

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dunia digital kian hari semakin tidak dapat dibendung. Perkembangan teknologi yang ada menjadikan suatu strategi baru dalam menggalang dukungan dan simpati massa. Teknologi yang semakin berkembang pesat di era sekarang melahirkan berbagai media massa yang memiliki pengaruh besar dalam kehidupan bernegara terutama di negara demokrasi seperti Indonesia. Kemampuan internet menjangkau banyak massa inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh berbagai pihak. Kemampuan teknologi internet yang tanpa batasan kelas dan geografis inilah yang dapat dimanfaatkan untuk menjangkau massa sebanyak-banyaknya, baik sebagai konsumen maupun penyumbang suara¹. Kemampuan berjejaring media sosial di era sekarang merupakan kegiatan yang digemari dari anak-anak, remaja hingga para elit politik.

Media massa merupakan alat bantu utama dalam proses komunikasi massa. Media massa yang dalam bahasa Inggris disebut dengan kata “*mass media*” yang bermakna alat penghubung. Media massa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia bermakna sarana atau saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas. Sarana komunikasi itu dapat berupa surat kabar, majalah, buku, radio, dan televisi. Jadi media massa mengarah kepada alat

¹Ressi Dwiana, Mobilisasi Massa Dalam Era Network Society, 2013, *Jurnal Pekommas*, Vol. 16, No. 3

yang dipergunakan untuk menyampaikan informasi. Perkembangan media massa dan teknologi internet melahirkan akses berjejaring melalui dunia maya dengan memanfaatkan media sosial sebagai alatnya, macam-macam media sosial yang kita ketahui seperti *instagram, facebook, twitter, whatsapp* dll.

Salah satu contoh penggunaan teknologi berbasis media sebagai basis dalam mengumpulkan massa ialah dengan memberdayakan media sosial yang sering digunakan anak muda di era milenial saat ini seperti *instagram, facebook* dll. Media massa memberikan pengaruh cukup signifikan untuk berbagai aspek kehidupan termasuk mobilisasi massa di segala lini baik di lingkungan ekonomi sosial dan politik. Penggunaan media sosial yang semakin tinggi dan semakin marak tidak hanya digunakan oleh kalangan masyarakat biasa saja, mulai dari pebisnis, pengusaha, mahasiswa hingga elit politik menilik kemampuan media sosial sebagai alat yang memiliki pengaruh besar dalam menunjang pekerjaan.

Menurut Littlejohn dan Foss, *network society* merupakan konsep yang diajukan Jan van Dijk. Di dalam masyarakat berjejaring, tatanan komunikasi menjadi sangat multisentris.² Basis dari *network society* adalah perkembangan ITE dan IPTEK yang tidak terbendung kian waktu di era millennial ini memberikan stimulus yang cukup berpengaruh. Salah satu bentuk dari peran media sosial yaitu membentuk, mengumpulkan dan menyebarluaskan informasi supaya masyarakat paham akan isu politik dan mempunyai ikatan dengan politik.³ Artinya, media massa melalui fungsi persuasifnya dapat menciptakan pendapat umum dan dapat

²Stephen W. Jhonlittle dan Karen A. 2009. “*Teori Komunikasi*”. Jakarta, Salemba. Hal 67.

³ Vellayati Hajad. 2016. Media dan Politik (Mencari Independensi Media Dalam Pemberitaan Politik), *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Universitas Teuku Umar, Vvol. 2 No 2. Hal 5.

mempengaruhi pendapat masyarakat akan isu-isu politik yang sedang terjadi dan berkembang. Oleh karena itu, isu yang berbau politik menjadi salah satu isu yang menarik perhatian media dan masyarakat.

Kata '*buzzer*' pun lambat laun mulai dipandang masyarakat sebagai sebuah konotasi negatif, hal ini dapat muncul sebagai akibat dari kegiatan tidak bertanggung jawab *buzzer* politik profesional melalui media sosial. Hadirnya media sosial, seperti *Twitter*, tentu tidak luput dari berbagai istilah yang kemudian muncul di media sosial seperti *netizen, followers, influencer, hingga buzzer*. *Buzzer* berasal dari Bahasa Inggris yang berarti lonceng, bel, atau alarm sedangkan dalam *Oxford Dictionaries, buzzer* diartikan sebagai '*An electrical device that makes a buzzing noise and is used for signalling*' yakni perangkat elektronik yang digunakan untuk membunyikan dengungan guna menyebarkan sinyal atau tanda tertentu.⁴ *Buzzer* pada awalnya digunakan untuk mempromosikan suatu produk tertentu dengan atau tanpa imbalan tertentu. Namun, sejak tahun 2014, ketika pemilihan umum (pemilu) dilangsungkan di Indonesia, jasa *buzzer* mulai dilirik oleh aktor-aktor politik. Profesi *buzzer* memiliki dua kategori yakni, *buzzer* yang dilakukan secara sukarela dan *buzzer* sesuai permintaan. Biasanya *buzzer* sesuai permintaan ini dilirik oleh para aktor politik seperti untuk kepentingan politik masing-masing.

Istilah *buzzer* yang memiliki ungkapan lain seperti pasukan *siber* atau pendengung pengamat media sosial Enda Nasution mengungkapkan bahwa *buzzer* merupakan akun-akun di media sosial yang tidak mempunyai reputasi untuk

⁴ Riris Loisa Felicia, "Peran Buzzer Politik dalam Aktivitas Kampanye di Media Sosial Twitter", 2018, *Journal Untar*, Vol. 2, No. 2

dipertaruhkan “*Buzzer* lebih ke kelompok orang yang tidak jelas siapa identitasnya, lalu biasanya memiliki motif ideologis atau motif di belakangnya dan kemudian menyebarkan informasi”.⁵

Salah satu isu politik yang ramai saat ini dibicarakan yaitu kontestasi politik dalam memperebutkan kursi kepemimpinan khususnya kontestasi politik dalam memperebutkan posisi menjadi Presiden Republik Indonesia. Isu tersebut berhasil menarik perhatian publik dan media. Isu politik yang ramai ini menerima pro dan kontra dari banyak pihak yaitu Presiden 3 Periode.

Muncul belakangan ini, isu Jokowi 3 periode seringkali mencuat di berbagai media massa nasional. Meskipun isu ini gencar digaungkan di era Presiden Jokowi, tetapi pada era Presiden sebelumnya Susilo Bambang Yudhoyono wacana serupa juga pernah diusulkan, namun masyarakat menolak. Hal tersebut bukan tanpa alasan, mengingat masa jabatan presiden 3 periode jelas bertentangan dengan UUD 1945 Pasal 7 yang mana mengatakan bahwa “Presiden dan Wakil Presiden memegang jabatan selama lima tahun, dan sesudahnya dapat dipilih kembali dalam masa jabatan yang sama, hanya untuk satu kali masa jabatan.”⁶

Berbagai macam spekulasi bermunculan terkait dengan pro kontra Jokowi 3 periode. Pro Jokowi 3 periode beranggapan bahwa jika Jokowi menjabat lagi sebagai presiden dengan Prabowo sebagai wakilnya maka akan menyatukan masyarakat Indonesia yang terbelah akibat Pilpres 2014 dan 2019. Mengingat dalam dua kali masa pemilihan presiden terakhir ini, begitu panasnya persaingan

⁵ Enda Nasution, “Menyebarkan Informasi yang Menyesatkan dan Memecah Pemersatuan Melanggar Hukum” (www.kompas.com, diakses pada 26 Maret 2022)

⁶ Undang-Undang Dasar Republik Indonesia 1945, BAB III, Pasal 7, <https://www.dpr.go.id/jdih/uu1945> diakses pada 10 Agustus 2022

antara Jokowi dan Prabowo dalam memperebutkan kursi Presiden Republik Indonesia. Kontra Jokowi 3 Periode beranggapan bahwa masa jabatan yang terlalu lama akan berpotensi membawa pada kekuasaan absolut yang sangat rentan terjadi penyimpangan yaitu Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme (KKN), mengingat Indonesia mempunyai pengalaman buruk akibat tidak ada batasan masa jabatan presiden yaitu pada era Presiden Soeharto.

Pemberitaan mengenai Jokowi 3 Periode ini tentunya tak luput dari perhatian media, tak kalah dengan *buzzer* yang ikut serta mengambil peran dalam menggiring opini ke media sosial untuk disajikan kepada khalayak. Pemberitaan Jokowi 3 Periode mengandung nilai berita berupa prominence yaitu orang penting. Orang penting dan terkemuka selalu menciptakan berita, tidak hanya ucapan atau tingkah lakunya, bahkan namanya sudah menciptakan berita. Teori jurnalistik menyebutkan bahwa nama menciptakan berita (*names makes news*).⁷ *Prominence* pada pemberitaan tersebut yaitu melibatkan tokoh penting Joko Widodo sebagai Presiden Republik Indonesia. Maka dari itu tak butuh waktu lama untuk menarik perhatian masyarakat akan topik ini mengingat sosok Jokowi sebagai Presiden Republik Indonesia yang sudah jelas memiliki ketenaran dan mempunyai daya tarik untuk diketahui khalayak.

Media, kekuasaan dan khalayak mempunyai hubungan yang cukup strategis. Media yang menjadi sumber penyediaan informasi bagi masyarakat, menjadikan media sebagai kekuatan besar dalam penggiringan pendapat umum

⁷ A.S. Haris Sumadiria. 2005. *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature: Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hal 80.

masyarakat, sehingga dengan mudah mempengaruhi pendapat dan pandangan masyarakat. Masyarakat yang bertindak sebagai audiens seharusnya cukup sadar akan hal tersebut. Tetapi pada prakteknya, masyarakat langsung saja menerima pemberitaan dari media tanpa mencermatinya terlebih dahulu. Ketergantungan masyarakat akan media menjadi bukti bahwa media mempunyai kekuatan besar membentuk kondisi sosial masyarakat. Hal ini menjadikan masyarakat dapat dengan mudah tergiring oleh konstruksi yang dilakukan media.

Tidak dapat dipungkiri, di era digital saat ini, dalam berita Jokowi 3 periode akun-akun *buzzer* juga mengambil langkah untuk menggiring opini ke publik. Langkah ini menjadi salah satu bentuk dari kerja *buzzer* untuk mengubah pandangan ataupun opini publik terhadap sesuatu hal ataupun narasi yang ada di tengah masyarakat. Berdasarkan penjelasan mengenai *buzzer* politik, tentu akun-akun ini dapat mempengaruhi pandangan masyarakat dalam menanggapi suatu berita.

Tabel 1.1 Data Akun *Buzzer* di Twitter yang Aktif pada Tahun 2019

No.	Nama Akun	Jumlah <i>Follower</i>
1.	@dennysiregar7	1 juta
2.	@adearmandol	72,1 ribu
3.	@eko_kuntadhi	121,7 ribu
4.	@JackParang	238
5.	@SosmedMata	33 juta
6.	@ProfYLH	20,7 ribu
7.	@lionelbarcalope	5.261
8.	@kurawa	354,3 ribu

Sumber: twitter

Aktivitas para *buzzer* politik di dunia maya dalam berita Jokowi 3 periode ini memang cukup krusial. Hal ini dikarenakan adanya berbagai perubahan opini dari masyarakat yang disebabkan oleh pengaruh dari *buzzer* politik yang ada di

media sosial, terutama *twitter*. Dalam penelitian ini, *twitter* dijadikan acuan karena lebih banyaknya *buzzer-buzzer* politik yang ada di *twitter* dengan berbagai tolak ukur seperti, follower, kategori, konten, efektivitas, dan aktivitas.⁸ Tujuan dari *buzzer* politik untuk mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap suatu berita yang *viral* dengan cara melakukan *hashtag* harian sehingga dapat dilihat masyarakat dalam bentuk *trending topic*.

Isu tentang *buzzer* politik banyak menarik peneliti untuk melakukan penelitian, setidaknya dalam catatan peneliti ada lima penelitian terkait dengan *buzzer* politik diantaranya, Felicia Riris Loisa⁹, Iswandi Syahputra¹⁰, Dwi Yulia¹¹, Belia Duwi Septi Rini¹², Ade Faulina dkk¹³. Berbeda dengan beberapa penelitian di atas, dalam penelitian ini peneliti lebih berfokus kepada efek dari berbagai kegiatan yang dilakukan oleh *buzzer* politik di *twitter* terhadap pilihan politik pemilih pada pemilihan presiden tahun 2019. Berangkat dari penjelasan-penjelasan yang telah dijelaskan diatas, peneliti dalam hal ini tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai analisis *buzzer twitter* terhadap berita 3 periode. Dalam penelitian ini peneliti juga lebih memfokuskan kepada isu yang cukup hangat pada saat sekarang ini di Sumatera Barat, khususnya Kota padang. Oleh karena itu, peneliti

⁸ Dwi Yuliahsaridwi, "Pemanfaatan Twitter Buzzer Untuk Meningkatkan Partisipasi Pemilih Muda dalam Pemilihan Umum", 2015, *Jurnal The Messenger*, Vol. 7, No. 1.

⁹*Ibid* 352-355

¹⁰ Iswandi Syahputra, "Demokrasi Virtual dan Perang Siber di Media Sosial Perspektif Netizen Indonesia", 2017, *Jurnal ASPIKOM*, Vol. 3, No. 3

¹¹ Dwi Yuliahsaridwi, *Op. Cit*, Hal. 41-48

¹² Belia Duwi Septi Rini, 2021, "Analisis Stigma Masyarakat terhadap akun Buzzer Politik", *Skripsi*, Palembang: FISIP UIN Raden Fatah.

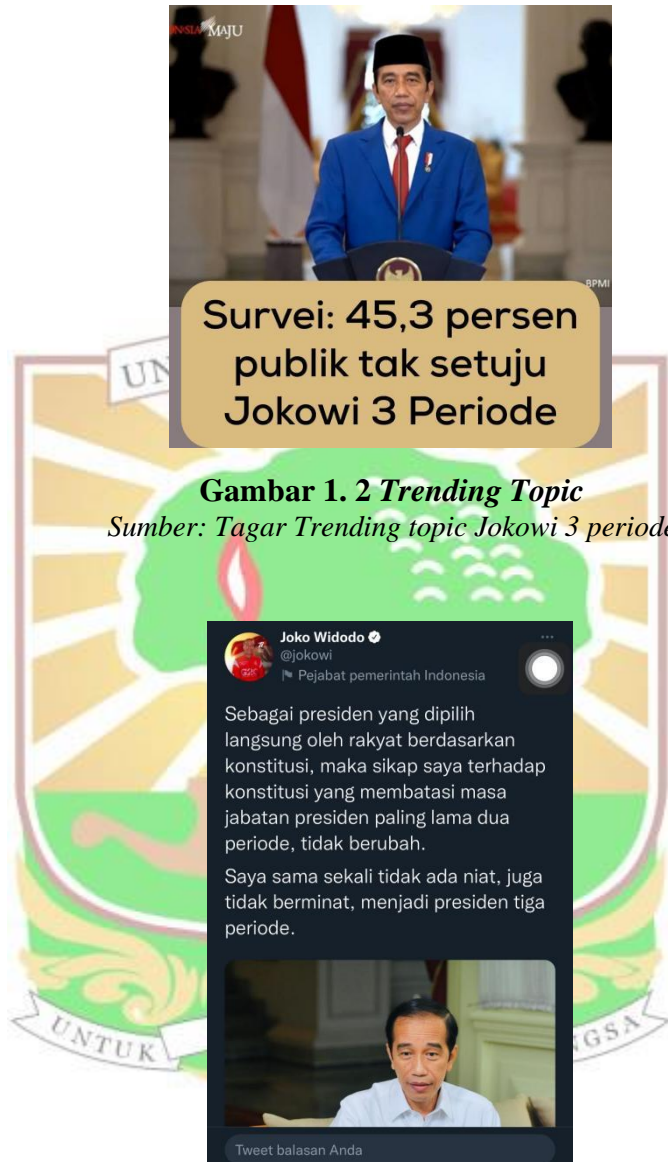
¹³ Ade Faulina, Emeraldy Chatra, Sarmiati, 2021, "Peran Buzzer dalam Proses Pembentukan Opini Publik di New Media", *Tesis*, Padang: FISIP UNAND.

yang ada dalam media sosial. Hal ini terlihat saat situs DroneEmprite yang diunggah oleh akun media sosial @hilmi28 96% dari 21.867 menolak Jokowi 3 periode dan mendapat *hashtag* 264 yang tersebar keseluruh akun *twitter* di Indonesia. Pada saat berita sedang panas-panasnya mengenai Jokowi 3 periode yang diwarnai dengan penyebaran informasi palsu (*Hoax*) serta polarisasi warga yang terlihat akibat efek *buzzer* politik dalam membangun sebuah opini di media sosial. Media sosial dalam sebuah laporan *Centre for Innovation Policy and Governance (CIPG)* 2017 merupakan sebuah pedang bermata dua bagi demokrasi di Indonesia, selain yang dijelaskan sebelumnya mengenai kegaduhan yang ada di media sosial, *buzzer* ini juga mampu untuk mendorong perubahan dan partisipasi publik untuk mengikuti proses politik yang ada.

Buzzer politik ini memberi dampak langsung terhadap terpengaruhnya masyarakat dalam menyikapi sebuah isu, sebagai contoh adalah di posting oleh media online tempo.co yang mana berita tentang wacana Jokowi 3 periode masuk kedalam 5 *trending topic* yang ada di Indonesia. Strategi *buzzer* politik dalam media sosial adalah menyebarkan propaganda-propaganda mengenai pemerintah, partai, maupun menyerang oposisi atau menggunakan kampanye kotor, mengalihkan sebuah isu-isu yang besar, membuat polarisasi yang ada dimasyarakat, dan menekankan sebuah partisipasi dengan menyerang personal.¹⁵ Hal tersebut bisa disimpulkan bahwa seorang *buzzer* politik ini bisa mempengaruhi masyarakat banyak sehingga *buzzer* dalam politik ini dianggap sebagai hal yang mampu

¹⁵ Samantha Bradshaw dan Philip N. Howard, "The Global Disinformation Order 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation", 2019, *Computational Propaganda Research Project*. Hal. 13.

meningkatkan partisipasi masyarakat dalam politik dan membuat sebuah polarisasi yang besar dalam masyarakat.



Gambar 1. 2 Trending Topic
Sumber: Tagar Trending topic Jokowi 3 periode

Gambar 1. 3 Postingan Twitter Akun Joko Widodo
Sumber: Akun resmi twitter Jokowi

Peranan *buzzer* politik yang ada di twitter cukup membantu untuk membuat *hashtag* tersebut viral dan menghiasi *trending topic* di *Twitter*. Dapat dilihat di atas bagaimana kegaduhan yang ditimbulkan oleh *buzzer* politik yang mana dari dua postingan tersebut memiliki perbedaan yang signifikan, dan hal tersebut juga

disebutkan oleh politisi PKS Mardani Ali Sera.¹⁶ Dari viral nya berita tentang Jabatan Presiden 3 periode hal tersebut akan banyak *buzzer* memuja memuji. Dari gambar diatas bahwa *real users* menjadi salah satu motor penggerak dari kedua *hashtag* tersebut, walaupun ada peranan robot yang bermain dalam proses memviralkan *hashtag* tersebut. Peneliti berasumsi bahwa permainan *hashtag* yang diluncurkan oleh *buzzer* politik ini mampu mengubah pandangan politik masyarakat dalam menanggapi isu yang beredar yang ada di Indonesia, khususnya pengguna media sosial *Twitter*.

Kota Padang juga tidak kalah aktif dalam menggunakan di internet tercatat 60,52% masyarakat pernah menggunakan internet dan hanya 39,48 % saja yang tidak menggunakan internet di Kota Padang¹⁷. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa lebih dari setengah populasi masyarakat di Kota Padang merupakan pengguna internet dan cukup aktif berselancar di media sosial. Hasil survei juga dilakukan oleh *Hootsuite* dan *We Are Social* yang menjelaskan bahwa sebanyak 618 ribu jiwa aktif dalam media sosial, dan media sosial yang paling sering digunakan adalah *whatsapp* dengan persentase sebesar 95,96 % dan media sosial *twitter* menempati nomor urut 6 dengan 8 %.¹⁸

Dengan viralnya akun-akun yang memposting tentang kekaduhan yang telah ditimbulkan oleh *buzzer* pada media sosial *twitter*, direspon langsung oleh

¹⁶Bangun Santoso dan Bagas Isdiansyah. 2022. Soal Jabatan Presiden 3 Periode, PKS: Akan Banyak. Buzzer Memuja Memuji. <https://www.suara.com/news/2021/06/21/084513/soal-jabatan-presiden-3-periode-pks-akan-banyak-buzzer-memuja-memuji>. Diakses pada 8 Agustus 2022. Pukul 19.18

¹⁷APJII, "Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet di Indonesia 2018", (Laporan Survei Jakarta: 2018).

¹⁸ We are Social, *Indonesia Digital Report 2019*. (Jakarta: *Hootsuite*,2019) Hal 15-16

anggota KOMISI V DPR RI oleh Athari Gauthi Ardi.¹⁹ Etnis minang teratas menolak Jokowi 3 periode, hasil survey menunjukkan 93,4% orang dengan etnis Minang menolak wacana 3 periode, kemudian diikuti oleh etnis Bugis 88,4%, etnis Madura 86,8%, etnis Betawi 76,9%, etnis sunda 74,2%. Artinya, suku minang yang terletak di Kota Padang menolak keras adanya wacana Jokowi 2 periode. Adanya militansi pendukung kedua kubu ini semakin memperkuat bahwa *buzzer twitter* ini mempengaruhi opini masyarakat.

Dari data di atas dapat dilihat bahwa *buzzer* politik dapat mempengaruhi opini politik seseorang, dikarenakan *buzzer* politik mampu membuat berita yang mengejutkan di sosial media yang *viral* sehingga dapat mendorong seseorang dalam mempengaruhi pilihan politiknya. *buzzer* politik cenderung memberikan sebuah isu sosial yang sensitif yang diperdebatkan dalam sebuah platform media sosial. Warganet di Indonesia cenderung untuk menyampaikan pendapatnya secara tidak langsung kepada *buzzer* politik dengan mengutip, memposting ulang sebuah isu²⁰.

Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti paparkan, peneliti berasumsi bahwa adanya *buzzer twitter* pada berita Jokowi 3 periode ini dapat mempengaruhi opini masyarakat di Kota Padang, karena edukasi yang baik yang seharusnya mereka terima dengan baik malah terjebak oleh pengaruh adanya *buzzer twitter*, yang mengakibatkan mereka hanya termakan berita *hoax* di *twitter*. Artinya, mereka akan dijauhkan dari realita politik yang seharusnya mereka ketahui terhadap

¹⁹ Muhammad Rayhan. 2021. Etnis Minang Teratas Menolak Jokowi 3 Periode, Begini Komentar Athari. <https://www.harianhaluan.com/nasional/pr-101511576/etnis-minang-teratas-menolak-jokowi-3-periode-begini-komentar-athari>. Diakses pada 08 Agustus 2022. Pukul 21.07

²⁰ Pulung S Perbawani, dkk, "Online Political Participation and Netizen Anonymity in Indonesia's Digital Democracy", 2018, *PCD Journal*, Vol. 6, No. 2.

realita berita yang sesungguhnya. Penjelasan dari latar belakang hingga rumusan masalah yang telah dijelaskan tersebut memunculkan pertanyaan penelitian, bagaimana efek *buzzer twitter* dalam berita Jokowi 3 periode?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan fokus penelitian yang sudah peneliti jelaskan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis Efek *Buzzer Twitter* dalam berita Jokowi 3 periode.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Akademis/ Teoritis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan memberikan gambaran tentang peran teori media sosial terkait efek aktivitas *buzzer twitter*, sehingga penelitian ini dapat menambah atau dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian lanjutan atau penelitian terkait dengan *buzzer twitter* dalam berita Jokowi 3 periode.

1.4.2 Praktis

Mampu mencermati secara kritis efek *buzzer twitter*, sehingga untuk kajian selanjutnya dapat diperbaiki dan dapat mengoreksi penyalahgunaan informasi dan media sosial yang dilakukan oleh *buzzer twitter* di media sosial serta efek dari aktivitas yang dilakukan buzzer politik di media sosial khususnya twitter dalam berita Jokowi 3 periode.