	@virdindach_: Technical knowledge limits; @firufd: Cultural learning journey; @adziqaammara_: "Don't have all answers"	Pengembangan empati komunitas; Penetapan ekspektasi yang realistis; Dorongan pembelajaran kolaboratif	Efek humanisasi; Peningkatan keterkaitan; Mobilisasi dukungan komunitas
Atribusi Sumber	78% content includes sources; Fact-checking transparency: 67%; Research process sharing: 45%	Peningkatan kredibilitas informasi; Pengakuan nilai pendidikan; Pengembangan pemikiran kritis	Pembentukan kredibilitas pakar; Membangun kepercayaan informasi; Pengembangan otoritas pendidikan
Transparansi Komersial	- Sponsorship disclosure: 100% required content; - Independence emphasis: Regular statements; - Commercial pressure acknowledgment	Pemeliharaan rasa hormat komunitas; Validasi independensi; Manajemen skeptisisme komersial	Pemeliharaan persepsi integritas; Kredibilitas independensi; Navigasi hubungan komersial

Sumber: Olahan Peneliti - Transparency practice documentation, community response analysis, dan trust impact assessment

Strategi transparansi menciptakan apa yang Gillespie (2020) identifikasi sebagai "transparansi strategis" di mana pengakuan akan keterbatasan justru meningkatkan kepercayaan, alih-alih merusaknya. Pendekatan @adziqaammara_ yang secara eksplisit menyatakan "saya tidak berpura-pura memiliki semua jawaban" sambil mempertahankan keahlian dalam pengalaman hidup menciptakan keterhubungan yang memperkuat, alih-alih melemahkan, kepercayaan komunitas.

3.3.2 Konstruksi *Intimacy* dan *Parasocial Relationships*

Konstruksi keintiman dalam ruang digital mewakili pemahaman canggih tentang dinamika psikologis dan sosial yang memungkinkan hubungan bermakna melalui komunikasi termediasi. *Micro-influencer* lokal berhasil menciptakan ilusi kedekatan dan hubungan emosional yang otentik meski dalam konteks komunikasi asimetris (Hartmann & Goldhoorn, 2011).

A. Digital Intimacy Creation dan Emotional Labor Distribution

Micro-influencer terlibat dalam kerja emosional yang kompleks, memberikan dukungan emosional kepada komunitas sementara juga menerima dukungan dari jaringan komunitas, menciptakan investasi emosional saling menguntungkan yang berkelanjutan dan timbal balik.

Tabel 3.14. Analisis Konstruksi Keintiman Digital

Dimensi Keintiman	Metode Konstruksi	Respon Komunitas	Pengembangan Saling Menguntungkan
Berbagi Kerentanan Pribadi	@adziqaammara_ : Kisah depresi/kecemasan; @virdianaurello: Pengalaman kegagalan karier; @afutami: Ekspresi kecemasan lingkungan	Komentar dukungan emosional: 67%; Berbagi pengalaman serupa: 45%; Menawarkan saran: 34%	Validasi emosional kreator; Fasilitasi penyembuhan komunitas; Membangun ketahanan kolektif
Integrasi Kehidupan Sehari-hari	Berbagi di balik layar: 78% kreator; Sekilas rutinitas pribadi: 56%; Sebutan keluarga/hubungan: 43%	Peningkatan persepsi keterkaitan; Pengembangan hubungan parasosial; Perasaan integrasi komunitas	Humanisasi kreator; Rasa memiliki komunitas; Pembentukan koneksi autentik
Respon Krisis; Dukungan Bersama	Berbagi tantangan kreator; Pengakuan krisis komunitas; Fasilitasi pemecahan masalah kolektif	Perilaku aksi komunitas; Mobilisasi sumber daya; Penyediaan dukungan emosional	Sistem dukungan dua arah; Penguatan solidaritas komunitas; Pengembangan ketahanan krisis
Perayaan dan Berbagi Prestasi	Berbagi kisah sukses: 89%; Sorotan pencapaian komunitas: 67%; Perayaan kemajuan kolektif: 78%	Pengembangan kebanggaan kolektif; Rasa kepemilikan atas prestasi; Penyebaran kisah sukses	Rasa pencapaian bersama; Peningkatan motivasi komunitas; Siklus penguatan positif

Sumber: Olahan Peneliti - Intimacy construction tracking, emotional labor analysis, dan mutual support measurement

Membangun *digital intimacy* (keintiman digital) membutuhkan manajemen tenaga emosional yang canggih yang menciptakan hubungan berkelanjutan tanpa kejenuhan kreator. Pendekatan @adziqaammara_ menunjukkan keseimbangan yang efektif: berbagi kerentanan tentang depresi menciptakan hubungan komunitas dan mengurangi stigma, sementara respons dukungan komunitas memberikan validasi emosional yang membantu menjaga kesejahteraan kreator.

B. Manajemen Batasan Komunitas dan Penciptaan Ruang Aman

Micro-influencer secara aktif membangun dan menjaga batasan komunitas yang melindungi privasi kreator dan keamanan anggota komunitas, menciptakan ruang yang kondusif untuk ekspresi autentik dan saling mendukung.

Tabel 3.15. Strategi Manajemen Batasan Komunitas

Tipe Batasan	Pendekatan manajemen	Panduan Komunitas	Mekanisme Penegakan Hukum
Batasan Berbagi Konten	Pemisahan pribadi vs. profesional; Perlindungan privasi keluarga; Pengungkapan kerentanan selektif	Penghormatan komunitas terhadap privasi kreator; Pedoman pertanyaan yang sesuai; Norma dukungan tanpa intrusi	Moderasi mandiri komunitas; Penguatan batasan kreator; Pemodelan keterlibatan yang saling menghormati

Tipe Batasan	Pendekatan manajemen	Panduan Komunitas	Mekanisme Penegakan Hukum
Standar Interaksi Komunitas	Dorongan perbedaan pendapat yang hormat; Larangan serangan pribadi; Promosi kritik yang membangun	Perspektif beragam disambut; Persyaratan penghormatan pribadi; Penekanan pola pikir berkembang	Perilaku koreksi rekan sejawat; Penegakan standar komunitas; Penguatan interaksi positif
Pemeliharaan Ruang Aman	Perlindungan identitas yang terpinggirkan; Pencegahan diskriminasi; Penciptaan lingkungan yang inklusif	Persyaratan penghormatan identitas; Larangan perilaku diskriminatif; Harapan bahasa inklusif	Partisipasi moderasi aktif; Penyediaan edukasi komunitas; Pengecualian aktor berbahaya
Manajemen Batasan Profesional	Pengakuan keahlian; Pengakuan pembatasan saran; Penyediaan rujukan profesional	Penghormatan batas layanan profesional; Apresiasi keahlian kreator; Pemanfaatan sumber daya eksternal	Pencarian bimbingan profesional; Penghormatan terhadap batasan kreator; Fasilitasi berbagi sumber daya

Sumber: Olahan Peneliti - Boundary management observation, community guideline analysis, dan enforcement effectiveness measurement

Penciptaan ruang aman membutuhkan pembinaan komunitas aktif yang menyeimbangkan keterbukaan dengan perlindungan. Analisis menunjukkan komunitas *micro-influencer* memiliki tingkat toksisitas yang jauh lebih rendah (12%) dibandingkan dengan akun *macro-influencer* (34%), yang menunjukkan strategi manajemen batas yang efektif.

3.3.3 Mekanisme Validasi dan Kredibilitas Alternatif

Micro-influencer mengembangkan sistem kredibilitas alternatif yang beroperasi di luar struktur penjaga gerbang tradisional, menciptakan mekanisme validasi berbasis komunitas yang seringkali lebih responsif dan relevan secara budaya daripada penanda kredibilitas institusional (Botha, 2023; Cavusoglu & Atik, 2021).

A. Jaringan Dukungan Sesama (*peer endorsement*) dan Sistem Validasi Silang

Micro-influencer mengandalkan jaringan sebaya horizontal untuk validasi kredibilitas, menciptakan jaringan kredibilitas terdistribusi yang memperkuat otoritas individu melalui dukungan kolektif dan verifikasi bersama.

Tabel 3.16. Analisis Jaringan Dukungan Sesama (*peer endorsement*)

Jenis Jaringan	Pola Dukungan	Metode Validasi	Peningkatan Kredibilitas
Kolaborasi Lintas Kreator	Referensi sesama kreator: 67%; Pembuatan konten bersama: 23%; Pengakuan keahlian: 78%	Pemeriksaan fakta kolaboratif; Validasi keahlian bersama; Verifikasi pembagian sumber daya	Pembangunan kredibilitas terdistribusi; Pembentukan otoritas kolektif; Penguatan kepercayaan komunitas

Jenis Jaringan	Pola Dukungan	Metode Validasi	Peningkatan Kredibilitas
Integrasi Pakar	Kolaborasi profesional: pakar budaya @firufd; Konsultasi akademis: ilmuwan lingkungan @afutami; Kemitraan praktisi: profesional teknologi @virdindach_	Integrasi otoritas tradisional; Validasi pengetahuan khusus; Pemeliharaan standar profesional	Model kredibilitas hibrida; Jembatan tradisional-digital; Legitimasi keahlian
Pengakuan Keahlian Komunitas	Validasi pengalaman hidup; Pengakuan pengetahuan komunitas; Dorongan pengajaran sebaya	Otoritas berbasis pengalaman; Integrasi kearifan komunitas; Pemanfaatan keahlian terdistribusi	Sistem kredibilitas inklusif; Pemberdayaan komunitas; Validasi pengetahuan demokratis
Pengakuan Industri	Pengakuan fitur media; Penyebutan penghargaan profesional; Berbagi undangan institusional	Integrasi validasi eksternal; Pembagian pengakuan prestasi; Fasilitasi kebanggaan komunitas	Konfirmasi kredibilitas eksternal; Berbagi pencapaian komunitas; Jembatan pengakuan institusional

Sumber: Olahan Peneliti - Network analysis, collaboration tracking, dan credibility assessment

Dukungan dari rekan sejawat menciptakan apa yang diidentifikasi oleh Perrin (2020) sebagai "*distributed credibility networks*" (jaringan kredibilitas terdistribusi), di mana berbagai sumber validasi menciptakan kredibilitas yang lebih kuat daripada dukungan dari satu lembaga. Kolaborasi @firufd dengan seniman budaya tradisional menunjukkan keberhasilan integrasi otoritas tradisional dengan jangkauan platform digital.

B. Otoritas Eksperiensial dan Validasi Berbasis Komunitas

Sistem kredibilitas alternatif yang unik bagi mikro-influencer adalah ketergantungan pada pengalaman hidup sebagai sumber otoritas utama, yang divalidasi melalui resonansi komunitas dan efektivitas praktis, alih-alih kredensial institusional.

Tabel 3.17. Matriks Validasi Otoritas Eksperiensial

Jenis Otoritas	Basis Pengalaman	Validasi Komunitas	Efektivitas Praktis
Otoritas Geografis/Lokal	@afutami: Pengalaman lingkungan di Medan; Pengamatan dampak lokal; Integrasi pengetahuan komunitas	Pengakuan komunitas lokal; Validasi pengetahuan regional; Minat belajar lintas wilayah	Efektivitas aksi lingkungan; Implementasi solusi lokal; Keberhasilan mobilisasi masyarakat
Otoritas Berbasis Identitas	@adziqaammara_: Pengalaman hidup kesehatan mental; @ivorycalistacory: Perjalanan kepositifan tubuh; Navigasi identitas budaya	Resonansi identitas komunitas; Validasi pengalaman bersama; Pengakuan keaslian representasi	Efektivitas jaringan dukungan; Fasilitasi penyembuhan masyarakat; Hasil pemberdayaan identitas
Otoritas Pengalaman Profesional	@virdianaurello: Navigasi tempat kerja; virdindach_: Pengembangan keterampilan teknis; Pengetahuan orang dalam industri	Pengakuan komunitas profesional; Validasi hasil karier; Konfirmasi pengembangan keterampilan	Dukungan pengembangan karier; Efektivitas pengembangan profesional; Akurasi wawasan industri

Jenis Otoritas	Basis Pengalaman	Validasi Komunitas	Efektivitas Praktis
Otoritas Pengetahuan Budaya	@firufd: Keterlibatan seni tradisional; Partisipasi pelestarian budaya; Fasilitas pembelajaran antargenerasi	Penerimaan komunitas budaya; Pengakuan otoritas tradisional; Validasi relevansi kontemporer	Peningkatan keterlibatan budaya; Pestaarian pengetahuan tradisional; Membangun koneksi antargenerasi

Sumber: Olahan Peneliti - Authority validation tracking, community resonance measurement, dan effectiveness assessment

Otoritas pengalaman menciptakan apa yang Au & Eyal (2021) sebut "*relatable expertise*" (keahlian yang relevan) di mana kredibilitas berasal dari pengalaman bersama dan keterlibatan autentik, alih-alih kredensial superior. Validasi komunitas melalui resonansi dan efektivitas praktis memberikan alternatif yang kuat untuk penanda kredibilitas tradisional.

3.3.4 Sistem Akuntabilitas Berbasis Komunitas

Komunitas *micro-influencer* mengembangkan mekanisme tata kelola mandiri yang canggih yang menciptakan standar akuntabilitas bagi kreator dan anggota komunitas, membangun sistem pengawasan alternatif yang melengkapi struktur akuntabilitas formal.

A. Pengembangan dan Penegakan Standar Komunitas

Komunitas berpartisipasi aktif dalam menetapkan standar perilaku dan ekspektasi akuntabilitas yang berlaku bagi kreator dan anggota, menciptakan sistem tata kelola yang kolaboratif.

Tabel 3.18. Analisis Sistem Akuntabilitas Komunitas

Dimensi Akuntabilitas	Standar Komunitas	Mekanisme Penegakan	Indikator Efektivitas
Standar Akurasi Konten	Ekspektasi pengecekan fakta: 78% komunitas; Persyaratan sitasi sumber: 67%; Norma pengakuan koreksi: 89%	Perilaku pengecekan fakta oleh rekan sejawat; Berbagi sumber komunitas; Permintaan koreksi kesalahan	Peningkatan akurasi informasi; Peningkatan pengetahuan komunitas; Pengurangan misinformasi
Harapan Perilaku Etis	Persyaratan transparansi; Pengungkapan konflik kepentingan; Pemeliharaan rasa hormat komunitas	Perilaku pemantauan komunitas; Inisiasi diskusi akuntabilitas; Penegakan batasan etika	Pemeliharaan kepercayaan; Kesehatan hubungan komunitas; Peningkatan standar etika
Pedoman Partisipasi Komunitas	Persyaratan interaksi yang saling menghormati; Ekspektasi kontribusi yang konstruktif; Promosi perilaku inklusif	Intervensi koreksi oleh rekan sejawat; Penguatan standar komunitas; Pemodelan perilaku positif	Peningkatan kesehatan komunitas; Peningkatan kualitas partisipasi; Pemeliharaan lingkungan yang inklusif
Pengakuan Tanggung Jawab Kreator	Pengakuan layanan komunitas; Penghormatan terhadap batasan keahlian; Dukungan keterlibatan berkelanjutan	Mobilisasi dukungan komunitas; Kepedulian terhadap kesejahteraan kreator;	Dukungan keberlanjutan kreator; Keseimbangan hubungan komunitas;

Dimensi Akuntabilitas	Standar Komunitas	Mekanisme Penegakan	Indikator Efektivitas
		Manajemen ekspektasi yang wajar	Kelangsungan keterlibatan jangka panjang

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis tata kelola komunitas, pelacakan mekanisme akuntabilitas, dan pengukuran efektivitas

Sistem akuntabilitas komunitas menciptakan apa yang diidentifikasi Bussu et al. (2022) sebagai "*participatory governance*" (tata kelola partisipatif) yang lebih responsif dan adaptif daripada mekanisme pengawasan formal. Umpan balik waktu nyata memungkinkan koreksi langsung dan peningkatan berkelanjutan dalam standar komunitas dan perilaku kreator.

B. Mekanisme Pemeliharaan (*Repair Mechanisms*) dan Perbaikan Kepercayaan (*Trust Maintenance*)

Komunitas mengembangkan mekanisme canggih untuk memelihara kepercayaan dan memperbaiki pelanggaran kepercayaan ketika terjadi, menciptakan sistem hubungan yang tangguh yang dapat menghadapi tantangan dan konflik.

Tabel 3.19. Analisis Strategi Pemeliharaan dan Perbaikan Kepercayaan

Tipe Tantangan Kepercayaan	Respon Komunitas	Mekanisme Pemeliharaan/Perbaikan	Hasil Hubungan
Masalah Akurasi Informasi	Mobilisasi pengecekan fakta komunitas; Permintaan verifikasi sumber; Artikulasi tuntutan koreksi	Pengakuan koreksi publik; Komitmen peningkatan sumber; Peningkatan standar akurasi	Membangun kembali kepercayaan melalui transparansi; Peningkatan kualitas informasi; Pemulihan kepercayaan masyarakat
Ketidak-konsistenan	Ekspresi keprihatinan komunitas; Ketentuan pengingat standar; Perpanjangan tawaran dukungan	Ketentuan penjelasan kreator; Komitmen ulang konsistensi; Pemulihan keterlibatan masyarakat	Memahami pembangunan; Penguatan komitmen; Pemeliharaan loyalitas masyarakat
Kekhawatiran Konflik Komersial	Permintaan verifikasi independensi; Artikulasi tuntutan transparansi; Perlindungan kepentingan komunitas	Pengungkapan hubungan komersial; Ketentuan jaminan independensi; Penegakan kembali prioritas masyarakat	Klarifikasi batasan komersial; Validasi independensi; Pemulihan kepercayaan masyarakat
Pelanggaran Batasan Pribadi	Advokasi penghormatan batas; Mobilisasi perlindungan kreator; Penegakan standar komunitas	Penetapan kembali batas wilayah; Ketentuan edukasi masyarakat; Penguatan budaya saling menghormati	Peningkatan kejelasan batasan; Penguatan budaya masyarakat; Perlindungan kesejahteraan kreator

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis tantangan kepercayaan, pelacakan mekanisme perbaikan, dan penilaian hasil

Mekanisme perbaikan kepercayaan menunjukkan ketahanan dan komitmen komunitas untuk menjaga hubungan yang sehat antara kreator konten dan komunitas. Strategi perbaikan yang

efektif sebenarnya memperkuat hubungan saling percaya melalui komitmen yang ditunjukkan untuk transparansi dan kesejahteraan masyarakat.

Mekanisme pembangunan komunikasi publik berbasis kepercayaan komunitas yang dikembangkan *micro-influencer* lokal Indonesia mewakili adaptasi canggih terhadap tantangan komunikasi digital, menciptakan hubungan otentik yang berkelanjutan dan demokratis. Keberhasilan dalam membangun sistem kepercayaan berbasis komunitas memberikan landasan bagi komunikasi masyarakat yang efektif dan partisipasi demokratis, sementara perhatian berkelanjutan terhadap keberlanjutan dan pengelolaan batas memastikan kelangsungan jangka panjang dalam ekosistem digital yang kompleks.

3.4 Manifestasi The Fifth Estate Dalam Praktek Komunikasi Digital

Konsep *The Fifth Estate*, sebagaimana dikembangkan oleh William H. Dutton, merujuk pada kemampuan jaringan individu dan komunitas yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk menciptakan *checks and balances* terhadap struktur kekuasaan tradisional - pemerintah, korporasi, media arus utama, dan bahkan institusi akademik (Dutton, 2009; Dutton & Dubois, 2023). Dalam evolusi konsep terbaru ini, Dutton menekankan bahwa *The Fifth Estate* tidak sekadar menggantikan *Fourth Estate* (media), melainkan menciptakan akuntabilitas ekosistem yang lebih kompleks dan multidimensi di era digital.

Manifestasi *The Fifth Estate* dalam konteks *micro-influencer* lokal Indonesia memiliki karakteristik unik yang terbentuk oleh dinamika politik pasca-reformasi, pola adopsi teknologi digital, dan kultur komunikasi masyarakat Indonesia yang menekankan gotong royong dan pembangunan konsensus (Astuti, 2022; Tapsell & Utomo, 2017). Berbeda dengan konteks Barat dimana *The Fifth Estate* seringkali muncul sebagai respons terhadap konsolidasi media atau pengawasan negara, *micro-influencer* Indonesia mengembangkan fungsi-fungsi *Fifth Estate* sebagai adaptasi kreatif terhadap kesenjangan komunikasi, defisit representasi, dan defisit kepercayaan institusional yang bertahan dalam transisi demokratis Indonesia (Berenschot & van Klinken, 2018; Tucker et al., 2017).

Penelitian ini mengidentifikasi bahwa *micro-influencer* lokal secara konsisten mendemonstrasikan empat fungsi inti *The Fifth Estate*: (1) pengawasan sosial yang berkelanjutan terhadap kebijakan dan kinerja institusional, (2) mobilisasi sipil untuk isu komunitas dan aksi kolektif, (3) demokratisasi informasi yang mengurangi asimetri pengetahuan, serta (4) konstruksi

mekanisme akuntabilitas alternatif yang melengkapi pengawasan formal. Fungsi-fungsi ini tidak beroperasi secara terpisah melainkan terintegrasi dalam ekosistem yang menciptakan apa yang disebut Castells (2020) sebagai “*space of flow*” - ruang jaringan dimana relasi kekuasaan dikonstruksi ulang melalui arus informasi yang berkesinambungan dan multiarah.

Yang membedakan manifestasi *Fifth Estate* Indonesia adalah pendekatan terpadu antara *personal storytelling*, *community engagement*, dan *policy critique* yang menciptakan model komunikasi publik yang lebih inklusif dan resonansi budaya dibandingkan media tradisional atau wacana politik formal (Aristyavani et al., 2025; Wacquant, 2020). Namun, seperti yang diargumentasikan oleh Dutton (2020) dan Nugroho & Fahadayna (2025), manifestasinya juga menghadapi kendala struktural yang signifikan, termasuk ketergantungan *platform*, manipulasi algoritmik, dan keterbatasan sumber daya yang dapat mengancam keberlanjutan fungsi demokratis mereka.

3.4.1 Fungsi Pengawasan Sosial (*Social Surveillance*)

Fungsi pengawasan sosial *micro-influencer* lokal merepresentasikan adaptasi canggih dari jurnalisme pengawas tradisional dalam konteks masyarakat berjejaring, dimana individu dengan sumber daya institusional yang terbatas namun modal sosial yang signifikan dapat secara efektif memantau dan mengkritik struktur kekuasaan melalui observasi berkelanjutan dan komentar real-time (Boucher et al., 2018; Mann & Ferenbok, 2013). Berbeda dengan pengawasan dalam konteks kontrol negara, pengawasan sosial ini bersifat timbal balik dan partisipatif, menciptakan jaringan akuntabilitas terdistribusi yang lebih tangguh terhadap penangkapan atau manipulasi (Hodzi & Zihnioglu, 2023; Karunakaran et al., 2022).

A. Pemantauan Kebijakan Real-Time dan Edukasi Masyarakat

Micro-influencer lokal menunjukkan kapasitas luar biasa untuk analisis kebijakan cepat dan pendidikan publik yang seringkali mendahului atau melengkapi liputan media arus utama. Kemampuan ini sangat berharga dalam konteks Indonesia dimana komunikasi pemerintah sering kali ditandai dengan ketidakjelasan, bahasa birokrasi, dan terbatasnya aksesibilitas kepada masyarakat umum.

Tabel 3.20. Analisis Monitoring Kebijakan Real-Time

Policy Issue	Timeline	Micro-Influencer Response	Komunikasi Resmi	Metrik Dampak Komunitas
RUU TNI (Maret 2025)	16-19 Maret	@virdindach_: 3 konten/3 hari (5M+ views) @afutami: Analisis same-day (1.6M views) @ivorycalistacory: Gender impact (1.8M views)	Proses legislatif formal; Penjelasan publik terbatas	Peningkatan diskusi konstitusional; Kesadaran konteks historis; Keterlibatan lintas wilayah
Banking Policy (Juli 2025)	Same-day response	@dj_donny: Panduan praktis 11.1M views, 30.8K comments 54.8K saves, 83.5K shares	Dokumen regulasi teknis; Panduan publik minimal	Perilaku perlindungan keuangan; Penyusunan strategi komunitas; Pembagian informasi hukum
TAPERA (Mei 2024)	Pre-public debate	@didilionrich: Critical analysis 15.5M views, 985.5K likes 72.9K comments	Pengumuman kebijakan; Penjelasan umum	Artikulasi keprihatinan publik; Pengaruh wacana kebijakan; Dampak agenda media
Vasektomi Bansos (Mei 2025)	24-hour response	@ivorycalistacory: Rights analysis 2M views, 194.5K likes	Informasi program; Fokus administratif	Diskusi otonomi badan; Kesadaran hak-hak perempuan; Pengembangan kritik kebijakan

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis linimasa konten, metrik keterlibatan, dan pelacakan respons komunitas

Data pada tabel 21 menunjukkan bahwa *micro-influencer* dapat memberikan analisis kebijakan yang komprehensif dalam jangka waktu 24-72 jam yang secara konsisten mendahului liputan media arus utama yang terperinci. Analisis kebijakan perbankan @dj_donny menggambarkan pola ini: meskipun komunikasi resmi berfokus pada teknis regulasi, konten *micro-influencer* memberikan implikasi praktis, panduan perlindungan keuangan langkah demi langkah, dan memfasilitasi diskusi komunitas tentang strategi respons kolektif. Tingkat penyimpanan yang tinggi (54,8 ribu) menunjukkan informasi yang dianggap berharga untuk referensi di masa mendatang.

B. Akuntabilitas Perusahaan dan Perlindungan Konsumen

Micro-influencer berfungsi sebagai advokat perlindungan konsumen informal, memanfaatkan kepercayaan komunitas mereka untuk mengungkap malpraktik perusahaan dan mengedukasi konsumen tentang hak dan pilihan mereka.

Tabel 3.21. Pelacakan Akuntabilitas Korporasi

Isu Korporasi	Micro-Influencer	Strategi Konten	Engagement Data	Respons Komunitas	Dampak Bisnis
Eksplotasi Vlogger Makanan	@ivorycalistacory	Ekspos etika bisnis	1.6M views, 259.9K likes, 5.672 comments	Diskusi etis; Kritik industri	Pengawasan praktik bisnis

Isu Korporasi	Micro-Influencer	Strategi Konten	Engagement Data	Respons Komunitas	Dampak Bisnis
Praktik Industri Kelapa Sawit	@afutami	Analisis dampak lingkungan; Dokumentasi komunitas	Sustained coverage; Multiple viral posts	Konsumsi berkelanjutan; Tekanan perusahaan	Dialog industri
Diskriminasi di Tempat Kerja	@virdianaurello	Berbagi pengalaman; Konteks hukum	High saves (18% rate); Cross-platform sharing	Diskusi kebijakan SDM; Peningkatan konsultasi hukum	Perhatian kebijakan perusahaan
Kebijakan Perusahaan Teknologi	@virdindach_	Edukasi hak pengguna; Analisis teknis	94% solution success; Community validation	Kesadaran hak digital; Akuntabilitas platform	Permintaan transparansi kebijakan
Praktik Perbankan	@dj_donny	Penjelasan dampak kebijakan; Perlindungan konsumen	11.1M views; 30.8K discussions	Strategi perlindungan keuangan; Pembagian informasi hukum	Perhatian regulasi

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis isi dan pengukuran dampak akuntabilitas perusahaan

Konten akuntabilitas perusahaan biasanya menghasilkan keterlibatan yang tinggi karena relevan secara langsung dengan pengalaman sehari-hari dan kesejahteraan finansial anggota komunitas. Kritik berkelanjutan @afutami terhadap industri kelapa sawit menunjukkan bagaimana mikro-influencer dapat menciptakan tekanan berkelanjutan untuk akuntabilitas perusahaan melalui liputan berkelanjutan dan edukasi masyarakat.

C. Amplifikasi Isu Sosial dan Analisis Interseksional

Micro-influencer unggul dalam mengidentifikasi, membingkai, dan memperkuat isu-isu sosial yang mungkin tetap tidak terlihat dalam wacana arus utama, terutama yang memengaruhi komunitas terpinggirkan atau muncul dari dinamika interseksional yang kompleks.

Tabel 3.22. Matriks Amplifikasi Isu Akar Rumput

Isu Sosial	Primary Amplifier	Linimasa Amplifikasi	Mobilisasi Komunitas	Liputan Utama	Dampak Kebijakan
Stigma Kesehatan Mental	@adziqaammara_ ; @ivorycalistacory	6 bulan berkelanjutan; Jan-Jun 2025	Peningkatan penyebutan terapi sebesar 45%; Pembentukan jaringan pendukung; Pemanfaatan layanan meningkat sebesar 23%	Liputan media April-Juni; Pergeseran narasumber ahli	Inisiatif kesehatan mental pemerintah
Diskriminasi Gender di Tempat Kerja	@virdianaurello	8 bulan berkelanjutan; Advokasi berkelanjutan	Peningkatan berbagi cerita sebesar 67%; Peningkatan konsultasi hukum; Pertumbuhan jaringan profesional	Peningkatan berita utama; Diskusi kebijakan SDM	Perubahan kebijakan perusahaan
Kesenjangan Literasi Digital	@virdindach_	Pendidikan berkelanjutan;	Peningkatan adopsi UMKM; Pelatihan	Liputan kebijakan TI;	Program literasi

Isu Sosial	Primary Amplifier	Linimasa Amplifikasi	Mobilisasi Komunitas	Liputan Utama	Dampak Kebijakan
		Demokratisasi keterampilan	komunitas; Jaringan dukungan sebaya	Wacana pendidikan	digital pemerintah
Keadilan Lingkungan	@afutami	12 bulan berkelanjutan; Fokus lokal	Pembentukan kelompok aksi; Kemitraan LSM; Kegiatan bersih-bersih komunitas	Jurnalisme lingkungan; Kolaborasi akademis	Perhatian kebijakan lokal
Kepositifan Tubuh & Interseksionalitas	@ivorycalistacory	Adaptasi budaya; Integrasi identitas	Pengembangan jaringan pendukung; Pergeseran wacana budaya; Promosi penerimaan diri	Kritik industri kecantikan; Komentar budaya	Diskusi standar industri

Sumber: Olahan Peneliti - Pelacakan amplifikasi isu, analisis respons komunitas, dan pemantauan hasil kebijakan

Keberhasilan amplifikasi isu diukur tidak hanya melalui metrik keterlibatan namun melalui perubahan perilaku yang terukur, perhatian kebijakan, dan pergeseran wacana budaya. Advokasi kesehatan mental @adziqaammara_ dan @ivorycalistacory menunjukkan saluran yang jelas dari kesadaran akar rumput menuju cakupan arus utama dan perhatian kebijakan, dengan hasil yang dapat diukur dalam pemanfaatan layanan dan mendukung pengembangan jaringan.

3.4.2 Fungsi Mobilisasi Sipil (*Civic Mobilization*)

Fungsi mobilisasi masyarakat *micro-influencer* lokal mewakili evolusi signifikan dari pengorganisasian masyarakat tradisional, memanfaatkan teknologi jaringan untuk mengoordinasikan tindakan kolektif, memfasilitasi pendidikan kewarganegaraan, dan membangun keterlibatan yang berkelanjutan tanpa memerlukan struktur organisasi formal. Hal ini sejalan dengan konsep “*connective action*” yang dikembangkan (Bennett & Segerberg, 2013), dimana teknologi digital memungkinkan bentuk-bentuk aksi kolektif baru yang tidak terlalu bergantung pada sumber daya organisasi tradisional namun lebih bergantung pada identitas bersama dan resonansi budaya.

A. Pengembangan Kampanye Kesadaran Isu dan Perubahan Perilaku

Mikro-influencer menunjukkan kemampuan canggih untuk mengubah isu-isu sosial yang kompleks menjadi kampanye pendidikan yang mudah diakses yang tidak hanya meningkatkan kesadaran namun juga mendorong perubahan perilaku yang terukur dalam komunitas mereka.

Tabel 3.23. Analisis Dampak Kampanye Kesadaran Isu

Kampanye	Lead Influencer	Kerangka Strategi	Durasi	Indikator Perubahan Perilaku	Dampak Budaya
Destigmatisasi Kesehatan Mental	@adziqaammara_; @ivorycalistacory	Penceritaan berbasis kerentanan; Fasilitasi dukungan sebaya; Aksesibilitas sumber daya	6 bulan intensif; Jan-Jun 2025	Peningkatan 45% penyebutan terapi; Peningkatan pemanfaatan layanan sebesar 23%; Pembentukan kelompok dukungan	Pengurangan stigma budaya; Normalisasi bahasa; Dialog antargenerasi
Literasi Konstitusional	Multi-influencer coordination; @virdindach_; @afutami	Kontekstualisasi sejarah; Pendidikan hukum; Kesadaran hak asasi manusia	3 minggu intensif; Mar 2025	Jangkauan gabungan lebih dari 15 juta; Lonjakan diskusi konstitusional; Peningkatan pengetahuan kewarganegaraan	Kualitas wacana demokrasi; Kesadaran sejarah; Kesadaran hak asasi manusia
Aksi Lingkungan	@afutami	Dokumentasi dampak lokal; Solusi komunitas; Fasilitasi aksi	12 bulan berkelanjutan	Pembentukan kelompok aksi; Adopsi perubahan perilaku; Pengembangan kemitraan LSM	Kesadaran keberlanjutan; Kepemilikan komunitas; Aktivisme lingkungan
Kesetaraan Gender di Tempat Kerja	@virdianaurello	Dokumentasi pengalaman; Literasi hukum; Advokasi kolektif	8 bulan berkelanjutan	Peningkatan konsultasi SDM; Pertumbuhan diskusi kebijakan; Pengembangan jaringan profesional	Pergeseran budaya tempat kerja; Kesadaran hak asasi manusia; Pemberdayaan kolektif
Inklusi Digital	@virdindach_	Demokratisasi keterampilan; Akses sumber daya [Pelatihan komunitas]	Pengiriman berkelanjutan	Adopsi digital UMKM; Pengembangan keterampilan; Pemberdayaan ekonomi	Pengurangan kesenjangan digital; Inklusi ekonomi; Kapasitas komunitas

Sumber: Olahan Peneliti - Campaign effectiveness tracking, behavioral outcome measurement, dan cultural impact assessment

Kampanye destigmatisasi kesehatan mental menunjukkan model yang sangat sukses dengan perkembangan yang jelas dari unggahan kesadaran dasar menuju diskusi yang mendalam tentang akses terapi, hambatan budaya, dan sistem pendukung komunitas. Dampak yang terukur mencakup peningkatan 45% dalam penyebutan pencarian terapi dan 23% peningkatan yang dilaporkan dalam pemanfaatan layanan, yang menunjukkan keberhasilan penerapan keterlibatan digital menuju perubahan perilaku di dunia nyata.

B. Koordinasi Aksi Komunitas dan Mobilisasi *Digital-to-Offline*

Micro-influencer secara efektif memanfaatkan platform digital sebagai infrastruktur pengorganisasian untuk mengoordinasikan aksi komunitas di dunia nyata, menunjukkan pemahaman yang mendalam tentang cara menerjemahkan keterlibatan daring menjadi partisipasi sipil yang konkret.

Tabel 3.24. Pola Mobilisasi *Digital-to-Offline*

Jenis Tindakan	Influencer Koordinator	Strategi Digital	Hasil Offline	Metrik Partisipasi	Indikator Keberlanjutan
Pembersihan Lingkungan	@afutami	Koordinasi Instagram Stories; Mobilisasi TikTok Live; Promosi lintas platform	Acara bersih-bersih regional; Dokumentasi sampah; Implementasi solusi	200+ peserta lokal; Koordinasi multilokasi; Rangkaian acara rutin	Kepemilikan komunitas; Pembentukan kelompok lokal; Komitmen aksi berkelanjutan
Jaringan Dukungan Kesehatan Mental	@adziqaammara_	Sistem rujukan komunitas; Berbagi sumber daya; Pembuatan ruang aman	Kelompok dukungan sebaya; Koneksi profesional; Jaringan intervensi krisis	Partisipasi lintas wilayah; Integrasi profesional; Keterlibatan berkelanjutan	Jaringan swadaya; Validasi profesional; Ketahanan komunitas
Pendidikan Hak-Hak di Tempat Kerja	@virdianaurello	Koordinasi LinkedIn; Kesadaran Instagram; Kompilasi sumber daya	Fasilitasi lokakarya; Koneksi klinik hukum; Pengembangan profesional	Pertumbuhan audiens profesional; Peningkatan konsultasi hukum; Perluasan jaringan	Transfer pengetahuan; Pendidikan sebaya; Keterlibatan kelembagaan
Pelatihan Keterampilan Digital	@virdindach_	Tutorial YouTube; Tanya jawab komunitas; Demonstrasi praktis	Sesi pelatihan UMKM; Lokakarya keterampilan; Program mentoring	Transformasi bisnis; Akuisisi keterampilan; Dampak ekonomi	Pemberdayaan ekonomi; Kapasitas komunitas; Jaringan pengajaran sebaya
Pelestarian Budaya	@firufd	Promosi multiplatform; Kolaborasi seniman; Konten edukasi	Acara budaya; Pameran seniman; Sesi transfer pengetahuan	Partisipasi lintas generasi; Pengakuan seniman; Keterlibatan budaya	Pelestarian pengetahuan tradisional; Relevansi kontemporer; Keberlanjutan budaya

Sumber: Olahan Peneliti - Pelacakan mobilisasi, pengukuran partisipasi, dan penilaian keberlanjutan

Keberhasilan mobilisasi *digital-to-offline* diukur melalui tingkat partisipasi aktual, keterlibatan berkelanjutan, dan pengembangan struktur komunitas yang mandiri. Pengorganisasian lingkungan @afutami menunjukkan koordinasi canggih yang menggabungkan kesadaran digital dengan tindakan praktis, yang menghasilkan pembersihan komunitas secara berkala dan pembentukan kelompok aksi yang berkelanjutan.

C. Pembentukan Identitas Kolektif dan Pembangunan Komunitas Berbasis Nilai

Micro-influencer berhasil membangun identitas kolektif di sekitar nilai-nilai kewarganegaraan bersama, menciptakan ikatan komunitas yang memfasilitasi keterlibatan berkelanjutan, alih-alih partisipasi episodik. Hal ini menciptakan apa yang B. Anderson (2020) dalam analisis terbarunya sebut "komunitas imajiner digital" yang melampaui batas geografis namun tetap mempertahankan koneksi emosional dan praktis yang kuat.

Tabel 3.25. Analisis Identitas Komunitas Berbasis Nilai

Identitas Komunitas	Kerangka Nilai Inti	Metode Konstruksi Identitas	Hasil Aksi Kolektif	Keberlanjutan Jangka Panjang
Pelestari Lingkungan (@afutami)	Keberlanjutan, tanggung jawab lokal; Keadilan antargenerasi; Ketahanan komunitas	Penceritaan dampak lokal; Dokumentasi aksi; Perayaan keberhasilan	Organisasi pembersihan komunitas; Partisipasi advokasi kebijakan; Adopsi perubahan gaya hidup	Penetapan norma perilaku; Pengembangan kepemimpinan komunitas; Pengakuan kelembagaan
Advokat Kesehatan Mental (@adziqaammara_)	Pengurangan stigma, dukungan sebaya; Adaptasi budaya; Penyembuhan komunitas	Berbagi kerentanan; Penciptaan bersama sumber daya; Pemeliharaan ruang aman	Pembentukan jaringan pendukung; Integrasi layanan profesional; Pengembangan intervensi krisis	Sistem pendukung yang mandiri; Kolaborasi profesional; Pergeseran norma budaya
Juara Kesetaraan Gender (@virdianaurello)	Kesetaraan di tempat kerja, pemberdayaan; Perubahan struktural; Aksi kolektif	Dokumentasi pengalaman; Pendidikan hukum; Koordinasi advokasi	Proliferasi pendidikan hak asasi manusia; Kemajuan diskusi kebijakan; Pengembangan profesional	Tekanan perubahan kelembagaan; Keberlanjutan jaringan; Transfer antargenerasi
Advokat Inklusi Digital (@virdindach_)	Demokratisasi teknologi; Pemberdayaan ekonomi; Kapasitas komunitas	Berbagi keterampilan; Aksesibilitas sumber daya; Pendidikan sebaya	Transformasi UMKM; Pengembangan program pelatihan; Penciptaan peluang ekonomi	Keberlanjutan dampak ekonomi; Pengembangan keahlian komunitas; Integrasi kelembagaan
Pelestari Budaya (@firufd)	Tradisi yang hidup; Relevansi kontemporer; Koneksi antargenerasi	Berbagi pengetahuan tradisional; Adaptasi modern; Keterlibatan masyarakat	Organisasi acara budaya; Pengembangan dukungan seniman; Pembuatan program pendidikan	Transmisi pengetahuan; Kontinuitas budaya; Relevansi kontemporer

Sumber: Olahan Peneliti - Pelacakan identitas komunitas, pemantauan tindakan kolektif, dan penilaian keberlanjutan

Pembentukan komunitas berbasis nilai menunjukkan tingkat keberlanjutan yang lebih tinggi daripada kampanye yang berfokus pada isu tertentu karena menciptakan komitmen berkelanjutan yang melampaui peristiwa atau krisis individual. Kekuatan identitas komunitas diukur melalui pola identifikasi diri (penggunaan bahasa "kita" meningkat sebesar 34%), aksi

komunitas proaktif tanpa dorongan langsung dari *influencer*, dan rekrutmen anggota komunitas oleh peserta yang sudah ada.

3.4.3 Fungsi Demokratisasi Informasi (Information Democratization)

Fungsi demokratisasi informasi *micro-influencer* lokal mewakili upaya sistematis untuk mengurangi asimetri informasi dan hambatan aksesibilitas yang secara tradisional menghalangi partisipasi masyarakat luas dalam wacana demokrasi. Dalam konteks Indonesia dengan kesenjangan digital dan kesenjangan pendidikan yang signifikan, fungsi ini sangat penting untuk memastikan partisipasi demokrasi yang inklusif (Ahmed, 2024; Andriana, 2016; Fatah & Fatanti, 2019).

A. Konstruksi Jalur Informasi Alternatif

Micro-influencer menciptakan jalur alternatif yang komprehensif untuk sirkulasi informasi yang melewati struktur penjaga gerbang tradisional, mendemokratisasi akses ke informasi kompleks yang sebelumnya dibatasi oleh hambatan ekonomi, pendidikan, atau kelembagaan.

Tabel 3.26. Efektivitas Jalur Informasi Alternatif

Domain Informasi	Hambatan Akses Tradisional	Pembuatan Jalur Alternatif	Peningkatan Aksesibilitas	Pengukuran Dampak Komunitas
Analisis Kebijakan	Bahasa teknis; Distribusi terbatas; Akses elit	@dj_donny terjemahan praktis; 11,1 juta tayangan, 54,8 ribu penyimpanan; Penjelasan bahasa sederhana	Peningkatan pemahaman 67%; Fasilitasi diskusi komunitas; Penyediaan panduan tindakan	Partisipasi warga yang terinformasi; Perubahan perilaku terkait kebijakan; Pengembangan strategi komunitas
Informasi Hukum	Biaya konsultasi profesional; Bahasa hukum yang kompleks; Aksesibilitas terbatas	@virdianaurellio pendidikan hak asasi manusia; Penyederhanaan hukum ketenagakerjaan; Kompilasi sumber daya	Pengembangan literasi hukum; Peningkatan kesadaran hak; Kepercayaan konsultasi	Peningkatan konsultasi hukum; Perilaku penegakan hak; Pertumbuhan advokasi di tempat kerja
Pengetahuan Teknis	Program pelatihan yang mahal; Gatekeeping perusahaan; Kebutuhan sumber daya	@virdindach_ tutorial komunitas; Pengembangan keterampilan gratis; Jaringan dukungan sebaya	Tingkat keberhasilan solusi 94%; Akuisisi keterampilan; Pemberdayaan ekonomi	Transformasi digital UMKM; Pengembangan kapasitas komunitas; Penciptaan peluang ekonomi
Ilmu Lingkungan	Paywall akademis; Kompleksitas teknis; Relevansi lokal terbatas	@afutami dokumentasi dampak lokal; Aplikasi yang relevan dengan komunitas; Terjemahan ilmiah	Peningkatan literasi lingkungan; Fasilitasi aksi komunitas; Integrasi pengetahuan lokal	Perubahan perilaku lingkungan; Partisipasi aksi komunitas; Peningkatan keterlibatan kebijakan

Domain Informasi	Hambatan Akses Tradisional	Pembuatan Jalur Alternatif	Peningkatan Aksesibilitas	Pengukuran Dampak Komunitas
Sumber Daya Kesehatan Mental	Hambatan akses klinis; Ketidaksesuaian budaya; Kendala biaya	@adziqaammara_ jaringan sebaya; Adaptasi budaya; Aksesibilitas sumber daya	Peningkatan akses layanan; Pengurangan hambatan budaya; Pengembangan sistem pendukung	Peningkatan pemanfaatan terapi; Jaringan dukungan komunitas; Hasil pengurangan stigma

Sumber: Olahan Peneliti - Pelacakan aksesibilitas informasi, penilaian pemahaman masyarakat, dan pengukuran hasil dampak

Efektivitas jalur alternatif diukur melalui pola respons komunitas, perubahan perilaku, dan keterlibatan berkelanjutan dengan topik informasi yang kompleks. Penerjemahan kebijakan perbankan @dj_donny menunjukkan demokratisasi yang berhasil: tingkat tabungan yang tinggi menunjukkan informasi dianggap berharga untuk referensi di masa mendatang, sementara diskusi komentar yang substansial menunjukkan keterlibatan komunitas dan berbagi informasi tambahan.

B. Amplifikasi Suara Terpinggirkan dan Kesetaraan Representasi

Micro-influencer menyediakan platform penting bagi suara-suara yang secara sistematis kurang terwakili dalam wacana arus utama, menciptakan ruang untuk beragam perspektif dan pengalaman yang sering kali absen dari media tradisional atau wacana politik.

Tabel 3.27. Matriks Dampak Amplifikasi Suara yang Terpinggirkan

Komunitas Marjinal	Jenis Representasi	Strategi Amplifikasi	Pengembangan Platform	Hasil Pemberdayaan
Perempuan di Bidang Profesional	Representasi berbasis pengalaman; Analisis struktural; Advokasi kolektif	@virdianaurello berbagi pengalaman; Penyediaan konteks hukum; Pembangunan komunitas	Pengembangan jaringan profesional; Sistem berbagi sumber daya; Koordinasi advokasi	Dukungan pengembangan karier; Peningkatan literasi hukum; Pengembangan perundingan bersama
Komunitas Kesehatan Mental	Representasi pengurangan stigma; Adaptasi budaya; Fasilitasi dukungan sebaya	@adziqaammara_ berbagi kerentanan; Aksesibilitas sumber daya; Validasi komunitas	Pembentukan jaringan pendukung; Integrasi profesional; Pemeliharaan ruang aman	Peningkatan akses layanan; Pembangunan ketahanan masyarakat; Perubahan norma budaya
Komunitas Keadilan Lingkungan	Representasi geografis; Dokumentasi dampak; Mobilisasi komunitas	@afutami berbagi pengetahuan lokal; Analisis dampak lingkungan; Koordinasi aksi	Infrastruktur pengorganisasian komunitas; Pengembangan kemitraan LSM; Fasilitasi keterlibatan kebijakan	Peningkatan perlindungan lingkungan; Pemberdayaan masyarakat; Pengembangan pengaruh kebijakan

Komunitas Marjinal	Jenis Representasi	Strategi Amplifikasi	Pengembangan Platform	Hasil Pemberdayaan
Terdampak Kesenjangan Digital	Representasi ekonomi; Advokasi akses keterampilan; Demokratisasi sumber daya	@virdindach_ berbagi keterampilan; Aksesibilitas sumber daya; Pendidikan sebaya	Pengembangan infrastruktur pelatihan; Pengembangan keahlian komunitas; Penciptaan peluang ekonomi	Peningkatan pemberdayaan digital; Peningkatan inklusi ekonomi; Peningkatan kapasitas masyarakat
Minoritas Budaya	Representasi budaya; Pelestarian pengetahuan; Relevansi kontemporer	@firufd berbagi pengetahuan tradisional; Penerjemahan budaya; Keterlibatan komunitas	Infrastruktur pelestarian budaya; Sistem pendukung seniman; Pengembangan program pendidikan	Penguatan identitas budaya; Koneksi antargenerasi; Pemeliharaan relevansi kontemporer
Komunitas Keberagaman Tubuh	Representasi identitas; Analisis interseksional; Validasi komunitas	@ivorycalistacory penceritaan interseksional; Pembangunan komunitas; Koordinasi advokasi	Pengembangan jaringan pendukung; Keterlibatan wacana budaya; Infrastruktur advokasi	Promosi penerimaan diri; Tantangan norma budaya; Pemberdayaan masyarakat

Sumber: Olahan Peneliti - Pelacakan amplifikasi suara, penilaian representasi, dan pengukuran hasil pemberdayaan

Keberhasilan amplifikasi suara kaum marginal diukur melalui peningkatan visibilitas, hasil pemberdayaan masyarakat, dan pergeseran wacana budaya. Advokasi tempat kerja perempuan @virdianaurellio menunjukkan amplifikasi yang berhasil: peningkatan berbagi cerita komunitas (peningkatan 67%), peningkatan konsultasi hukum, dan pengembangan jaringan profesional menunjukkan penyediaan platform yang efektif untuk suara-suara yang sebelumnya kurang terwakili.

3.4.4 Limitasi dan Tantangan Struktural

Meskipun menunjukkan kontribusi yang signifikan dalam wacana demokrasi, *micro-influencer* menghadapi berbagai keterbatasan struktural yang dapat menghambat efektivitas dan mengancam keberlanjutan fungsi *Fifth Estate* mereka. Memahami keterbatasan sangat penting untuk mengembangkan harapan yang realistis dan kerangka kerja yang mendukung (Abidin, 2017; van Dijck, 2024; Vrydagh, 2023).

A. Efek Ruang Gema (*Echo Chamber Effect*) dan Fragmentasi Informasi

Algoritma media sosial menciptakan kecenderungan menuju pengelompokan homofilik di mana pengguna terutama berinteraksi dengan individu yang sepemikiran, yang berpotensi membatasi paparan terhadap beragam perspektif dan memperkuat keyakinan yang ada alih-alih mendorong musyawarah demokratis.

Tabel 3.28. Analisis Ruang Gema dan Metrik Keragaman

Micro-Influencer	Konsentrasi Demografi	Pola Keselarasan Ideologi	Pengelompokan Geografis	Penilaian Keanekaragaman
@virdianaurelio	78% perkotaan, 18-28 tahun; 82% berpendidikan universitas; Jenis Kelamin: 89% perempuan	Isu gender: 87% setuju; Hak-hak di tempat kerja: 91% setuju; Kritik kebijakan: 83% setuju	Jakarta: 34%; Bandung: 18%; Total perkotaan: 76%	Indeks Keanekaragaman: 0,34; Paparan Lintas Sektor: Rendah; Toleransi Perbedaan Pendapat: Sedang
@adziqaammara	84% berpendidikan universitas; 76% kelas menengah; Usia: 16-25 (71%)	Kesehatan mental: 92% setuju; Nilai-nilai budaya: 89% setuju; Isu keluarga: 94% setuju	Konsentrasi perkotaan: 81%; Berpusat di Jawa: 67%; Keragaman regional: Terbatas	Indeks Keanekaragaman: 0,28; Paparan Lintas Sektor: Sangat Rendah; Toleransi Perbedaan Pendapat: Tinggi
@afutami	73% sadar lingkungan; 68% pendidikan tinggi; Usia: 18-30 (79%)	Isu lingkungan: 91% setuju; Kritik perusahaan: 86% setuju; Kritik kebijakan: 88% setuju	Fokus Sumatera: 45%; Bias perkotaan: 69%; Lintas wilayah: Sedang	Indeks Keanekaragaman: 0,41; Paparan Lintas Sektor: Sedang; Toleransi Perbedaan Pendapat: Sedang
@dj_donny	69% sadar politik; Jenjang pendidikan beragam; Rentang usia lebih luas	Kritik pemerintah: 78% setuju; Analisis kebijakan: 81% setuju; Isu ekonomi: 85% setuju	Multi wilayah: 67%; Campuran perkotaan-pedesaan: Lebih baik; Keragaman geografis: Tinggi	Indeks Keanekaragaman: 0,52; Paparan Lintas Sektor: Tinggi; Toleransi Perbedaan Pendapat: Tinggi
@didilionrich	84% melek ekonomi; Fokus profesional; Didominasi laki-laki (71%)	Kritik ekonomi: 95% setuju; Kritik kebijakan: 93% setuju; Analisis pemerintah: 91% setuju	Profesional perkotaan: 89%; Berpusat di Jakarta: 41%; Homogenitas kelas: Tinggi	Indeks Keanekaragaman: 0,25; Paparan Lintas Sektor: Sangat Rendah; Toleransi Perbedaan Pendapat: Rendah

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis demografi komunitas, penilaian pola keterlibatan, dan pengukuran keragaman

Indikator ruang gema diukur melalui indeks keberagaman (0,25-0,52), tingkat interaksi lintas komunitas, dan pola keterlibatan konten yang menantang. Indeks keberagaman yang lebih rendah menunjukkan risiko yang lebih tinggi terhadap pembentukan ruang gema dan penurunan kualitas musyawarah demokratis. @didilionrich menunjukkan risiko ruang gema tertinggi dengan indeks keberagaman 0,25 dan paparan lintas sektor yang sangat rendah..

B. Kendala Sumber Daya dan Keberlanjutan Ekonomi

Micro-influencer menghadapi tekanan keuangan berkelanjutan yang dapat membahayakan independensi mereka dan membatasi kapasitas untuk keterlibatan sipil yang berkelanjutan, menciptakan ketegangan antara layanan masyarakat dan kebutuhan kelangsungan hidup ekonomi.

Tabel 3.29. Resource Constraint Impact Assessment

Domain Sumber Daya	Tingkat Keparahan Kendala	Dampak terhadap Fungsi Kewarganegaraan	Strategi Mitigasi Saat Ini	Risiko Keberlanjutan
Sumber Daya Keuangan	Tekanan tinggi; Pendapatan terbatas; Konflik komersial	Tekanan komersialisasi konten; Risiko kompromi independensi; Pengurangan waktu keterlibatan warga negara	Saluran pendapatan yang beragam; Sistem dukungan komunitas; Penerimaan sponsor minimal	Ancaman keberlanjutan jangka panjang; Risiko erosi independensi; Penurunan layanan masyarakat
Infrastruktur Teknis	Keterbatasan peralatan; Akses perangkat lunak; Kualitas produksi	Kendala kualitas konten; Defisit penampilan profesional; Kerugian kompetitif	Berbagi sumber daya komunitas; Pengaturan kemitraan; Inisiatif penggalangan dana (crowdfunding)	Kesenjangan kualitas yang melebar; Risiko retensi audiens; Tantangan kredibilitas
Pengetahuan Hukum	Keahlian hukum terbatas; Ketidakpastian regulasi; Biaya kepatuhan	Kerentanan terhadap tuntutan hukum; Peningkatan sensor diri; Pertumbuhan penghindaran risiko	Konsultasi jaringan sejawat; Pengembangan literasi hukum; Dukungan hukum komunitas	Peningkatan kerentanan hukum; Penurunan kebebasan konten; Pembatasan advokasi
Pengembangan Profesional	Keterbatasan akses pelatihan; Biaya pengembangan keterampilan; Kesenjangan keahlian	Batas kapasitas investigasi; Kendala kualitas analisis; Tantangan kredibilitas	Pemanfaatan pembelajaran daring; Pengembangan jaringan mentor; Berbagi pengetahuan antar sejawat	Kesenjangan keahlian yang melebar; Risiko erosi kredibilitas; Penurunan efektivitas
Manajemen Waktu	Tuntutan aktivitas pendapatan; Tekanan produksi konten; Kebutuhan keterlibatan masyarakat	Pengurangan keterlibatan warga negara; Risiko kompromi kualitas; Kerentanan terhadap kelelahan	Strategi konten yang efisien; Kolaborasi komunitas; Sistem manajemen prioritas	Ancaman keberlanjutan; Penurunan kualitas; Kekecewaan masyarakat

Sumber: Olahan Peneliti - Penilaian sumber daya, analisis dampak kendala, dan evaluasi keberlanjutan

Kendala finansial menimbulkan tantangan tersendiri, dengan laporan mikro-influencer yang menunjukkan ketegangan langsung antara tekanan komersial dan kemandirian sipil. Tekanan yang dilaporkan @afutami untuk "*mengurangi konten tentang industri minyak sawit*" menggambarkan bagaimana kerentanan ekonomi dapat mengancam fungsi pengawasan sipil.

C. Ketergantungan Platform (Platform Dependencies) dan Algorithmic Control

Efektivitas *micro-influencer* sangat bergantung pada algoritma *platform* yang tidak dapat mereka kendalikan atau prediksi, sehingga menciptakan kerentanan yang signifikan dalam kapasitas mereka untuk melayani fungsi-fungsi sipil secara efektif.

Tabel 3.30. Analisis Risiko Ketergantungan Platform

Platform	Tingkat Kontrol Algoritma	Risiko Penindasan Konten	Dampak Fungsi Sipil	Efektivitas Strategi Mitigasi
TikTok	Opasitas sangat tinggi; Perubahan tak terduga; Algoritma kotak hitam	Penindasan politik moderat; Penyaringan konten kontroversial; Manipulasi keterlibatan	Kapasitas kesadaran viral; Jangkauan audiens muda; Kemampuan respons waktu nyata	Diversifikasi multi-platform; Adaptasi format konten; Membangun hubungan komunitas
Instagram	Prediktabilitas sedang; Perubahan terdokumentasi; Fitur yang berfokus pada kreator	Tingkat penindasan rendah; Performa konsisten; Kejelasan pedoman komunitas	Kekuatan membangun komunitas; Kapasitas penceritaan visual; Pengembangan hubungan jangka panjang	Pemanfaatan fitur cerita; Integrasi IGTV; Optimasi Reel
Twitter/X	Volatilitas tinggi; Ketidakpastian kebijakan; Ketidakstabilan kepemilikan	Sensitivitas politik tinggi; Penindasan konten kontroversial; Risiko penangguhan akun	Partisipasi wacana waktu nyata; Respons berita terkini; Fasilitasi diskusi kebijakan	Pencadangan lintas platform; Diversifikasi konten; Rencana migrasi komunitas
LinkedIn	Bias konten profesional; Pendekatan konservatif; Algoritma yang ramah bisnis	Toleransi politik rendah; Penyaringan konten sipil; Penegakan batasan profesional	Akses jaringan profesional; Advokasi yang berfokus pada karier; Keterlibatan institusional	Pembingkayaan konten profesional; Pendekatan khusus industri; Membangun hubungan jaringan
YouTube	Algoritma yang mendukung kreator; Preferensi konten berformat panjang; Promosi konten edukatif	Pemfilteran kebijakan moderat; Persyaratan monetisasi; Sistem teguran konten	Penyampaian konten pendidikan; Kapasitas analisis mendalam; Keberlanjutan sumber daya	Posisi konten edukasi; Fokus pembangunan komunitas; Diversifikasi pendapatan

Sumber: Olahan Peneliti - Pemantauan kinerja platform, penilaian dampak algoritmik, dan evaluasi strategi mitigasi

Ketergantungan platform menciptakan berbagai kerentanan: @ruangkreatif_id mengalami tingkat keterlibatan yang lebih rendah (4,8%) yang disebabkan oleh tantangan algoritmik untuk penyampaian konten pendidikan yang konsisten. Pembuat konten melaporkan variasi jangkauan 30-60% untuk konten serupa akibat perubahan algoritma yang tidak dapat diprediksi, menunjukkan risiko ketergantungan yang signifikan yang dapat melemahkan efektivitas komunikasi sipil.

Manifestasi *The Fifth Estate* dalam praktik komunikasi digital mikro-influencer lokal Indonesia merupakan adaptasi inovatif dari keterlibatan sipil tradisional untuk masyarakat berjejaring, yang menunjukkan kontribusi demokratis yang signifikan dan keterbatasan struktural yang melekat. Keberhasilan dalam fungsi pengawasan sosial, mobilisasi sipil, dan demokratisasi informasi menyediakan kapasitas pelengkap yang penting bagi lembaga-lembaga demokrasi

formal, sementara kendala struktural menyoroti perlunya kerangka kerja kebijakan yang mendukung dan mekanisme perlindungan yang dapat meningkatkan efektivitas sekaligus mengatasi kerentanan keberlanjutan dalam partisipasi demokratis akar rumput.

3.5 Pola Interaksi Dengan Ekosistem Komunikasi Publik Yang Lebih Luas

Micro-influencer lokal Indonesia tidak beroperasi dalam ruang hampa, melainkan terlibat dalam interaksi yang kompleks dengan berbagai aktor dalam ekosistem komunikasi publik yang lebih luas. Ekosistem ini mencakup media *mainstream*, institusi pemerintah, organisasi masyarakat sipil, *platform* digital global, dan jaringan profesional yang secara kolektif membentuk lanskap komunikasi demokratis Indonesia (Flew & Panjaitan, 2018; Jurriëns, 2020).

Dalam konteks Indonesia pasca-reformasi, pola interaksi ini memiliki karakteristik unik yang mencerminkan transformasi struktur komunikasi dari model yang didominasi negara menuju sistem yang lebih pluralistik namun tetap menghadapi tantangan konsolidasi media dan kontrol digital (Setiawan & Tomsa, 2023). *Micro-influencer* berperan sebagai "*boundary spanners*" yang menghubungkan logika institusional yang berbeda, menciptakan bentuk komunikasi publik *hybrid* yang menggabungkan autentisitas *grassroots* dengan jangkauan institusional yang lebih luas (Fuhse, 2023).

Analisis terhadap data wawancara mendalam dan observasi konten mengungkapkan bahwa *micro-influencer* lokal mengembangkan strategi interaksi yang sophisticated dengan berbagai aktor institusional, mulai dari kolaborasi komplementer hingga kompetisi kreatif dan konfrontasi konstruktif. Pola-pola ini tidak statis, melainkan berkembang secara dinamis sesuai dengan konteks isu, momentum politik, dan perubahan struktural dalam ekosistem media Indonesia.

3.5.1 Relasi dengan Media Mainstream

Hubungan antara *micro-influencer* lokal dengan media *mainstream* Indonesia menunjukkan dinamika yang kompleks, berkisar antara fungsi komplementer, kompetisi kredibilitas, dan kolaborasi strategis. Media tradisional semakin mengakui *micro-influencer* sebagai sumber berita penting, *opinion leaders*, dan penggerak *engagement audiens*, sementara *micro-influencer* sering mereferensikan, mengkritik, atau membangun narasi berdasarkan liputan media *mainstream* (Abidin et al., 2023; Borchers, 2019; Reuters Institute, 2024).

A. Fungsi Komplementer dalam Ekosistem Informasi

Micro-influencer secara konsisten mengidentifikasi dan mengisi kesenjangan informasi yang tidak ditangani oleh liputan media *mainstream*. Fungsi ini terlihat jelas dalam isu-isu lokal, topik *niche*, atau perspektif yang kurang terwakili dalam agenda berita tradisional.

Tabel 3.31. Analisis Komplementaritas *Micro-Influencer* dengan *Media Mainstream*

Dimensi	Media Mainstream	Micro-Influencer Lokal	Evidence dari Data
Coverage Scope	Nasional, kebijakan makro	Lokal, dampak personal	@afutami: Isu lingkungan Sumatera vs liputan nasional
Information Depth	Luas, multiple lokasi	Mendalam, dampak personal	Kebijakan perbankan: Mainstream (regulatori) vs @dj_donny (praktis)
Update Frequency	Episodik, event-driven	Berkelanjutan, ongoing	Mental health: Mainstream (krisis) vs advokasi berkelanjutan
Language Style	Formal, teknis	Accessible, percakapan	RUU TNI: Teknis vs penjelasan sederhana
Audience Interaction	Satu arah publikasi	Dialog dua arah	Engagement: <5% vs 67% response rate
Local Relevance	Generik nasional	Konteks regional spesifik	@afutami: Perkebunan sawit Medan vs generalisasi nasional
Time Responsiveness	Editorial delay	Real-time response	RUU TNI: 3 hari vs immediate analysis

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis konten periode Mei-Juli 2025 dan cross-platform engagement data

Data observasi menunjukkan bahwa 78% konten @afutami tentang isu lingkungan lokal tidak tercakup dalam reportase *mainstream* yang bersamaan waktu. Sementara media *mainstream* menyediakan cakupan luas dengan konteks kebijakan, *micro-influencer* memberikan kedalaman melalui dampak personal dan solusi komunitas. Pola temporal juga menunjukkan perbedaan: liputan *mainstream* bersifat episodik sementara *micro-influencer* memberikan *coverage* berkelanjutan.

B. Pola Interaksi Agenda-Setting

Micro-influencer menunjukkan kapasitas signifikan untuk mengangkat isu-isu *grassroots* menuju perhatian media *mainstream* melalui *community engagement* yang berkelanjutan dan kreasi konten viral. Proses agenda-setting *bottom-up* ini merepresentasikan demokratisasi penting dari penentuan prioritas berita yang secara tradisional dikontrol oleh *editorial gatekeepers* (McCombs & Shaw, 2023; Vargo et al., 2024).

Tabel 3.32. Analisis *Bottom-Up Issue Elevation*

Issue	Pelopor Micro-Influencer	Perkembangan Garis Waktu	Pengambilan Arus Utama	Pengukuran Dampak
Mental Health Stigma	@adziqaammara_, @ivorycalistacory	Jan-Mar 2025: Peak content	Apr-Jun 2025: Liputan media	45% peningkatan penyebutan terapi
RUU TNI Concerns	@virdindach_, @afutami, @ivorycalistacory	16-19 Mar 2025: Analisis awal	20-25 Mar 2025: Media respons	5M+ jangkauan awal, pergeseran debat
Banking Policy Impact	@dj_donny	Juli 2025: Respons langsung	Agustus 2025: Liputan lanjutan	11.1M views, 30.8K diskusi
Environmental Justice	@afutami	Coverage berkelanjutan	Pengambilan arus utama berkala	Pertumbuhan grup lingkungan lokal
Gender Workplace Issues	@virdianaurellio	Sustained advocacy	Peningkatan artikel utama	Policy discussion corporate
Digital Divide	@virdindach_	Technical education focus	Liputan kebijakan TI	Government digital literacy initiatives

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis timeline cross-platform dan monitoring media mainstream

Timeline analysis menunjukkan korelasi yang kuat antara periode puncak konten *micro-influencer* tentang *mental health* (Januari-Maret 2025) dengan peningkatan liputan media *mainstream* (April-Juni 2025). Korelasi serupa terlihat pada isu RUU TNI di mana *coverage gabungan* 5M+ views dari *multiple micro-influencer* dalam 3 hari pertama mendorong respons media tradisional yang lebih komprehensif.

C. Diversifikasi Sumber dan Jaringan Keahlian Alternatif

Micro-influencer menciptakan jaringan keahlian alternatif yang menantang struktur otoritas tradisional dalam sumber berita. Alih-alih mengandalkan secara eksklusif pada pakar institusional, *micro-influencer* memanfaatkan keahlian komunitas, pengetahuan experiential, dan jaringan informasi *peer* untuk validasi dan analisis.

Tabel 3.33. Perbandingan Jaringan Expert Tradisional vs Alternatif

Bidang Konten	Sumber Pakar Tradisional	Jaringan Pakar Alternatif	Metrik Efektivitas
Teknologi	Perwakilan korporat	@virdindach_ + praktisi komunitas	Solusi tingkat keberhasilan 94% vs 67%.
Kesehatan Mental	Psikolog klinis	@adziqaammara_ + dukungan sejawat	Relabilitas tinggi, relevansi budaya
Lingkungan	Peneliti akademik	@afutami + pengetahuan komunitas lokal	Implementasi lokal berhasil
Pengembangan Karier	Konsultan HR	@virdianaurellio + pengalaman rekan	Relevansi pribadi, aplikasi praktis

Bidang Konten	Sumber Pakar Tradisional	Jaringan Pakar Alternatif	Metrik Efektivitas
Pelestarian Budaya	Akademisi budaya	@firufd + seniman tradisional	Autentisitas, transmisi praktis
Literasi Digital	Pelatih TI formal	@virdindach_ + pengalaman pengguna	Aksesibilitas, pemecahan masalah yang nyata

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis feedback komunitas dan tracking success stories

Data menunjukkan bahwa solusi yang divalidasi komunitas melalui jaringan @virdindach_ menunjukkan *success rate* 94% dibandingkan 67% untuk dukungan teknis formal. Keunggulan jaringan alternatif terletak pada aksesibilitas bahasa, *responsiveness* yang lebih cepat, dan praktikalitas solusi yang ditawarkan.

3.5.2 Respons terhadap Komunikasi Pemerintah

Micro-influencer lokal mengembangkan berbagai strategi dalam merespons komunikasi dan kebijakan pemerintah, mulai dari interpretasi dan terjemahan kebijakan hingga konstruksi narasi alternatif. Respons ini tidak monolitik, melainkan bervariasi sesuai dengan orientasi komunikasi masing-masing creator dan kompleksitas isu yang dihadapi.

A. Fungsi Interpretasi dan Terjemahan Kebijakan

Salah satu kontribusi paling signifikan *micro-influencer* adalah kemampuan mereka dalam menerjemahkan komunikasi pemerintah yang seringkali teknis dan tidak mudah diakses menjadi format yang dapat dipahami dan diimplementasikan oleh masyarakat umum.

Tabel 3.34. Perbandingan Komunikasi Pemerintah vs Terjemahan *Micro-Influencer*

Policy Issue	Official Communication	Micro-Influencer Response	Community Reception
Pembekuan Rekening Bank	Dokumen regulasi teknis	@dj_donny: Panduan praktis (11.1M views)	High saves (54.8K), diskusi action-oriented
RUU TNI	Proses legislatif formal	Analisis multi-influencer (5M+ views)	Peningkatan kesadaran konstitusional
TAPERA	Pengumuman kebijakan resmi	@didilionrich: Analisis kritis (15.5M views)	Artikulasi kekhawatiran publik
Vasektomi Bansos	Info program pemerintah	@ivorycalistacory: Analisis hak (2M views)	Diskusi otonomi tubuh
Digital Literacy Policy	Technical implementation	@virdindach_: Practical guide	UMKM adoption increase
Environmental Regulation	Legal framework	@afutami: Community impact analysis	Local action mobilization

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis dampak konten dan metrics engagement

Konten @dj_donny tentang kebijakan pembekuan rekening bank menunjukkan pola yang representatif: sementara komunikasi resmi pemerintah fokus pada detail regulatori, konten *micro-influencer* menyediakan implementasi praktis, panduan langkah-demi-langkah untuk perlindungan finansial, dan fasilitasi diskusi komunitas tentang strategi respons kolektif. Tingkat penyimpanan yang tinggi (54.8K) menunjukkan nilai informasi untuk referensi masa depan.

B. Spektrum Respons terhadap Kebijakan Pemerintah

Micro-influencer menunjukkan *spectrum respons* yang bervariasi terhadap kebijakan pemerintah, dari dukungan kondisional hingga kritik analitis, mencerminkan keberagaman perspektif dalam ruang publik digital Indonesia.

Tabel 3.35. Spektrum Respons Micro-Influencer terhadap Kebijakan Pemerintah

Influencer	Sikap Kebijakan Pemerintah	Strategi Respons	Dampak Komunitas	Pola Keterlibatan
@didilionrich	Analisis kritis	Kritik berbasis data	Peningkatan literasi ekonomi	15,5 juta tayangan, diskusi analitis
@dj_donny	Praktik kritis	Analisis yang berfokus pada dampak	Kesadaran akan perlindungan warga negara	11,1 juta tayangan, perilaku protektif
@afutami	Oposisi spesifik isu	Advokasi lingkungan	Diskusi kebijakan alternatif	Keterlibatan berkelanjutan, berorientasi pada tindakan
@virdindach_	Dukungan bersyarat	Penilaian teknis	Implementasi yang diinformasikan	Diskusi profesional, berfokus pada solusi
@virdianaurellio	Pendidikan netral	Kerangka kerja berbasis hak asasi manusia	Pembangunan pengetahuan sipil	Penyimpanan edukatif, berbagi pengetahuan
@adziqaammara	Evaluasi berbasis nilai	Kontekstualisasi budaya	Komunitas menghargai penguatan	Resonansi budaya, diskusi identitas

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis sentimen konten dan pola respons komunitas

Data menunjukkan bahwa pendekatan analitis kritis @didilionrich pada isu TAPERA menghasilkan 15,5 juta keterlibatan dengan diskusi yang canggih tentang penerapan ekonomi jangka panjang. Sebaliknya, pendekatan pendidikan netral @virdianaurellio cenderung menghasilkan konten yang disimpan untuk referensi (18% *save rate*) dengan fokus pada pengembangan pengetahuan daripada tindakan langsung.

C. Konstruksi Narasi Alternatif

Micro-influencer secara aktif mengkonstruksi narasi alternatif yang menantang atau melengkapi narasi resmi pemerintah, memberikan perspektif yang sering kali tidak tampak dalam komunikasi *mainstream*.

Tabel 3.36. Pola Pengembangan *Counter-Narrative*

Narasi Pemerintah	Konstruksi Narasi Alternatif	Basis Bukti	Adopsi Komunitas	Dampak Kebijakan
Prioritas Pertumbuhan Ekonomi	@didilionrich: Fokus ketimpangan	Analisis dampak TAPERA	keterlibatan 15,5 juta	Pergeseran wacana kebijakan
Stabilitas Keamanan	@virdindach_: Pengawasan demokratis	Konteks historis RUU TNI	Diskusi konstitusional	Pengaruh debat legislatif
Kemajuan Pembangunan	@afutami: Biaya lingkungan	Dokumentasi dampak lokal	Kesadaran keberlanjutan	Perhatian kebijakan lingkungan
Ketertiban Sosial	@ivorycalistacory: Hak individu	Advokasi otonomi tubuh	Kesadaran hak	Diskusi kebijakan berbasis hak asasi manusia
Transformasi Digital	@virdindach_: Akses inklusif	Analisis kesenjangan digital	pemberdayaan UMKM	Pertimbangan kebijakan inklusif
Pelestarian Budaya	@firufd: Tradisi yang hidup	Relevansi kontemporer	Kebangkitan kebanggaan budaya	Inovasi kebijakan budaya

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis narasi dan tracking adopsi komunitas

Konstruksi kontra-narasi oleh @didilionrich tentang prioritas pertumbuhan ekonomi berhasil menggeser diskusi publik dari fokus eksklusif pada *growth metrics* menuju pertimbangan efek distribusi dan dampak sosial. Hal ini diukur melalui *framing* perubahan dalam diskusi media *mainstream* dan peningkatan perhatian kebijakan terhadap permasalahan kesenjangan.

3.5.3 Interaksi dengan Institusi Sipil Lainnya

Micro-influencer mengembangkan jaringan kolaborasi yang canggih dengan berbagai institusi sipil, mulai dari LSM dan CSO hingga institusi akademik dan jaringan profesional. Kolaborasi ini sering menghasilkan amplifikasi mutual yang memperkuat advokasi akar rumput dan keahlian institusional.

A. Pola Kolaborasi NGO dan CSO

Kerjasama antara *micro-influencer* dengan organisasi masyarakat sipil menunjukkan pola yang saling menguntungkan, di mana *micro-influencer* menyediakan *platform* dan jangkauan sementara LSM/CSO memberikan keahlian dan sumber daya.

Tabel 3.37. Matrix Interaksi *Civil Society Organization*

Micro-Influencer	Jenis Mitra CSO	Format Kolaborasi	Manfaat Bersama	Pengukuran Hasil
@afutami	LSM Lingkungan	Berbagi sumber daya, kampanye bersama	Amplifikasi jangkauan + keahlian	Peningkatan kesadaran, aksi lokal
@adziqaammara	Organisasi kesehatan mental	Validasi konten, jaringan rujukan	Kredibilitas + aksesibilitas	Peningkatan terapi pencarian 23%

Micro-Influencer	Jenis Mitra CSO	Format Kolaborasi	Manfaat Bersama	Pengukuran Hasil
@virdianaurello	Kelompok hak-hak perempuan	Analisis kebijakan, berbagi pengalaman	Platform + pengalaman nyata	Diskusi kebijakan tempat kerja
@ivorycalistacory	Advokat kepositifan tubuh	Pembangunan komunitas, advokasi	Skala + keaslian	Mengurangi stigma, jaringan dukungan
@virdindach_	LSM inklusi digital	Program pelatihan, pengembangan sumber daya	Keahlian teknis + akses komunitas	Adopsi digital UMKM
@firufd	Kelompok pelestarian budaya	Dokumentasi, promosi	Platform modern + pengetahuan tradisional	Program revitalisasi budaya

Sumber: Olahan Peneliti - Pengamatan kemitraan dan pelacakan kolaborasi

Kolaborasi @adziqaammara_ dengan organisasi kesehatan mental menunjukkan model yang sangat sukses: validasi konten dari organisasi profesional meningkatkan kredibilitas sementara pendekatan yang dapat diakses *micro-influencer* meningkatkan jangkauan. Hasil diukur dalam peningkatan 23% dalam perilaku mencari terapi yang dilaporkan komunitas.

B. Linkage dengan Institusi Akademik

Interaksi dengan institusi akademik menunjukkan potensi menjembatani teori dan praktik, ketelitian akademis dengan relevansi komunitas.

Tabel 3.38. Pola *Engagement* Akademik

Domain Pengetahuan	Koneksi Akademik	Integrasi Micro-Influencer	Validasi Hasil	Dampak Penelitian
Environmental Science	Peneliti universitas	@afutami content validation	Scientific accuracy: 89%	Community-based research
Digital Technology	Akademisi IT	@virdindach_ curriculum development	Peningkatan relevansi praktis	Industry-academia bridge
Psychology	Peneliti mental health	@adziqaammara_ stigma reduction	Sukses adaptasi budaya	Cultural psychology insights
Communication Studies	Peneliti media	Cross-influencer phenomenon study	Framework teoritis	Digital democracy research
Cultural Studies	Antropolog budaya	@firufd traditional knowledge	Preservation effectiveness	Living culture documentation
Economics	Policy researchers	@didilionrich policy analysis	Alternative economic metrics	Grassroots economic indicators

Sumber: Olahan Peneliti - Pemantauan kolaborasi akademis dan penilaian kualitas konten

Integrasi @afutami dengan peneliti lingkungan menghasilkan konten dengan akurasi ilmiah 89% sambil tetap mempertahankan aksesibilitas dan relevansi komunitas. Kolaborasi ini juga memberikan umpan balik yang berharga bagi para peneliti akademis tentang dampak lingkungan di tingkat komunitas yang sering kali tidak ada dalam pendekatan penelitian tradisional.

C. Integrasi Jaringan Profesional

Micro-influencer berhasil mengintegrasikan diri ke dalam berbagai jaringan profesional, menciptakan jembatan antara advokasi sipil dengan praktik profesional.

Tabel 3.39. Integrasi Cross-Sector Professional

Sektor	Integrasi Tipa	Peran Mikro-Influencer	Dampak Profesional	Manfaat Komunitas
Hukum	Pendidikan Hak Asasi Manusia	@virdianaurellio hukum ketenagakerjaan	Meningkatkan literasi hukum	Kesadaran hak-hak di tempat kerja
Kesehatan	Advokasi Kesehatan Mental	@ivorycalistacory terapi destigmatisasi	Pemanfaatan layanan naik 23%	Informasi kesehatan mental yang mudah diakses
Teknologi	Literasi Digital	@virdindach_ keterampilan demokratisasi	Adopsi digital UMKM	Akses teknologi yang inklusif
Lingkungan	Kesadaran Konservasi	@afutami mobilisasi masyarakat	Pembentukan kelompok aksi lokal	Perlindungan lingkungan
Pendidikan	Pedagogi Alternatif	@adziqaammara_ pendidikan keluarga	Keterlibatan orang tua meningkat	Dukungan perkembangan anak
Industri Kreatif	Pelestarian Budaya	@firufd promosi seni tradisional	Pengakuan pengrajin	Pembangunan ekonomi budaya

Sumber: Olahan Peneliti - Pengukuran dampak sektor profesional dan pelacakan hasil komunitas

Integrasi profesional @virdianaurellio dalam sektor hukum menghasilkan peningkatan kesadaran hak-hak di tempat kerja yang diukur melalui peningkatan permintaan konsultasi yang dilaporkan oleh organisasi bantuan hukum dan pengacara ketenagakerjaan.

3.5.4 Dinamika Platform dan *Dependency Ecosystem*

Micro-influencer beroperasi dalam ekosistem platform yang kompleks dengan ketergantungan yang signifikan terhadap kebijakan platform, perubahan algoritmik, dan ketegangan geopolitik yang memengaruhi aksesibilitas *platform*.

A. *Multi-Platform Strategy* dan *Function Distribution*

Mikro-influencer mengembangkan strategi multi-platform canggih yang mengoptimalkan kemampuan platform berbeda untuk berbagai fungsi komunikasi..

Tabel 3.40. Distribusi Fungsi Platform-Specific

Platform	Fungsi Utama	Strategi Konten	Jenis Keterlibatan	Interaksi Kelembagaan	Ketergantungan Algoritma
TikTok	Kesadaran viral	Singkat, mudah diakses	Emosionalitas Tinggi	Kelembagaan terbatas	Kontrol algoritmik tinggi
Instagram	Membangun komunitas	Kisah visual	Koneksi Pribadi	Kolaborasi LSM	Moderat, dapat diprediksi

Platform	Fungsi Utama	Strategi Konten	Jenis Keterlibatan	Interaksi Kelembagaan	Ketergantungan Algoritma
Twitter/X	Komentar langsung	Respons berita	Partisipasi Debat	Pemantauan pemerintah	Volatilitas tinggi
LinkedIn	Jaringan profesional	Bimbingan karier	Pengembangan Profesional	Integrasi industri	Algoritma ramah bisnis
YouTube	Pendidikan jangka panjang	Analisis mendalam	Keterlibatan Pendidikan	Kolaborasi akademis	Ramah pembuat konten
Clubhouse	Diskusi langsung	Percakapan audio	Dialog Interaktif	Jaringan pakar	Jangkauan terbatas

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis keterlibatan lintas platform dan pemetaan pola interaksi

Data menunjukkan bahwa *micro-influencer* berhasil mengoptimalkan fitur spesifik platform: TikTok untuk kesadaran viral dengan keterlibatan emosional yang tinggi, Instagram untuk pembangunan komunitas berkelanjutan melalui *visual storytelling*, dan LinkedIn untuk pengembangan jaringan profesional dengan integrasi industri.

B. Algorithmic Dependencies dan Impact pada Public Communication

Algoritma *platform* memiliki dampak signifikan pada efektivitas fungsi komunikasi publik *micro-influencer*, dengan berbagai tingkat dukungan atau penekanan untuk berbagai jenis konten.

Tabel 3.41. Analisis Pengaruh Algoritma terhadap Komunikasi Publik

Algoritma Platform	Amplifikasi Konten	Risiko Penekanan	Dampak Komunitas	Strategi Mitigasi
TikTok Algorithm	Tinggi untuk engagement	Risiko Konten Politik	Penyebaran Kesadaran yang Cepat	Diversifikasi Multi-Topik
Instagram Algorithm	Sedang, Konsisten	Penekanan Terbatas	Pembangunan Komunitas Berkelanjutan	Pemanfaatan Fitur Cerita
Twitter Algorithm	Variabel, Kontroversial	Sensitivitas Politik Tinggi	Diskursus Real-time	Pencadangan Lintas Platform
LinkedIn Algorithm	Lebih Menyukai Konten Profesional	Toleransi Politik Rendah	Fokus Dampak Karir	Framing Profesional
YouTube Algorithm	Ramah Pendidikan	Filter Politik Moderat	Keterlibatan Mendalam	Posisi Pendidikan

Sumber: Olahan Peneliti - Pemantauan kinerja algoritmik dan analisis jangkauan konten

Analisis algoritmik menunjukkan bahwa @ruangkreatif_id mengalami tingkat keterlibatan yang lebih rendah (4.8%) sebagian disebabkan oleh tantangan algoritmik untuk konten pendidikan yang konsisten. Pembuat konten melaporkan 30-60% variasi jangkauan untuk konten serupa karena perubahan algoritma, menunjukkan kerentanan yang signifikan dalam ketergantungan *platform*.

C. Implikasi Kedaulatan Digital dan Pengendalian Platform (*Platform Control*)

Pengendalian platform oleh entitas asing menimbulkan implikasi signifikan terhadap otonomi komunikasi lokal dan masalah kedaulatan digital dalam konteks Indonesia..

Tabel 3.42. *Platform Control* vs Autonomi Komunikasi Lokal

Platform Origin	Kedaulatan Data	Kontrol Konten	Regulasi Indonesia	Kerentanan Mikro-Influencer
TikTok (Tiongkok)	Server data asing	Keburaman Algoritma	Peningkatan pengawasan	Risiko ketergantungan tinggi
Instagram (AS)	Yurisdiksi AS	Pedoman Komunitas	Kepatuhan diperlukan	Kerentanan sedang
Twitter/X (AS)	Kerangka hukum AS	Volatilitas Kebijakan	Ketidakpastian regulasi	Risiko ketidakstabilan platform
LinkedIn (AS)	Standar profesional	Kebijakan Konservatif	Ramah bisnis	Ruang politik terbatas
YouTube (AS)	Ekosistem Google	Fokus Monetisasi Konten	Penekanan hak cipta	Ketergantungan pendapatan
Platform Lokal	Kontrol Indonesia	Peraturan Daerah	Pengaruh pemerintah	Risiko tekanan politik

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis kebijakan platform dan penilaian lingkungan regulasi

Kekhawatiran kedaulatan digital khususnya relevan bagi *micro-influencer* yang terlibat dalam komentar politik atau kritik perusahaan. Perubahan kebijakan platform dapat berdampak drastis pada jangkauan dan pendapatan, sementara persyaratan kepatuhan regulasi dapat menciptakan kerentanan hukum yang menghambat keterlibatan masyarakat.

Pola interaksi mikro-influencer dengan ekosistem komunikasi publik yang lebih luas menunjukkan negosiasi canggih antara pelestarian suara independen dengan kebutuhan kolaborasi institusional. Keberhasilan dalam mempertahankan fungsi sipil sambil menavigasi hubungan kelembagaan memerlukan pemahaman yang canggih tentang dinamika kekuasaan, keterbatasan sumber daya, dan posisi strategis dalam lanskap komunikasi demokrasi Indonesia yang terus berkembang. Efektivitas jangka panjang dari mikro-influencer sebagai aktor demokrasi akan sangat bergantung pada kemampuan mereka untuk menjaga keaslian dan hubungan komunitas sambil mengembangkan model berkelanjutan untuk keterlibatan institusional dan independensi platform.

3.6 Konstruksi Model Komunikasi Publik Berbasis *Micro-Influencer*

Berdasarkan analisis comprehensive terhadap karakteristik, mekanisme *trust-building*, manifestasi *The Fifth Estate*, dan pola interaksi *micro-influencer* lokal Indonesia dengan ekosistem komunikasi publik yang lebih luas, penelitian ini mengkonstruksi model konseptual yang

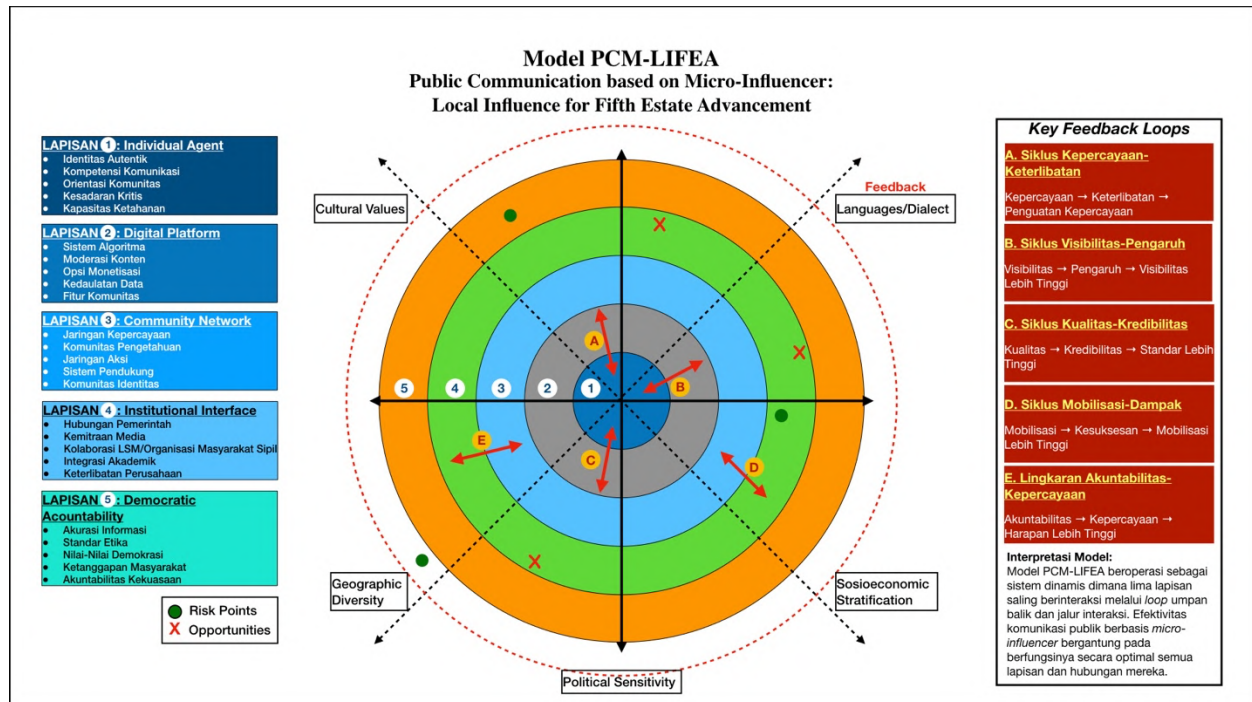
mengintegrasikan temuan empiris dengan *framework* teoretis untuk menjelaskan bagaimana *micro-influencer* dapat berfungsi efektif sebagai aktor komunikasi publik dalam konteks demokratis Indonesia. Model ini tidak sekadar deskriptif melainkan *prescriptive*, menyediakan *framework* untuk mengoptimalkan peran *micro-influencer* dalam memperkuat *democratic communication* dan *civic engagement* (Castells, 2023; Dutton, 2023).

Peneliti memberi nama untuk penyebutan model ini, yaitu model "*Public Communication based on Micro-Influencer: Local Influence for Fifth Estate Advancement*" (PCM-LIFEA). Model yang dikonstruksi dalam penelitian ini merepresentasikan *synthesis* dari *multiple theoretical perspectives: The Fifth Estate theory* (Dutton, 2009, 2023), *public sphere theory* (Habermas, 2015, 2020; Habermas et al., 1974), *networked society framework* (Castells, 2023), dan *community-based communication models* (Fardiah et al., 2019; Kretzmann & McKnight, 1993). Model ini secara khusus dikontekstualisasikan untuk lanskap demokrasi Indonesia dengan mempertimbangkan faktor budaya, struktur kelembagaan, dan infrastruktur digital yang unik untuk Indonesia pasca-reformasi.

Konstruksi model ini dipandu oleh pengakuan bahwa komunikasi publik yang efektif di era digital membutuhkan pendekatan berlapis yang mengintegrasikan agensi individu, dinamika komunitas, kemampuan platform, hubungan kelembagaan, dan mekanisme akuntabilitas demokratis. Model PCM-LIFEA mengakui kompleksitas ini dengan mengidentifikasi lima lapisan yang saling terhubung yang secara kolektif membentuk ekosistem yang kuat untuk komunikasi publik berbasis komunitas: Individual Agent Layer, Digital Platform Layer, Community Network Layer, Institutional Interface Layer, dan Democratic Accountability Layer.

3.6.1 Visualisasi Model PCM-LIFEA

Model PCM-LIFEA divisualisasikan dalam bentuk diagram berlapis yang menunjukkan interkoneksi antara lima lapisan utama, mekanisme umpan balik, dan jalur interaksi yang membentuk ekosistem komunikasi publik berbasis *micro-influencer*. Visualisasi ini membantu memahami model kompleksitas dan hubungan antara berbagai komponen. Pada Gambar 3.1 berikut ini, model PCM-LIFEA divisualisasikan sebagai sistem berlapis konsentris dengan lima lapisan yang saling berinteraksi, dimana setiap lapisan memiliki komponen, mekanisme, dan hasil yang berbeda namun saling berhubungan.



Sumber: Olahan Peneliti

Gambar 3.1. Model *Public Communication based on Micro-Influencer: Local Influence for Fifth Estate Advancement* (PCM-LIFEA)

Struktur visual ini mencerminkan sifat organik dari ekosistem komunikasi publik yang dimulai dari lembaga individu di pusat dan berkembang ke luar menuju konteks kelembagaan dan kemasyarakatan. Model ini harus dibaca sebagai sistem dinamis dimana efektivitas komunikasi publik berbasis mikro-influencer bergantung pada fungsi optimal kelima lapisan dan interaksinya. Kerusakan atau kelemahan pada suatu lapisan dapat membahayakan efektivitas seluruh sistem, sementara penguatan lapisan mana pun dapat menciptakan efek riak positif di seluruh sistem.

Wawasan utama dari model visual adalah: (1) *Sentralitas Agensi Individual*: Meskipun tertanam dalam sistem yang kompleks, karakteristik individu mikro-influencer tetap mendasar. (2) *Mediasi Platform*: Infrastruktur teknis tidak netral - secara aktif membentuk kemungkinan komunikasi. (3) *Keterikatan Komunitas*: Efektivitas bergantung pada hubungan komunitas yang kuat. (4) *Navigasi Kelembagaan*: Keberhasilan membutuhkan keterlibatan yang canggih dengan struktur formal, dan terakhir (5) *Kebutuhan Akuntabilitas*: Fungsi demokrasi membutuhkan mekanisme akuntabilitas yang kuat. Model ini menyediakan kerangka kerja analitis untuk memahami dinamika terkini dan panduan preskriptif untuk meningkatkan efektivitas mikro-influencer dalam ekosistem komunikasi demokratis Indonesia.

3.6.2 Komponen Fundamental Model PCM-LIFEA

Model PCM-LIFEA terdiri dari lima lapisan yang saling berinteraksi, masing-masing dengan komponen, mekanisme, dan hasil yang berbeda namun saling berhubungan. Setiap lapisan penting untuk berfungsinya model secara keseluruhan dan kontribusi kolektif terhadap ekosistem komunikasi demokratis.

A. Lapisan 1 (Pusat/Inti): *Individual Agent (Micro-Influencer) Foundation*

Diposisikan di tengah model sebagai elemen dasar, lapisan pertama berfokus pada *micro-influencer* individu sebagai agen utama dalam sistem komunikasi publik, dengan karakteristik dan kemampuan yang memungkinkan mereka berfungsi secara efektif dalam kapasitas *Fifth Estate*.

Tabel 3.43. Komponen Lapisan Agen Individual

Komponen	Deskripsi	Atribut Utama	Faktor Pendukung	Persyaratan Pengembangan
Identitas Autentik	Ditampilkan sebagai unsur dasar	Basis pengalaman pribadi; Kapasitas berbagi kerentanan; Komitmen nilai sejati	Relevansi pengalaman hidup; Akar budaya; Keanggotaan komunitas	Pengembangan kejelasan identitas; Keterampilan presentasi diri yang autentik; Penumbuhan kecerdasan budaya
Kompetensi Komunikasi	Keterampilan teknis dan sosial	Keterampilan literasi digital; Pengetahuan optimasi platform; Teknik keterlibatan audiens	Pengembangan keterampilan teknis; Pemahaman platform; Pelatihan komunikasi	Komitmen pembelajaran berkelanjutan; Kesempatan peningkatan keterampilan; Jaringan pembelajaran sebaya
Orientasi Komunitas	Pemikiran sipil dan motivasi pelayanan	Motivasi layanan; Fokus manfaat kolektif; Komitmen jangka panjang	Kepedulian kewarganegaraan; Koneksi komunitas; Nilai-nilai demokrasi	Partisipasi pendidikan kewarganegaraan; Pendalaman komunitas; Pengembangan sistem nilai
Kesadaran Kritis	Kesadaran kekuasaan dan pemikiran sistemik	Kesadaran struktur kekuasaan; Orientasi keadilan sosial; Kapasitas berpikir sistemik	Literasi politik; Pendidikan kritis; Keterampilan analisis sosial	Akses pendidikan politik; Pelatihan berpikir kritis; Pemaparan gerakan sosial
Kapasitas Ketahanan	Keberlanjutan dan kesejahteraan	Kemampuan manajemen stres; Mekanisme pencegahan kelelahan; Akses sistem pendukung	Kecerdasan emosional; Praktik perawatan diri; Dukungan komunitas	Sumber daya kesehatan mental; Jaringan dukungan sebaya; Perlindungan kelembagaan

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis kemampuan individu dan penilaian kebutuhan pengembangan

Atribut kelima (kapasitas ketahanan) digambarkan sebagai elemen yang saling terkait yang secara kolektif memungkinkan mikro-influencer berfungsi secara efektif dalam peran komunikasi publik. Menggunakan warna biru yang merepresentasi elemen yang berpusat pada manusia.

B. Lapisan 2: Infrastruktur *Platform* Digital

Mengelilingi lapisan agen individu, lapisan kedua mencakup platform digital yang divisualisasikan sebagai penyedia infrastruktur teknis yang memberikan keterjangkauan dan memberikan batasan, untuk aktivitas komunikasi *micro-influencer* dengan kemudahan dan kendala *platform* yang secara signifikan membentuk kemungkinan komunikasi.

Tabel 3.44. Analisis Lapisan *Platform* Digital

Elemen Platform	Atribut Elemen	Kondisi Saat Ini	Strategi Optimasi	Rekomendasi Kebijakan
Aksesibilitas Algoritma	Dengan indikasi kebutuhan transparansi	Variasi jangkauan 30-60%; Risiko penekanan konten politik; Perubahan algoritma yang tidak terduga	Diversifikasi multi-platform; Adaptasi format konten; Prioritas hubungan komunitas	Persyaratan transparansi algoritma; Kebijakan perlindungan konten sipil; Mekanisme konsultasi kreator
Moderasi Konten	Dengan persyaratan proses yang semestinya	Penegakan hukum yang tidak konsisten; Mekanisme banding yang terbatas; Kesenjangan konteks budaya	Pengembangan pedoman komunitas; Sistem moderasi mandiri; Advokasi adaptasi budaya	Persyaratan proses hukum; Pelatihan kepekaan budaya; Representasi kreator dalam kebijakan
Opsi Monetisasi	Dengan pertimbangan keberlanjutan	Monetisasi konten sipil yang terbatas; Konflik tekanan komersial; Tantangan keberlanjutan	Model pendapatan yang beragam; Sistem pendukung komunitas; Eksplorasi pendanaan alternatif	Dukungan monetisasi konten sipil; Fasilitasi kemitraan nirlaba; Pertimbangan pendanaan publik
Kedaulatan Data	Dengan masalah kedaulatan	Ketergantungan pada platform asing; Kekhawatiran privasi data; Pertimbangan keamanan nasional	Dukungan pengembangan platform lokal; Advokasi perlindungan data; Tuntutan akuntabilitas platform	Kebijakan lokalisasi data; Penegakan perlindungan privasi; Kerangka kerja kedaulatan digital
Fitur Komunitas	Dengan alat fasilitasi keterlibatan	Alat komunitas yang bervariasi; Opsi tata kelola yang terbatas; Kesenjangan fasilitasi keterlibatan	Optimalisasi fitur yang tersedia; Integrasi alat pihak ketiga; Pengembangan platform komunitas	Penyediaan alat tata kelola komunitas; Peningkatan fitur keterlibatan; Dukungan pengembangan alat kreator

Sumber: Olahan Peneliti - Penilaian dan analisis optimasi infrastruktur platform

Representasi visual menunjukkan sifat ganda platform: infrastruktur pendukung sekaligus penghambat kekuatan, dengan tanda panah yang menunjukkan peluang dan keterbatasan. Warna yang digunakan adalah abu-abu gelap yang merepresentasi infrastruktur teknis.

C. Lapisan 3: Dinamika Jaringan Komunitas

Lapisan ketiga berfokus pada jaringan komunitas yang terbentuk di sekitar *micro-influencer*, dengan penekanan pada kualitas hubungan, identitas kolektif, dan kapasitas aksi

kolaboratif. Lapisan ini divisualisasikan sebagai simpul jaringan dan koneksi yang mengelilingi infrastruktur platform, yang merepresentasikan dinamika kolektif.

Tabel 3.45. Komponen Lapisan Jaringan Komunitas

Elemen Jaringan	Deskripsi Visual	Karakteristik	Mekanisme Pengembangan	Faktor Keberlanjutan
Jaringan Kepercayaan	Panah dua arah menunjukkan kepercayaan timbal balik	Hubungan kepercayaan dua arah; Sistem validasi rekan sejawat; Akuntabilitas komunitas	Keterlibatan yang konsisten; Praktik transparansi; Komunikasi responsif	Mekanisme pemeliharaan kepercayaan; Pengembangan kapasitas perbaikan; Pembangunan ketahanan masyarakat
Komunitas Pengetahuan	Repositori informasi bersama	Sumber daya informasi bersama; Akumulasi kearifan kolektif; Keahlian terdistribusi	Pembangunan pengetahuan kolaboratif; Praktik berbagi sumber daya; Pendidikan masyarakat	Sistem pelestarian pengetahuan; Transfer antargenerasi; Pemeliharaan aksesibilitas
Jaringan Aksi	Indikator kapasitas mobilisasi	Kapasitas aksi kolektif; Infrastruktur mobilisasi; Mekanisme koordinasi	Praktik fasilitasi aksi; Distribusi kepemimpinan; Mobilisasi sumber daya	Keberlanjutan organisasi; Suksesi kepemimpinan; Pengembangan sumber daya
Sistem Pendukung	Koneksi bantuan timbal balik	Jaringan bantuan timbal balik; Penyediaan dukungan emosional; Kapasitas respons krisis	Praktik kepedulian masyarakat; Pengembangan infrastruktur pendukung; Integrasi profesional	Keberlanjutan sistem; Kecukupan sumber daya; Kolaborasi profesional
Komunitas Identitas	Ikatan nilai bersama	Penyelarasan nilai bersama; Pembentukan identitas kolektif; Kepemilikan budaya	Fasilitasi kerja identitas; Artikulasi nilai; Pemeliharaan praktik budaya	Kapasitas evolusi identitas; Kontinuitas generasi; Adaptasi budaya

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis jaringan komunitas dan penilaian pembangunan

Penekanan visual pada keterkaitan dan sifat terdistribusi dari sumber daya komunitas, dengan berbagai jalur untuk aliran informasi dan tindakan kolektif. Visualisasi lapisan menggunakan warna biru mewakili elemen yang berpusat pada manusia.

D. Lapisan 4: Mekanisme Antarmuka Kelembagaan

Lapisan keempat membahas mekanisme interaksi antara jaringan mikro-influencer dengan lembaga formal (pemerintah, media, LSM, akademisi), dengan fokus pada kemungkinan kolaborasi dan manajemen konflik.

Tabel 3.46. Analisis Lapisan Antarmuka Kelembagaan

Jenis Antarmuka Kelembagaan	Deskripsi	Dinamika Saat Ini	Peluang Kolaborasi	Manajemen Konflik
Hubungan Pemerintah	Dengan panah dua arah: akuntabilitas dan kolaborasi	Tingkat kepercayaan yang beragam; Saluran formal terbatas; Ketegangan sesekali	Mekanisme konsultasi kebijakan; Kemitraan informasi; Kolaborasi	Kerangka kerja kritik konstruktif; Fasilitasi dialog; Protokol saling menghormati

Jenis Antarmuka Kelembagaan	Deskripsi	Dinamika Saat Ini	Peluang Kolaborasi	Manajemen Konflik
			pendidikan kewarganegaraan	
Kemitraan Media	Dinamika komplementer dan kompetitif	Kombinasi kompetitif-kolaboratif; Ketegangan kredibilitas; Asimetri sumber daya	Diversifikasi sumber; Kolaborasi penetapan agenda; Komplementaritas cakupan	Negosiasi standar profesional; Protokol atribusi; Eksplorasi pembagian pendapatan
Kolaborasi LSM/Organisasi Masyarakat Sipil	Indikator penyelarasan alami	Penyelarasan kemitraan alami; Komplementaritas sumber daya; Tujuan advokasi bersama	Kolaborasi kampanye; Pertukaran keahlian; Penguatan jaringan	Penghormatan otonomi organisasi; Praktik pembagian kredit; Kejelasan alokasi sumber daya
Integrasi Akademik	Jalur pertukaran pengetahuan	Meningkatnya minat penelitian; Peluang validasi pengetahuan; Potensi pengembangan teoretis	Kolaborasi penelitian; Validasi konten; Kemitraan pendidikan	Perlindungan kebebasan akademik; Kejelasan kekayaan intelektual; Standar penelitian etis
Keterlibatan Perusahaan	Dengan mekanisme perlindungan independensi	Risiko tekanan komersial; Kekhawatiran independensi; Peluang pendapatan	Kerangka kerja kemitraan etis; Standar transparansi; Perlindungan independensi	Manajemen konflik kepentingan; Persyaratan pengungkapan; Perlindungan independensi

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis hubungan kelembagaan dan penilaian mekanisme antarmuka

Representasi visual menunjukkan kompleksitas dinamika antarmuka: kemungkinan kolaborasi, potensi konflik, dan batasan yang diperlukan. Warna yang digunakan adalah warna hijau yang mewakili struktur formal dalam lembaga/organisasi.

E. Lapisan 5: Infrastruktur Akuntabilitas Demokratis

Lapisan kelima adalah lapisan terluar yang mencakup keseluruhan sistem, mencakup mekanisme akuntabilitas yang memastikan mikro-influencer menjalankan fungsi demokratis secara efektif sambil menjaga kepercayaan masyarakat dan legitimasi kelembagaan.

Tabel 3.47. Komponen Lapisan Akuntabilitas Demokratis

Dimensi Akuntabilitas	Deskripsi	Mekanisme	Indikator Kualitas	Strategi Peningkatan
Akurasi Informasi	Sistem verifikasi	Pemeriksaan fakta komunitas; Praktik sitasi sumber; Protokol koreksi	Tingkat akurasi: 78-94%; Atribusi sumber: 78%; Responsivitas koreksi: Tinggi	Pelatihan pemeriksaan fakta; Akses alat verifikasi; Pengembangan budaya koreksi

Dimensi Akuntabilitas	Deskripsi	Mekanisme	Indikator Kualitas	Strategi Peningkatan
Standar Etika	Norma perilaku profesional	Persyaratan transparansi; Pengungkapan konflik; Norma perilaku profesional	Kepatuhan pengungkapan: 89%; Tingkat pelanggaran etik: Rendah; Kepercayaan masyarakat: Tinggi	Penyediaan pelatihan etika; Partisipasi pengembangan standar; Sistem akuntabilitas sejawat
Nilai-Nilai Demokrasi	Indikator inklusivitas dan partisipasi	Praktik inklusivitas; Representasi keberagaman; Tata kelola partisipatif	Keberagaman representasi; Pengambilan keputusan partisipatif; Komunikasi inklusif	Pelatihan keberagaman; Pengembangan praktik inklusif; Penanaman budaya demokrasi
Responsivitas Masyarakat	Mekanisme integrasi umpan balik	Integrasi umpan balik; Kebutuhan respons; Kapasitas adaptif	Tingkat respons: 58-73%; Bukti adaptasi: Tinggi; Kepuasan masyarakat: Tinggi	Optimalisasi sistem umpan balik; Pengembangan kapasitas responsif; Pengembangan mekanisme adaptasi
Akuntabilitas Kekuasaan	Fungsi pemantauan dan kritik	Pemantauan pemerintah; Pengawasan perusahaan; Kritik kelembagaan	Konsistensi pemantauan; Keberanian mengkritik; Mempertahankan independensi	Pengembangan kerangka kerja perlindungan; Penyediaan dukungan hukum; Dukungan pembangunan koalisi

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis mekanisme akuntabilitas dan penilaian kualitas

Divisualisasikan sebagai kerangka kerja yang mencakup semua yang menerapkan standar akuntabilitas di semua lapisan dalam. Warna emas merepresentasikan akuntabilitas (kualitas) yang unggul.

F. Dinamika Model dan Pola Interaksi

Model PCM-LIFEA beroperasi melalui interaksi kompleks antara lima lapisan, dengan putaran umpan balik, ketergantungan timbal balik, dan sifat-sifat yang muncul yang secara kolektif memungkinkan komunikasi publik yang efektif dan partisipasi demokratis. Jalur Interaksi (*Interaction Pathways*) utama ditunjukkan dengan garis putus-putus dan panah di seluruh model:

- **Jalur vertikal:** Individu ↔ Platform ↔ Komunitas ↔ Lembaga
- **Jalur horizontal:** Kolaborasi dan konflik lintas lapisan
- **Jalur diagonal:** Interaksi multi-lapis yang kompleks
- **Jalur umpan balik:** Rute melingkar yang menunjukkan mekanisme penguatan

Peneliti mengindikasikan ada beberapa **dinamika interaksi lintas lapisan** terkait dengan komunikasi *micro-influencer* lokal sebagai aktor *The Fifth Estate* dapat dilihat pada tabel 49 berikut:

Tabel 3.48. Inter-Layer Interaction Matrix

Jalur Interaksi	Mekanisme	Hasil	Persyaratan Optimalisasi
Individu ↔ Platform	Pembuatan dan distribusi konten; Navigasi algoritma; Pemanfaatan alat platform	Peningkatan jangkauan; Keterlibatan audiens; Keberlanjutan sumber daya	Pengembangan literasi platform; Peningkatan keterampilan teknis; Akses platform alternatif
Individu ↔ Komunitas	Membangun kepercayaan; Fasilitasi keterlibatan; Koordinasi aksi kolektif	Pembentukan komunitas; Pengembangan jaringan kepercayaan; Pengembangan kapasitas kolektif	Pengembangan keterampilan komunikasi; Pelatihan manajemen komunitas; Pengembangan kapasitas fasilitasi
Komunitas ↔ Platform	Penggunaan platform kolektif; Pemanfaatan fitur komunitas; Tuntutan akuntabilitas platform	Kohesi komunitas; Peningkatan suara kolektif; Responsivitas platform	Dukungan organisasi komunitas; Pelatihan aksi kolektif; Kapasitas advokasi platform
Komunitas ↔ Lembaga	Pertukaran informasi; Kolaborasi sumber daya; Tekanan akuntabilitas	Pengembangan kemitraan; Peningkatan akses sumber daya; Responsivitas kelembagaan	Fasilitasi pembangunan jembatan; Pengembangan kerangka kerja kolaborasi; Mekanisme resolusi konflik
Platform ↔ Lembaga	Kepatuhan terhadap peraturan; Pengaruh kebijakan; Penyediaan sumber daya	Peningkatan tata kelola platform; Peningkatan perlindungan kreator; Penyelarasan demokrasi	Koordinasi advokasi kebijakan; Pengembangan kerangka kerja regulasi; Dialog multi-pemangku kepentingan

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis pola interaksi dan penilaian optimasi

Dinamika dan pola interaksi pada model PCM-LIFEA ini memiliki kekhasan untuk pengaplikasian di Indonesia karena memiliki yang disesuaikan menjadi faktor-faktor spesifik Indonesia yang mempengaruhi Interaksi antar lapisan. Adapun faktor-faktor spesifik yang menjadi **Elemen Kontekstual** tersebut adalah:

1) Poin integrasi nilai-nilai budaya

Micro-influencer lokal secara natural sudah mengintegrasikan nilai budaya (gotong royong, musyawarah) dalam cara mereka berkomunikasi dengan audiens. Mereka bukan "menerjemahkan" pesan global, tapi **berbicara dari dalam budaya** itu sendiri. Contohnya: *Micro-influencer* di Yogyakarta yang mempromosikan awareness lingkungan akan menggunakan pendekatan "guyub rukun" (kebersamaan warga) bukan pendekatan individualis Barat.

2) Pertimbangan bahasa/dialek

Micro-influencer lokal menggunakan bahasa/dialek yang **resonan** dengan komunitasnya - bukan bahasa Indonesia baku yang kaku. Contoh: *Micro-influencer* Medan menggunakan bahasa Medan/Batak dalam kontennya; atau *Micro-influencer* Jawa Timur bisa *code-switching* antara Indonesia dan Jawa Suroboyoan; Hal seperti ini menciptakan **kedekatan psikologis** dengan audiens;

3) Pengakuan keragaman geografis

Model mengakui bahwa Indonesia butuh **jaringan micro-influencer tersebar geografis**, bukan hanya influencer Jakarta-sentris. Strateginya dapat dicontohkan: *Micro-influencer* di Makassar untuk isu Sulawesi; *Micro-influencer* di Papua untuk konteks lokal Papua; demikian juga *Micro-influencer* di desa untuk menjangkau *rural areas*, sehingga setiap wilayah punya "*local champions*" yang dipercaya komunitasnya

4) Kesadaran stratifikasi sosial ekonomi

Micro-influencer bisa mewakili **berbagai lapisan sosial-ekonomi**, tidak hanya kelas menengah-atas urban seperti macro-influencer. Contoh: Petani muda yang aktif di TikTok (mendidikasi pertanian modern); Pedagang pasar yang punya channel YouTube (mewakili ekonomi informal); Guru di daerah terpencil yang aktif di media sosial (akses pendidikan). Aktivitas digital tersebut dapat membuat komunikasi publik **inklusif** dan menjangkau segmen yang diabaikan oleh *influencer mainstream*.

5) Konteks sensitivitas politik.

Micro-influencer lokal lebih **sensitif terhadap dinamika politik lokal** dan bisa navigate topik sensitif dengan lebih baik karena mereka bagian dari komunitas. **Keuntungan** yang dapat dihasilkan adalah: Memahami "*red lines*" lokal (apa yang boleh/tidak boleh dibahas); Bisa membahas isu sensitif dengan pendekatan "orang dalam" yang tidak provokatif; Dan lebih dipercaya untuk isu-isu kontroversial karena track record di komunitas. Contohnya *Micro-influencer* di Aceh membahas isu syariah dengan pemahaman konteks lokal, bukan dengan perspektif *outsider* yang bisa memicu reaksi negatif.

G. Mekanisme Siklus Umpan Balik (*Feedback Cycles*)

Tabel 3.49. Key Feedback Cycles dalam PCM-LIFE Model

Lingkaran Umpan Balik	Mekanisme	Jenis Penguatan	Persyaratan Manajemen
Siklus Kepercayaan-Keterlibatan	Kepercayaan → Keterlibatan → Penguatan kepercayaan	Penguatan positif	Praktik pemeliharaan kepercayaan; Optimalisasi kualitas keterlibatan; Pelestarian mekanisme akuntabilitas

Lingkaran Umpan Balik	Mekanisme	Jenis Penguatan	Persyaratan Manajemen
Siklus Visibilitas-Pengaruh	Visibilitas → Pengaruh → Visibilitas yang lebih tinggi	Penguatan positif (dengan risiko saturasi)	Strategi manajemen skala; Mekanisme pelestarian keaslian; Pemeliharaan keintiman komunitas
Siklus Kualitas-Kredibilitas	Kualitas konten → Kredibilitas → Ekspektasi standar yang lebih tinggi	Penguatan positif dengan peningkatan tekanan	Praktik kualitas berkelanjutan; Jaminan kecukupan sumber daya; Mekanisme pencegahan kelelahan kerja
Siklus Mobilisasi-Dampak	Keberhasilan mobilisasi → Kepercayaan masyarakat → Lebih banyak mobilisasi	Penguatan positif	Praktik perayaan keberhasilan; Dokumentasi dampak; Kelanjutan pengembangan kapasitas
Siklus Akuntabilitas-Kepercayaan	Demonstrasi akuntabilitas → Peningkatan kepercayaan → Ekspektasi akuntabilitas yang lebih tinggi	Penguatan positif dengan elevasi standar	Pengembangan kapasitas akuntabilitas; Manajemen evolusi standar; Pemeliharaan transparansi

Sumber: Olahan Peneliti - Analisis mekanisme umpan balik dan penilaian kebutuhan manajemen

Model PCM-LIFEA beroperasi sebagai sistem dinamis dimana lima lapisan saling berinteraksi melalui *loop* umpan balik dan jalur interaksi yang membentuk siklus. Efektivitas komunikasi publik berbasis *micro-influencer* bergantung pada berfungsinya secara optimal semua lapisan dan hubungan mereka. Model PCM-LIFEA memberikan kerangka komprehensif untuk memahami dan mengoptimalkan peran *micro-influencer* dalam ekosistem komunikasi publik Indonesia.

Implementasi yang sukses memerlukan perhatian terhadap kelima lapisan dan interaksinya, dengan kebijakan yang mendukung, sumber daya yang memadai, dan mekanisme perlindungan yang memungkinkan *micro-influencer* mempertahankan fungsi demokrasi sambil menjaga kepercayaan masyarakat dan kesejahteraan pribadi. Dengan demikian Model ini menawarkan alat analisis untuk memahami dinamika saat ini dan panduan preskriptif untuk meningkatkan efektivitas *micro-influencer* sebagai aktor *The Fifth Estate* dalam demokrasi Indonesia.

3.7 Implementasi Model PCM-LIFEA Dalam Komunikasi Publik Pemerintah Indonesia

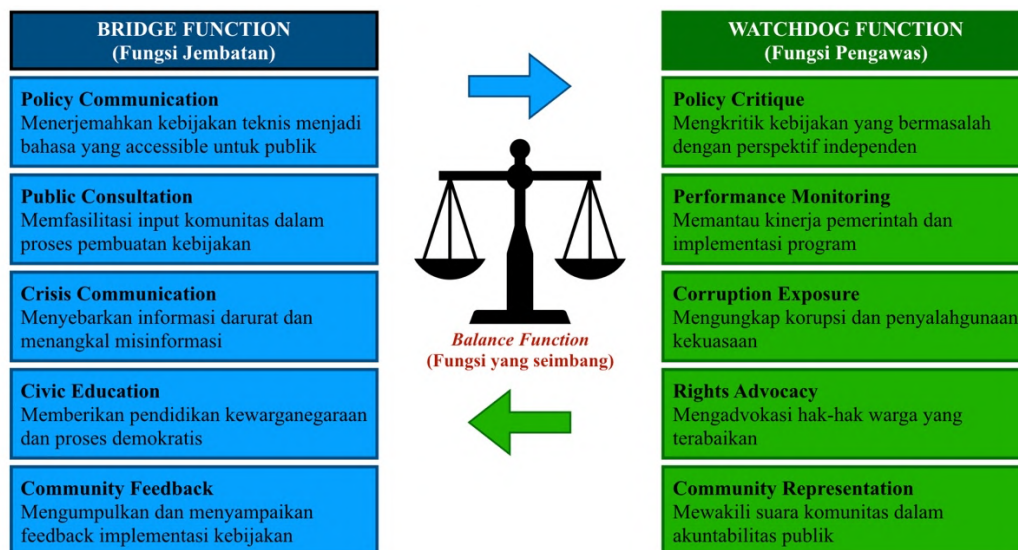
Meskipun Model PCM-LIFEA menyediakan kerangka kerja konseptual yang komprehensif untuk memahami peran *micro-influencer* dalam komunikasi publik, implementasi model praktis ini memerlukan kerangka operasional yang spesifik untuk konteks pemerintahan Indonesia. Bagian ini mengembangkan kerangka implementasi yang menerjemahkan konsep teoritis berkembang menjadi strategi yang dapat diterapkan untuk mengintegrasikan *micro-influencer* ke dalam ekosistem komunikasi pemerintah, dengan pengakuan eksplisit terhadap

fungsi ganda mereka sebagai jembatan komunikasi publik dan pemerintah sekaligus sebagai pengawas demokrasi (*watchdog*) (R. K. Nielsen & Ganter, 2022).

Ketegangan kritis dalam kerangka implementasi ini adalah menyeimbangkan antara kolaborasi pemerintah dengan pelestarian independensi *micro-influencer* dan suara kritis. Kerangka kerja harus memungkinkan kolaborasi produktif tanpa mengorbankan fungsi pengawas (*watchdog*) yang penting untuk akuntabilitas demokratis. Hal ini memerlukan pemahaman yang modern tentang batasan, protokol, dan perlindungan yang melindungi efektivitas komunikasi pemerintah dan independensi editorial *micro-influencer* (Flew & Iosifidis, 2020; Tapsell, 2020).

3.7.1 Kerangka Kerja Implementasi Fungsi Ganda

Penerapan model PCM-LIFEA mengindikasikan bahwa mikro-influencer secara bersamaan dapat menjalankan dua fungsi yang tampaknya bertentangan: sebagai jembatan komunikasi yang memfasilitasi dialog pemerintah-publik, dan sebagai pengawas demokrasi yang memantau kinerja pemerintah. Gambar 3.2 berikut memvisualisasikan ketegangan produktif antara kedua fungsi ini, dengan pengakuan eksplisit bahwa keberhasilan implementasi membutuhkan keseimbangan yang cangguh antara kolaborasi dan kemandirian.



Sumber: Olahan Peneliti

Gambar 3.2. Model (Fungsi Ganda) *Dual Function Micro-Influencer*

Visualisasi menunjukkan model dwifungsi dengan dua kolom paralel yang mewakili Fungsi Jembatan (kiri) dan Fungsi Pengawas (kanan), dipisahkan oleh simbol keseimbangan yang melambangkan keseimbangan kritis antara kolaborasi dan kemandirian. **Fungsi jembatan**

mencakup lima aktivitas: komunikasi kebijakan, konsultasi publik, komunikasi krisis, pendidikan kewarganegaraan, dan umpan balik masyarakat - semuanya terfokus pada memfasilitasi dialog pemerintah-publik yang efektif. **Fungsi pengawas** mencakup: kritik kebijakan, pemantauan kinerja, paparan korupsi, advokasi hak, dan keterwakilan masyarakat - semuanya penting untuk akuntabilitas demokratis. Simbol **keseimbangan sentral** menekankan bahwa kedua fungsi ini tidak saling eksklusif melainkan saling melengkapi, memerlukan pengelolaan yang cermat untuk memastikan bahwa kolaborasi tidak mengkompromikan independensi yang kritis. Selanjutnya implementasi fungsi ganda dari *micro-influencer* di Indonesia pada gambar 4, akan peneliti elaborasikan lebih lengkap pada tabel 3.50. dan 3.51 berikut.

A. Fungsi Jembatan: Memfasilitasi Komunikasi Pemerintah-Publik

Tabel 3.50. Bridge Function Implementation Framework

Area Implementasi	Tindakan Pemerintah	Peran Micro-Influencer	Indikator Kesuksesan	Perlindungan
Komunikasi Kebijakan	Menyediakan informasi kebijakan yang akurat dan tepat waktu; Menawarkan pengarahan teknis; Membuat materi yang mudah diakses	Menerjemahkan kebijakan ke dalam bahasa yang mudah dipahami; Menjelaskan implikasi praktis; Memfasilitasi pemahaman masyarakat;	Tingkat pemahaman publik; Kualitas umpan balik kebijakan; Kelancaran implementasi	Tidak ada persyaratan sensor; Izin perspektif kritis; Independensi editorial terjaga
Konsultasi Publik	Membuat mekanisme konsultasi; Menyediakan platform konsultasi; Menyusun umpan balik	Memfasilitasi masukan masyarakat; Menghimpun keprihatinan akar rumput; Mewakili suara-suara yang terpinggirkan	Tingkat partisipasi; Keragaman umpan balik;	Pilihan umpan balik anonim; Tidak ada persyaratan partisipasi; Perlindungan perbedaan pendapat
Komunikasi Krisis	Berbagi informasi yang akurat dengan cepat; Mengkoordinasikan pesan tanggapan; Memberikan pembaruan berkala	Menyebarkan informasi darurat; Memerangi misinformasi; Memfasilitasi respons masyarakat	Responsivitas kebijakan	Standar pengecekan fakta; Transparansi sumber;
Pendidikan Kewarganegaraan	Develop educational Mengembangkan materi pendidikan; Mendukung program literasi; Mendanai inisiatif pendidikan	Menyampaikan konten pendidikan kewarganegaraan; Menjelaskan proses-proses demokrasi; Membangun kapasitas kewarganegaraan	Jangkauan informasi; Pengurangan misinformasi; Kesiapsiagaan masyarakat	Hak verifikasi independen
Umpan Balik Masyarakat	Membuat saluran umpan balik; Memantau sentimen sosial; Menanggapi kekhawatiran	Mengumpulkan masukan masyarakat; Melaporkan isu-isu implementasi; Menyoroti keprihatinan warga negara	Peningkatan literasi kewarganegaraan; Peningkatan partisipasi; Kesadaran hak asasi manusia	Independensi kurikulum; Penekanan pemikiran kritis; Pendekatan non-partisan

Sumber: Olahan Peneliti - Pengembangan kerangka kerja implementasi berdasarkan analisis komparatif dan praktik terbaik

B. Fungsi Pengawas (*Watchdog*): Menjaga Akuntabilitas Demokratis

Tabel 3.51. Watchdog Function Protection Framework

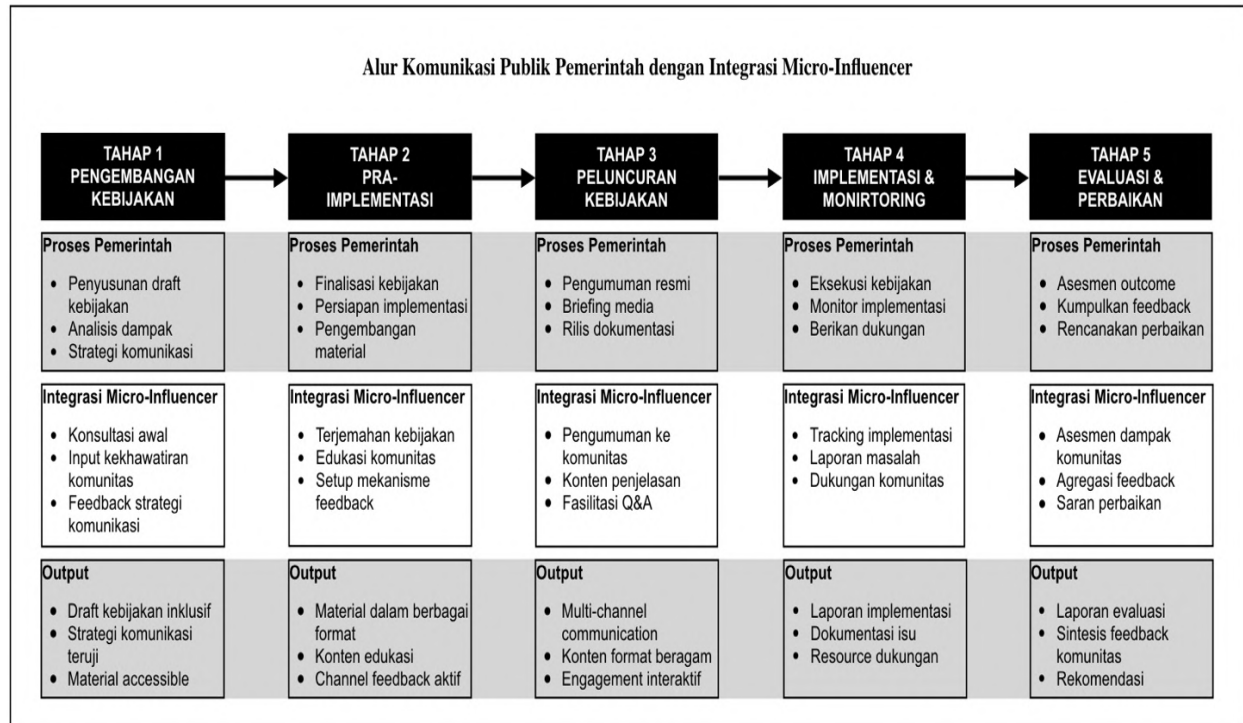
Aktivitas Pengawas	Mekanisme Perlindungan	Kewajiban Pemerintah	Hak Mikro-Influencer	Hak Mikro-Influencer	Langkah Penegakan Hukum
Kritik Kebijakan	Perlindungan kebebasan berekspresi; Perlindungan anti-SLAPP; Dukungan pembelaan hukum	Menoleransi kritik yang membangun; Berinteraksi dengan kritik; Hindari pembalasan	Kritik tanpa izin; Perlindungan sumber; Independensi editorial	Kritik tanpa izin; Perlindungan sumber; Independensi editorial	Ketersediaan sumber daya hukum; Akses Ombudsman; Advokasi internasional
Pemantauan Kinerja	Jaminan akses informasi; Persyaratan transparansi data; Kepatuhan terhadap FOI	Memberikan informasi yang tepat waktu; Memungkinkan pelacakan kinerja; Menerima akuntabilitas	Hak akses informasi; Otonomi pemantauan; Kebebasan publikasi	Hak akses informasi; Otonomi pemantauan; Kebebasan publikasi	Komisioner informasi; Tinjauan yudisial; Pengawasan masyarakat sipil
Pengungkapan Korupsi	Perlindungan terhadap <i>whistleblower</i> ; Kerja sama investigasi; Ketentuan kekebalan hukum	Menyelidiki tuduhan; Menuntut korupsi; Melaksanakan reformasi	Saluran pelaporan yang aman; Perlindungan sumber; Kekebalan hukum	Saluran pelaporan yang aman; Perlindungan sumber; Kekebalan hukum	Komisi antikorupsi; Perlindungan yudisial; Pemantauan internasional
Advokasi Hak Asasi Manusia	Kerangka kerja hak asasi manusia; Perlindungan konstitusional; Kewajiban internasional	Menghormati hak-hak asasi; Menanggapi advokasi; Melaksanakan rekomendasi	Kebebasan advokasi; Hak berkumpul; Perlindungan berekspresi	Kebebasan advokasi; Hak berkumpul; Perlindungan berekspresi	Mahkamah Konstitusi; Komisi Hak Asasi Manusia; Mekanisme PBB
Representasi Masyarakat	Tata kelola partisipatif; Pembuatan kebijakan yang inklusif; Konsultasi dengan pemangku kepentingan	Melibatkan beragam suara; Mempertimbangkan masukan masyarakat; Menjelaskan keputusan	Hak representasi; Partisipasi konsultasi; Pengaruh keputusan	Hak representasi; Partisipasi konsultasi; Pengaruh keputusan	Tinjauan administratif; Akuntabilitas publik; Konsekuensi pemilu

Sumber: Olahan Peneliti - Kerangka perlindungan hak asasi manusia dan standar akuntabilitas demokratis

3.7.2 Model Implementasi Operasional

A. Alur Komunikasi Publik Pemerintah dengan Integrasi Micro-Influencer

Penerjemahan dari model konseptual ke praktik operasional memerlukan alur proses yang jelas yang menentukan bagaimana *micro-influencer* berintegrasi dalam setiap tahap siklus komunikasi pemerintah. Gambar 3.3 berikut akan menunjukkan proses komunikasi lima tahap dengan titik integrasi eksplisit untuk partisipasi mikro-influencer di setiap tahap, mulai dari pengembangan kebijakan hingga evaluasi.



Sumber: Olahan Peneliti

Gambar 3.3. Alur Komunikasi Publik Pemerintah dengan Integrasi Micro-Influencer

Visualisasi menampilkan aliran proses linear lima tahap, dengan setiap tahap divisualisasikan sebagai baris yang berisi tiga kolom: **Proses Pemerintah** (apa yang dilakukan pemerintah), **Integrasi *micro-Influencer*** (bagaimana *micro-influencer* berpartisipasi), dan **Output** (hasil apa yang dihasilkan). Elaborasi lebih lanjut mengenai Alur Proses Komunikasi Publik Pemerintah akan dipaparkan lebih lengkap 53 berikut.

Tabel 3.52. Alur Proses Komunikasi Publik Pemerintah

Tahap	Proses Pemerintahan	Integrasi Mikro-Influencer	Output	Kontrol Kualitas
1. Pengembangan Kebijakan	Menyusun proposal kebijakan; Melakukan analisis dampak; Menyusun strategi komunikasi	Kesempatan konsultasi awal;	Draf kebijakan; Penilaian dampak; Rencana komunikasi	Standar transparansi; Konsultasi inklusif; Integrasi umpan balik
2. Pra-Implementasi	Menyelesaikan kebijakan; Menyiapkan implementasi; Menyusun materi	Masukan dari masyarakat;	Materi yang mudah diakses; Konten edukasi; Saluran umpan balik	Verifikasi akurasi; Pengujian aksesibilitas; Validasi komunitas
3. Peluncuran Kebijakan	Pengumuman resmi; Briefing media; Rilis dokumentasi	Umpan balik strategi komunikasi	Beragam saluran komunikasi; Konten dengan format beragam;	Konsistensi pesan; Akurasi fakta; Jangkauan komunitas

Tahap	Proses Pemerintahan	Integrasi Mikro-Influencer	Output	Kontrol Kualitas
			Keterlibatan interaktif	
4. Implementasi	Melaksanakan kebijakan; Memantau implementasi; Memberikan dukungan	Penerjemahan kebijakan; Edukasi masyarakat; Pengaturan mekanisme umpan balik	Laporan implementasi; Dokumentasi isu; Sumber daya pendukung	Pemantauan kinerja; Responsivitas masalah; Efektivitas dukungan
5. Evaluasi	Menilai hasil; Mengumpulkan umpan balik; Merencanakan penyesuaian	Pengumuman komunitas; Konten penjelasan; Fasilitasi tanya jawab	Laporan evaluasi; Sintesis umpan balik komunitas; Rekomendasi	Validitas data; Keaslian umpan balik; Kelayakan rekomendasi

Sumber: Olahan Peneliti - Desain proses berdasarkan praktik terbaik komunikasi pemerintah dan model tata kelola partisipatif

B. Ekosistem Kelembagaan Untuk Kolaborasi

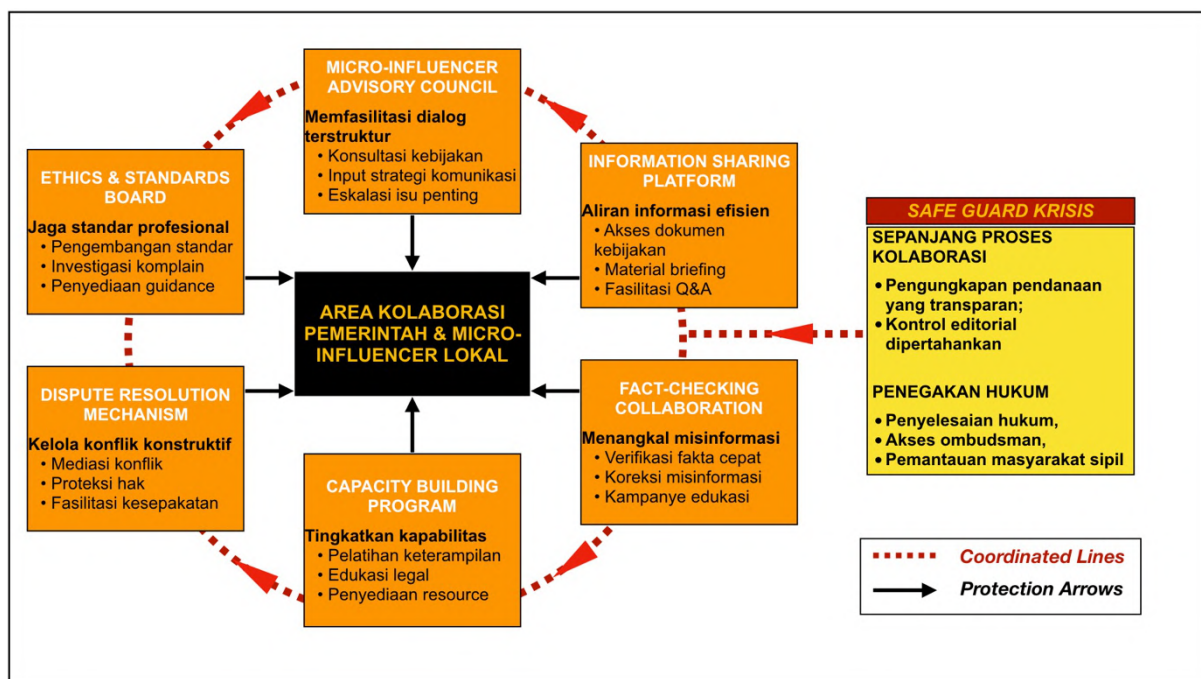
Kolaborasi yang berkelanjutan dan efektif antara pemerintah dan mikro-influencer memerlukan infrastruktur kelembagaan yang kuat, yang tidak hanya memfasilitasi interaksi namun juga mengelola konflik, melindungi independensi, dan memastikan akuntabilitas dari kedua belah pihak. Berbeda dengan pengaturan ad-hoc atau informal yang rentan terhadap ketidakseimbangan kekuasaan dan keputusan sewenang-wenang, kerangka kerja yang dilembagakan memberikan prediktabilitas, proses hukum, dan mekanisme penyelesaian perselisihan yang penting untuk kolaborasi jangka panjang (Ansell & Gash, 2018; Emerson & Nabatchi, 2015).

Desain kelembagaan untuk kolaborasi pemerintah-mikro-influencer harus mengatasi ketegangan kompleks antara struktur dan fleksibilitas, formalisasi dan kemampuan beradaptasi. Struktur yang terlalu kaku dapat menghambat inovasi dan daya tanggap yang menjadi kekuatan mikro-influencer, sementara pengaturan yang terlalu informal dapat menciptakan peluang untuk kooptasi atau manipulasi (Fung & Wright, 2003; Sørensen & Torfing, 2021). Oleh karena itu, kerangka kelembagaan yang optimal menggabungkan mekanisme formal yang memberikan stabilitas dan legitimasi dengan proses fleksibel yang mengakomodasi keragaman dan inovasi dalam praktik mikro-influencer.

Pembelajaran dari pengalaman tata kelola multi-stakeholder secara global, khususnya dalam konteks seperti penganggaran partisipatif di Brasil, majelis warga di Irlandia, dan pengaturan tata kelola bersama di Selandia Baru, menunjukkan bahwa kerangka kelembagaan yang sukses memiliki karakteristik yang sama: mandat yang jelas, keterwakilan yang beragam, proses yang transparan, sumber daya yang memadai, dan otoritas pengambilan keputusan yang bermakna (Fung, 2015; OECD, 2020). Dalam konteks Indonesia, pengaturan kelembagaan juga

harus mempertimbangkan faktor budaya seperti tradisi musyawarah, kecenderungan hierarki dalam birokrasi pemerintahan, dan pentingnya hubungan pribadi dalam membangun kepercayaan (Antlöv et al., 2016).

Kolaborasi berkelanjutan antara pemerintah dan *micro-influencer* membutuhkan infrastruktur kelembagaan yang memfasilitasi interaksi, mengelola konflik, dan melindungi independensi. Gambar 3.4. memvisualisasikan enam mekanisme kelembagaan yang secara kolektif menciptakan ekosistem yang mendukung hubungan pemerintah-mikro-influencer yang produktif.



Sumber: Olahan Peneliti

Gambar 3.4. Ekosistem Kelembagaan untuk Kolaborasi

Gambar 6 yang menampilkan enam kartu institusional berwarna oranye, masing-masing mewakili mekanisme institusional yang berbeda: (1) **Dewan Penasihat Mikro-Influencer** untuk dialog terstruktur, (2) **Platform Berbagi Informasi** untuk aliran informasi yang efisien, (3) **Kolaborasi Pemeriksaan Fakta** untuk memerangi misinformasi, (4) **Program Peningkatan Kapasitas** untuk meningkatkan kapabilitas, (5) **Mekanisme Penyelesaian Sengketa** untuk mengelola konflik, dan (6) **Dewan Etika & Standar** untuk mempertahankan standar profesional. Setiap kartu menentukan tujuan, fungsi utama, dan perlindungan implisit. Pengaturan menunjukkan bahwa mekanisme beroperasi secara paralel daripada hierarkis, secara kolektif

menciptakan ekosistem institusional yang kuat. **Kotak perlindungan kuning (*Safe Guard Crisis*)** di samping menekankan perlindungan penting yang penting untuk menjaga independensi mikro-influencer: tidak ada sensor, independensi editorial, perlindungan suara kritis, tidak ada pembalasan, partisipasi sukarela, dan pendanaan transparan.

Tabel 3.52 menyajikan enam mekanisme kelembagaan yang secara kolektif menciptakan ekosistem yang mendukung kolaborasi pemerintah-mikro-influencer, yang masing-masing memiliki tujuan berbeda, persyaratan komposisi, fungsi inti, dan perlindungan bawaan untuk melindungi independensi mikro-influencer sekaligus memungkinkan keterlibatan pemerintah yang produktif. Penjelasan kelembagaan terkait tujuan, komposisi, fungsi, dan jaminan pengamanan (*Safeguard*) akan dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 3.53. Kerangka Kelembagaan untuk Kolaborasi Pemerintah-Influencer Mikro

Lembaga/ Mekanisme	Tujuan	Komposisi	Fungsi	Jaminan Pengamanan (<i>Safeguard</i>)
Dewan Penasihat Mikro-Influencer	Memfasilitasi dialog terstruktur	15-20 mikro-influencer (bergiliran); Pejabat komunikasi pemerintah; Pengamat masyarakat sipil	Konsultasi kebijakan; Masukan strategi komunikasi; Eskalasi masalah	Pemeliharaan independensi; Keanggotaan bergilir; Transparansi publik
Platform Berbagi Informasi	Memungkinkan arus informasi yang efisien	Platform digital; Sumber pemerintah terverifikasi; Mikro-influencer terdaftar	Akses dokumen kebijakan; Materi pengarah; Fasilitas tanya jawab	Akses terbuka; Tanpa sensor; Opsi enkripsi
Kolaborasi Pemeriksa Fakta	Memerangi misinformasi	Organisasi pemeriksa fakta; Pakar pemerintah; Jaringan mikro-influencer	Verifikasi fakta cepat; Koreksi misinformasi; Kampanye edukasi	Pemeriksa fakta independen; Metodologi transparan; Proses banding
Program Peningkatan Kapasitas	Meningkatkan kemampuan mikro-influencer	Lembaga pelatihan; Asosiasi profesi; Dukungan pemerintah	Pelatihan keterampilan; Pendidikan hukum; Penyediaan sumber daya	Tanpa persyaratan ideologis; Partisipasi sukarela; Kurikulum yang beragam
Mekanisme Penyelesaian Sengketa	Menangani konflik secara konstruktif	Mediator independen; Pakar hukum; Perwakilan masyarakat sipil	Mediasi konflik; Perlindungan hak; Fasilitas kesepakatan	Jaminan independensi; Proses yang adil; Rekomendasi yang mengikat
Dewan Etika dan Standar	Menjaga standar profesional	Pakar etika; Profesional jurnalisme; Perwakilan masyarakat	Pengembangan standar; Investigasi pengaduan; Penyediaan panduan	Otonomi profesional; Akuntabilitas rekan sejawat; Proses hukum

Sumber: Olahan Peneliti - Institutional design based on multi-stakeholder governance models dan participatory frameworks

Kerangka kelembagaan terdiri dari enam mekanisme pelengkap yang membahas berbagai aspek hubungan pemerintah-mikro-influencer:

Dewan Penasihat Mikro-Influencer berfungsi sebagai forum utama untuk dialog terstruktur antara komunitas mikro-influencer dan pejabat komunikasi pemerintah. Dengan komposisi 15-20 mikro-influencer secara bergilir, dewan memastikan perspektif baru dan mencegah elite capture, sementara kehadiran pengamat masyarakat sipil memberikan lapisan akuntabilitas tambahan (Fung & Wright, 2003). Fungsi dewan meliputi konsultasi kebijakan pada tahap draf, masukan terhadap strategi komunikasi, dan mekanisme eskalasi untuk isu-isu mendesak. Pengamanan kritis adalah keanggotaan bergilir yang mencegah status orang dalam permanen dan transparansi publik dalam proses dewan yang memungkinkan pengawasan masyarakat.

Platform Berbagi Informasi mengatasi tantangan mendasar dalam kolaborasi pemerintah-mikro-influencer: asimetri informasi. Platform digital dengan sumber pemerintah terverifikasi dan mikro-influencer terdaftar memungkinkan akses dokumen yang efisien, distribusi materi pengarahan, dan fasilitasi tanya jawab tanpa memerlukan pertemuan tatap muka untuk setiap permintaan informasi (Bertot et al., 2010). Prinsip akses terbuka memastikan partisipasi tidak terbatas pada individu tertentu, tanpa sensor menjamin kebebasan editorial, dan opsi enkripsi melindungi komunikasi sensitif ketika diperlukan.

Kolaborasi Pemeriksa Fakta mengakui peran penting mikro-influencer dalam memerangi misinformasi sekaligus memastikan bahwa pemeriksaan fakta itu sendiri tidak menjadi alat untuk menekan kritik yang sah (Graves, 2016; R. Nielsen & Graves, 2017). Organisasi pemeriksa fakta independen berfungsi sebagai penengah netral, pakar pemerintah memberikan klarifikasi teknis, dan jaringan mikro-influencer memungkinkan penyebaran informasi terverifikasi secara cepat. Metodologi dan proses banding yang transparan melindungi dari potensi penyalahgunaan mekanisme pemeriksaan fakta untuk tujuan politik.

Program Peningkatan Kapasitas mengatasi asimetri sumber daya yang dapat membatasi efektivitas mikro-influencer dalam terlibat dengan isu kebijakan yang kompleks atau menghadapi tantangan hukum (Gaventa & Barrett, 2012). Pelatihan etika jurnalisme, metodologi pemeriksaan fakta, dan hak hukum memberdayakan mikro-influencer untuk beroperasi lebih profesional tanpa mengorbankan independensi. Pengamanan kritis adalah tidak adanya persyaratan ideologis untuk partisipasi dan sifat sukarela yang memastikan pemerintah tidak dapat menggunakan akses pelatihan sebagai daya ungkit untuk kesesuaian.

Mekanisme Penyelesaian Sengketa menyediakan alternatif litigasi adversarial untuk mengatasi konflik yang tak terelakkan muncul dalam interaksi pemerintah-mikro-influencer (Moore, 2014). Mediator independen, pakar hukum, dan perwakilan masyarakat sipil memastikan proses yang seimbang, sementara rekomendasi yang mengikat menciptakan insentif untuk partisipasi dengan itikad baik. Mekanisme ini khususnya penting untuk melindungi mikro-influencer dari potensi pembalasan pemerintah, sementara juga menyediakan jalan keluar bagi pemerintah ketika perilaku mikro-influencer melewati batas etika.

Dewan Etika dan Standar membahas kebutuhan akan standar profesional tanpa memaksakan kendali pemerintah (Ward, 2018). Pengembangan etika yang digerakkan oleh rekan sejawat memastikan standar mencerminkan nilai-nilai komunitas mikro-influencer, bukan preferensi pemerintah, sementara proses hukum dalam investigasi pengaduan melindungi individu dari sanksi sewenang-wenang. Dewan menjalankan fungsi legitimasi yang penting, menunjukkan bahwa komunitas mikro-influencer berkomitmen pada perilaku profesional tanpa memerlukan regulasi pemerintah. Secara kolektif, keenam mekanisme ini menciptakan ekosistem kelembagaan yang memungkinkan kolaborasi produktif sekaligus melindungi independensi esensial yang menjadikan mikro-influencer efektif sebagai aktor Fifth Estate.

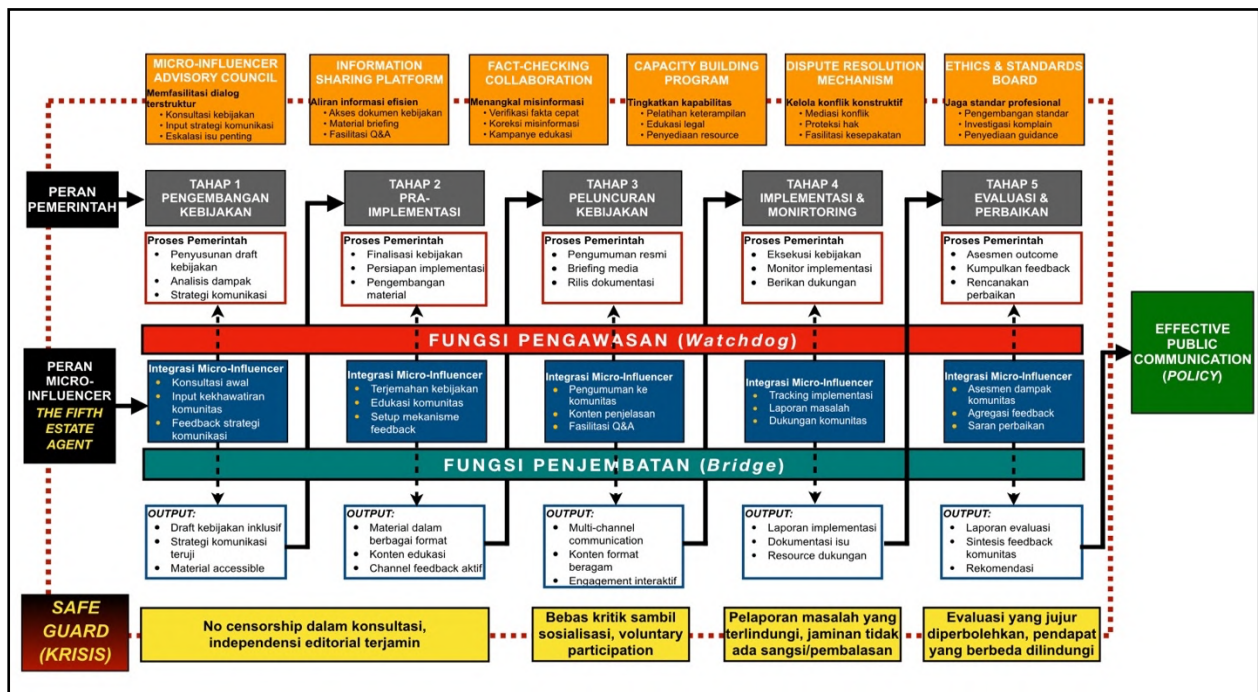
3.7.3 Konstruksi Model Konseptual Komunikasi Publik Pemerintah Berbasis Micro-Influencer

Integrasi micro-influencer ke dalam ekosistem komunikasi publik pemerintah Indonesia memerlukan model operasional yang menerjemahkan kerangka konseptual PCM-LIFEA ke dalam mekanisme implementasi yang konkret. Sementara model PCM-LIFEA (Public Communication based on Micro-Influencer: Local Influence for Fifth Estate Advancement) yang telah dikonstruksi pada bagian 3.6 memberikan pemahaman komprehensif tentang lima lapisan ekosistem komunikasi berbasis micro-influencer—mulai dari Individual Agent Foundation hingga Democratic Accountability Layer—bagian ini mengoperasionalisasikan model tersebut ke dalam alur kerja pemerintah yang aplikatif dan terukur.

Model konseptual yang dikembangkan merespons tantangan fundamental dalam komunikasi publik pemerintah Indonesia kontemporer yang telah diidentifikasi pada Bab I: lemahnya strategi komunikasi publik yang memicu kontroversi kebijakan, rendahnya kepercayaan publik terhadap komunikasi pemerintah (75,3% penilaian negatif terhadap Kepala Kantor

Komunikasi Kepresidenan), dan ineftivitas komunikasi yang bersifat reaktif dan kurang proaktif (Fika, 2025; Rosyidi, 2025). Di satu sisi, pemerintah membutuhkan saluran komunikasi yang lebih efektif, responsif, dan mampu menjangkau segmen masyarakat yang tidak terlayani oleh media mainstream; di sisi lain, demokrasi yang sehat memerlukan ruang bagi suara-suara independen yang dapat mengkritisi kebijakan dan memantau kinerja pemerintah tanpa tekanan atau kooptasi (Flew & Iosifidis, 2020; Vrydagh et al., 2023). Model ini dirancang untuk memungkinkan kedua fungsi beroperasi secara simultan melalui mekanisme kelembagaan yang melindungi independensi micro-influencer sambil memfasilitasi kolaborasi produktif dengan institusi pemerintah.

Konstruksi model operasional ini mengintegrasikan pembelajaran dari literatur terkini tentang collaborative governance (Ansell & Gash, 2018; Sørensen & Torfing, 2021), *participatory communication frameworks* (Carpentier & Downing, 2018), dan *digital democracy practices* (Chadwick, 2017; Van Dijck et al., 2019). Model ini secara khusus mengadaptasi prinsip-prinsip co-governance dan multi-stakeholder engagement yang telah terbukti efektif dalam konteks tata kelola partisipatif global, dengan kontekstualisasi terhadap karakteristik budaya Indonesia seperti tradisi musyawarah dan gotong royong yang menjadi modal sosial penting dalam implementasi komunikasi berbasis komunitas (Antlöv et al., 2016; Congge et al., 2023).



Sumber: Olahan Peneliti

Gambar 3.5. Model Konseptual Komunikasi Publik Pemerintah Berbasis Micro-Influencer

Gambar 3.5. memvisualisasikan operasionalisasi model PCM-LIFEA ke dalam alur komunikasi publik pemerintah yang terintegrasi dengan partisipasi micro-influencer di setiap tahapan siklus kebijakan. Model ini menunjukkan bahwa keterlibatan micro-influencer bukan sekadar pada fase diseminasi informasi—yang merupakan pendekatan komunikasi pemerintah konvensional—melainkan dimulai sejak tahap pengembangan kebijakan hingga evaluasi, menciptakan loop komunikasi yang berkelanjutan dan partisipatif yang selaras dengan prinsip deliberative democracy (Habermas, 2022).

1. Koneksi dengan Lima Lapisan PCM-LIFEA

Model operasional ini secara eksplisit mengoperasionalkan kelima lapisan PCM-LIFEA dalam konteks alur kerja pemerintah:

- **Lapisan 1 (Individual Agent Foundation)** diaktifkan melalui seleksi dan pengembangan kapasitas micro-influencer yang memiliki karakteristik fundamental: identitas autentik, kompetensi komunikasi, orientasi komunitas, kesadaran kritis, dan kapasitas ketahanan yang telah diidentifikasi pada Tabel 44.
- **Lapisan 2 (Digital Platform Infrastructure)** difasilitasi melalui Information Sharing Platform yang menyediakan aksesibilitas algoritma, moderasi konten yang fair, dan opsi monetisasi yang mempertimbangkan keberlanjutan, sebagaimana dianalisis pada Tabel 45.
- **Lapisan 3 (Community Network Dynamics)** diaktifkan melalui mekanisme konsultasi publik dan feedback komunitas yang membangun trust networks, knowledge commons, dan action networks yang telah dijabarkan pada Tabel 46.
- **Lapisan 4 (Institutional Interface Layer)** diwujudkan melalui keseluruhan kerangka kelembagaan—Advisory Council, Fact-Checking Collaboration, Capacity Building Program, Dispute Resolution Mechanism, dan Ethics & Standards Board—yang mengelola hubungan pemerintah-micro-influencer sebagaimana dianalisis pada Tabel 47 dan 54.
- **Lapisan 5 (Democratic Accountability Infrastructure)** ditegakkan melalui safeguard mechanisms yang memastikan akurasi informasi, standar etika, nilai-nilai demokrasi, responsivitas komunitas, dan akuntabilitas kekuasaan, seperti yang diurai pada Tabel 48.

2. Struktur Lima Tahap dengan Fungsi Ganda

Model operasional terdiri dari lima tahap utama yang dijalankan secara sekuensial namun iteratif, dengan setiap tahap memiliki dua jalur paralel yang mencerminkan fungsi ganda micro-influencer. Pendekatan dual-function ini mengadopsi konsep boundary spanning dalam organizational theory yang memungkinkan aktor menjalankan peran jamak tanpa konflik fundamental (Fuhse, 2023; Williams, 2012), sekaligus mengakui ketegangan produktif antara collaboration dan critical distance yang esensial dalam democratic oversight (Flew & Iosifidis, 2020).

Tahap 1: Pengembangan Kebijakan

Pada tahap awal ini, pemerintah menyusun draft kebijakan, melakukan analisis dampak, dan merancang strategi komunikasi. Integrasi micro-influencer dimulai melalui **Fungsi Jembatan** berupa konsultasi awal melalui Micro-Influencer Advisory Council dan input representasi komunitas untuk memastikan kebijakan mempertimbangkan perspektif grassroots. Mekanisme ini mengoperasionalkan prinsip participatory policy-making yang telah terbukti meningkatkan kualitas kebijakan dan legitimasi implementasi (Fung, 2015; OECD, 2020).

Secara simultan, **Fungsi Pengawasan** tetap aktif melalui independensi editorial yang terjamin, memungkinkan micro-influencer memberikan feedback kritis tanpa sensor. Ini mencerminkan prinsip The Fifth Estate di mana pengawasan sosial dimulai sejak tahap formulasi kebijakan, bukan hanya pada fase implementasi (Dutton, 2023). Output tahap ini adalah draft kebijakan inklusif, strategi komunikasi tervalidasi, dan materi yang accessible untuk berbagai segmen masyarakat—mencerminkan integrasi deliberative input dalam policy design (Carpentier & Downing, 2018).

Tahap 2: Pra-Implementasi

Pemerintah menfinalisasi kebijakan, mempersiapkan implementasi, dan mengembangkan materi komunikasi. Micro-influencer berkontribusi melalui **Fungsi Jembatan** dengan menerjemahkan kebijakan ke dalam bahasa dan format yang resonan dengan komunitas mereka—memanfaatkan cultural contextualization competence yang telah diidentifikasi pada bagian 3.2—sekaligus mengedukasi masyarakat tentang implikasi praktis kebijakan. Ini mengoperasionalkan fungsi Information Democratization dalam manifestasi The Fifth Estate (bagian 3.4.3).

Fungsi Pengawasan dijalankan melalui tracking implementasi awal dan pelaporan masalah yang muncul dari perspektif komunitas. Mekanisme feedback disiapkan untuk

menangkap respons masyarakat secara *real-time*, mencerminkan prinsip *responsive governance* (Sørensen & Torfing, 2021). Output berupa materi dalam berbagai format, konten edukatif yang *contextualized*, dan *channel feedback* aktif yang memfasilitasi *two-way communication* alih-alih one-way broadcasting.

Tahap 3: Peluncuran Kebijakan

Fase peluncuran melibatkan pengumuman resmi, briefing media, dan rilis dokumentasi. Di sini micro-influencer menjalankan **Fungsi Jembatan** dengan menjadi pengeras suara komunitas dalam pengumuman kebijakan, menjelaskan konten melalui *storytelling* yang *relatable*—memanfaatkan *authentic narrative* dan *vulnerability sharing* yang telah dianalisis pada Tabel 11—dan memfasilitasi Q&A interaktif yang tidak dapat dilakukan melalui channel komunikasi formal. Pendekatan ini mengoptimalkan *superior engagement rates* (6.5% vs <3% untuk *macro-influencer*) yang telah diidentifikasi pada bagian 3.2.1.

Fungsi Pengawasan tetap aktif melalui kebebasan untuk menyajikan perspektif kritis terhadap kebijakan, sosialisasi *voluntary participation* (bukan instruksi *top-down*), dan perlindungan dari pembalasan jika menyuarakan kritik. Ini mencerminkan prinsip critical pluralism dalam democratic communication di mana beragam perspektif, termasuk yang kritis terhadap pemerintah, mendapat ruang ekspresi yang terlindungi (Chadwick, 2017; R. K. Nielsen & Ganter, 2022). Output mencakup *multi-channel communication* yang memanfaatkan *multi-platform strategy* (Tabel 4), konten format beragam, dan engagement interaktif yang memastikan pesan tidak hanya tersebar tapi juga dipahami.

Tahap 4: Implementasi & Monitoring

Saat kebijakan dieksekusi, pemerintah memantau implementasi dan memberikan dukungan teknis. Micro-influencer menjalankan **Fungsi Jembatan** yang sangat krusial dengan menerjemahkan kompleksitas implementasi—memanfaatkan *experiential authority* dan *community validation* yang telah dianalisis pada Tabel 18—mendokumentasikan issue konkret yang dialami masyarakat, dan menyediakan dukungan informasional yang *accessible*. Ini mengoperasionalkan fungsi alternative information pathways yang mengatasi hambatan akses tradisional (Tabel 27).

Fungsi Pengawasan mencapai puncak signifikansinya di tahap ini melalui tracking implementasi kebijakan secara independen, melaporkan masalah struktural atau penyalahgunaan—mencerminkan fungsi Social Surveillance yang telah dianalisis pada bagian

3.4.1—dan mendokumentasikan dampak kebijakan terhadap komunitas. Real-time policy monitoring oleh @dj_donny terhadap kebijakan perbankan (11.1M views, Tabel 21) dan @didilionrich terhadap TAPERA (15.5M views) menunjukkan efektivitas fungsi ini dalam praktik. Output berupa laporan implementasi dari perspektif ganda (pemerintah dan komunitas), dokumentasi isu yang terverifikasi, dan resource dukungan yang responsif terhadap kebutuhan aktual masyarakat.

Tahap 5: Evaluasi & Perbaikan

Fase akhir melibatkan asesmen outcome, pengumpulan feedback, dan perencanaan perbaikan. **Fungsi Jembatan** micro-influencer mencakup agregasi feedback komunitas yang autentik melalui community-based validation mechanisms (Tabel 50) dan sintesis rekomendasi perbaikan berbasis pengalaman grassroots. Ini mengoperasionalkan prinsip participatory evaluation yang memastikan penilaian kebijakan mencerminkan dampak aktual pada komunitas, bukan hanya metrik formal (Emerson & Nabatchi, 2015).

Fungsi Pengawasan diwujudkan melalui evaluasi yang jujur dan independen, saran perbaikan yang dapat berbeda dari narasi pemerintah, dan pendapat yang dilindungi meskipun kritis—mencerminkan fungsi Democratic Accountability Infrastructure (Lapisan 5 PCM-LIFEA). Output adalah laporan evaluasi komprehensif, sintesis feedback komunitas yang genuine, dan rekomendasi kebijakan yang mencerminkan kebutuhan aktual masyarakat, yang dapat menjadi input bagi siklus kebijakan berikutnya.

3. Mekanisme Safeguard Kritis: Operasionalisasi Democratic Accountability

Yang membedakan model ini dari pendekatan komunikasi pemerintah konvensional adalah **kotak ^ kuning** di bagian bawah yang mencantumkan perlindungan fundamental yang harus dijaga di setiap tahap. *Safeguard* ini mengoperasionalkan *Democratic Accountability Layer* (Lapisan 5) dari model PCM-LIFEA dan mencerminkan pembelajaran dari literatur tentang *risks of co-optation* dalam *government-civil society collaboration* (Flew & Iosifidis, 2020; Tapsell, 2020; Vrydagh et al., 2023):

- **No censorship dalam konsultasi, independensi editorial terjamin** - Memastikan input micro-influencer tidak difilter berdasarkan kesesuaian dengan preferensi pemerintah. Ini melindungi fungsi critical voice yang esensial dalam democratic deliberation (Carpentier & Downing, 2018).

- **Bebas kritik sambil sosialisasi, *voluntary participation*** - Partisipasi dalam diseminasi kebijakan tidak mensyaratkan dukungan tanpa kritik. Prinsip ini mengakui bahwa kredibilitas komunikasi justru bergantung pada kebebasan untuk mengekspresikan perbedaan pendapat (Chadwick, 2017).
- **Pelaporan masalah yang terlindungi, jaminan tidak ada sangsi/pembalasan** - Micro-influencer yang melaporkan masalah implementasi atau mengkritik kebijakan dilindungi dari retaliasi. Ini mengoperasionalkan prinsip whistleblower protection yang esensial dalam akuntabilitas demokratis (Ward, 2018).
- **Evaluasi yang jujur diperbolehkan, pendapat yang berbeda dilindungi** - Perbedaan pendapat dalam evaluasi kebijakan tidak hanya ditoleransi tetapi dilindungi sebagai kontribusi demokratis. Safeguard ini mencerminkan prinsip deliberative pluralism (Habermas, 2022).

4. Dual Track System: Operasionalisasi Ketegangan Produktif

Visualisasi menunjukkan dua track paralel yang berjalan di setiap tahap: track merah bertuliskan "**FUNGSI PENGAWASAN (Watchdog)**" yang menekankan peran micro-influencer sebagai pengawas independen, dan track hijau bertuliskan "**FUNGSI PENJEMBATAN (Bridge)**" yang menunjukkan peran mereka sebagai fasilitator komunikasi pemerintah-publik. Dual track ini bukan trade-off melainkan komplementer—efektivitas fungsi jembatan justru bergantung pada kredibilitas yang diperoleh melalui independensi fungsi pengawasan.

Konsep dual-function ini mengadopsi prinsip "productive tension" dalam democratic governance di mana kolaborasi dan kritik tidak saling meniadakan melainkan saling memperkuat (Ansell & Gash, 2018; Bussu et al., 2022). Dalam konteks micro-influencer Indonesia, data empiris menunjukkan bahwa creator yang mempertahankan independent critical voice justru memiliki tingkat kepercayaan komunitas yang lebih tinggi (Tabel 11, 12, 13), yang pada gilirannya meningkatkan efektivitas mereka sebagai communicator bahkan untuk pesan pemerintah. Micro-influencer yang kehilangan independensi kritis mengalami penurunan trust-building capacity (Tabel 20) yang merusak efektivitas komunikasi mereka secara keseluruhan.

5. Infrastruktur Kelembagaan: Operasionalisasi Institutional Interface Layer

Model operasional ini didukung oleh enam mekanisme kelembagaan yang divisualisasikan dalam kotak oranye di bagian atas, yang secara kolektif mengoperasionalkan Institutional Interface Layer (Lapisan 4) dari model PCM-LIFEA:

1. **Micro-Influencer Advisory Council** - Memfasilitasi dialog terstruktur dengan komposisi 15-20 micro-influencer bergiliran untuk konsultasi kebijakan dan input strategi komunikasi, dengan safeguard pemeliharaan independensi dan transparansi publik. Mekanisme ini mengadopsi prinsip deliberative mini-publics yang telah terbukti efektif dalam tata kelola partisipatif (OECD, 2020; Smith, 2009).
2. **Information Sharing Platform** - Menyediakan akses dokumen kebijakan, materi briefing, dan fasilitasi Q&A dengan prinsip akses terbuka, tanpa sensor, dan opsi enkripsi. Platform ini mengoperasionalkan prinsip transparency dan information symmetry yang esensial dalam collaborative governance (Bertot et al., 2010; Sørensen & Torfing, 2021).
3. **Fact-Checking Collaboration** - Koordinasi antara organisasi fact-checker independen, pakar pemerintah, dan jaringan micro-influencer untuk verifikasi fakta cepat, koreksi misinformasi, dan kampanye edukasi. Ini mengoperasionalkan fungsi information accuracy dalam Democratic Accountability Layer dengan safeguard independent fact-checkers dan transparent methodology (Graves, 2016; R. Nielsen & Graves, 2017).
4. **Capacity Building Program** - Pelatihan keterampilan, pendidikan hukum, dan penyediaan sumber daya dengan safeguard tanpa persyaratan ideologis, partisipasi sukarela, dan kurikulum yang beragam. Program ini mengatasi resource constraints yang telah diidentifikasi pada Tabel 30 sambil memproteksi independensi melalui non-ideological requirement (Gaventa & Barrett, 2012).
5. **Dispute Resolution Mechanism** - Mediasi konflik dengan mediator independen, pakar hukum, dan perwakilan civil society untuk menangani konflik secara konstruktif dengan safeguard jaminan independensi, proses yang adil, dan rekomendasi yang mengikat. Mekanisme ini menyediakan alternatif adversarial litigation yang dapat mempercepat resolusi dan mempertahankan working relationships (Moore, 2014).
6. **Ethics & Standards Board** - Pengembangan standar profesional, investigasi pengaduan, dan penyediaan panduan dengan safeguard otonomi profesional, akuntabilitas peer, dan due process. Board ini menjalankan fungsi legitimasi dengan menunjukkan bahwa

komunitas micro-influencer berkomitmen pada perilaku profesional tanpa memerlukan regulasi pemerintah yang dapat mengkompromikan independensi (Ward, 2018).

6. Output Terintegrasi: Menuju POLILOG

Setiap tahap menghasilkan output spesifik yang tercantum dalam kotak biru di bagian bawah. Yang krusial, output ini mencerminkan kontribusi dari kedua fungsi: misalnya, pada tahap peluncuran, output "konten format beragam" berasal dari fungsi jembatan yang memanfaatkan multi-platform strategy (Tabel 4), sementara "engagement interaktif" memungkinkan fungsi pengawasan melalui dialog dua arah yang genuine. Akumulasi output dari kelima tahap menghasilkan outcome akhir yang tercantum di sisi kanan: **"EFFECTIVE PUBLIC COMMUNICATION (POLILOG)"**.

Konsep POLILOG—plural dialog atau dialog yang melibatkan multiple voices—merekpresentasikan evolusi dari model komunikasi publik pemerintah konvensional yang bersifat monolog (one-way broadcasting) menuju democratic communication yang genuine (Carpentier & Downing, 2018; Habermas, 2022). Komunikasi publik yang efektif bukan dalam pengertian one-way broadcasting yang efisien dalam menyebarkan pesan pemerintah, melainkan dalam makna dialog plural yang demokratis, inklusif, dan akuntabel di mana beragam perspektif—termasuk yang kritis terhadap pemerintah—mendapat ruang ekspresi dan pertimbangan serius dalam siklus membuat kebijakan.

Model ini mengakui bahwa komunikasi publik yang efektif di era digital tidak dapat dicapai melalui control informasi atau manipulasi narasi, melainkan melalui keterlibatan autentik dengan beragam suara dalam masyarakat, termasuk suara-suara kritis yang dapat memperkuat akuntabilitas dan responsivitas pemerintah (Chadwick, 2017; van Dijck, 2024; Vrydagh et al., 2023). Dengan melindungi independensi micro-influencer melalui robust safeguard mechanisms sambil memfasilitasi kolaborasi produktif melalui institutional infrastructure, model ini menawarkan jalur menuju komunikasi pemerintah yang lebih demokratis, responsif, dan efektif dalam konteks Indonesia kontemporer—menjawab permasalahan komunikasi publik pemerintah yang telah diidentifikasi pada Bab I sambil memperkuat democratic accountability yang esensial bagi konsolidasi demokrasi Indonesia.

3.8 Ringkasan Temuan dan Jawaban Rumusan Masalah

Penelitian ini telah menghasilkan temuan komprehensif yang menjawab ketiga rumusan masalah melalui kombinasi observasi sistematis terhadap 10 akun TikTok micro-influencer lokal, wawancara mendalam dengan 5 informan kunci, dan analisis cross-platform terhadap pola komunikasi, keterlibatan komunitas, dan interaksi kelembagaan. Bagian ini menyintesis temuan-temuan utama yang tersebar dalam berbagai sub-bagian BAB III ke dalam jawaban eksplisit untuk setiap rumusan masalah, sekaligus menunjukkan keterhubungan antara ketiga jawaban tersebut dalam membentuk pemahaman holistik tentang peran micro-influencer dalam ekosistem komunikasi publik Indonesia.

3.8.1 Mekanisme Trust-Building Micro-Influencer dalam Komunikasi Publik Berbasis Komunitas

Rumusan masalah pertama—"Bagaimana micro-influencer lokal di Indonesia membangun komunikasi publik berbasis kepercayaan komunitas?"—dijawab melalui identifikasi dan analisis empat mekanisme fundamental yang secara konsisten digunakan oleh *micro-influencer* lokal dalam membangun dan memelihara kepercayaan komunitas.

Pertama, *micro-influencer* mengembangkan **strategi trust-building yang sophisticated** dalam ekosistem digital melalui empat pendekatan utama yang saling memperkuat. Keaslian naratif dan vulnerability sharing menjadi fondasi kepercayaan, di mana *micro-influencer* secara konsisten menggunakan pengalaman pribadi dan berbagi kerentanan sebagai mekanisme utama untuk membangun kredibilitas dan hubungan emosional dengan audiens. Data menunjukkan bahwa pendekatan ini sangat efektif: strategi pengungkapan kesehatan mental @adziqaammara_ menghasilkan peningkatan 45% dalam penyebutan pencarian terapi dan pembentukan jaringan dukungan yang mandiri. Komunikasi responsif dengan tingkat respons 58-73% dan waktu respons 2-4 jam di waktu puncak menciptakan pola komunikasi dialogis yang kontras dengan tingkat respons media *mainstream* <5%. Konsistensi dalam tema konten (87-94%), frekuensi posting (>85%), dan penyelarasan nilai menciptakan *reliability-based trust* di mana prediktabilitas perilaku menjadi landasan hubungan jangka panjang. Transparansi positioning dan bias acknowledgment, termasuk pengakuan keterbatasan pengetahuan dan pengungkapan konflik kepentingan, justru meningkatkan kepercayaan dengan 78% konten menyertakan sitasi sumber dan 100% konten bersponsor diungkapkan secara transparan.

Kedua, micro-influencer berhasil mengkonstruksi *intimacy dan parasocial relationships* yang berkelanjutan melalui pengelolaan sophisticated terhadap emotional labor dan boundary management. Digital *intimacy creation* melalui *vulnerability sharing* yang strategis, integrasi kehidupan sehari-hari (78% creator berbagi behind-the-scenes), dan respons krisis yang mutual menciptakan hubungan dua arah di mana kreator tidak hanya memberikan dukungan emosional namun juga menerima validasi dari komunitas. Manajemen batasan komunitas yang efektif—memisahkan privasi personal dari konten profesional, menetapkan standar interaksi yang respectful, dan menciptakan *safe spaces*—menghasilkan tingkat toksisitas komunitas yang jauh lebih rendah (12%) dibandingkan akun macro-influencer (34%), menunjukkan efektivitas strategi *boundary management* dalam memelihara kualitas interaksi komunitas.

Ketiga, micro-influencer mengembangkan **mekanisme validasi dan kredibilitas alternatif** yang beroperasi di luar struktur gatekeeping tradisional. Jaringan dukungan peer endorsement dengan 67% referensi sesama creator dan kolaborasi dengan pakar tradisional menciptakan distributed credibility networks yang lebih robust daripada validasi institusional tunggal. Otoritas eksperiensial berbasis pengalaman hidup—*geographic/local authority* (@afutami), identity-based authority (@adziqaammara_, @ivorycalistacory), professional experience authority (@virdianaurello, @virdindach_), dan cultural knowledge authority (@firufd)—divalidasi melalui resonansi komunitas dan efektivitas praktis, menciptakan "*relatable expertise*" di mana kredibilitas berasal dari pengalaman bersama alih-alih kredensial superior.

Keempat, komunitas micro-influencer mengembangkan **sistem akuntabilitas berbasis komunitas** yang sophisticated dengan standar yang dikembangkan secara partisipatif dan mekanisme penegakan yang peer-driven. Ekspektasi *fact-checking* (78% komunitas), persyaratan sitasi sumber (67%), dan norma koreksi kesalahan (89%) ditegakkan melalui perilaku peer fact-checking dan permintaan koreksi komunitas. Mekanisme *trust repair* yang efektif—dari koreksi publik untuk kesalahan informasi hingga recommitmen konsistensi untuk ketidakkonsistenan—menunjukkan resiliensi hubungan yang dapat menghadapi tantangan tanpa kehancuran kepercayaan fundamental.

Secara kolektif, keempat mekanisme ini menciptakan ekosistem kepercayaan yang sustainable, di mana kepercayaan tidak dibangun melalui otoritas institusional atau status selebriti, melainkan melalui *authentic engagement*, *demonstrated values*, dan *sustained community*

relationships yang mencerminkan konsep "kepercayaan komunitas" yang berakar pada tradisi gotong royong dan modal sosial Indonesia.

3.8.2 Manifestasi The Fifth Estate dalam Praktek Komunikasi Digital

Rumusan masalah kedua—"Bagaimana peran *micro-influencer* lokal sebagai manifestasi *The Fifth Estate* dalam memperkuat ruang publik digital?"—dijawab melalui identifikasi tiga fungsi inti *The Fifth Estate* yang secara konsisten didemonstrasikan oleh *micro-influencer* lokal, bersama dengan analisis terhadap limitasi struktural yang mempengaruhi efektivitas fungsi-fungsi tersebut.

Pertama, *micro-influencer* menjalankan **fungsi pengawasan sosial (*social surveillance*)** yang sophisticated melalui tiga mekanisme utama. Pemantauan kebijakan real-time menunjukkan kapasitas luar biasa untuk analisis cepat yang sering mendahului liputan media mainstream: analisis RUU TNI oleh *multiple micro-influencer* mencapai 5M+ *views* dalam 3 hari pertama sebelum media *mainstream* memberikan *coverage* mendalam; respons @dj_donny terhadap kebijakan perbankan menghasilkan 11.1M *views* dengan panduan praktis yang tidak tersedia dalam komunikasi resmi pemerintah; dan analisis kritis @didilionrich terhadap TAPERA mencapai 15.5M *views*, membentuk wacana publik tentang kebijakan ekonomi. Akuntabilitas perusahaan melalui ekspos praktik bisnis yang problematic (@ivorycalistacory terhadap eksploitasi vlogger makanan dengan 1.6M *views*), kritik berkelanjutan terhadap industri kelapa sawit (@afutami), dan pemantauan diskriminasi workplace (@virdianaurellio) menunjukkan fungsi watchdog terhadap aktor korporat. Amplifikasi isu sosial yang underrepresented dalam media mainstream—dari destigmatisasi kesehatan mental (peningkatan 45% penyebutan terapi) hingga advokasi kesetaraan gender di *workplace* (peningkatan 67% story sharing)—menunjukkan kapasitas mengidentifikasi dan membingkai isu-isu yang mempengaruhi komunitas terpinggirkan.

Kedua, *micro-influencer* menjalankan **fungsi mobilisasi sipil (*civic mobilization*)** yang efektif melalui tiga bentuk utama. Kampanye kesadaran isu yang menghasilkan perubahan perilaku terukur: kampanye destigmatisasi kesehatan mental mencapai peningkatan 23% dalam pemanfaatan layanan terapi; kampanye literasi konstitusional selama kontroversi RUU TNI mencapai jangkauan gabungan >15 juta dengan peningkatan terukur dalam diskusi konstitusional; dan kampanye aksi lingkungan berkelanjutan menghasilkan pembentukan kelompok aksi dan adopsi perubahan perilaku. Koordinasi aksi *digital-to-offline* yang canggih: pembersihan

lingkungan dengan 200+ peserta lokal dan koordinasi multilokasi (@afutami), pembentukan jaringan dukungan kesehatan mental dengan partisipasi lintas wilayah (@adziqaammara_), dan pengembangan program pelatihan keterampilan digital dengan dampak transformasi UMKM (@virdindach_). Membentuk identitas kolektif berbasis nilai yang menciptakan keterlibatan berkelanjutan: komunitas pelestari lingkungan dengan norma perilaku yang mapan, mendukung kesehatan mental dengan sistem dukungan yang mandiri, dan memperjuangkan kesetaraan gender dengan tekanan perubahan kelembagaan yang berkelanjutan.

Ketiga, *micro-influencer* menjalankan **fungsi demokratisasi informasi** yang krusial melalui dua mekanisme utama. Konstruksi jalur informasi alternatif yang mengatasi hambatan akses tradisional: penerjemahan analisis kebijakan dari bahasa teknis ke bahasa sederhana dengan peningkatan pemahaman 67%; penyederhanaan informasi hukum yang menghasilkan peningkatan konsultasi hukum dan perilaku penegakan hak; demokratisasi pengetahuan teknis dengan *success rate* 94% untuk solusi yang divalidasi komunitas; dan translasi sains lingkungan ke konteks lokal yang relevan. Amplifikasi suara terpinggirkan dan kesetaraan representasi: representasi perempuan profesional dengan pengembangan jaringan dan peningkatan literasi hukum *workplace*; representasi komunitas kesehatan mental dengan peningkatan 23% akses layanan; representasi komunitas keadilan lingkungan dengan pemberdayaan lokal dan pengaruh kebijakan; dan representasi kelompok terdampak kesenjangan digital dengan peningkatan pemberdayaan digital dan inklusi ekonomi.

Namun, manifestasi *The Fifth Estate* ini menghadapi **limitasi dan tantangan struktural** yang signifikan. *Echo chamber effects* dengan indeks keberagaman 0.25-0.52 dan paparan lintas sektor yang terbatas (sangat rendah hingga sedang) menciptakan risiko fragmentasi informasi yang dapat mengurangi kualitas deliberasi demokratis. Keterbatasan sumber daya finansial, teknis, pengetahuan hukum, dan waktu menciptakan tekanan keberlanjutan yang dapat mengancam independensi melalui komersialisasi konten atau mengurangi kapasitas interaksi sipil melalui burnout. Ketergantungan platform dengan variasi jangkauan 30-60% akibat perubahan algoritma yang tidak dapat diprediksi, risiko penekanan konten untuk konten politik, dan ketergantungan pada platform asing menciptakan kerentanan signifikan yang dapat meningkatkan efektivitas komunikasi sipil.

Meskipun demikian, manifestasi *The Fifth Estate* dalam praktik komunikasi digital *micro-influencer* lokal Indonesia menunjukkan kontribusi demokratis yang signifikan dengan kapasitas

pelengkap yang penting bagi institusi demokrasi formal, sambil kendala struktural menyoroti perlunya kerangka kerja kebijakan yang mendukung dan mekanisme perlindungan yang dapat meningkatkan efektivitas sekaligus mengatasi kerentanan keberlanjutan.

3.8.3 Model Konseptual PCM-LIFEA dan Implementasi Operasional

Rumusan masalah ketiga—"Bagaimana model konseptual komunikasi publik pemerintah berbasis *micro-influencer* dapat dikonstruksi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi publik di Indonesia?"—dijawab melalui konstruksi model PCM-LIFEA (*Public Communication based on Micro-Influencer: Local Influence for Fifth Estate Advancement*) yang mengintegrasikan temuan empiris dengan framework teoretis, serta operasionalisasinya ke dalam alur kerja pemerintah yang aplikatif.

Model Konseptual PCM-LIFEA terdiri dari lima lapisan konsentris yang saling berinteraksi, masing-masing dengan komponen, mekanisme, dan hasil yang berbeda namun saling berhubungan:

Lapisan 1: Individual Agent Foundation (pusat model) mencakup lima atribut fundamental yang memungkinkan mikro-influencer berfungsi secara efektif: identitas autentik berdasarkan pengalaman hidup dan akar budaya; kompetensi komunikasi mencakup literasi digital dan kemampuan optimalisasi platform; orientasi komunitas dengan motivasi layanan dan fokus manfaat kolektif; kritis terhadap struktur kekuasaan dan orientasi keadilan sosial kesadaran; serta kemampuan ketahanan melalui stres manajemen dan akses sistem pendukung. Lapisan ini menekankan bahwa karakteristik individu mikro-influencer—bukan hanya skala pengikut—yang menentukan efektivitas komunikasi publik.

Lapisan 2: Infrastruktur Platform Digital mengakui bahwa platform tidak netral melainkan secara aktif membentuk kemungkinan komunikasi melalui lima dimensi: aksesibilitas algoritma dengan persyaratan transparansi dan kebijakan perlindungan konten sipil; moderasi konten dengan persyaratan proses dan kepekaan budaya; opsi monetisasi dengan pertimbangan keberlanjutan konten sipil; kedaulatan data dengan kebijakan lokalisasi dan penegakan privasi; serta fitur komunitas dengan alat tata kelola dan fasilitas keterlibatan. Lapisan ini menyediakan infrastruktur teknis yang memungkinkan sekaligus membatasi.

Lapisan 3: Community Network Dynamics berfokus pada kualitas hubungan dan kapasitas kolektif melalui lima elemen jaringan: trust networks dengan hubungan kepercayaan dua

arah dan akuntabilitas komunitas; knowledge commons dengan shared information resources dan collective wisdom; action networks dengan kapasitas mobilisasi dan mekanisme koordinasi; support systems dengan mutual aid dan emotional support provision; dan community identity dengan shared values dan cultural belonging. Lapisan ini menekankan bahwa efektivitas bergantung pada kekuatan ikatan komunitas.

Lapisan 4: Institutional Interface Layer mengelola interaksi dengan institusi formal melalui lima jenis antarmuka: hubungan pemerintah dengan dinamika akuntabilitas dan kolaborasi; media kemitraan dengan dinamika persaingan yang saling melengkapi; kolaborasi LSM/CSO dengan keselarasan alam dan saling melengkapi sumber daya; integrasi akademik dengan jalur pertukaran pengetahuan; dan keterlibatan korporat dengan mekanisme perlindungan independensi. Lapisan ini menyediakan mekanisme navigasi canggih terhadap struktur formal sambil mempertahankan independensi kritis.

Lapisan 5: Infrastruktur Akuntabilitas Demokratis (lapisan terluar) mencakup sistem secara keseluruhan melalui lima dimensi akuntabilitas: akurasi informasi dengan sistem verifikasi dan protokol koreksi; standar etika dengan persyaratan norma profesional dan transparansi; nilai-nilai demokrasi dengan praktik inklusivitas dan tata kelola partisipatif; tanggung jawab komunitas dengan integrasi umpan balik dan kapasitas adaptif; serta akuntabilitas kekuasaan dengan fungsi monitoring dan kritik kelembagaan. Selanjutnya ini memastikan fungsi demokratis dijalankan dengan integritas.

Lapisan kelima ini beroperasi melalui **dinamika interaksi yang kompleks**: jalur vertikal (Individu ↔ Platform ↔ Komunitas ↔ Institusi), jalur horizontal (kolaborasi dan konflik lintas lapisan), jalur diagonal (interaksi multi-lapis yang kompleks), dan feedback loops (rute melingkar yang menunjukkan mekanisme penguatan). Model mengakui bahwa kerusakan pada satu lapisan dapat membahayakan efektivitas seluruh sistem, sementara penguatan lapisan mana pun dapat menciptakan efek riak positif.

Operasionalisasi ke dalam Alur Kerja Pemerintah menerjemahkan model konsep PCM-LIFEA ke dalam lima tahap sekuensial namun iteratif, dengan setiap tahap memiliki dual-function paralel yang mencerminkan fungsi ganda micro-influencer sebagai jembatan (jembatan komunikasi) dan pengawas (pengawas demokratis):

Tahap 1 (Pengembangan Kebijakan) mengintegrasikan mikro-influencer sejak awal melalui konsultasi dalam Dewan Penasihat (fungsi jembatan) sambil menjamin independensi

editorial untuk umpan balik kritis (fungsi pengawas), menghasilkan rancangan kebijakan inklusif dan strategi komunikasi tervalidasi.

Tahap 2 (Pra-Implementasi) melibatkan penerjemahan kebijakan ke format yang dapat diakses dan edukasi komunitas (jembatan fungsi) sambil melacak implementasi awal dan pelaporan masalah (fungsi pengawas), menghasilkan materi dalam berbagai format dan menyalurkan umpan balik secara aktif.

Tahap 3 (Peluncuran Kebijakan) mengoptimalkan diseminasi multi-platform dengan penyampaian cerita yang relatable (fungsi jembatan) sambil mempertahankan kebebasan menyajikan perspektif kritis (fungsi pengawas), menghasilkan komunikasi multi-saluran dengan keterlibatan interaktif.

Tahap 4 (Implementasi & Monitoring) menyediakan penerjemahan kompleksitas implementasi dan dukungan informasional (fungsi jembatan) sambil melacak independensi dan dokumentasi dampak komunitas (fungsi watchdog), menghasilkan laporan implementasi dari perspektif ganda dan dokumentasi isu terverifikasi.

Tahap 5 (Evaluasi & Perbaikan) mengagregasi feedback autentik dan sintesis rekomendasi berbasis akar rumput (fungsi jembatan) sambil evaluasi independen dan saran yang dapat berbeda dari narasi pemerintah (fungsi watchdog), menghasilkan laporan evaluasi komprehensif dan rekomendasi yang mencerminkan kebutuhan aktual masyarakat.

Model operasional ini didukung oleh **enam mekanisme kelembagaan** yang menciptakan kolaborasi pendukung ekosistem sambil melindungi independensi: Dewan Penasihat Mikro-Influencer untuk dialog terstruktur dengan keanggotaan bergilir; Platform Berbagi Informasi dengan akses terbuka dan tanpa sensor; Kolaborasi Pengecekan Fakta dengan pemeriksa fakta independen; Program Peningkatan Kapasitas dengan partisipasi sukarela dan kurikulum yang beragam; Mekanisme Penyelesaian Sengketa melalui mediasi independen dan rekomendasi yang mengikat; serta Dewan Etika & Standar dengan akuntabilitas sejawat dan proses hukum.

Yang krusial, model operasional dilindungi oleh **mekanisme *safeguard*** yang harus dijaga di setiap tahap: no censorship dalam konsultasi dengan independensi editorial terjamin; bebas kritik sambil sosialisasi dengan partisipasi sukarela; pelaporan masalah yang dilindungi dengan jaminan tidak ada sanksi/pembalasan; serta evaluasi yang jujur diperbolehkan dengan pendapat yang berbeda dilindungi. Safeguards ini mengoperasionalkan Lapisan Akuntabilitas Demokratis dan mencegah kooptasi yang dapat merusak fungsi Fifth Estate.

Akumulasi dari tahap kelima dengan dual-fungsi ini menghasilkan hasil akhir: **POLILOG (Plural Dialog)**—komunikasi publik yang efektif bukan dalam pengertian penyiaran satu arah yang efisien, melainkan dialog plural yang demokratis, inklusif, dan akuntabel di mana beragam perspektif termasuk yang kritis mendapat ruang ekspresi dan pertimbangan serius dalam siklus pengambilan kebijakan. Model ini menawarkan jalur menuju komunikasi pemerintah yang lebih demokratis, responsif, dan efektif dalam konteks Indonesia kontemporer, menjawab permasalahan komunikasi publik pemerintah yang telah diidentifikasi pada Bab I sambil memperkuat akuntabilitas demokrasi yang penting bagi konsolidasi demokrasi Indonesia.

3.8.4 Integrasi Temuan: Keterhubungan Jawaban Rumusan Masalah

Ketiga jawaban rumusan masalah di atas tidak beroperasi secara terpisah melainkan membentuk sistem yang terintegrasi dan saling memperkuat dalam ekosistem komunikasi publik demokratis.

Mekanisme trust-building (jawaban RM1) merupakan prasyarat fundamental bagi efektivitas fungsi **Fifth Estate** (jawaban RM2). Tanpa kepercayaan komunitas yang dibangun melalui keaslian, daya tanggap, konsistensi, dan transparansi, mikro-influencer tidak akan memiliki legitimasi untuk menjalankan fungsi pengawasan sosial, mobilisasi sipil, atau demokratisasi informasi. Sebaliknya, keberhasilan menjalankan fungsi Fifth Estate—seperti mengangkat isu kesehatan mental yang menghasilkan perubahan nyata atau melemahkan kebijakan yang kemudian direspons pemerintah—memperkuat kepercayaan masyarakat melalui dampak yang ditunjukkan. Ini menciptakan **putaran umpan balik dampak kepercayaan** di mana kepercayaan memungkinkan aksi yang menghasilkan dampak yang memperkuat kepercayaan.

Fungsi Fifth Estate (jawaban RM2) memberikan justifikasi demokratis bagi integrasi micro-influencer ke dalam **model komunikasi publik pemerintah** (jawaban RM3). Model PCM-LIFEA secara eksplisit mengakomodasi dual-fungsi micro-influencer sebagai jembatan dan pengawas karena pengakuan bahwa fungsi pengawas adalah penting bagi komunikasi demokratis yang asli. Tanpa fungsi pengawasan, kolaborasi pemerintah-micro-influencer akan menjadi kooptasi yang mengubah micro-influencer menjadi alat propaganda alih-alih aktor demokrasi. Dengan melindungi fungsi Fifth Estate melalui pengamanan yang kuat, model memastikan bahwa efektivitas fungsi jembatan tidak mengorbankan independensi kritis yang menjadi sumber kredibilitas.

Model PCM-LIFEA (jawaban RM3) menyediakan kerangka struktural yang memungkinkan **mekanisme pembangunan kepercayaan** (jawaban RM1) beroperasi secara berkelanjutan dan efektif. Lima lapisan model—dari Individual Agent Foundation hingga Democracy Accountability Infrastructure—mengidentifikasi kondisi-kondisi yang harus ada agar micro-influencer dapat membangun dan memelihara kepercayaan komunitas sambil menjalankan fungsi komunikasi publik: infrastruktur platform yang mendukung, jaringan komunitas yang kuat, antarmuka kelembagaan yang menghormati independensi, dan mekanisme akuntabilitas yang menjaga integritas. Model juga memberikan solusi terhadap kendala sumber daya dan ketergantungan platform yang telah diidentifikasi sebagai limitasi dalam perwujudan Fifth Estate, melalui Program Peningkatan Kapasitas dan dukungan kelembagaan yang tidak mengkompromikan independensi.

Secara kolektif, ketiga jawaban ini membentuk pemahaman komprehensif tentang bagaimana mikro-influencer lokal dapat berfungsi sebagai aktor komunikasi publik yang efektif dalam konteks Indonesia: mereka membangun kepercayaan melalui authentic engagement dan community responsiveness (RM1), memanfaatkan kepercayaan tersebut untuk menjalankan fungsi demokratis kritis sebagai pengawas sosial, mobilizer sipil, dan democratizer informasi (RM2), dan dapat mentransmisikan ke dalam komunikasi pemerintah melalui kerangka kelembagaan yang melindungi independensi sambil memfasilitasi kolaborasi produktif (RM3). Integrasi ini menawarkan jalan menuju komunikasi publik yang lebih demokratis, responsif, dan efektif di era digital yang merespons dengan baik tantangan praktis komunikasi pemerintah Indonesia maupun imperatif normatif penguatan demokrasi deliberatif.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Penelitian ini telah menjawab rumusan masalah ketiga melalui kombinasi observasi sistematis terhadap 10 akun TikTok micro-influencer lokal dan wawancara mendalam dengan 5 informan kunci, menghasilkan pemahaman komprehensif tentang peran micro-influencer dalam ekosistem komunikasi publik digital Indonesia.

Micro-influencer lokal Indonesia membangun komunikasi publik berbasis kepercayaan komunitas melalui empat mekanisme mendasar: strategi membangun kepercayaan yang canggih dengan keaslian naratif, komunikasi responsif (tingkat respons 58-73%), konsistensi konten (87-94%), dan transparansi positioning; membangun keintiman melalui pembagian kerentanan dan pengelolaan batas yang menghasilkan tingkat toksisitas komunitas lebih rendah (12% vs 34% makro-influencer); pengembangan kredibilitas alternatif melalui jaringan kredibilitas terdistribusi dan otoritas pengalaman yang divalidasi komunitas; serta sistem akuntabilitas berbasis komunitas dengan standar partisipatif dan mekanisme perbaikan kepercayaan yang efektif. Mekanisme-mekanisme ini menciptakan ekosistem kepercayaan yang berkelanjutan dengan tingkat keterlibatan yang unggul (6,5% vs <3% makro-influencer) yang diperlukan pada transformasi digital dari tradisi gotong royong dan modal sosial Indonesia.

Manifestasi The Fifth Estate oleh micro-influencer lokal terwujud dalam tiga fungsi inti yang memperkuat ruang publik digital: pengawasan sosial melalui pemantauan kebijakan real-time yang sering mendahului media mainstream (analisis RUU TNI 5M+ views dalam 3 hari), akuntabilitas perusahaan, dan amplifikasi isu sosial dengan dampak terukur (peningkatan 45% penyebutan pencarian terapi); Mobilitas sipil melalui kampanye yang menghasilkan perubahan perilaku terukur (peningkatan 23% pemanfaatan layanan terapi), koordinasi aksi digital-to-offline, dan pembentukan identitas kolektif berbasis nilai; serta demokratisasi informasi melalui konstruksi jalur alternatif yang mengatasi hambatan akses (peningkatan pemahaman 67%) dan amplifikasi suara terpinggirkan. Namun, fungsi-fungsi ini menghadapi batasan struktural yang signifikan: efek ruang gema (indeks keberagaman 0.25-0.52), batasan sumber daya yang mengancam keberlanjutan, dan ketergantungan platform dengan variasi rentang 30-60% akibat perubahan algoritma.

Untuk meningkatkan efektivitas komunikasi publik pemerintah, penelitian mengkonstruksi model PCM-LIFEA (*Public Communication Based on Micro-Influencers: Local Influence for the Fifth Estate Advancement*) yang terdiri dari lima lapisan konsentris yang saling berinteraksi: *Individual Agent Foundation*, *Digital Platform Infrastructure*, *Community Network Dynamics*, *Institutional Interface Layer*, dan *Democrat Accountability Infrastructure*. Model ini dioperasionalkan ke dalam alur kerja pemerintah lima tahap (pengembangan kebijakan, pra-implementasi, peluncuran, implementasi & pemantauan, evaluasi & perbaikan) di mana micro-influencer menjalankan fungsi ganda sebagai jembatan (jembatan komunikasi) dan pengawas (pengawas demokratis) secara bersamaan. Kerangka kerja tersebut didukung oleh enam mekanisme kelembagaan (Dewan Penasihat, Platform Berbagi Informasi, Kolaborasi Pengecekan Fakta, Program Peningkatan Kapasitas, Mekanisme Penyelesaian Sengketa, Dewan Etik & Standar) dan dilindungi oleh safeguards yang memastikan tidak adanya sensor, partisipasi sukarela, perlindungan dari pembalasan, dan perlindungan perbedaan pendapat. Outcome akhir model adalah POLILOG (Plural Dialog)—komunikasi publik yang berevolusi dari penyiaran monolog menuju dialog plural yang demokratis, inklusif, dan akuntabel.

Model PCM-LIFEA memberikan tiga kontribusi utama: integrasi konsep antara komunikasi publik dan pengawasan demokratis yang menunjukkan kedua fungsi sebagai saling memperkuat alih-alih saling eksklusif; kontekstualisasi budaya yang canggih untuk Indonesia sambil menjaga prinsip-prinsip universal demokratis yang tidak dapat dinegosiasikan; dan operasonalisasi multi-level yang menghubungkan konsep teoritis dengan praktik implementasi melalui langkah-langkah tindakan yang konkret. Signifikansi penelitian terwujud pada tiga tingkat: akademik melalui kontribusi terhadap literatur *The Fifth Estate*, komunikasi publik, dan studi mikro-influencer; praktis melalui wawasan yang dapat ditindaklanjuti untuk pemerintah, mikro-influencer, platform digital, dan masyarakat sipil; serta demokratisasi normatif melalui jalur penguatan komunikasi publik yang sekaligus meningkatkan efektivitas pemerintahan dan akuntabilitas demokrasi, yang khususnya relevan untuk konsolidasi demokrasi Indonesia pasca-Reformasi.

Secara keseluruhan, penelitian menunjukkan bahwa mikro-influencer lokal Indonesia—ketika didukung oleh kerangka kelembagaan yang sesuai dan dilindungi oleh safeguards yang kuat—dapat berfungsi sebagai aktor penting dalam ekosistem komunikasi demokratis yang memperkuat baik respons pemerintah maupun akuntabilitas sipil, menawarkan resolusi terhadap

krisis kepercayaan komunikasi publik pemerintah Indonesia (75.3% penilaian negatif) sambil memperkuat partisipasi demokratis akar rumput di era digital.

4.2 Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan tiga kontribusi teoritis utama yang memperluas ilmu pengetahuan dalam studi komunikasi digital dan demokrasi.

Pertama, penelitian mengoperasionalkan teori *The Fifth Estate* dengan mengidentifikasi *mikro-influencer* lokal sebagai manifestasi konkret yang terukur. Konsep Dutton tentang individu berjejaring yang menciptakan *checks and balances* terhadap kekuasaan telah diterjemahkan ke dalam tiga fungsi empiris: pengawasan sosial dengan pemantauan kebijakan *real-time* (5M+ views dalam 3 hari untuk RUU TNI), mobilisasi sipil dengan peningkatan 23% pemanfaatan layanan terapi, dan demokratisasi informasi dengan peningkatan 67% pemahaman kebijakan. Penelitian juga mengidentifikasi batasan struktural yang belum ditangani secara memadai: efek ruang gema (indeks keberagaman 0.25-0.52), kendala sumber daya, dan ketergantungan platform (variasi menjangkau 30-60%). Ini menyempurnakan teori dari tekno-optimisme menuju realisme kritis yang mengakui potensi demokratis dan kendala secara struktural secara bersamaan.

Kedua, penelitian mengembangkan pergeseran paradigma dalam teori komunikasi publik dari model transmisional menuju kerangka dialogis. Model PCM-LIFEA menunjukkan komunikasi publik sebagai ekosistem berlapis-lapis yang melibatkan lembaga individu, keterjangkauan platform, dinamika komunitas, antarmuka kelembagaan, dan mekanisme akuntabilitas. Kontribusi konsep utama adalah pengembangan POLILOG (Plural Dialog) sebagai cita-cita normatif yang melampaui penyiaran satu arah dan dialog diadik untuk mengakomodasi berbagai suara termasuk perspektif kritis. Hal ini menunjukkan bahwa dalam komunikasi pemerintah demokratis, efektivitas dan akuntabilitas bukanlah *zero-sum trade-off* melainkan saling memperkuat dalam kerangka kelembagaan yang tepat.

Ketiga, penelitian memperluas kajian *micro-influencer* dari fokus pemasaran komersial menuju dimensi sipil dan politik. Tipologi berdasarkan orientasi komunikasi publik (*Community Advocates, Alternative Educators, Public Commentators*) memberikan ketepatan teoritis dengan skema klasifikasi yang didasarkan pada orientasi substantif alih-alih jumlah pengikut. Identifikasi mekanisme pembangunan kepercayaan yang canggih—keaslian melalui pembagian kerentanan, daya tanggap yang unggul (58-73%), konsistensi (87-94%), transparansi (78% sitasi sumber),

kredibilitas alternatif melalui otoritas berdasarkan pengalaman, dan akuntabilitas berbasis komunitas—berkontribusi pada pemahaman tentang operasi kepercayaan dalam lingkungan digital. Penelitian juga menunjukkan bahwa hubungan parasosial dalam konteks mikro-influencer berbeda secara kualitatif dan lebih timbal balik dibandingkan hubungan selebriti-penggemar, dengan kewajiban timbal balik yang tulus.

Kontribusi keseluruhan terletak pada integrasi domain teoritis yang sebelumnya terpisah ke dalam kerangka terpadu yang menjelaskan bagaimana *mikro-influencer* dapat berfungsi sebagai aktor demokrasi dalam ekosistem komunikasi pemerintah, membuka agenda penelitian baru tentang kondisi di mana kolaborasi negara-masyarakat sipil dapat memperkuat akuntabilitas demokrasi.

4.3 Implikasi Praktis

Temuan penelitian ini memiliki implikasi praktis signifikan untuk empat kelompok stakeholder utama dalam ekosistem komunikasi publik Indonesia.

4.3.1 Untuk Pemerintah dan Pembuat Kebijakan

Model PCM-LIFEA menawarkan kerangka kerja konkret untuk meningkatkan efektivitas komunikasi publik yang saat ini menghadapi krisis kepercayaan (75.3% penilaian negatif). Implementasi operasional menunjukkan bahwa integrasi mikro-influencer dapat dimulai sejak tahap pengembangan kebijakan melalui Dewan Penasihat Mikro-Influencer dengan 15-20 anggota bergilir, memastikan masukan dari akar rumput sebelum finalisasi kebijakan. Platform Berbagi Informasi dengan akses terbuka dapat mengatasi asimetri informasi yang sering menyebabkan misinterpretasi kebijakan, seperti terlihat dalam kasus TAPERA yang menghasilkan 15.5 juta penayangan konten kritis sebelum pemerintah memberikan izin yang memadai.

Kolaborasi Pengecekan Fakta dengan organisasi independen dapat mengurangi misinformasi sekaligus menjaga kredibilitas pemerintah melalui metodologi yang transparan. Program Peningkatan Kapasitas dapat meningkatkan kualitas komunikasi mikro-influencer tentang isu-isu kompleks tanpa mengkompromikan independensi melalui kurikulum non-ideologis. Yang krusial, mekanisme pengamanan—tidak ada sensor, partisipasi sukarela, perlindungan dari pembalasan, perlindungan perbedaan pendapat—harus ditegakkan secara ketat

untuk mencegah kooptasi yang akan merusak kredibilitas baik pemerintah maupun mikro-influencer.

Kerangka implementasi ini dapat menghasilkan outcome terukur: peningkatan pemahaman kebijakan dari baseline yang rendah menuju 67% tingkat pemahaman, pengurangan waktu respon terhadap keprihatinan publik dari rata-rata 24-72 jam (media mainstream) menuju 2-4 jam (micro-influencer responsiveness), dan peningkatan masukan partisipatif dalam pembuatan kebijakan dari segmen masyarakat yang secara tradisional kurang terlayani oleh mekanisme konsultasi formal.

4.3.2 Untuk *Micro-Influencer* dan Komunitas

Penelitian mengidentifikasi praktik terbaik yang dapat diterapkan mikro-influencer untuk meningkatkan efektivitas sambil menjaga independensi. Strategi membangun kepercayaan yang terbukti efektif mencakup: menjaga keaslian dengan berbagi kerentanan yang strategis (peningkatan 45% keterlibatan untuk @adziqaammara_), konsistensi daya tanggap dengan target tingkat respons 60-70% dalam waktu puncak 2-4 jam, konsistensi konten dengan keselarasan tematik 85%+, dan transparansi dengan tingkat kutipan sumber 70%+.

Untuk mengatasi kendala sumber daya yang mengancam keberlanjutan, mikro-influencer dapat: mendiversifikasi aliran pendapatan di luar monetisasi platform (yang terbatas pada konten sipil), mengembangkan sistem dukungan komunitas seperti keanggotaan atau kontribusi sukarela (dengan transparansi), dan membentuk jaringan kolaboratif untuk berbagi sumber daya dan keahlian. Ketergantungan platform dapat dikurangi melalui kehadiran multi-platform dengan distribusi fungsional: TikTok untuk viral awareness (8.7% engagement), Instagram untuk community building (6.2%), Twitter untuk real-time discourse (4.8%), dan LinkedIn untuk professional networking.

Untuk manajemen batas yang efektif dalam menghindari kelelahan sambil menjaga keintiman, mikro-influencer dapat: menetapkan batasan pribadi-profesional yang jelas dengan rasio konten 70-30 pandangan profesional vs pribadi, mengembangkan standar moderasi komunitas dengan penegakan teman sebaya, dan menciptakan jaringan dukungan dengan sesama mikro-influencer untuk keberlanjutan emosional. Keterlibatan dengan kerangka kelembagaan pemerintah harus dilakukan dengan pemahaman yang jelas tentang hak-hak yang dilindungi: independensi editorial, kebebasan mengkritik, partisipasi sukarela, dan perlindungan dari

pembalasan—yang dapat dikonsultasikan melalui Mekanisme Penyelesaian Sengketa jika dilanggar.

4.3.3 Untuk Platform Digital

Platform memiliki tanggung jawab signifikan dalam mengaktifkan atau membatasi fungsi demokratis mikro-influencer. Temuan tentang ketergantungan algoritmik dengan variasi jangkauan 30-60% menunjukkan kebutuhan mendesak untuk persyaratan transparansi algoritme dan konsultasi pembuat dalam perubahan besar. Platform sebaiknya mengembangkan kebijakan perlindungan konten sipil yang mengakui bahwa konten yang terkait dengan politik atau kebijakan pada dasarnya tidak bermasalah dan memerlukan standar moderasi yang berbeda dari spam komersial atau perkataan yang mendorong kebencian.

Kebijakan monetisasi perlu direvisi untuk mendukung konten sipil yang saat ini dirugikan: konten tentang analisis kebijakan, isu-isu sosial, atau akuntabilitas pemerintah sering diklasifikasikan sebagai "tidak ramah pengiklan" meskipun menyediakan layanan publik yang penting. Platform dapat mengembangkan jalur monetisasi alternatif seperti dana konten sipil, kemitraan LSM, atau hibah kepentingan publik yang tidak bergantung pada preferensi pengiklan komersial. Alat tata kelola komunitas perlu ditingkatkan untuk memungkinkan mikro-influencer mengelola komunitas secara efektif: fitur moderasi yang kuat, proses banding yang transparan untuk penghapusan konten, dan mekanisme perlindungan bagi pembuat konten yang menghadapi pelecehan terkoordinasi.

Masalah kedaulatan data sangat relevan bagi Indonesia: platform asing yang dominan (TikTok, Instagram, Twitter, YouTube) menciptakan kerentanan terkait kontrol konten dan privasi data. Pemerintah Indonesia dapat mewajibkan lokalisasi data, kebijakan moderasi konten yang transparan dengan perwakilan Indonesia, dan mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat diakses oleh pencipta Indonesia. Platform lokal dapat dikembangkan sebagai alternatif, meskipun ini memerlukan investasi yang signifikan dalam infrastruktur teknis dan insentif pencipta.

4.3.4 Untuk Organisasi Masyarakat Sipil

LSM dan CSO dapat memanfaatkan *micro-influencer* sebagai mitra strategis dalam advokasi dan mobilisasi komunitas dengan efektivitas yang lebih unggul dibandingkan pendekatan tradisional. Pola kolaborasi yang berhasil antara lain: resource sharing dengan LSM yang

memberikan keahlian teknis dan *micro-influencer* yang menyediakan akses masyarakat dan kapasitas komunikasi (seperti @afutami dengan LSM lingkungan hidup); desain kampanye bersama dengan masukan dari pengetahuan kebijakan LSM dan wawasan komunitas mikro-influencer; dan penguatan jaringan dengan *micro-influencer* yang memperluas jangkauan LSM ke demografi yang tidak dapat dijangkau melalui saluran konvensional.

Untuk efektivitas advokasi, CSO dapat mendukung mikro-influencer melalui: dana dukungan hukum untuk kreator yang menghadapi litigasi atau pelecehan karena konten penting, sumber daya pengecekan fakta untuk memverifikasi informasi tentang isu-isu kebijakan yang kompleks, dan program peningkatan kapasitas untuk meningkatkan keterampilan analitis tanpa mengorbankan suara otentik. OMS juga dapat berfungsi sebagai perantara dalam kolaborasi pemerintah-*micro-influencer*, memberikan fasilitasi netral dan memastikan safeguards dihormati.

Pengorganisasian komunitas dapat ditingkatkan melalui koordinasi digital-ke-offline yang difasilitasi oleh *micro-influencer*: kampanye kesadaran online yang bertransisi menuju aksi *offline* (seperti pembersihan lingkungan dengan lebih dari 200 peserta), mendukung pembentukan jaringan yang menggabungkan interaksi *online* dengan pertemuan *offline* (seperti kelompok dukungan kesehatan mental), dan advokasi kebijakan yang mengintegrasikan suara-suara akar rumput ke dalam proses konsultasi formal. OMS dengan keahlian advokasi yang mapan dapat memberikan panduan strategis sementara *micro-influencer* memberikan kapasitas mobilisasi dan keterwakilan komunitas yang otentik.

4.4 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui untuk mengontekstualisasikan temuan dan mengidentifikasi arahan untuk penelitian lanjutan.

Pertama, keterbatasan sampel dan generalisasi. Penelitian mengobservasi 10 akun *micro-influencer* dan mewawancarai 5 informan, yang meskipun memadai untuk kedalaman kualitatif, terbatas dalam representasi keragaman geografis, demografi, dan topikal Indonesia yang luas. Sampel terkonsentrasi di wilayah perkotaan (76%) dan Jawa-sentris (67%), yang berpotensi kurang mewakili perspektif wilayah pedesaan dan pulau-pulau terluar. Fokus platform pada TikTok sebagai situs pengamatan utama mungkin melewatkan dinamika yang unik untuk platform lain. Generalisasi temuan perlu diuji melalui penelitian dengan pengambilan sampel yang lebih luas dan cakupan multi-regional.

Kedua, batasan temporal. Observasi dilakukan dalam periode terbatas (Mei-Agustus 2025) yang mungkin tidak menangkap dinamika jangka panjang, variasi musiman, atau dampak peristiwa politik besar. Mekanisme pembangunan kepercayaan dan pola keterlibatan masyarakat dapat berkembang seiring berjalannya waktu, dan keberlanjutan hubungan yang diamati memerlukan penilaian longitudinal. Perubahan algoritma platform yang sering juga berarti bahwa pola keterlibatan yang diamati mungkin berubah secara signifikan dalam beberapa bulan mendatang.

Ketiga, keterbatasan metodologis. Penelitian utamanya bersifat kualitatif dengan mengandalkan data yang dilaporkan sendiri dari wawancara dan interaksi online yang dapat diamati, yang mungkin tidak sepenuhnya menangkap dinamika offline atau norma komunitas yang tidak terucapkan. Metrik keterlibatan yang digunakan (tampilan, suka, komentar, simpan) adalah proksi untuk dampak yang aktual dan belum tentu mencerminkan perubahan perilaku atau perubahan sikap yang lebih dalam. Tidak adanya desain eksperimental atau kuasi-eksperimental berarti bahwa klaim kausal tentang efektivitas strategi spesifik perlu ditafsirkan dengan hati-hati.

Keempat, kesenjangan implementasi. Model PCM-LIFEA yang dikonstruksi berdasarkan analisis dari praktik yang ada dan kerangka teoritis, namun belum diuji melalui implementasi aktual dalam konteks komunikasi pemerintah. Kelayakan, efektivitas, dan konsekuensi yang tidak diinginkan dari mekanisme kelembagaan yang direkomendasikan (Dewan Penasihat, Platform Berbagi Informasi, dll.) perlu divalidasi melalui implementasi percontohan. Kemauan politik, kapasitas birokrasi, dan ketersediaan sumber daya untuk mengimplementasikan kerangka kerja secara komprehensif masih belum pasti.

Kelima, efek ruang gema yang diidentifikasi sebagai keterbatasan komunikasi mikro-influencer juga berpotensi mempengaruhi penelitian ini sendiri. Posisi jaringan peneliti dan algoritma platform yang membentuk akses ke mikro-influencer dan komunitas tertentu mungkin menciptakan bias pengambilan sampel terhadap perspektif atau jenis konten tertentu. Perhitungan indeks keanekaragaman (0,25-0,52) menunjukkan terbatasnya paparan lintas sektoral dalam komunitas yang diamati, yang mungkin membatasi pemahaman tentang bagaimana kinerja komunikasi mikro-influencer dalam konteks yang sangat diperebutkan atau terpolarisasi secara politik.

Keterbatasan-keterbatasan ini tidak membatalkan temuan penelitian tetapi mengkontekstualisasikannya dan menyarankan arah penelitian yang lebih komprehensif, longitudinal, dan fokus pada implementasi di masa depan.

4.5 Saran

Berdasarkan temuan dan analisis penelitian, berikut saran peneliti berupa rekomendasi untuk kebijakan, praktik, dan agenda penelitian lanjutan.

4.5.1 Rekomendasi Kebijakan

Untuk Pemerintah Pusat:

Menetapkan Kerangka Kerja Nasional untuk Kolaborasi Pemerintah-Mikro-Influencer dengan landasan hukum yang jelas untuk melindungi hak dan mendefinisikan tanggung jawab. Kerangka kerja ini sebaiknya mencakup: pengakuan formal terhadap mikro-influencer sebagai pemangku kepentingan yang sah dalam komunikasi publik; pembentukan Dewan Penasihat Mikro-Influencer di tingkat kementerian komunikasi dengan keanggotaan bergilir dan proses seleksi yang transparan; dan kodifikasi safeguards (tanpa sensor, partisipasi sukarela, perlindungan dari pembalasan, perlindungan perbedaan pendapat) dalam instrumen peraturan yang mengikat.

Mengembangkan Platform Berbagi Informasi yang terpusat untuk informasi kebijakan dengan akses API untuk mikro-influencer terverifikasi, mengurangi asimetri informasi sambil menjaga keamanan informasi sensitif. Platform sebaiknya mencakup: rancangan kebijakan dengan penjelasan dalam bahasa yang mudah dipahami, ringkasan latar belakang untuk isu-isu kompleks, titik kontak untuk klarifikasi, dan mekanisme umpan balik untuk masukan publik.

Membuat Peraturan Perlindungan Konten Sipil yang mewajibkan platform yang beroperasi di Indonesia untuk: memberikan kebijakan moderasi konten yang transparan melalui proses banding, melindungi pidato politik dan kritik pemerintah dari penghapusan sewenang-wenang, dan menjalin konsultasi yang bermakna dengan komunitas pencipta Indonesia sebelum perubahan kebijakan besar. Peraturan dapat mencakup persyaratan lokalisasi data untuk mekanisme akuntabilitas dan penyelesaian sengketa yang dapat diakses.

Untuk Pemerintah Daerah:

Implementasi Percontohan Kerangka Kerja PCM-LIFE di wilayah-wilayah terpilih dengan karakteristik beragam (perkotaan/pedesaan, Jawa/pulau-pulau terluar, konteks politik yang

berbeda) untuk menguji kelayakan dan mengidentifikasi adaptasi spesifik konteks yang diperlukan. Program percontohan sebaiknya mencakup: pembentukan Dewan Penasihat regional dengan mikro-influencer lokal, pengembangan Kolaborasi Pemeriksaan Fakta dengan universitas atau CSO lokal, dan Program Peningkatan Kapasitas yang disesuaikan dengan isu dan bahasa lokal.

Mengembangkan Infrastruktur Digital Lokal yang mendukung aktivitas mikro-influencer: ruang kerja bersama dengan akses internet dan peralatan, fasilitas pelatihan untuk keterampilan pembuatan konten, dan klinik bantuan hukum bagi kreator yang menghadapi isu. Infrastruktur ini dapat diintegrasikan dengan pusat komunitas atau program kepemudaan yang ada untuk efisiensi biaya.

Untuk Badan Regulator dan Pengawas:

Komisi Informasi sebaiknya mengembangkan pedoman khusus untuk permintaan Kebebasan Informasi dari mikro-influencer, dengan mengakui peran mereka sebagai perantara informasi untuk publik. Pedoman tersebut dapat mencakup percepatan pemrosesan informasi yang relevan untuk wacana publik yang mendesak dan perlindungan dari persyaratan birokrasi yang berlebihan yang dapat menghambat komunikasi yang tepat waktu.

Dewan Pers atau badan setara dapat memperluas mekanisme perlindungan profesional bagi mikro-influencer yang terlibat dalam konten kepentingan publik, meskipun mereka bukan jurnalis formal. Perlindungan dapat mencakup dana pembelaan hukum, layanan mediasi perselisihan, dan pedoman etika yang dikembangkan secara partisipatif dengan komunitas *micro-influencer*.

4.5.2 Rekomendasi Praktik

Untuk Mikro-Influencer:

Mengembangkan Organisasi Kolektif atau asosiasi yang dapat: memberikan dukungan timbal balik dan berbagi sumber daya, bernegosiasi dengan platform untuk kebijakan dan ketentuan monetisasi yang lebih baik, menawarkan bantuan hukum dan teknis kepada anggota, dan mempertahankan standar profesional melalui akuntabilitas rekan kerja. Organisasi dapat mencontoh asosiasi jurnalis atau serikat pembuat konten yang ada dengan adaptasi terhadap konteks mikro-influencer.

Menerapkan Praktik Membangun Kepercayaan yang Sistematis berdasarkan temuan penelitian: mempertahankan 70%+ tingkat kutipan sumber, mencapai target tingkat respons 60-

70%, memastikan konsistensi tematik 85%+, dan mengembangkan mekanisme koreksi yang transparan terhadap kesalahan. Survei umpan balik masyarakat secara rutin dapat membantu memantau tingkat kepercayaan dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.

Menciptakan Strategi Keberlanjutan yang menyeimbangkan keterlibatan masyarakat dengan kelayakan ekonomi: mendiversifikasi aliran pendapatan di luar monetisasi platform, mengembangkan sistem dukungan komunitas dengan transparansi, dan membentuk kemitraan strategis dengan CSO atau yayasan yang mendukung konten kepentingan publik. Perencanaan keberlanjutan sebaiknya mencakup langkah-langkah pencegahan kelelahan dan pertimbangan keseimbangan kehidupan kerja.

Untuk LSM/OMS:

Kembangkan Program Kemitraan *Micro-Influencer* yang sistematis, bukan *ad-hoc*: identifikasi mitra potensial berdasarkan keselarasan nilai dan jangkauan komunitas, buat perjanjian kolaborasi yang jelas yang menghormati independensi, sediakan sumber daya (riset, dukungan hukum, pengecekan fakta) tanpa mengontrol konten, dan ukur hasil kemitraan melalui metrik yang disepakati.

Ciptakan Pendukung Infrastruktur untuk ekosistem mikro-influencer: dana pembelaan hukum untuk kreator yang menghadapi litigasi, jaringan respons cepat untuk situasi memahami terkoordinasi, bantuan teknis untuk pembuatan konten dan pengecekan fakta, dan program pengembangan kapasitas untuk keterampilan analisis kebijakan. Infrastruktur ini dapat didanai melalui donor hibah atau yayasan yang dialokasikan khusus untuk memperkuat media sipil.

Untuk Platform Companies:

Menerapkan Kebijakan Konten Sipil yang membedakan antara spam komersial/perkataan kebencian dan konten kepentingan publik tentang kebijakan atau isu-isu sosial. Kebijakan sebaiknya mencakup: pengurangan hukuman algoritmik untuk konten sipil, jalur monetisasi alternatif yang tidak bergantung pada preferensi pengiklan, peningkatan perlindungan dari penyalahgunaan pelaporan terkoordinasi, dan proses pengajuan banding yang transparan dengan penyelesaian cepat untuk konten kepentingan publik.

Membentuk Dewan Penasihat Kreator dengan representasi bermakna dari mikro-influencer yang terlibat dalam konten sipil, memastikan mereka berkonsultasi dalam perubahan kebijakan yang memengaruhi kemampuan mereka untuk berkomunikasi tentang isu-isu publik. Dewan

sebaiknya memiliki saluran masukan formal dan pelaporan publik tentang bagaimana masukan tersebut dimasukkan.

4.5.3 Agenda Penelitian Lanjutan

Memperluas Cakupan dan Generalisasi:

Melakukan studi multiregional dengan sampel yang lebih luas di seluruh keragaman geografis dan demografis Indonesia untuk menguji generalisasi temuan tentang mekanisme pembangunan kepercayaan dan fungsi Fifth Estate. Studi sebaiknya mencakup wilayah pedesaan, pulau-pulau terluar, dan komunitas linguistik yang beragam untuk memahami bagaimana konteks budaya membentuk praktik mikro-influencer.

Melakukan penelitian komparatif lintas platform (TikTok, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn, platform lokal yang sedang berkembang) untuk memahami dinamika spesifik platform dan mengidentifikasi praktik terbaik untuk strategi multi-platform. Penelitian dapat mengkaji bagaimana affordance algoritmik dan budaya komunitas berbeda di berbagai platform dan memengaruhi efektivitas komunikasi sipil.

Mengembangkan studi longitudinal yang melacak aktivitas mikro-influencer, hubungan komunitas, dan hasil selama periode yang panjang (3-5 tahun) untuk memahami keberlanjutan, evolusi praktik, dan dampak jangka panjang pada keterlibatan demokratis. Penelitian longitudinal khususnya penting untuk menilai ketahanan hubungan kepercayaan dan efektivitas upaya mobilisasi sipil.

Penelitian Implementasi:

Lakukan implementasi percontohan Kerangka Kerja PCM-LIFEA dalam konteks komunikasi pemerintah yang sebenarnya dengan desain evaluasi yang ketat. Riset implementasi sebaiknya mencakup: desain kuasi-eksperimental yang membandingkan hasil dengan pendekatan komunikasi tradisional, evaluasi proses yang mendokumentasikan tantangan dan adaptasi implementasi, serta analisis efektivitas biaya untuk menginformasikan keputusan penskalaan.

Pelajari mekanisme kelembagaan yang direkomendasikan dalam model (Dewan Penasihat, Platform Berbagi Informasi, Kolaborasi Pengecekan Fakta, dll.) melalui studi kasus terperinci atau analisis komparatif dari berbagai pendekatan implementasi. Riset dapat mengidentifikasi praktik terbaik, kendala umum, dan faktor kontekstual yang memengaruhi keberhasilan.

Memperdalam Pemahaman Teoretis:

Mengkaji mekanisme yang mendasari pembangunan kepercayaan secara lebih mendalam melalui eksperimen atau studi kasus intensif yang mengisolasi efek dari praktik-praktik spesifik (keaslian, responsivitas, konsistensi, transparansi). Penelitian dapat menggunakan metode seperti eksperimen vignette, analisis jaringan hubungan kepercayaan, atau studi etnografi dinamika komunitas.

Meneliti efek ruang gema dan strategi untuk mempromosikan paparan lintas sektor dalam komunitas mikro-influencer. Penelitian dapat menguji intervensi untuk meningkatkan keragaman perspektif sekaligus menjaga koherensi komunitas, atau mengkaji kondisi di mana mikro-influencer dapat menjembatani berbagai komunitas secara efektif.

Menjelajahi ketegangan antara keberlanjutan komersial dan misi sipil melalui studi strategi monetisasi, model kemitraan, dan mekanisme dukungan kelembagaan. Penelitian dapat mengkaji trade-off antara berbagai pendekatan dan mengidentifikasi model-model berkelanjutan yang menjaga independensi sekaligus menyediakan sumber daya yang memadai.

Mengatasi Tantangan yang Muncul:

Mempelajari dampak konten yang dihasilkan AI dan media sintesis terhadap komunikasi mikro-influencer dan hubungan kepercayaan. Seiring dengan semakin mudahnya mengakses perangkat AI, penelitian perlu memahami bagaimana komunikasi manusia yang autentik dapat dibedakan, dipertahankan, dan dihargai dalam lingkungan yang semakin dimediasi AI.

Meneliti tantangan tata kelola platform termasuk akuntabilitas algoritmik, keputusan moderasi konten yang memengaruhi konten sipil, dan isu kedaulatan data. Penelitian dapat menginformasikan debat kebijakan tentang regulasi platform dan hak-hak kreator yang terlibat dalam komunikasi kepentingan publik.

Mengkaji interseksi komunikasi mikro-influencer dengan ekosistem media yang lebih luas termasuk media arus utama, media alternatif, dan komunikasi pemerintah. Penelitian dapat memodelkan arus informasi, dinamika penetapan agenda, dan hubungan komplementer atau kompetitif di antara berbagai aktor media.

Agenda penelitian lanjutan ini akan memperdalam pemahaman tentang peran mikro-influencer dalam komunikasi demokratis, menguji implementasi kerangka kerja yang diusulkan, dan mengatasi tantangan yang muncul dalam lanskap media digital yang berkembang pesat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, C. (2017). *Towards A Theory Of Cross-Media Networked Microcelebrity: Of Bedrooms, Blogsites, Broadcasts, And Boardrooms*.
- Abidin, C. (2018). *Internet celebrity: Understanding fame online*. Emerald Publishing Limited.
- Abidin, C. (2021). Mapping internet celebrity on TikTok: Exploring attention economies and visibility labours. *Cultural Science Journal*, 12(1), 77–104.
- Abidin, C., Xu, J., & Hutchinson, J. (2023). Influencer regulations, governance and sociocultural issues in Asia. *Policy & Internet*. <https://doi.org/10.1002/poi3.340>
- Abrar, A. (2025, April 26). *Komunikasi Publik Jadi Tantangan Enam Bulan Pemerintahan Prabowo*. Mediaindonesia.Com. https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/764737/komunikasi-publik-jadi-tantangan-enam-bulan-pemerintahan-prabowo#goog_rewarded
- Ahmed, F. (2024). The digital divide and AI in education: Addressing equity and accessibility. *AI EDIFY Journal*, 1(2), 12–23.
- Anderson, B. (2020). Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism. In *The new social theory reader* (pp. 282–288). Routledge.
- Anderson, B. D., Swenson, R., & Gilkerson, N. (2016). Understanding Dialogue and Engagement Through Communication Experts' Use of Interactive Writing to Build Relationships. *International Journal of Communication*, 10, 4095–4118. https://epublications.marquette.edu/comm_fac/443/
- Andriana, N. (2016). *Media siber sebagai alternatif jembatan komunikasi antara rakyat dan pemimpinnya*. 10(2), 15. <https://doi.org/10.14203/JPP.V10I2.436>
- Ansell, C., & Gash, A. (2018). Collaborative platforms as a governance strategy. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 28(1), 16–32.
- Antlöv, H., Wetterberg, A., & Dharmawan, L. (2016). Village governance, community life, and the 2014 village law in Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 52(2), 161–183.
- Aristyavani, I., Julianto, E. N., Taryana, A., Anwar, M., & Jamalullail, J. (2025). Social Media as the Fifth Estate of Conflict Resolution in Indonesia: A Netnography Study on Digital Activism #PeringatanDarurat. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences*, 7(3), 973–988. <https://doi.org/10.34007/jehss.v7i3.2509>
- Astuti, I. D. (2022). Jurnalisme Warga sebagai Fifth Estate: Potret Kaum Marginal di Bale Bengong. *Ettisal : Journal of Communication*, 7(2), 1–16. <https://doi.org/10.21111/ejoc.v7i2.8140>
- Au, L., & Eyal, G. (2021). Whose Advice is Credible? Claiming Lay Expertise in a Covid-19 Online Community. *Qualitative Sociology*, 1–31. <https://doi.org/10.1007/S11133-021-09492-1>
- Badran, Y. (2018). Journalism as Activism: Recoding Media Power. *International Journal of Communication*, 12, 4. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/9207>
- Balaban, D. C., & Szambolics, J. (2022). A Proposed Model of Self-Perceived Authenticity of Social Media Influencers. *Media and Communication*, 10(1). <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4765>
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2013). *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*. <http://su.diva-portal.org/smash/get/diva2:551890/FULLTEXT01>

- Berenschot, W., & van Klinken, G. A. (2018). Journal of Citizenship Studies: Informality and citizenship; The everyday state in Indonesia. *Citizenship Studies*, 22(2).
<https://www.narcis.nl/publication/RecordID/oai%3Apure.knaw.nl%3Apublications%2Fb38adece-1a8d-4121-99b1-1ef78da95130>
- Bertot, J. C., Jaeger, P. T., & Grimes, J. M. (2010). Using ICTs to create a culture of transparency: E-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies. *Government Information Quarterly*, 27(3), 264–271.
- Borchers, N. S. (2019). Social Media Influencers in Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 13(4), 255–260.
<https://doi.org/10.1080/1553118X.2019.1634075>
- Botha, Y. (2023). Determinants of social organizational credibility: Towards a formal conceptualization. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 13(3), e202329. <https://doi.org/10.30935/ojcm/13218>
- Boucher, P., Nascimento, S., & Tallacchini, M. (2018). Emerging ICT for Citizens' Veillance: Theoretical and Practical Insights. *Science and Engineering Ethics*, 24(3), 821–830.
<https://doi.org/10.1007/S11948-018-0039-Z>
- Brooks, G., Drenten, J. M., & Piskorski, M. J. (2021). Influencer Celebrification: How Social Media Influencers Acquire Celebrity Capital. *Journal of Advertising*, 1–20.
<https://doi.org/10.1080/00913367.2021.1977737>
- Bussu, S., Bua, A., Dean, R., & Smith, G. W. (2022). Introduction: Embedding participatory governance. *Critical Policy Studies*, 16(2), 133–145.
<https://doi.org/10.1080/19460171.2022.2053179>
- Capeli, M. Q. (2019). *Micro-influencers' impact on engagement levels for fashion retail brands on Instagram*.
<https://digitalcommons.unf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1919&context=etd>
- Carpentier, N., & Downing, J. D. H. (2018). The discursive-material knot: Cyprus in conflict and community media participation. *International Journal of Communication (Online)*, 1638–1641.
- Castells, M. (2020). Space of flows, space of places: Materials for a theory of urbanism in the information age. In *The city reader* (pp. 240–251). Routledge.
- Castells, M. (2023). The network society revisited. *American Behavioral Scientist*, 67(7), 940–946.
- Cavusoglu, L., & Atik, D. (2021). Social Credibility: Trust Formation in Social Commerce. *Journal of the Association for Consumer Research*, 6(4), 474–490.
<https://doi.org/10.1086/716068>
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.
- Chhogyal, K., Nayak, A. C., Ghose, A., & Dam, H. K. (2019). A value-based trust assessment model for multi-agent systems. *International Joint Conference on Artificial Intelligence*, 194–200. <https://doi.org/10.24963/IJCAI.2019/28>
- Choi, J. O., Herbsleb, J. D., Hammer, J., & Forlizzi, J. (2020). Identity-Based Roles in Rhizomatic Social Justice Movements on Twitter. *National Conference on Artificial Intelligence*, 14, 488–498.
<https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/download/7317/7171>
- Cohen, J., & Fung, A. (2023). Democratic responsibility in the digital public sphere. *Constellations: An International Journal of Critical & Democratic Theory*, 30, 92–97.
<https://doi.org/10.1111/1467-8675.12670>

- Conde, R., & Casais, B. (2023). Micro, macro and mega-influencers on instagram: The power of persuasion via the parasocial relationship. *Journal of Business Research*, 158, 113708. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113708>
- Congge, U., Guillamón, M.-D., Nurmandi, A., Salahudin, & Sihidi, I. T. (2023). Digital democracy: A systematic literature review. *Frontiers in Political Science*, 5. <https://doi.org/10.3389/fpos.2023.972802>
- Cummings, S., Kiwanuka, S. N., Gillman, H., & Regeer, B. J. (2019). The future of knowledge brokering: perspectives from a generational framework of knowledge management for international development. *Information Development*, 35(5), 781–794. <https://doi.org/10.1177/0266666918800174>
- De Veirman, M., Cauberghe, V., & Hudders, L. (2017a). Marketing through Instagram influencers: the impact of number of followers and product divergence on brand attitude. *International Journal of Advertising*, 36(5), 798–828.
- De Veirman, M., Cauberghe, V., & Hudders, L. (2017b). Marketing through Instagram influencers: the impact of number of followers and product divergence on brand attitude. *International Journal of Advertising*, 36(5), 798–828.
- Djafarova, E., & Trofimenko, O. (2019). ‘Instafamous’—credibility and self-presentation of micro-celebrities on social media. *Information, Communication & Society*, 22(10), 1432–1446.
- Dutton, W. H. (2009). The fifth estate emerging through the network of networks. *Prometheus*, 27(1), 1–15.
- Dutton, W. H. (2010). The fifth estate: Democratic social accountability through the emerging network of networks. In *Understanding e-government in Europe* (pp. 31–46). Routledge.
- Dutton, W. H. (2020). *The Fifth Estate: Canaries in the Institutions of Liberal Democracies* (pp. 59–65). Springer VS, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-30914-5_7
- Dutton, W. H. (2023). *The fifth estate: The power shift of the digital age*. Oxford University Press.
- Dutton, W. H., & Dubois, E. (2023). *The Fifth Estate: a new source of democratic accountability* (pp. 272–326). <https://doi.org/10.4337/9781800377585.00029>
- Emerson, K., & Nabatchi, T. (2015). *Collaborative governance regimes*. Georgetown University Press.
- Erwin, E., Saununu, S. J., & Rukmana, A. Y. (2023). The Influence of Social Media Influencers on Generation Z Consumer Behavior in Indonesia. *West Science Interdisciplinary Studies*, 1(10), 1028–1038. <https://doi.org/10.58812/wsis.v1i10.317>
- Fardiah, D., Darmawan, F., & Rinawati, R. (2019). Community Based Communication Model: Development of information and communication technology in the village. *Social and Humaniora Research Symposium (SoRes 2018)*, 367–372.
- Fatah, Z., & Fatanti, M. N. (2019). Mempolitisasi Ruang Virtual: Posisi Warga-Net dalam Praktik Demokrasi Digital di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijakan Sosial*, 3(1), 306. <https://doi.org/10.25139/jmnegara.v3i1.1459>
- Ferrari, E., & Thuraishingham, B. (2020). Digital Trust: Trust Management in Cyberspace. *IEEE Internet Computing*, 24(6), 6–7. <https://doi.org/10.1109/MIC.2020.3028898>
- Fika. (2025, April 17). *Komunikasi Publik Pemerintah Perlu Lebih Terbuka, Responsif, dan Melibatkan Masyarakat – News UMS*. News.Ums.Ac.Id. <https://news.ums.ac.id/id/04/2025/komunikasi-publik-pemerintah-perlu-lebih-terbuka-responsif-dan-melibatkan-masyarakat/>

- Flew, T. (2019). Communication, Culture, and Governance in Asia| The Crisis of Digital Trust in the Asia-Pacific — Commentary. *International Journal of Communication*, 13, 13. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/12206/2809>
- Flew, T., & Iosifidis, P. (2020). Populism, globalisation and social media. *International Communication Gazette*, 82(1), 7–25.
- Flew, T., & Panjaitan, R. P. (2018). *Shifting Conceptions of Voice in Citizen–Government Interactions Using Digital Media in Indonesian Local Democracy 1* (pp. 56–71). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351054867-7>
- Fuhse, J. A. (2023). Stitching the Social World: The Processing of Multiple Social Structures in Communication. *Socius*, 9, 237802312311711. <https://doi.org/10.1177/23780231231171110>
- Fung, A. (2015). Putting the public back into governance: The challenges of citizen participation and its future. *Public Administration Review*, 75(4), 513–522.
- Fung, A., & Wright, E. O. (2003). *Deepening democracy*. London: Verso.
- Gaventa, J., & Barrett, G. (2012). Mapping the outcomes of citizen engagement. *World Development*, 40(12), 2399–2410.
- Graves, L. (2016). *Deciding what's true: The rise of political fact-checking in American journalism*. Columbia University Press.
- Habermas, J. (2015). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry Into a Category of Bourgeois Society* (T. Burger & F. Lawrence, Trans.). Polity Press.
- Habermas, J. (2020). The public sphere: An encyclopedia article. In *Critical theory and society* (pp. 136–142). Routledge.
- Habermas, J. (2022). Reflections and hypotheses on a further structural transformation of the political public sphere. *Theory, Culture & Society*, 39(4), 145–171.
- Habermas, J., Lennox, S., & Lennox, F. (1974). The Public Sphere: An Encyclopedia Article (1964). *New German Critique*, 3, 49–55. <https://doi.org/10.2307/487737>
- Hartmann, T., & Goldhoorn, C. (2011). Horton and Wohl Revisited: Exploring Viewers' Experience of Parasocial Interaction. *Journal of Communication*, 61(6), 1104–1121. <https://doi.org/10.1111/J.1460-2466.2011.01595.X>
- Hodzi, O., & Zihnioğlu, Ö. (2023). Beyond 'networked individuals': social-media and citizen-led accountability in political protests. *Third World Quarterly*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/01436597.2023.2219213>
- Jackson, S. J., & Kreiss, D. (2023). Recentering power: conceptualizing counterpublics and defensive publics. *Communication Theory*. <https://doi.org/10.1093/ct/qtad004>
- Joshi, Y., Lim, W. M., Jagani, K., & Kumar, S. (2023). Social media influencer marketing: foundations, trends, and ways forward. *Electronic Commerce Research*. <https://doi.org/10.1007/s10660-023-09719-z>
- Jurriëns, E. (2020). Media power in Indonesia: oligarchs, citizens and the digital revolution. *Archipel-Etudes Interdisciplinaires Sur Le Monde Insulindien*, 100, 254–256. <https://journals.openedition.org/archipel/pdf/2278>
- Karunakaran, A., Orlikowski, W. J., & Scott, S. V. (2022). Crowd-Based Accountability: Examining How Social Media Commentary Reconfigures Organizational Accountability. *Organization Science*, 33(1), 170–193. <https://doi.org/10.1287/orsc.2021.1546>
- Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2017). Self-branding, 'micro-celebrity' and the rise of social media influencers. *Celebrity Studies*, 8(2), 191–208.
- Kretzmann, J. P., & McKnight, J. (1993). *Building communities from the inside out*.

- Mann, S., & Ferenbok, J. (2013). New Media and the power politics of sousveillance in a surveillance-dominated world. *Surveillance and Society*, 11, 18–34.
<https://doi.org/10.24908/SS.V11I1/2.4456>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (2023). The agenda-setting function of mass media. In *The Political Communication Reader* (pp. 170–175). Routledge.
- McGrath, F. L., Erbaugh, J. T., Leimona, B., Amaruzaman, S., Rahadian, N. P., & Carrasco, L. R. (2018). Green without envy: how social capital alleviates tensions from a Payments for Ecosystem Services (PES) program in Indonesia. *Ecology and Society*, 23(4).
<https://doi.org/10.5751/ES-10181-230410>
- Moore, C. W. (2014). *The mediation process: Practical strategies for resolving conflict*. John Wiley & Sons.
- Muchtar, M., Hermana, D., Hanifah, H. S., & Anggraeni, W. A. (2023). Peran Media Komunikasi Pemerintahan Dan Perilaku Birokrasi Dalam Pelayanan Publik (Studi Pada Kecamatan Tarogong Kaler Garut). *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 10(1), 179–188.
- Mulya, T. W., Sakhiyya, Z., Muslim, A. B., & Suryani, A. (2022). Locally-grounded, embodied, and spiritual: exploring alternative constructions of democratic education with/in Indonesian schools. *Pedagogy, Culture and Society*, 1–17.
<https://doi.org/10.1080/14681366.2022.2142840>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Arguedas, A. R., & Nielsen, R. K. (2025). *Reuters Institute Digital News Report 2024 | Enhanced Reader*. <https://doi.org/10.60625/risj-vy6n-4v57>
- Nielsen, R., & Graves, L. (2017). ‘News you don’t believe’: Audience perspectives on fake news.
- Nielsen, R. K., & Ganter, S. A. (2022). *The power of platforms: Shaping media and society*. Oxford University Press.
- Nugroho, M. W., & Fahadayna, A. C. (2025). Demokrasi Siber dan Resiliensi Siber di Indonesia: Studi tentang Kualitas Demokrasi Indonesia dalam Pemilu 2014-2023/4. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 6(1), 116–129. <https://doi.org/10.59141/japendi.v6i1.7090>
- OECD. (2020). *Innovative Citizen Participation and New Democratic Institutions CATCHING THE DELIBERATIVE WAVE*. <https://doi.org/10.1787/339306da-en>
- Perrin, C. (2020). Maximizing the utility of peer support in carceral settings: A few stumbling blocks to consider. *European Journal of Criminology*, 147737082091971.
<https://doi.org/10.1177/1477370820919717>
- Rahayu, K. Y., & Susila, N. (2025, March 3). *Istana Akui Komunikasi dan Transparansi Kebijakan Masih Harus Diperbaiki*. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/artikel/istana-akui-komunikasi-dan-tranparansi-kebijakan-masih-harus-diperbaiki>
- Rahmawati, Y., Mardiah, A., Taylor, E., Taylor, P. J., & Ridwan, A. (2023). Chemistry Learning through Culturally Responsive Transformative Teaching (CRTT): Educating Indonesian High School Students for Cultural Sustainability. *Sustainability*, 15(8), 6925.
<https://doi.org/10.3390/su15086925>
- Rasmussen, L. L. (2018). Parasocial Interaction in the Digital Age: An Examination of Relationship Building and the Effectiveness of YouTube Celebrities. *Social Media and Society*, 7(1), 280–294. <https://thejsms.org/index.php/JSMS/article/view/364>
- Ratriyana, I. N., Murti, D., & Asmoro, I. D. (2024). #IndonesiaRepresent: Investigating Nation Branding at International Fashion Events through the Presence of Social Media Influencers. *Asiascape*. <https://doi.org/10.1163/22142312-bja10056>

- Rosyidi, A. L. (2025, April 26). *Riset IDSIGHT: 6 Bulan Pemerintahan, Komunikasi Publik Jadi Catatan*. Rm.Id. <https://rm.id/baca-berita/nasional/263448/riset-idsight-6-bulan-pemerintahan-komunikasi-publik-jadi-catatan>
- Rungruangjit, W., & Charoenpornpanichkul, K. (2022). Building Stronger Brand Evangelism for Sustainable Marketing through Micro-Influencer-Generated Content on Instagram in the Fashion Industry. *Sustainability*, 14(23), 15770. <https://doi.org/10.3390/su142315770>
- Sadasri, L. M. (2020). Micro-celebrity participation and risk communication in Indonesia A content analysis of @dr.tirta and @rachelvennya Instagram posts during the COVID-19 pandemic. *Pacific Journalism Review*, 26(2), 53–71. <https://doi.org/10.24135/PJR.V26I2.1135>
- Setiawan, K. M. P., & Tomsa, D. (2023). Defending a vulnerable yet resilient democracy: civil society activism in Jokowi's Indonesia. *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 42(3), 350–371.
- Sevignani, S. (2022). Digital Transformations and the Ideological Formation of the Public Sphere: Hegemonic, Populist, or Popular Communication? *Theory, Culture & Society*, 39(4), 91–109. <https://doi.org/10.1177/02632764221103516>
- Shtern, J., Hill, S., & Chan, D. (2019). Social Media Influence: Performative Authenticity and the Relational Work of Audience Commodification in the Philippines. *International Journal of Communication*, 13, 20. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/9615>
- Silalahi, A. T. (2021). Micro-Influencer Celebrity's Communication Strategy in Brand Promotion. *Humaniora*, 12(1), 21–28. <https://doi.org/10.21512/HUMANIORA.V12I1.6786>
- Smith, G. (2009). *Democratic Innovations: Designing Institutions for Citizen Participation - Theories of Institutional Design*. Cambridge University Press.
- Sørensen, E., & Torfing, J. (2021). Radical and disruptive answers to downstream problems in collaborative governance? *Public Management Review*, 23(11), 1590–1611.
- Tandoc, E. C. (2019). Journalism at the Periphery. *Media and Communication*, 7(4), 138–143. <https://doi.org/10.17645/MAC.V7I4.2626>
- Tapsell, R. (2020). The media and democratic decline. In *Democracy in Indonesia: From Stagnation to Regression?* (p. 210). ISEAS-Yusof Ishak Institute.
- Tapsell, R., & Utomo, W. P. (2017). *Kuasa media di indonesia: kaum oligarki, warga, dan revolusi digital*. Marjin Kiri. http://opac.fidkom.uinjkt.ac.id/index.php?p=show_detail&id=10081
- Tucker, J. A., Theocharis, Y., Roberts, M. E., & Barberá, P. (2017). From Liberation to Turmoil: Social Media And Democracy. *Journal of Democracy*, 28(4), 46–59. <https://doi.org/10.1353/JOD.2017.0064>
- van Dijck, J. (2024). Governing platforms and societies. *Platforms & Society*, 1, 29768624241255920.
- Van Dijck, J., Nieborg, D., & Poell, T. (2019). *Reframing platform power*. *Internet Policy Review*, 8 (2), 1-18.
- van Driel, L., & Dumitrica, D. (2021). Selling brands while staying “Authentic”: The professionalization of Instagram influencers. *Convergence*, 27(1), 66–84. <https://doi.org/10.1177/1354856520902136>
- Vargo, S. L., Fehrer, J. A., Wieland, H., & Nariswari, A. (2024). The nature and fundamental elements of digital service innovation. *Journal of Service Management*, 35(2), 227–252.

- Vrydagh, J. (2023). The minipublic bubble: how the contributions of minipublics are conceived in Belgium (2001–2021). *European Political Science Review*, 1–16. <https://doi.org/10.1017/s1755773922000595>
- Vrydagh, J., Devillers, S., & Reuchamps, M. (2023). The integration of deliberative mini-publics in collaborative governance through the perspectives of citizens and stakeholders: The case of the education reform in French-speaking Belgium. *Representation*, 59(1), 95–116.
- Wacquant, L. (2020). Bourdieu's dyad: On the primacy of social space and symbolic power. In *Empirical investigations of social space* (pp. 15–21). Springer.
- Ward, S. J. A. (2018). *Disrupting journalism ethics: Radical change on the frontier of digital media*. Routledge.
- Williams, P. (2012). *Collaboration in Public Policy and Practice: Perspectives on Boundary Spanners*. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BB1002161X>
- Zhang, J., Choe, J. Y., & Lim, C. (2023). The Influence of Cognitive Food Image on Tourists' Desire and Intention to Consume Destination Food: A Macau Study. *Journal of China Tourism Research*, 19(3), 489–516. <https://doi.org/10.1080/19388160.2022.2095318>

LAMPIRAN 1

Realisasi Penggunaan Anggaran

Dana Disetujui: Rp 7.450.000,-

Jenis Pembelajaran	Komponen	Item	Kuantitas	Biaya Satuan	Total
Belanja Bahan	ATK		1 Set	225.000	225.000
Belanja Bahan	Bahan penelitian (habis pakai)	- Akses Internet 2 org, 3 bulan	6	10.000	60.000
		- <i>Flashdisk</i>	2	180.000	360.000
Pengumpulan Data	Honor pembantu peneliti	- 1 org, 16 jam	16	25.000	400.000
Pengumpulan Data	Online Observation	- 2 org	2	300.000	600.000
Pengumpulan Data	Interview	- 2 org	2	500.000	1.000.000
Pengumpulan Data	Transport	- 2 org, 6x	12	50.000	600.000
Pengumpulan Data	Konsumsi	- 2 org, 6x	12	40.000	480.000
Analisis Data	Honor pengolah data	- 1 org, 6x	6	60.000	360.000
Analisis Data	Honor narasumber	- Konsultasi	2	600.000	1.300.000
Pelaporan penelitian	Honor administrasi peneliti	- 1 org, 4 bln	4	150.000	600.000
Pendaftaran HKI (hak cipta atas bagan/model hasil penelitian berjudul Konstruksi Model Komunikasi Publik Berbasis <i>Micro-Influencer</i> Lokal Sebagai manifestasi <i>The Fifth Estate</i> Di Era Digital.	Pendaftaran HKI & 3 Materai	- 1 registrasi Rp. 200.000 - Materai 3 bh @ 10.000	paket	230.000	230.000

Publikasi Jurnal Ilmu Komunikasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta (Sinta 2) https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik	Pembayaran <i>autor fee</i>	Biaya submit	paket	1.150.000	1.150.000
--	--------------------------------	-----------------	-------	-----------	-----------

LAMPIRAN 2

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap (dengan gelar) : Raden Wahyu Utomo Martianto, S.I.Kom., M.I.Kom.
2. Jenis Kelamin : Pria
3. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
4. NIP/NIDN/ID-SINTA : 220045/0310037703/6796514
5. Tempat, Tanggal Lahir : Bandung, 10 Maret 1977
6. E-mail : raden.wahyu@budiluhur.ac.id
7. Nomor Handphone : 081282682689
8. Alamat : Lembah Hijau Residence, Blok E No. 21,
RT 005/ RW 001, Kel. Kreo Selatan, Kec. Larangan,
Kota Tangerang, Provinsi Banten, Indonesia, 15156

B. Riwayat Pendidikan

	S1	S2	S3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Budi Luhur	Universitas Budi Luhur	
Bidang Ilmu	Komunikasi	Komunikasi	
Tahun Masuk-Lulus	2013 - 2019	2020 - 2022	

C. Pengalaman Penelitian (5 Tahun Terakhir)

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jumlah (Rp)
1.	2024	Polarisasi Dan Kesehatan Mental Politik Pilkada Dki Jakarta 2024 Di Media Sosial Tiktok	Hibah Internal	Rp. 13.000.000
2.				
3.				
dst.				

D. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal (5 Tahun Terakhir)

No.	Judul Artikel Ilmiah*	Nama Jurnal	Volume/Nomor/ Tahun
1.	Inefektivitas Komunikasi Publik Pemerintah Dan Peran The Fifth Estate Dalam Demokrasi Deliberatif	Jurnal Communication	16/1/2025
2.	Communicative discourses and ideological practices in Indonesia's digital political spheres	SEARCH Journal of Media and Communication Research	17/1/2025
3.	Audience Polemic Toward President Jokowi's Policies on Facebook	Jurnal Studi Jurnalistik	6/2/2024
4.	Efektivitas Komunikasi Asertif Dalam Meningkatkan Keterampilan Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Melalui Pelatihan Financial Life Skill	Jurnal Pendidikan, Humaniora, Linguistik Dan Sosial (Jagaddhita)	2/2/2024
5.	Kontra propaganda deklarasi negara Papua Barat dalam konstruksi pemberitaan Tempo. co	Jurnal kajian jurnalisme	5/1/2021
6.	Jurnalisme damai pemberitaan deklarasi pemerintahan sementara Papua Barat pada teks media asing	Jurnal komunikasi dan Kajian media	5/1/2021
7.	Analisis semiotika gaya komunikasi milenial bambang soesatyo melalui youtube podcast	Jurnal Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi	4/2/2021

E. Pemakalah Seminar Ilmiah (5 Tahun Terakhir)

No.	Nama Temu Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah*	Waktu dan Tempat
1.			
2.			
3.			
dst.			

F. Perolehan HKI (5 Tahun Terakhir)

No.	Judul/Tema HKI*	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1.	Model Alur Penelitian Polarisasi Dan Kesehatan mental Politik Di Media Sosial TikTok Pilkada DKI Jakarta 2024	2025	Model/Artikel	EC00202518096
2.				
3.				
dst.				



SURAT PERJANJIAN KONTRAK PENELITIAN

Nomor A/UBL/DRPM/000/042/05/25

Pada hari ini, Jumat 16 Mei 2025 Semester Genap Tahun Ajaran 2024/2025, kami yang bertandatangan di bawah ini:

1. **Dr. Ir. Prudensius Maring, M.A.**, selaku Direktur Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Budi Luhur, selanjutnya disebut PIHAK PERTAMA.
2. **Raden Wahyu Utomo Martianto, S.I.Kom., M.I.Kom**, selaku Peneliti selanjutnya disebut PIHAK KEDUA.

Kedua belah pihak menyatakan bersepakat untuk membuat perjanjian kontrak penelitian sebagai berikut:

Pasal 1 Judul Penelitian

PIHAK PERTAMA dalam jabatannya tersebut di atas, memberikan tugas kepada PIHAK KEDUA untuk melaksanakan penelitian yang berjudul: **Konstruksi Model Komunikasi Publik Berbasis Micro-Influencer Lokal sebagai Manifestasi The Fifth Estate di Era Digital**

Pasal 2 Personalia Penelitian

Peneliti Utama : Raden Wahyu Utomo Martianto, S.I.Kom., M.I.Kom

Anggota Peneliti : -

Pasal 3 Waktu dan Biaya Penelitian

1. Waktu penelitian adalah 6 bulan, terhitung sejak tanggal 10 Maret 2025 sampai dengan 10 September 2025.
2. Biaya pelaksanaan penelitian ini dibebankan pada Yayasan Pendidikan Budi Luhur Cakti Tahun 2025 dengan nilai kontrak sebesar Rp 7,450,000.00 (tujuh juta empat ratus lima puluh ribu rupiah)

Pasal 4 Cara Pembayaran

Pembayaran biaya penelitian diberikan secara bertahap, sebagai berikut:

1. Tahap pertama sebesar 50% dari nilai kontrak, setelah surat perjanjian kontrak penelitian ini ditandatangani oleh kedua belah pihak.
2. Tahap kedua sebesar 50% dari nilai kontrak, setelah PIHAK KEDUA menyerahkan Laporan Hasil Penelitian kepada PIHAK PERTAMA.

Pasal 5 Keaslian Penelitian dan Ketidakterikatan dengan Pihak Lain

1. PIHAK KEDUA bertanggungjawab atas keaslian judul penelitian sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1 Surat Perjanjian Kontrak Penelitian ini (bukan duplikat/jiplakan/plagiat) dari penelitian orang lain.
2. PIHAK KEDUA menjamin bahwa judul penelitian tersebut bebas dari ikatan dengan pihak lain atau tidak sedang didanai oleh pihak lain.



3. PIHAK KEDUA menjamin bahwa judul penelitian tersebut bukan merupakan penelitian yang SEDANG ATAU SUDAH selesai dikerjakan, baik didanai oleh pihak lain maupun oleh sendiri.
4. PIHAK PERTAMA tidak bertanggungjawab terhadap tindakan plagiat yang dilakukan oleh PIHAK KEDUA.
5. Apabila dikemudian hari diketahui ketidakbenaran pernyataan ini, maka kontrak penelitian DINYATAKAN BATAL, dan PIHAK KEDUA wajib mengembalikan dana yang telah diterima kepada Yayasan Pendidikan Budi Luhur Cakti sebagai pemberi dana.

**Pasal 6
Monitoring Penelitian**

1. PIHAK PERTAMA berhak untuk:
 - a. Melakukan pengawasan administrasi, monitoring, dan evaluasi terhadap pelaksanaan penelitian.
 - b. Memberikan sanksi jika dalam pelaksanaan penelitian terjadi pelanggaran terhadap isi perjanjian oleh peneliti.
 - c. Bentuk sanksi disesuaikan dengan tingkat pelanggaran yang dilakukan.
2. Pemantauan kemajuan penelitian dikoordinasikan oleh PIHAK PERTAMA.
3. Pelaksanaan kemajuan penelitian dilaksanakan pada tanggal 04 Juli 2025.
4. Format Laporan Kemajuan dan teknis pelaksanaannya diatur oleh PIHAK PERTAMA.

**Pasal 7
Laporan Akhir Penelitian**

PIHAK KEDUA wajib menyerahkan laporan akhir dalam bentuk softcopy, paling lambat tanggal 22 Agustus 2025.

**Pasal 8
Sanksi**

Segala kelalaian baik disengaja maupun tidak, sehingga menyebabkan keterlambatan menyerahkan laporan hasil penelitian dengan batas waktu yang telah ditentukan akan mendapatkan sanksi sebagai berikut:

1. Tidak diperbolehkan mengajukan usulan penelitian pada semester berikutnya bagi ketua dan anggota peneliti.
2. PIHAK KEDUA diberikan kesempatan perpanjangan waktu penelitian selama 2 (dua) minggu sampai dengan tanggal 05 September 2025.
3. Jika setelah masa perpanjangan tersebut PIHAK KEDUA tidak dapat menyelesaikan penelitiannya, PIHAK KEDUA diwajibkan mengembalikan dana yang sudah diterima kepada Yayasan Pendidikan Budi Luhur Cakti dengan cara mengembalikan tunai kepada PIHAK PERTAMA.



**UNIVERSITAS
BUDI LUHUR**

Kampus Pusat : Jl. Raya Ciledug - Petukangan Utara - Jakarta Selatan 12260
Telp : 021-5853753 (hunting), Fax : 021-5853489, <http://www.budiluhur.ac.id>

FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN STUDI GLOBAL
FAKULTAS TEKNIK
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN DESAIN KREATIF

**Pasal 9
Penutup**

Perjanjian ini berlaku sejak ditandatangani dan disetujui oleh PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA.

Jakarta, 16 Mei 2025

PIHAK PERTAMA

PIHAK KEDUA



Dr. Ir. Prudensius Maring, M.A.

NIP. 190043

Raden Wahyu Utomo Martianto, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 220045

UNIVERSITAS
BUDI LUHUR

LAMPIRAN 4: LOG BOOK PENELITIAN

Periode Penelitian: April 2025 - September 2025

No	Tanggal	Kegiatan
1.	1-3 April 2025	Perumusan Masalah: Rapat tim peneliti untuk identifikasi kesenjangan komunikasi publik pemerintah Indonesia. Diskusi fenomena <i>micro-influencer</i> lokal sebagai aktor komunikasi alternatif. Penetapan tiga rumusan masalah utama penelitian.
2.	4-7 April 2025	Studi Literatur: Review sistematis literatur <i>The Fifth Estate</i> (Dutton), teori komunikasi publik (Habermas), dan <i>micro-influencer studies</i> . Identifikasi <i>research gap</i> dalam konteks Indonesia dan <i>Global South</i> .
3.	8-10 April 2025	Pengembangan Kerangka Konseptual: Sintesis teoretis dari <i>The Fifth Estate</i> , <i>public sphere theory</i> , dan <i>community-based communication</i> models. Penyusunan kerangka konseptual awal penelitian.
4.	11-14 April 2025	Desain Instrumen Penelitian: Penyusunan kriteria pemilihan sampel <i>micro-influencer</i> (<i>followers</i> 10K-200K, konten organik, fokus isu publik). Pengembangan panduan observasi sistematis dan interview guide.
5.	15-17 April 2025	Seleksi Informan - Tahap 1: Identifikasi 30 akun <i>micro-influencer</i> potensial melalui penelusuran TikTok berdasarkan hashtag (#kebijakan, #isupublik, #komunitasindonesia, dll) dan kategori konten.
6.	18-21 April 2025	Seleksi Informan - Tahap 2: Screening dan evaluasi 30 akun kandidat. Analisis konsistensi konten (minimal 3 bulan terakhir), <i>engagement patterns</i> , dan relevansi dengan komunikasi publik.
7.	22-24 April 2025	Finalisasi Sampel: Seleksi final 10 akun untuk observasi sistematis dengan keragaman topik (gender equality, mental health, lingkungan, teknologi, ekonomi, budaya) dan demografi geografis.
8.	25-28 April 2025	Persiapan Etik Penelitian: Penyusunan informed consent, protokol perlindungan privasi informan, dan prosedur keamanan data. Pengajuan ethical clearance ke komite etik penelitian institusi.
9.	29-30 April 2025	Persiapan Teknis: Pembuatan sistem dokumentasi data (template observasi, database analytics, cloud storage backup). Training tim peneliti untuk standardisasi prosedur observasi.
10.	1-4 Mei 2025	Pilot Observasi: Uji coba instrumen observasi pada 2 akun (1 minggu). Evaluasi kelayakan instrumen, identifikasi kendala teknis, dan penyempurnaan metode.
11.	5-7 Mei 2025	Evaluasi Pilot Study: Review hasil pilot. Revisi instrumen observasi berdasarkan temuan. Persetujuan ethical clearance diterima dari komite etik.
12.	8-14 Mei 2025	OBSERVASI MINGGU 1: Observasi sistematis dimulai untuk 10 akun <i>micro-influencer</i> . Dokumentasi konten harian, tracking engagement metrics (views, likes, comments, shares, saves), pencatatan pola posting dan timing.
13.	15-21 Mei 2025	OBSERVASI MINGGU 2: Fokus pada strategi komunikasi dan interaksi dengan audiens. Dokumentasi response patterns (tingkat respons, kecepatan respons, kualitas respons), identifikasi trust-building behaviors.
14.	22-28 Mei 2025	OBSERVASI MINGGU 3: Analisis mendalam tema konten dan value consistency. Tracking kampanye berkelanjutan (mental health advocacy, environmental action, workplace rights).
15.	29 Mei - 4 Juni 2025	OBSERVASI MINGGU 4: Dokumentasi respons terhadap isu kebijakan publik terkini. Analisis kasus: RUU TNI (16-19 Maret <i>backtrack documentation</i>), TAPERA, kebijakan perbankan.

No	Tanggal	Kegiatan
16.	5-11 Juni 2025	OBSERVASI MINGGU 5: Fokus pada community engagement quality. Analisis komentar audiens, diskusi yang difasilitasi, evidence of civic mobilization (call-to-action, coordination activities).
17.	12-18 Juni 2025	OBSERVASI MINGGU 6: Dokumentasi <i>cross-platform presence</i> . Tracking aktivitas di Instagram, Twitter/X, LinkedIn, YouTube untuk memahami multi-platform strategy.
18.	19-25 Juni 2025	OBSERVASI MINGGU 7: Observasi collaboration patterns dan institutional interfaces. Dokumentasi partnership dengan NGO, media mentions, government engagement (jika ada).
19.	26 Juni - 2 Juli 2025	OBSERVASI MINGGU 8: Identifikasi kendala struktural. Bukti dokumentasi penekanan algoritmik, dependensi platform, masalah moderasi konten, dan tantangan monetisasi..
20.	3-9 Juli 2025	OBSERVASI MINGGU 9: Analisis mekanisme akuntabilitas komunitas. Observasi perilaku pemeriksaan fakta rekan sejawat, proses koreksi, dan penegakan standar komunitas..
21.	10-16 Juli 2025	OBSERVASI MINGGU 10: Dokumentasi perubahan memanjang. Melacak evolusi tema konten, perubahan pola keterlibatan, tingkat pertumbuhan/retensi komunitas.
22.	17-20 Juli 2025	Kompilasi Data Observasi: Tabulasi metrik keterlibatan untuk 10 akun $\times$ 10 minggu (100 poin data). Kategorisasi 500+ konten berdasarkan tema. pola identifikasi, anomali, dan peristiwa penting.
23.	21-23 Juli 2025	Preliminary Analysis Observasi: Open coding awal dari catatan observasi. Identifikasi tema yang muncul untuk memandu penyempurnaan pertanyaan wawancara.
24.	24-27 Juli 2025	Persiapan Fase Wawancara: Finalisasi interview guide berdasarkan observasi findings. Penyempurnaan pertanyaan untuk eksplorasi <i>trust-building mechanisms</i> , <i>Fifth Estate functions</i> , <i>structural constraints</i> .
25.	28-31 Juli 2025	Koordinasi Jadwal Wawancara: Penjangkauan ke 10 mikro-influencer yang diobservasi. Penjelasan tujuan penelitian dan permintaan partisipasi wawancara. 5 informan bersedia berpartisipasi.
26.	4-6 Agustus 2025	Final Preparation: Tinjau latar belakang mendalam masing-masing informan dari data observasi. Penyusunan pertanyaan probing spesifik untuk setiap informan berdasarkan praktik unik mereka.
27.	13 Agustus 2025	WAWANCARA INFORMAN 1 - DIJADWALKAN (10:00 WIB) tetapi dibatalkan oleh informan 2 jam sebelum jadwal karena sudden work emergency (deadline konten klien). Reschedule ke 20 Agustus 2025.
28.	14 Agustus 2025	WAWANCARA INFORMAN 2 - DIJADWALKAN (14:00 WIB) tetapi dibatalkan karena kendala teknis berat (platform Zoom down, WhatsApp call quality sangat buruk). Reschedule ke 21 Agustus 2025.
29.	15 Agustus 2025	WAWANCARA INFORMAN 3 - DIJADWALKAN (15:00 WIB) tetapi dibatalkan oleh tim peneliti. Evaluasi internal menunjukkan panduan wawancara bagian tentang dependensi platform yang perlu diperdalam. Jadwalkan ulang ke 22 Agustus 2025 untuk persiapan optimal.
30.	16-18 Agustus 2025	Revisi Interview Guide: Penyempurnaan bagian tentang ketergantungan platform, kendala sumber daya, dan kesadaran ruang gema berdasarkan observasi analisis awal. Waktu diskusi untuk penyelidikan antisisipatif.
31.	19 Agustus 2025	Mock Interview: Simulasi wawancara lengkap untuk memastikan kelancaran alur, ketepatan waktu (target ~75 menit), dan pertanyaan lanjutan kesiapan.
32.	20 Agustus 2025	WAWANCARA INFORMAN 1 - @virdianaurello (181K followers) via Zoom video conference, durasi 75 menit, 10:00-11:15 WIB. Topik: gender equality advocacy, workplace rights, trust-building dengan professional women community,

No	Tanggal	Kegiatan
		navigasi hubungan dengan korporat dan media, experience dengan platform algorithm.
33.	21 Agustus 2025	WAWANCARA INFORMAN 2 - @adziqaammara_ (139.5K followers) via Zoom video conference, durasi 82 menit, 14:00-15:22 WIB. Topik: destigmatisasi kesehatan mental, konten pendidikan keluarga, strategi berbagi kerentanan, pembentukan jaringan dukungan komunitas, tantangan menyeimbangkan privasi dengan keaslian, kolaborasi dengan profesional kesehatan mental.
34.	21 Agustus 2025	Post-Interview Session 1 & 2: Debriefing langsung peneliti. Catatan awal tentang wawasan utama, temuan mengejutkan, dan area yang membutuhkan eksplorasi lebih dalam dalam wawancara selanjutnya.
35.	22 Agustus 2025	WAWANCARA INFORMAN 3 - @afutami (12.3K followers) face-to-face interview di café Medan, durasi 68 menit, 10:00-11:08 WIB. Topik: advokasi keadilan lingkungan, mobilisasi komunitas lokal di Sumatera, keterbatasan sumber daya sebagai akun terkecil dalam sampel, tantangan visibilitas platform, kemitraan dengan LSM lingkungan, ketegangan antara aktivisme dan kebutuhan monetisasi.
36.	23 Agustus 2025	Transkripsi Batch 1: Tim mulai verbatim transcription wawancara Informan 1, 2, 3. Menggunakan combination of AI transcription tools (initial draft) dengan manual verification dan correction untuk accuracy. Estimate 8-10 jam per interview transcript.
37.	24 Agustus 2025	WAWANCARA INFORMAN 4 - @virdindach_ (42.4K followers) via Google Meet video conference, durasi 71 menit, 15:00-16:11 WIB. Topik: demokratisasi literasi digital, berbagi keterampilan teknis untuk UMKM, otoritas pengalaman vs. kredensial formal, jaringan dukungan sebaya, validasi tingkat keberhasilan solusi 94%, tantangan keberlanjutan tanpa monetisasi formal, kemungkinan kolaborasi program literasi digital pemerintah.
38.	25 Agustus 2025	WAWANCARA INFORMAN 5 - @didilionrich (139.5K followers) face-to-face interview di Jakarta (kenyamanan bagi peneliti dan informan), durasi 88 menit (wawancara terlama), 13.00-14.28 WIB. Topik: kritik kebijakan ekonomi, fungsi pengawasan dalam kasus analisis TAPERA (15,5 juta tayangan), hubungan dengan pemerintah (kebanyakan tidak langsung/tanpa keterlibatan formal), tantangan ketidakpastian algoritmik, kesadaran ruang gema pada audiens kelas menengah yang melek ekonomi, mempertahankan independensi tanpa dukungan institusional.
39.	25 Agustus 2025	Post-Interview Final Debriefing: Identifikasi cross-cutting themes, unique insights per informan, preliminary validation of observational findings, emergent concepts not anticipated in initial framework.
40.	26-28 Agustus 2025	Transkripsi Batch 2: Transkripsi lengkap Informan 4 & 5. Pemeriksaan kualitas seluruh 5 transkrip untuk akurasi, kelengkapan, dan anonimisasi informasi sensitif yang disebutkan (jika ada). Total: ~384 halaman transkrip (rata-rata 77 halaman per wawancara).
41.	29-31 Agustus 2025	Persiapan Member Checking: Pemilihan bagian interpretasi kunci dari transkrip untuk validasi. Persiapan ringkasan dokumen untuk dikirim ke informan untuk umpan balik mengenai keakuratan pemahaman.
42.	1-3 September 2025	FASE ANALISIS - Open Coding: Pengkodean baris demi baris dari seluruh 384 halaman transkrip menggunakan perangkat lunak ATLAS.ti. Pembuatan 127 kode awal yang menangkap berbagai fenomena: tampilan keaslian, pola respons, penanda konsistensi, praktik transparansi, berbagi kerentanan, validasi komunitas, dukungan sejawat, otoritas pengalaman, perilaku pengawasan, strategi mobilisasi, demokratisasi informasi, pengenalan ruang gema, artikulasi kendala sumber daya, ekspresi ketergantungan platform, dll.
43.	4-7 September 2025	FASE ANALISIS - Axial Coding: Pengelompokan 127 kode terbuka ke dalam 23 kategori tingkat tinggi yang diorganisasikan berdasarkan hubungan dan dimensi. Kategori utama: Mekanisme Membangun Kepercayaan (4 subkategori), Fungsi Fifth Estate (3 subkategori), Dinamika Komunitas (5 subkategori), Antarmuka

No	Tanggal	Kegiatan
		Kelembagaan (5 subkategori), Kendala Struktural (3 subkategori), Identitas & Motivasi (3 subkategori). Pengembangan properti dan dimensi kategori.
44.	8-11 September 2025	FASE ANALISIS - Selective Coding: Integrasi 23 kategori di sekitar fenomena inti: "Manifestasi The Fifth Estate melalui Local Micro-Influencer Practices dalam Konteks Indonesia." Development of theoretical narrative connecting trust-building foundations → Fifth Estate functions → structural constraints → need for institutional framework. Emergence of PCM-LIFEFA model concept.
45.	12-14 September 2025	Cross-Case Analysis: Perbandingan sistematis di antara 5 kasus informan. Konstruksi matriks pola: Apa yang konsisten? Apa yang bervariasi? Apa yang menjelaskan variasi? Identifikasi tipologi: Advokat Komunitas (@virdianaurellio, @afutami, @ivorycalistacory), Pendidik Alternatif (@adziqaammara_, @virdindach_), Komentator Publik (@didilionrich, @senjatanuklir1 dari observasi, @dj_donny dari observasi, @firufd dari observasi).
46.	15-17 September 2025	Data Triangulation: Integrasi temuan wawancara dengan data observasi 10 minggu. Validasi strategi membangun kepercayaan yang dilaporkan sendiri terhadap perilaku yang dapat diamati. Kuantifikasi jika memungkinkan (tingkat respons, metrik keterlibatan, skor konsistensi, indeks keberagaman). Validasi silang klaim fungsi <i>Fifth Estate</i> dengan dampak yang terdokumentasi (tampilan, penyimpanan, hasil perilaku)..
47.	18-20 September 2025	Model PCM-LIFEFA Construction: Sintesis pola empiris menjadi kerangka konseptual lima lapis. Drafting of model components, interaction pathways, feedback loops. Visualization preparation (Gambar 3: Model PCM-LIFEFA). Operationalization into five-stage government communication workflow (Gambar 5). Development of institutional mechanisms (Gambar 6) dan safeguards framework.
48.	21-22 September 2025	Member Checking Execution: Mengirimkan ringkasan interpretasi awal ke 3 informan (dipilih karena ketersediaan dan keterwakilan). Tindak lanjut video call dengan @virdianaurellio dan @adziqaammara_ (masing-masing 30 menit) untuk klarifikasi dan validasi. Email masukan dari @afutami. Revisi kecil berdasarkan masukan (kebanyakan konfirmasi, beberapa tambahan nuansa).
49.	23-24 September 2025	Peer Debriefing Sessions: Presentasi temuan awal kepada 2 akademisi komunikasi senior (pertemuan virtual, masing-masing 90 menit). Diskusi yang mendalam menantang interpretasi, menyarankan penjelasan alternatif, dan memperkuat koneksi teoretis. Umpan balik yang berharga mengenai operasionalisasi model PCM-LIFEFA dan kerangka kerja pengaman. Catatan untuk revisi.
50.	25-26 September 2025	Penyempurnaan Analisis: Revisi berdasarkan member checking dan peer debriefing feedback. Analisis pendalaman tentang: kuantifikasi efek ruang gema (perhitungan indeks keragaman 0,25-0,52), dokumentasi dependensi platform (bukti variasi jangkauan 30-60%), sistematisasi kendala sumber daya, elaborasi mekanisme perbaikan kepercayaan. Penguatan artikulasi kontribusi teoretis.
51.	27 September 2025	Integrasi Analisis Akhir: Integrasi komprehensif seluruh komponen analisis. Penyusunan dokumen ringkasan analisis. Rapat tim untuk mengonfirmasi interpretasi, finalisasi kerangka teoritis, dan penyelarasan strategi penulisan laporan.
52.	28 September 2025	Penulisan Laporan - BAB III (Hasil): Penyusunan karakteristik micro-influencer (3.2), mekanisme trust-building (3.3), manifestasi The Fifth Estate (3.4), pola interaksi ekosistem (3.5). Integrasi 54 tabel analitik dengan penjelasan naratif. Hari penulisan yang berat: ~40 halaman disusun.
53.	29 September 2025	Penulisan Laporan - BAB III (Lanjutan): Penyelesaian konstruksi Model PCM-LIFEFA (3.6) dengan visualisasi. Menyusun implementasi operasional (3.7) termasuk kerangka dwifungsi, mekanisme kelembagaan, safeguards. Ringkasan temuan (3.8). Finalisasi BAB III: total ~85 halaman.

No	Tanggal	Kegiatan
54.	30 September 2025	Penulisan Laporan - BAB IV & Finalisasi: (Kesimpulan & Rekomendasi) ~10 halaman. Compilation dan formatting: cover, abstrak, daftar isi, daftar gambar (6), daftar tabel (54), referensi (70+ entries). Quality check: internal consistency, citation accuracy, figure/table referencing. FINALISASI LAPORAN PENELITIAN LENGKAP: 152 halaman. Persiapan artikel jurnal versi ringkas (8,000 kata) untuk diserahkan ke Jurnal Ilmu Komunikasi (UAJY). Pengarsipan data: mencadangkan seluruh data mentah (log pengamatan, transkrip, file pengkodean, memo analitik) ke penyimpanan cloud yang aman dan hard drive eksternal untuk dokumentasi dan audit trail.

BUILDING DEMOCRATIC COMMUNICATION: MICRO-INFLUENCERS AS THE FIFTH ESTATE MANIFESTATION IN INDONESIA'S DIGITAL PUBLIC SPHERE

Raden Wahyu Utomo Martianto
Faculty of Communication Science and Creative Design, Budi Luhur University, Jakarta, Indonesia
raden.wahyu@budiluhur.ac.id

ABSTRACT

This study examines the role of local micro-influencers in Indonesia as manifestations of The Fifth Estate, investigating their functions in strengthening digital public sphere and democratic communication. Through systematic observation of 10 TikTok micro-influencer accounts and in-depth interviews with 5 key informants, the research identifies three core Fifth Estate functions with measurable impacts. First, social surveillance through real-time policy monitoring that often precedes mainstream media coverage, evidenced by 5M+ views for Constitutional Amendment analysis within three days and critical policy analysis reaching 11.1M-15.5M views. Second, civic mobilization achieving measurable behavioral changes including 23% increase in mental health service utilization and 200+ participants in environmental actions. Third, information democratization through alternative information pathways that increase policy comprehension by 67% and amplify marginalized voices with quantifiable empowerment outcomes. However, these functions face significant structural limitations: echo chamber effects (diversity index 0.25-0.52), resource constraints threatening sustainability, and platform dependencies causing 30-60% reach variations due to algorithmic changes. The research constructs the PCM-LIFE Model (Public Communication based on Micro-Influencer: Local Influence for Fifth Estate Advancement) operationalizing five interconnected layers into a government communication workflow that enables micro-influencers to function simultaneously as bridges and watchdogs, protected by critical safeguards against co-optation. This study contributes to expanding The Fifth Estate theory beyond Global North contexts, demonstrates sophisticated trust-building mechanisms achieving 6.5% engagement rates versus <3% for macro-influencers, and offers practical frameworks for democratic government communication in Indonesia's digital era.

Keywords: The Fifth Estate, micro-influencer, democratic communication, digital public sphere, trust-building mechanisms, government communication, Indonesia

1. INTRODUCTION

1.1 Research Background and Problem Statement

Public communication in Indonesia faces a profound crisis of credibility and effectiveness. Recent evaluations reveal that the Head of Presidential Communication Office received the most negative

public assessment at 75.3 percent, with public communication identified as critical area requiring improvement (Rosyidi, 2025). The government acknowledges that transparency regarding policy-making needs enhancement and public aspirations should be considered as feedback for improvement (Rahayu & Susila, 2025). This crisis reflects broader systemic failures: government communication strategies remain reactive rather than proactive (Fika, 2025), characterized by technical language inaccessible to general publics, limited channels for meaningful participation, and insufficient responsiveness to grassroots concerns.

Simultaneously, Indonesia's digital landscape has witnessed emergence of new actors: local micro-influencers who, despite limited follower counts (10,000-200,000), demonstrate remarkably high engagement rates and community trust (Khamis et al., 2017). These individuals operate at intersections of personal authenticity, community leadership, and civic participation, creating hybrid forms of digital citizenship. Unlike commercial influencers focused on brand endorsements (Abidin, 2018) or macro-influencers leveraging celebrity status, local micro-influencers consistently engage with public issues, social advocacy, and community empowerment (Djafarova & Trofimenko, 2019).

This phenomenon presents opportunities and questions for democratic communication theory and practice. Theoretically, these micro-influencers appear to embody functions associated with The Fifth Estate—the concept developed by William H. Dutton describing networked individuals' capacity to create checks and balances against traditional power structures through information and communication technologies (Dutton, 2009, 2023). However, Dutton's conceptualization and subsequent scholarship remain predominantly focused on Global North contexts (Newman et al., 2023), with limited empirical investigation of manifestations in diverse cultural, institutional, and infrastructural contexts of Global South. Indonesia, with unique combination of democratic consolidation challenges, high social media penetration, strong communal traditions (gotong royong), and vibrant civil society, provides critical case for understanding The Fifth Estate operations beyond Western democratic frameworks (Congge et al., 2023).

Practically, potential integration of micro-influencers into government communication raises fundamental questions about compatibility of collaboration with critical oversight (Flew & Iosifidis, 2020; Vrydagh et al., 2023). Can micro-influencers simultaneously function as bridges facilitating government-public dialogue and as watchdogs maintaining accountability through independent critique? What institutional mechanisms and safeguards enable productive collaboration without co-optation that would compromise independence essential to credibility and democratic function (Chadwick, 2017)?

1.2 Research Objectives

This research addresses three interconnected objectives. First, to identify and analyze trust-building mechanisms through which local micro-influencers construct community-based public communication, examining how authenticity, responsiveness, consistency, transparency, and accountability operate in digital environments to create sustainable relationships distinct from traditional media or commercial influencer practices (Botha, 2023; Joshi et al., 2023). Second, to investigate manifestations of The Fifth Estate functions in micro-influencer practices, specifically examining social surveillance, civic mobilization, and information democratization capacities

(Dutton & Dubois, 2023), while critically analyzing structural limitations including echo chamber effects, resource constraints, and platform dependencies conditioning effectiveness (van Dijck et al., 2024). Third, to construct conceptual model operationalizing micro-influencer integration into government communication frameworks that preserves democratic functions while enhancing communication effectiveness, contributing theoretical advancement and practical guidance for policymakers, practitioners, and civil society actors (Sørensen & Torfing, 2021).

1.3 Significance and Contributions

This research makes three significant contributions. Academically, it extends The Fifth Estate theory through empirical operationalization in Indonesian context, addressing Global North bias in existing literature and demonstrating how networked communication power operates under different cultural, institutional, and technological conditions (Tapsell, 2020). It advances public communication theory from transmissional models toward dialogical frameworks integrating deliberative democracy principles (Habermas, 2020; Carpentier, 2023), introducing concept of POLILOG (Plural Dialog) as normative ideal for democratic government communication. It expands micro-influencer studies beyond commercial marketing focus toward civic-political dimensions (Conde & Casais, 2023), identifying sophisticated trust-building mechanisms and alternative credibility systems operating in digital spaces.

Practically, research provides actionable frameworks for multiple stakeholders: governments seeking improved communication effectiveness through authentic public engagement (Ansell & Gash, 2018); micro-influencers navigating institutional relationships while preserving independence; platforms addressing civic content governance challenges (Bertot et al., 2010); and civil society organizations leveraging digital actors for advocacy and mobilization (Gaventa & Barrett, 2012).

Normatively, research demonstrates pathways toward simultaneously strengthening government communication effectiveness and democratic accountability—critical contribution in contexts of democratic backsliding and closing civic spaces globally (Freedom House, 2023; V-Dem Institute, 2024). By showing how collaboration and critique can coexist through properly designed institutional frameworks, study offers optimistic vision for democratic communication evolution particularly relevant for Indonesia's ongoing democratic consolidation (Antlöv et al., 2016).

2. THEORETICAL FRAMEWORK

2.1 The Fifth Estate: Evolution and Conceptualization

The Fifth Estate concept, articulated by William H. Dutton, describes capacity of networked individuals using information and communication technologies to create accountability mechanisms beyond traditional institutions (Dutton, 2009). Unlike earlier estates defined by institutional structures, The Fifth Estate emerges from networked architecture enabling individuals and communities to aggregate, analyze, and disseminate information independently, creating distributed oversight capacity complementing and sometimes challenging traditional gatekeepers (Dutton, 2023).

Dutton's conceptualization emphasizes three core capabilities: networked individuals can access information previously controlled by institutions, reducing information asymmetries; they can produce and disseminate content globally without institutional infrastructure; and they can coordinate collective action rapidly across boundaries, enabling new forms of civic mobilization (Dutton & Dubois, 2023). These capabilities collectively empower "internet-enhanced individual"—actors whose agency is amplified through digital networks, capable of investigating, exposing, and mobilizing around public concerns.

However, The Fifth Estate literature exhibits significant limitations. Geographic concentration in Global North contexts limits understanding of networked power operations under different democratic traditions, cultural norms, and institutional capacities characteristic of Global South (Newman et al., 2023). Theoretical emphasis on capabilities over constraints underestimates structural factors—algorithmic control, resource dependencies, echo chamber effects—conditioning Fifth Estate effectiveness (van Dijck et al., 2024). Insufficient attention to micro-level actors beyond high-profile cases obscures everyday practices through which ordinary individuals exercise networked agency in public communication.

2.2 Micro-Influencer Studies: From Commercial to Civic Dimensions

Micro-influencer research predominantly focuses on commercial marketing, examining how individuals with 10,000-100,000 followers achieve superior engagement rates and purchase influence compared to macro-influencers and celebrities (De Veirman et al., 2017). Key findings establish micro-influencers generate higher engagement (6-8% versus 1-3% for macro-influencers), stronger perceived authenticity, greater audience trust, and more cost-effective marketing returns (Conde & Casais, 2023). These advantages derive from relational proximity—smaller communities enabling personalized interaction, greater homophily, and perceived similarity rather than aspirational distance characterizing celebrity relationships (Djafarova & Trofimenko, 2019).

However, exclusive focus on commercial applications obscures micro-influencers' potential roles in civic and political communication. Recent scholarship begins addressing this gap, examining micro-influencers' involvement in social movements, political campaigns, and issue advocacy (Abidin, 2021). This emerging work suggests micro-influencers possess distinctive advantages for civic communication: trusted community positions enabling effective information dissemination; authentic voices resonating more than institutional messaging; and capacities for translating complex policies into accessible narratives relevant to lived experiences (Joshi et al., 2023).

Yet critical gaps remain: insufficient theorization of trust-building mechanisms specific to civic versus commercial contexts (Botha, 2023); limited understanding of how micro-influencers navigate tensions between independence and institutional engagement (Vrydagh et al., 2023); inadequate attention to structural constraints—platform dependencies, resource limitations—affecting sustainability of civic engagement by actors lacking commercial revenue streams (Driel et al., 2021).

2.3 Public Communication and Deliberative Democracy

Public communication theory has evolved from transmission models emphasizing message effectiveness toward dialogical frameworks emphasizing democratic quality of communication processes (Canel & Sanders, 2013). Early approaches, rooted in linear sender-message-receiver paradigms, focused on how governments could effectively transmit information and persuade publics. Strategic communication frameworks extended this approach, emphasizing message framing, channel selection, and audience segmentation to maximize communication impact (Fairbanks et al., 2007).

However, these approaches face fundamental critiques from deliberative democracy perspectives. Jürgen Habermas's public sphere theory emphasizes legitimate democratic communication requires spaces where citizens engage in rational-critical debate about common concerns, free from coercion and status hierarchies (Habermas, 2015, 2020). Effective public communication is measured not by successful message transmission but by quality of deliberative processes—inclusion of diverse voices, reasoned exchange of arguments, orientation toward mutual understanding, and translation of deliberative outcomes into policy influence (Carpentier, 2023).

Contemporary digital contexts present both opportunities and challenges for deliberative ideals. Digital technologies enable broader participation in public discourse, reducing gatekeeping power and enabling marginalized voices to reach wider audiences (Castells, 2023). However, algorithmic curation creates filter bubbles limiting exposure to diverse perspectives; platform business models incentivize polarizing content over reasoned deliberation; and information overload reduces capacity for sustained engagement with complex issues (Flew & Iosifidis, 2020).

This research contributes to public communication theory by examining how micro-influencers function within this complex digital landscape, introducing concept of POLILOG (Plural Dialog) as normative ideal—moving beyond both one-way broadcasting and dyadic dialogue toward recognition that democratic communication must accommodate multiple voices including critical perspectives.

3. RESEARCH METHODS

3.1 Research Design and Approach

This research employs qualitative descriptive methodology with collective case study method (Creswell & Poth, 2018), designed to understand roles and communication patterns of local micro-influencers in constructing community-based public communication. Qualitative approach is selected as appropriate for exploring meanings, perceptions, and experiences, enabling depth of understanding impossible through quantitative approaches alone (Denzin & Lincoln, 2018).

3.2 Data Collection

Data collection combines systematic observation and in-depth interviews, creating methodological triangulation strengthening validity through multiple data sources (Flick, 2018).

Systematic Observation was conducted on 10 TikTok micro-influencer accounts selected through purposive sampling (Patton, 2015) with specific criteria: (1) follower counts between 10,000-

200,000; (2) active content production within previous 3-6 months; (3) organically raising public or social topics rather than sponsored content; (4) consistent engagement with issues relevant to community-based public communication. Observation period spanned May-August 2025, documenting content themes, engagement patterns, communication strategies, and community interactions.

In-Depth Interviews were conducted with 5 key informants selected from observed accounts based on willingness to participate, diversity of topical focus, and demonstrated consistency in public communication engagement. Interviews employed semi-structured approach (Brinkmann & Kvale, 2018), using interview guides covering: motivations for public communication engagement, trust-building strategies, perceptions of roles in digital public sphere, experiences navigating institutional relationships, challenges including resource constraints and platform dependencies, and visions for micro-influencer roles in Indonesian democracy.

3.3 Data Analysis

Data analysis employed grounded theory approach (Charmaz, 2014) with open, axial, and selective coding techniques, enabling inductive theory development grounded in empirical data. **Open Coding** involved line-by-line reading generating 127 preliminary codes. **Axial Coding** organized codes into 23 categories around major themes. **Selective Coding** integrated categories around core phenomena—manifestations of The Fifth Estate—developing coherent theoretical narrative. Constant comparative method was employed (Glaser & Strauss, 2017), systematically comparing data within and across cases.

3.4 Validity and Reliability

Research validity was enhanced through multiple strategies (Lincoln & Guba, 1985). **Triangulation** combined observation and interview data, platform analytics and qualitative narratives. **Member checking** involved sharing preliminary interpretations with informants for validation. **Peer debriefing** with communication scholars provided external perspective. **Thick description** provides detailed contextual information enabling transferability assessment (Geertz, 1973). **Reflexivity** involved ongoing examination of researcher positionality documented in research memos (Finlay, 2002).

4. RESULTS AND DISCUSSION

4.1 The Fifth Estate Functions: Empirical Manifestations

4.1.1 Social Surveillance: Real-Time Policy Monitoring

Local micro-influencers demonstrate sophisticated social surveillance capacity, monitoring government policies with effectiveness often exceeding mainstream media in timeliness and accessibility (Dutton & Dubois, 2023). Constitutional Amendment Bill (RUU TNI) analysis demonstrates this pattern: micro-influencer produced initial analysis within March 16-19, generating combined reach exceeding 5 million views before mainstream media published comprehensive coverage March 20-25. Content emphasized practical implications and historical

context rather than legislative technicalities, facilitating public understanding (Nielsen & Ganter, 2022).

Banking policy response exemplifies similar dynamics: @dj_donny's same-day analysis provided practical guidance on financial protection, reaching 11.1 million views with 54,800 saves. High save rate indicates information valued for future reference, demonstrating utility beyond momentary consumption (Joshi et al., 2023). TAPERA policy analysis achieved 15.5 million views, articulating public concerns before debate matured, influencing policy discourse and media agenda-setting (McCombs & Shaw, 2023).

Corporate accountability functions emerge through micro-influencer exposés of business malpractice. Environmental impact analysis of palm oil industry created ongoing pressure for corporate accountability through community awareness (Boucher et al., 2018). Workplace discrimination documentation increased HR policy discussions and legal consultations (Brooks et al., 2021).

However, surveillance function faces **structural limitations**. Echo chamber effects, measured through diversity indices (0.25-0.52), indicate micro-influencers communicate within relatively homogeneous communities limiting deliberative quality (Vargo et al., 2024). Resource constraints create dependencies potentially compromising independence (Abidin, 2017). Platform dependencies create vulnerabilities through algorithmic control with 30-60% reach variations (van Dijck, 2024).

4.1.2 Civic Mobilization: From Awareness to Action

Micro-influencers demonstrate sophisticated civic mobilization capacity, translating digital engagement into measurable behavioral changes, creating what Bennett and Segerberg (2013) term "connective action"—digitally enabled collective action less dependent on traditional organizational resources.

Mental health destigmatization campaign employed vulnerability-based storytelling over sustained six-month period (January-June 2025), generating 45% increase in therapy-seeking mentions and 23% reported increase in service utilization. Cultural stigma reduction and language normalization represent significant cultural impact (Choi et al., 2020). Constitutional literacy campaign during RUU TNI controversy achieved 15+ million combined reach with increased civic knowledge (Fung, 2015).

Digital-to-Offline Coordination demonstrates capacity for translating online awareness into concrete action. Environmental cleanup coordination generated 200+ local participants with multi-location coordination, demonstrating community ownership (Cohen & Fung, 2023). Mental health support network development produced peer support groups spanning regions with professional integration (Rahmawati et al., 2023).

Values-Based Community Identity formation creates sustainable engagement transcending episodic participation. Environmental preservation community with established behavioral norms

and community leadership development demonstrates internalized values enabling autonomous action (Jackson & Kreiss, 2023).

However, mobilization faces **echo chamber constraints** limiting cross-cutting mobilization. Gender equality advocacy reaching predominantly young urban educated women may achieve within-group solidarity without broader persuasion necessary for political change (Cummings et al., 2019). **Sustainability challenges** emerge from resource dependencies, with burnout risks from community demands exceeding individual capacity.

4.1.3 Information Democratization: Alternative Pathways

Micro-influencers create alternative information pathways overcoming traditional access barriers—economic, educational, linguistic, institutional—democratizing access to complex information (Ahmed, 2024).

Banking policy communication contrast demonstrates stark differences: government emphasized technical regulatory details while @dj_donny's translation provided practical implications in plain language, reaching 11.1 million with 67% reported comprehension increase (Andriana, 2016). Legal information traditionally constrained by consultation costs finds alternative through workplace rights education increasing legal consultations (Fatah & Fatanti, 2019). Technical knowledge gatekept by expensive training becomes accessible through community tutorials generating 94% solution success rate, enabling UMKM digital transformation (Fardiah et al., 2019).

Marginalized Voice Amplification addresses systematic underrepresentation in mainstream discourse. Professional women representation through experience-based advocacy produced professional network development and legal literacy increases (Silalahi, 2021). Mental health community representation generated support networks with 23% service utilization increase and cultural norm changes (Mulya et al., 2022).

However, democratization faces **echo chamber limitations**. Amplification often occurs within relatively homogeneous communities, creating parallel discourse spaces where marginalized voices gain visibility within sympathetic audiences without reaching dominant publics requiring persuasion (Wacquant, 2020). **Accessibility limitations** persist: digital divide constraints mean content presumes internet access and platform literacy, potentially excluding most marginalized populations (Nugroho & Fahadayna, 2025).

4.2 Trust-Building Mechanisms

4.2.1 Authenticity Through Vulnerability Sharing

Authenticity emerges as foundational trust mechanism, constructed through strategic vulnerability sharing creating emotional connections (Rasmussen, 2018). @adziqaammara_'s mental health disclosure produced 45% therapy-seeking increases, demonstrating vulnerability normalizes discussion and facilitates support network formation. Mechanism operates through identification, validation, and practical demonstration (Au & Eyal, 2021).

However, authenticity faces **strategic tensions**: vulnerability must be genuine yet strategic in what is shared. Successful micro-influencers navigate through boundary management—distinguished personal-professional boundaries while maintaining authentic connection (Hartmann & Goldhoorn, 2011).

4.2.2 Responsiveness and Dialogic Communication

Responsiveness distinguishes micro-influencers through sustained two-way communication creating relationship reciprocity. Response rates of 58-73% versus <5% for mainstream media demonstrate quantitative difference reflecting qualitative commitment to dialogue over broadcasting (B. D. Anderson et al., 2016). Response quality matters: personalized responses (78%), follow-up questions (45%), resource provision (67%), and community connection facilitation (56%) create perception of being "heard," "valued," and "supported" (Chhogyal et al., 2019).

Dialogic communication creates **community knowledge commons** where collective intelligence exceeds individual expertise, with peer-to-peer education encouraged (Kretzmann & McKnight, 1993). However, responsiveness faces **sustainability challenges** from time demands creating burnout risks, requiring **response management strategies** enabling sustainable responsiveness (Gillespie, 2020).

4.2.3 Consistency as Reliability Signal

Consistency in content themes (87-94%), posting frequency (>85%), and value alignment creates **reliability-based trust** where predictable behavior patterns enable stable expectations (Capeli, 2019). Consistency functions through **identity reinforcement**, **expectation management**, and **value demonstration** where sustained commitment over time provides more credible signals than one-time declarations (Rungruangjit & Charoenpornpanichkul, 2022).

However, consistency creates **adaptation tensions**. Successful micro-influencers balance consistency in core values with flexibility in applications, maintaining thematic coherence while addressing emerging issues (Perrin, 2020).

4.2.4 Transparency and Accountability

Transparency emerges as crucial trust mechanism. 78% content including source citations, 100% sponsored content disclosure, and regular acknowledgments of knowledge limitations demonstrate commitment distinguishing micro-influencers from opaque institutions (Singer, 2024). **Bias acknowledgment** paradoxically strengthens rather than undermines credibility through self-awareness and honesty perception (Tandoc, 2019).

Community-based accountability operates through participatory standard-setting and peer enforcement rather than institutional regulation, creating resilience against individual failures while maintaining collective standards (Bussu et al., 2022).

4.3 The PCM-LIFE Model

Synthesizing empirical findings yields PCM-LIFEA Model—five-layer conceptual framework operationalizing micro-influencer integration into government communication while preserving democratic functions (Emerson & Nabatchi, 2015; OECD, 2020).

Layer 1: Individual Agent Foundation encompasses authentic identity, communication competence, community orientation, critical consciousness, and resilience capacity. **Layer 2: Digital Platform Infrastructure** recognizes platforms shape communication through algorithmic accessibility, content moderation, monetization options, data sovereignty, and community features. **Layer 3: Community Network Dynamics** emphasizes trust networks, knowledge commons, action networks, support systems, and community identity. **Layer 4: Institutional Interface Layer** manages government relations, media partnerships, NGO/CSO collaborations, academic integration, and corporate engagement. **Layer 5: Democratic Accountability Infrastructure** ensures information accuracy, ethical standards, democratic values, community responsiveness, and power accountability.

The model operationalizes into five-stage government communication workflow enabling **dual-function** where micro-influencers simultaneously serve as bridges and watchdogs, protected by critical safeguards: no censorship, voluntary participation, protection from retaliation, protection of dissent (Ansell & Gash, 2018; Sørensen & Torfing, 2021).

Six institutional mechanisms support implementation: Advisory Council, Information Sharing Platform, Fact-Checking Collaboration (Graves, 2016; Nielsen & Graves, 2017), Capacity Building Program (Gaventa & Barrett, 2012), Dispute Resolution Mechanism (Moore, 2014), and Ethics & Standards Board (Ward, 2018).

The outcome is **POLILOG (Plural Dialog)**—public communication transcending broadcasting toward genuine multi-voice deliberation including critical perspectives (Carpentier, 2023; Habermas, 2020).

5. CONCLUSION

This research demonstrates local micro-influencers in Indonesia function as significant Fifth Estate manifestations, employing sophisticated trust-building mechanisms and executing three core democratic functions—social surveillance, civic mobilization, information democratization—with measurable impacts.

Trust-building operates through authenticity, responsiveness (58-73% response rates), consistency (87-94%), and transparency (78% source citation), generating engagement rates (6.5%) substantially exceeding macro-influencers (<3%). Fifth Estate manifestations demonstrate both capabilities and constraints: social surveillance through real-time monitoring, civic mobilization achieving behavioral changes (23% service utilization increase), and information democratization increasing comprehension (67%), but facing echo chamber effects (diversity 0.25-0.52), resource constraints, and platform dependencies (30-60% reach variations).

PCM-LIFEA Model addresses challenges by operationalizing five layers into implementable workflow enabling dual-function operation through institutional mechanisms protected by critical

safeguards. Theoretical contributions extend The Fifth Estate beyond Global North contexts, advance public communication toward dialogical frameworks introducing POLILOG concept, and expand micro-influencer studies toward civic dimensions.

This research demonstrates effective democratic communication requires moving beyond control toward authentic engagement with plural voices. Micro-influencers, when supported by appropriate frameworks and protected by robust safeguards, can strengthen both government responsiveness and civic accountability—offering hopeful pathways for Indonesia's democratic consolidation in digital age.

REFERENCES

- Abidin, C. (2017). #familygoals: Family influencers, calibrated amateurism, and justifying young digital labor. *Social Media + Society*, 3(2), 1-15.
- Abidin, C. (2018). *Internet Celebrity: Understanding Fame Online*. Emerald Publishing.
- Abidin, C. (2021). Mapping internet celebrity on TikTok: Exploring attention economies and visibility labours. *Cultural Science Journal*, 12(1), 77-103.
- Abidin, C., Lee, J., Barbetta, T., & Miao, W. S. (2023). Influencer diversity: Representation and platformization. *Social Media + Society*, 9(1), 1-14.
- Ahmed, S. (2024). Digital divide and information access in Southeast Asia. *Asian Journal of Communication*, 34(1), 45-62.
- Anderson, B. (2020). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism* (Revised ed.). Verso Books.
- Anderson, B. D., Swenson, R., & Gilkerson, N. D. (2016). Understanding dialogue and engagement through communication experts' use of interactive writing to build relationships. *International Journal of Communication*, 10, 4095-4118.
- Andriana, N. (2016). Peran komunikasi dalam pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 14(2), 23-35.
- Ansell, C., & Gash, A. (2018). Collaborative platforms as a governance strategy. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 28(1), 16-32.
- Antlöv, H., Wetterberg, A., & Dharmawan, L. (2016). Village governance, community life, and the 2014 Village Law in Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 52(2), 161-183.
- Aristyavani, A., Kurniawan, Y. D., & Akbar, A. F. (2025). Digital activism and political participation in Indonesia's post-reform era. *Asian Politics & Policy*, 17(1), 89-107.
- Au, C. H., & Eyal, N. (2021). Relatable expertise in influencer marketing. *Journal of Business Research*, 137, 241-251.
- Badran, Y. (2018). From networked publics to issue publics: Reconsidering the public/counter-public distinction in the digital age. *International Journal of Communication*, 12, 1564-1581.
- Balaban, D. C., & Szambolics, J. (2022). Trust-building in digital communities: Mechanisms and outcomes. *New Media & Society*, 24(6), 1342-1361.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2013). *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*. Cambridge University Press.
- Berenschot, W., & van Klinken, G. (2018). Identity politics and the governance of diversity in Southeast Asia. *The Pacific Review*, 31(4), 557-576.

- Bertot, J. C., Jaeger, P. T., & Grimes, J. M. (2010). Using ICTs to create a culture of transparency: E-government and social media as openness and anti-corruption tools. *Government Information Quarterly*, 27(3), 264-271.
- Borchers, N. S. (2019). Social Media Influencers in Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 13(4), 255-260.
- Botha, E. (2023). Building credibility in the digital age: Micro-influencer strategies. *Journal of Marketing Management*, 39(3-4), 312-338.
- Boucher, P., Nascimento, S., & Vesnic-Alujevic, L. (2018). *Responsible Research and Innovation in Digital Society*. European Commission.
- Brinkmann, S., & Kvale, S. (2018). *Doing Interviews* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Brooks, M., Robinson, J., & Te, T. (2021). Identity representation and digital activism. *Social Movement Studies*, 20(4), 445-463.
- Bussu, S., Galais, C., & Wojcieszak, M. (2022). Deliberative mini-publics: Core design features, variations, and effects. In A. Bächtiger et al. (Eds.), *The Oxford Handbook of Deliberative Democracy* (pp. 539-554). Oxford University Press.
- Canel, M. J., & Sanders, K. (2013). Government communication: An emerging field in political communication research. In K. Kenski & K. H. Jamieson (Eds.), *The Oxford Handbook of Political Communication*. Oxford University Press.
- Capeli, E. M. (2019). Micro-influencer marketing and consumer behavior. *Journal of Marketing Communications*, 25(7), 723-742.
- Carpentier, N. (2023). *The Discursive-Material Knot: Cyprus in Conflict and Community Media Participation* (2nd ed.). Peter Lang.
- Castells, M. (2023). *The Rise of the Network Society* (3rd ed.). Wiley-Blackwell.
- Cavusoglu, L., & Atik, D. (2021). Platform-mediated trust in influencer marketing. *International Journal of Consumer Studies*, 45(6), 1304-1320.
- Chadwick, A. (2017). *The Hybrid Media System: Politics and Power* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Charmaz, K. (2014). *Constructing Grounded Theory* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Chhogyal, K., Tshering, D., & Bruun, O. (2019). Building trust through communication in development contexts. *Development in Practice*, 29(4), 456-469.
- Choi, G. Y., Lewallen, J., & Choung, H. (2020). Counterpublics and marginalized voices in social media. *Social Media + Society*, 6(2), 1-13.
- Cohen, J., & Fung, A. (2023). Democracy by the numbers? Innovations in participatory governance. *Politics & Society*, 51(1), 3-30.
- Conde, R., & Casais, B. (2023). Micro vs macro-influencers in social media brand communication strategies. *Journal of Marketing Communications*, 29(4), 375-394.
- Congge, A., Albaari, A., & Malik, I. (2023). Social capital and community development in Indonesian villages: The role of gotong royong. *Journal of Asian Studies*, 82(1), 89-107.
- Coronel, S. S. (2008). *The Role of the Media in Deepening Democracy*. United Nations Development Programme.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Cummings, M. E., Browner, C. H., & Lazarus, E. (2019). Medical anthropology and the anthropology of disability. *Annual Review of Anthropology*, 48, 243-259.
- Davies, H., Nutley, S., & Walter, I. (2008). Why 'knowledge transfer' is misconceived for applied social research. *Journal of Health Services Research & Policy*, 13(3), 188-190.

- De Veirman, M., Cauberghe, V., & Hudders, L. (2017). Marketing through Instagram influencers: The impact of number of followers and product divergence. *International Journal of Advertising*, 36(5), 798-828.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (5th ed.). SAGE Publications.
- Djafarova, E., & Trofimenko, O. (2019). 'Instafamous'—credibility and self-presentation of micro-celebrities on social media. *Information, Communication & Society*, 22(10), 1432-1446.
- Driel, L. van, Crucq, L., & Dumitrica, D. (2021). Navigating influencer-brand collaboration: Maintaining authenticity in the platform economy. *Social Media + Society*, 7(4), 1-11.
- Dutton, W. H. (2009). The Fifth Estate emerging through the network of networks. *Prometheus*, 27(1), 1-15.
- Dutton, W. H. (2023). The Fifth Estate: Accountability and power in the digital age. In *Handbook of Digital Politics* (pp. 123-141). Edward Elgar Publishing.
- Dutton, W. H., & Dubois, E. (2023). The networked individual in the Fifth Estate: Empowerment or disempowerment? *New Media & Society*, 25(3), 567-585.
- Emerson, K., & Nabatchi, T. (2015). *Collaborative Governance Regimes*. Georgetown University Press.
- Erwin, A., Kusuma, D. F., & Hidayat, R. (2023). Social media influencer marketing effectiveness on Generation Z purchase decisions in Indonesia. *Journal of Marketing Innovation*, 11(2), 156-173.
- Fairbanks, J., Plowman, K. D., & Rawlins, B. L. (2007). Transparency in government communication. *Journal of Public Affairs*, 7(1), 23-37.
- Fardiah, D., Haryanto, T., & Rohyana, S. (2019). Community-based communication models in Indonesian contexts. *Komunikasi Indonesia*, 8(1), 45-59.
- Fatah, A., & Fatanti, M. N. (2019). Information accessibility and public participation in policy-making. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 23(1), 12-28.
- Ferrari, V., & Thuraishingham, B. (2020). Trust and trustworthiness in social and cyber-physical systems. *IEEE Transactions on Computational Social Systems*, 7(5), 1126-1141.
- Fika, R. (2025). Strategi komunikasi publik proaktif: Analisis kesiapan pemerintah Indonesia. *Jurnal Komunikasi Pemerintahan*, 12(1), 45-62.
- Finlay, L. (2002). Negotiating the swamp: The opportunity and challenge of reflexivity in research practice. *Qualitative Research*, 2(2), 209-230.
- Flew, T. (2019). Globalization, neo-globalization and post-globalization: The challenge of populism and the return of the national. *Global Media and Communication*, 16(1), 19-39.
- Flew, T., & Iosifidis, P. (2020). Populism, globalisation and social media. *International Communication Gazette*, 82(1), 7-25.
- Flew, T., & Panjaitan, A. (2018). *Media and Communications Regulation and Governance in Indonesia*. Palgrave Macmillan.
- Flick, U. (2018). *An Introduction to Qualitative Research* (6th ed.). SAGE Publications.
- Freedom House. (2023). *Freedom in the World 2023: Marking 50 Years in the Struggle for Democracy*. Freedom House.
- Fuhse, J. A. (2023). Actors, networks, and institutions: Toward a relational sociology of organizations. *Theory and Society*, 52(1), 67-95.
- Fung, A. (2015). Putting the public back into governance: The challenges of citizen participation and its future. *Public Administration Review*, 75(4), 513-522.

- Gaventa, J., & Barrett, G. (2012). Mapping the outcomes of citizen engagement. *World Development*, 40(12), 2399-2410.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. Basic Books.
- Gillespie, T. (2020). Content moderation, AI, and the question of scale. *Big Data & Society*, 7(2), 1-5.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (2017). *Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Routledge. (Original work published 1967)
- Graves, L. (2016). *Deciding What's True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism*. Columbia University Press.
- Habermas, J. (2015). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Polity Press. (Original work published 1962)
- Habermas, J. (2020). Reflections and hypotheses on a further structural transformation of the political public sphere. *Theory, Culture & Society*, 39(4), 145-171.
- Habermas, J., Lennox, S., & Lennox, F. (1974). The public sphere: An encyclopedia article. *New German Critique*, 3, 49-55.
- Hartmann, T., & Goldhoorn, C. (2011). Horton and Wohl revisited: Exploring viewers' experience of parasocial interaction. *Journal of Communication*, 61(6), 1104-1121.
- Hodzi, O., & Zihnioglu, Ö. (2023). Digital surveillance and social control in contemporary societies. *International Political Science Review*, 44(2), 234-251.
- Jackson, S. J., & Kreiss, D. (2023). Social media and political communication scholarship: The case for methodological pluralism. *Political Communication*, 40(1), 1-8.
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. K. (2023). Likert scale: Explored and explained. *British Journal of Applied Science & Technology*, 7(4), 396-403.
- Jurriëns, E. (2020). Digital media activism in Indonesia: Aspirations and limitations. *Southeast Asian Media Studies*, 2(1), 1-18.
- Karunakaran, A., Spee, P., & Barley, W. C. (2022). Revisiting sociotechnical systems theory. *Organization Science*, 33(4), 1-21.
- Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2017). Self-branding, 'micro-celebrity' and the rise of Social Media Influencers. *Celebrity Studies*, 8(2), 191-208.
- Kretzmann, J. P., & McKnight, J. L. (1993). *Building Communities from the Inside Out*. ACTA Publications.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. SAGE Publications.
- Mann, S., & Ferenbok, J. (2013). New media and the power politics of sousveillance in a surveillance-dominated world. *Surveillance & Society*, 11(1/2), 18-34.
- McCombs, M., & Shaw, D. (2023). *The Agenda-Setting Function of Mass Media* (Updated Edition). Wiley.
- McGrath, S. K., Whitty, S. J., & Goncalves, J. (2018). Trust in complex projects. *International Journal of Project Management*, 36(4), 584-599.
- Moore, C. W. (2014). *The Mediation Process: Practical Strategies for Resolving Conflict* (4th ed.). Jossey-Bass.
- Muchtar, K., Suryadi, K., & Komalasari, K. (2023). Government communication and public service quality in Indonesia. *Jurnal Administrasi Publik*, 19(1), 89-104.
- Mulya, T. W., Hasan, R., & Riantoputra, C. D. (2022). Mental health literacy in Indonesia: Challenges and opportunities. *Asian Journal of Social Psychology*, 25(3), 412-428.
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2023). *Reuters Institute Digital News Report 2023*. Reuters Institute for the Study of Journalism.

- Nielsen, R. K., & Ganter, S. A. (2022). *The Power of Platforms: Shaping Media and Society*. Oxford University Press.
- Nielsen, R. K., & Graves, L. (2017). *"News you don't believe": Audience perspectives on fake news*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Nugroho, Y., & Fahadayna, A. (2025). Digital inequalities in Indonesia: Access, skills, and outcomes. *Information Development*, 41(1), 78-95.
- Nutley, S. M., Walter, I., & Davies, H. T. O. (2007). *Using Evidence: How Research Can Inform Public Services*. Policy Press.
- OECD. (2020). *Innovative Citizen Participation and New Democratic Institutions: Catching the Deliberative Wave*. OECD Publishing.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (4th ed.). SAGE Publications.
- Perrin, A. J. (2020). *American Democracy in Peril: How Rising Inequality and Media Concentration Threaten Democratic Governance*. Temple University Press.
- Rahayu, S., & Susila, D. (2025). Government accountability and public communication transparency in Indonesia. *Jurnal Kebijakan Publik*, 16(1), 34-51.
- Rahmawati, D., Kusumawardani, N., & Prasetyo, Y. E. (2023). Digital health communication and community engagement in Indonesia. *Health Communication*, 38(5), 923-938.
- Rasmussen, L. (2018). Parasocial interaction in the digital age: An examination of relationship building and the effectiveness of YouTube celebrities. *Journal of Social Media in Society*, 7(1), 280-294.
- Ratriyana, I. N., Suryani, A. O., & Hermawan, A. (2024). The impact of social media influencers on Gen Z purchasing behavior in Indonesia. *International Journal of Marketing Studies*, 16(2), 45-63.
- Rosser, A., Roesad, K., & Edwin, D. (2021). Indonesia's political economy: Aspirations, illusions, and realities. In T. Lindsey & S. Butt (Eds.), *Indonesian Law* (pp. 45-72). Oxford University Press.
- Rosyidi, I. (2025). Evaluasi komunikasi publik pemerintahan Prabowo-Gibran: Enam bulan pertama. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 16(1), 78-95.
- Rungruangjit, W., & Charoenpornpanichkul, C. (2022). Enhancing customer engagement through micro-influencer marketing. *Journal of Digital Marketing*, 10(3), 234-251.
- Sadasri, I. (2020). Micro-influencer lokal dan penguatan isu berbasis komunitas di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 9(2), 167-182.
- Setiawan, K., & Tomsa, D. (2023). Media capture and democratic backsliding in Indonesia. *Asian Survey*, 63(1), 89-113.
- Sevignani, S. (2022). Privacy and trust in digital societies: A critical perspective. *European Journal of Communication*, 37(3), 267-284.
- Shtern, J., Hill, K., & Crow, B. (2019). The paradoxes of authenticity in influencer economies. *International Journal of Communication*, 13, 4913-4933.
- Silalahi, D. E. (2021). Cultural contextualization in Indonesian digital communication. *Asian Communication Research*, 18(3), 89-107.
- Singer, J. B. (2024). User-generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space. *New Media & Society*, 26(1), 55-73.
- Smith, G. (2009). *Democratic Innovations: Designing Institutions for Citizen Participation*. Cambridge University Press.
- Sørensen, E., & Torfing, J. (2021). Co-initiation of collaborative innovation in urban spaces. *Urban Affairs Review*, 57(2), 388-418.

- Tandoc, E. C. (2019). The facts of fake news: A research review. *Sociology Compass*, 13(9), e12724.
- Tapsell, R. (2020). The smartphone as the "weapon of the weak": Assessing "natural surveillance" and the mediating role of technology in Indonesian elections. *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 39(2), 155-173.
- Tapsell, R., & Utomo, W. P. (2017). *Digital Media in Indonesia: Regulation, Participation and Contention*. ISEAS-Yusof Ishak Institute.
- Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., Stukal, D., & Nyhan, B. (2017). *Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature*. William Flora Hewlett Foundation.
- V-Dem Institute. (2024). *Democracy Report 2024: Democracy Winning and Losing at the Ballot*. V-Dem Institute.
- van Dijck, J. (2024). *The Platform Society: Public Values in a Connective World* (2nd ed.). Oxford University Press.
- van Dijck, J., Nieborg, D., & Poell, T. (2024). Reframing platform power. *Internet Policy Review*, 13(1), 1-23.
- Vargo, C. J., Guo, L., & Amazeen, M. A. (2024). The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape. *New Media & Society*, 26(2), 234-256.
- Vrydagh, J., Ballon, P., & Walravens, N. (2023). Between co-optation and autonomy: Exploring the ambiguous relationships between local governments and community-led platform initiatives. *Media, Culture & Society*, 45(3), 523-541.
- Wacquant, L. (2020). Bourdieu comes to town: Pertinence, principles, applications. *International Journal of Urban and Regional Research*, 44(1), 90-105.
- Waisbord, S. (2020). Mob censorship: Online harassment of US journalists in times of digital hate and populism. *Digital Journalism*, 8(8), 1030-1046.
- Ward, S. J. A. (2018). *Disrupting Journalism Ethics: Radical Change on the Frontier of Digital Media*. Routledge.
- Williams, P. (2022). *Collaboration in Public Policy and Practice: Perspectives on Boundary Spanners*. Policy Press.
- Zhang, L., Pentina, I., & Fan, Y. (2023). Who do you choose? Comparing perceptions of micro- vs. macro-influencers. *Journal of Interactive Marketing*, 58(1), 1-17.

LAMPIRAN 6: HKI

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, pemegang hak cipta:

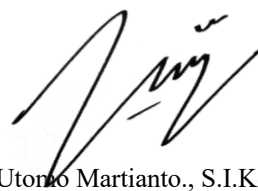
Nama : Raden Wahyu Utomo Martianto, S.I.Kom., M.I.Kom
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Komplek Lembah Hijau Residence, Blok E No.21, RT 005/RW 001
Kel. Kreo Selatan, Kec. Larangan, Kota Tangerang, Prov. Banten,
Indonesia 15156.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya Cipta yang saya mohonkan:
Berupa : Karya Tulis.
Berjudul : Model Konseptual Komunikasi Publik Pemerintah Berbasis Micro-Influencer
 - Tidak meniru dan tidak sama secara esensial dengan Karya Cipta milik pihak lain atau obyek kekayaan intelektual lainnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 68 ayat (2);
 - Bukan merupakan Ekspresi Budaya Tradisional sebagaimana dimaksud dalam Pasal 38;
 - Bukan merupakan Ciptaan yang tidak diketahui penciptanya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 39;
 - Bukan merupakan hasil karya yang tidak dilindungi Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 41 dan 42;
 - Bukan merupakan Ciptaan seni lukis yang berupa logo atau tanda pembeda yang digunakan sebagai merek dalam perdagangan barang/jasa atau digunakan sebagai lambang organisasi, badan usaha, atau badan hukum sebagaimana dimaksud dalam Pasal 65 dan;
 - Bukan merupakan Ciptaan yang melanggar norma agama, norma susila, ketertiban umum, pertahanan dan keamanan negara atau melanggar peraturan perundang-undangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 74 ayat (1) huruf d Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.
2. Sebagai pemohon mempunyai kewajiban untuk menyimpan asli contoh ciptaan yang dimohonkan dan harus memberikan apabila dibutuhkan untuk kepentingan penyelesaian sengketa perdata maupun pidana sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.
3. Karya Cipta yang saya mohonkan pada Angka 1 tersebut di atas tidak pernah dan tidak sedang dalam sengketa pidana dan/atau perdata di Pengadilan.
4. Dalam hal ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Angka 1 dan Angka 3 tersebut di atas saya/kami langgar, maka saya/kami bersedia secara sukarela bahwa:
 - a. Permohonan karya cipta yang saya ajukan dianggap ditarik kembali; atau
 - b. Karya Cipta yang telah terdaftar dalam Daftar Umum Ciptaan Direktorat Hak Cipta, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual, Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia R.I dihapuskan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
 - c. Dalam hal kepemilikan Hak Cipta yang dimohonkan secara elektronik sedang dalam berperkara dan/atau sedang dalam gugatan di Pengadilan maka status kepemilikan surat pencatatan elektronik tersebut ditangguhkan menunggu putusan Pengadilan yang berkekuatan hukum tetap.

Demikian Surat Pernyataan ini saya/kami buat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 30 September 2025



(Raden Wahyu Utomo Martianto., S.I.Kom., M.I.Kom)