

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi serta penyebarannya ke seluruh masyarakat tampaknya didominasi oleh keberadaan media baru atau *new media*. Ini sebagian besar terbukti dalam pertumbuhan dan perkembangan pengguna media sosial, yang menjadi semakin diminati oleh individu dari semua lapisan masyarakat. Hasil riset pada tahun 2021 yang hasilnya 61,8% dari keseluruhan pengguna internet yaitu sekitar 170 juta orang dari total 274,9 juta orang menggunakan *platform* media sosial, dengan jumlah pengguna meningkat setiap tahunnya. Jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia terus tumbuh sebesar 10 juta atau sekitar 6,3% dibandingkan dengan bulan januari 2020 (Riyanto, 2021).

Data tersebut menggambarkan bahwa saat ini internet telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat, khususnya pengguna media sosial. Keunggulan media sosial yang tidak dibatasi oleh waktu atau geografi dan mampu menyampaikan informasi dengan berbagai cara, tepat waktu, dan menarik, membuat aplikasi ini banyak digunakan. Media sosial merupakan media *online* yang mendukung interaksi sosial dengan menggunakan teknologi yang berbasis *web* yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Kemudian media sosial sebagai media komunikasi massa memiliki beberapa fungsi diantaranya, *identify, conversation, sharing, presence, relationship, reputation* dan *group* (Faulina dkk., 2022, hlm. 2).

Berdasarkan fungsi-fungsi yang terdapat pada media sosial, penggunaan yang sering serta fitur-fitur baru yang tersedia menimbulkan berbagai fenomena sebagai dampak dari keberadaan media sosial itu sendiri. Salah satu fenomena yang cukup menarik ialah munculnya istilah *buzzer*. Istilah *buzzer* mulai *familiar* sejak media sosial

banyak digunakan. Pengamat media sosial Jeff Staple menjelaskan bahwa *buzzer* ialah orang yang memiliki opini yang memberikan pengaruh, dan membuat orang lain bereaksi setelah mengetahui opini tersebut (Yuliahsaridwi 2015, hlm. 43). Dewasa ini media sosial dianggap sebagai media paling efektif yang digunakan untuk pemasaran sebuah produk atau jasa. Keberadaan *buzzer* di media sosial dapat memberikan pengaruh terhadap penjualan suatu produk. Dengan banyaknya pengikut seorang *buzzer* mampu menarik perhatian konsumen. Karena keberhasilannya di bidang *marketing* tersebut, jasa *buzzer* banyak digunakan berbagai kalangan, mulai dari perusahaan yang memiliki *brand* terkenal hingga orang biasa yang baru membuka usaha *startup* untuk memasarkan produk/jasa mereka (Herdiansah dkk, 2019, hlm. 200).

Seiring berkembangnya teknologi, komunikasi dan informasi fenomena *buzzer* kian populer. Tidak hanya digunakan di bidang bisnis saja, *buzzer* pun merambah ke dunia politik yang dikenal dengan “BuzzeRp”. Hal tersebut ditandai dengan berkembangnya istilah *buzzer* politik. Jasa *buzzer* di era digital seperti sekarang banyak dimanfaatkan para aktor/pelaku politik sebagai alat untuk berkampanye dalam situs jejaring sosial untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat (Felicia & Loisa, 2019, hlm. 199). Bahkan profesi *buzzer* ini malah menjadi sebuah keharusan untuk ada dalam proses *marketing* partai politik maupun pemilihan kepala daerah atau kepala negara.

Buzzer dianggap sebagai salah satu aspek paling penting dalam pembentukan opini di media sosial yang menjalankan fungsi pemasaran. *Buzzer* merupakan salah satu ujung tombak kesuksesan seorang kontestan politik dalam masa proses pemilihan. *Buzzer* digunakan untuk menaikkan elektabilitas seorang kontestan politik maupun pemerintah. Mereka biasanya mempromosikan kandidat tersebut melalui berbagai tulisan, simbol, maupun gambar.

Sejarah industri *buzzer* di Indonesia tidak terlepas dari kronologi penggunaan *buzzer* di luar negeri. Pemilihan presiden di Amerika Serikat menjadi contoh dalam pemberdayaan *buzzer* untuk melakukan kampanye politik. Airlangga (Ahli ilmu politik dari Universitas Airlangga) menyebutkan bahwa kemenangan Donald Trump dalam

pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 2016 ikut didukung oleh *buzzer* politik (cnnindonesia.com, 2016). Jauh sebelum Trump menggunakan *buzzer* politik, titik balik media sosial dimana media sosial menjadi alat untuk memenangkan kontestasi politik dilakukan oleh Barack Obama dalam kampanye politik tahun 2008 (Sugiono S, 2020, hlm. 52).

Di Indonesia sendiri *buzzer* mulai tumbuh sebagai alat untuk berperang konten di media sosial dimulai pada saat pilkada DKI Jakarta tahun 2012. Puncaknya, keberadaan *buzzer* mulai diakui dan mendapatkan tempat tersendiri dalam ruang-ruang kampanye terutama pada saat pilpres 2014 (Putra & Irwansyah, 2020, hlm. 269). Konsep kampanye politik Obama menginspirasi pasangan Jokowi-Ahok sehingga mereka melakukan sistem yang serupa dalam mengorganisir media sosial. Maraknya peminat dan kebutuhan isu dalam politik untuk mem-*branding* suatu hal agar naik ke permukaan membutuhkan *buzzer*. Hal ini membuat *buzzer* menjadi pekerjaan yang menjual jasa untuk membuat publik bereaksi.



Gambar 1. 1 Perkembangan Buzzer

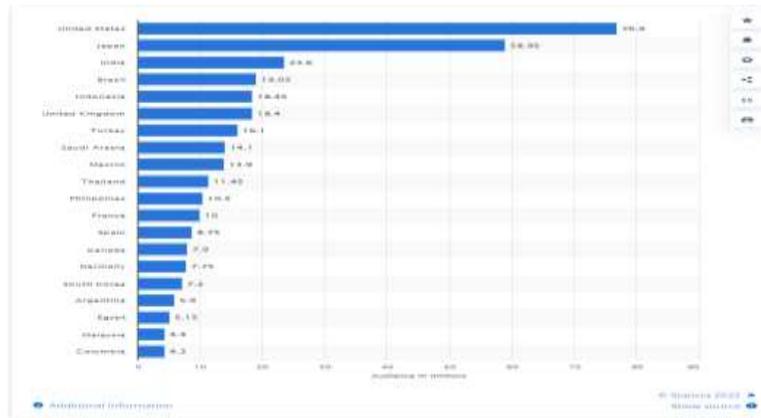
(Sumber: *Center for Innovation Policy and Governance (CIPG)*, 2017)

Namun seiring maraknya fenomena *buzzer* politik, pemakaian istilah *buzzer* di media sosial cenderung diidentikkan dengan penggunaan strategi kampanye negatif.

Hal tersebut terjadi dikarenakan *buzzer* sekarang tidak hanya melakukan fungsi *marketing* saja, namun juga mereka bekerja untuk menjatuhkan serta menjelek-jelekkan kontestan politik lain dengan menyerang menggunakan ujaran kebencian dalam berbagai bentuk. Sebaliknya mereka juga melakukan pembelaan terhadap salah satu pasangan calon yang didukung. (Felicia & Loisa, 2019, hlm. 200).

Buzzer politik telah menjadi bagian dari pengguna media sosial dan digunakan sebagai propaganda politik di berbagai negara (Bradshaw & Howard, 2019). Indonesia yang merupakan Negara demokrasi, *buzzer* politik dinilai telah mencederai proses demokrasi, karena konten-konten yang dibuat mampu memecah belah persatuan masyarakat (Syahputra, 2017, hlm. 463). Selain itu, terdapat isu bahwa *buzzer* pro-pemerintah telah kebal terhadap jeratan hukum (Arigi, 2019). Oleh karena itu fenomena *buzzer* tidak bisa hanya dilihat dari segi positifnya saja akibat dari perkembangan informasi (Sugiono, 2020, hlm. 48)

Kampanye oleh *buzzer* terhadap isu-isu tertentu di media sosial umumnya banyak dilakukan di platform Twitter. Algoritma Twitter memberikan sebuah keleluasaan bagi penggunaanya dalam bentuk *hashtag* (#) yang bisa menjadi *trending topic* sehingga kampanye yang dilakukan bisa diukur viralitasnya melalui hasil dari konten-konten kreatif tersebut dari *impression* dan *reach* yang didapat. (Putra & Irwansyah, 2020, hlm. 269). Seorang *buzzer* politik banyak ditemukan di media sosial twitter, di twitter banyak sekali akun-akun yang memberikan pesan-pesan politik atau opini yang terkesan mempengaruhi opini publik. Twitter adalah suatu *platform* yang menyediakan ruang percakapan/diskusi mengenai apa yang sedang terjadi saat ini. Berdasarkan hasil perhitungan tahun 2022 oleh Statista, Indonesia masuk ke dalam daftar lima negara yang paling banyak menggunakan twitter, yaitu menyumbang sebanyak 18,45 juta pengguna. (Annur, 2022)



Gambar 1. 2 Negara dengan Pengguna Twitter Paling banyak Tahun 2022

(Sumber: Statista, 2022)

Berdasarkan data dari MarkPlus Insight pengguna twitter Indonesia secara umum rata-rata berusia 21 tahun, dan sekitar 62,9% didominasi pengguna yang masuk kategori remaja. (Yuliahsaridwi, 2015, hlm. 42). Twitter merupakan salah satu *platform* yang banyak menyuguhkan berita-berita politik. Berbeda dari *platform* lain, twitter lebih membebaskan penggunanya untuk mengekspresikan pendapatnya melalui tulisan. Twitter menjadi media komunikasi yang efektif bagi pemerintah, banyak yang menggunakan akun twitter untuk menginformasikan kepada masyarakat apa saja kebijakan serta kegiatan yang mereka laksanakan. Secara sederhana, seorang twitter *buzzer* adalah pengguna twitter yang dapat memberikan pengaruh pada orang lain hanya melalui *tweet* yang ia tuliskan. *Buzzer* politik biasanya gencar dilakukan ketika akan diselenggarakan pemilu.

Untuk membedakan sebuah akun *buzzer* atau non-*buzzer* dapat dilihat dari ciri-cirinya, ciri-ciri dari akun *buzzer* antara lain; akun *buzzer* biasanya cukup aktif dalam melakukan kegiatan di media sosial (*update* status, memberikan komentar, dll), akun *buzzer* biasanya memiliki banyak *follower*, pada umumnya akun *buzzer* memiliki akun media sosial yang palsu yang bertujuan membantu kegiatan berkampanye, akun *buzzer* mempromosikan suatu produk atau isu tertentu ke publik, akun *buzzer* biasanya

mempublish konten yang mirip selama periode tertentu agar menjadi *viral* (Nurrahmi dkk, 2019, hlm. 196).



Gambar 1. 3 Contoh Akun Buzzer di media sosial twitter

(Sumber: twitter.com)

Modus yang dilakukan ialah dengan menebarkan propaganda pro-pemerintah/pro-partai, mengkritik oposisi, disinformasi, manipulasi informasi, hingga membentuk polarisasi. Narasi yang diangkat sengaja untuk membuat kebingungan, tak jarang masyarakat mempercayai sesuatu yang salah sebagai kebenaran. Di tengah maraknya berita *hoax* tak mudah menemukan berita yang benar karena yang banyak dipercaya ialah berita yang *viral*. (Winarmo, 2019, hlm. 14). Para *buzzer* politik biasanya beraksi dengan menaikkan tagar (#) hingga menjadi *trending topic* dan banyak dibaca oleh para pengguna twitter.

Banyak para aktor politik maupun partai politik yang menggunakan jasa *buzzer* untuk kepentingan mereka. *Buzzer* politik mencoba mempengaruhi opini publik dengan menyebarkan berita *hatespeech* dan berita *hoax* terhadap lawan politik yang berakibat terjadinya perpecahan di tengah masyarakat. *Buzzer* politik ini dipandang

sebagai *black campaign*, yaitu jika seorang *buzzer* sudah memakai yang artinya bukan fakta melainkan fitnah yang akan merusak citra baik lawannya. Suryadi (2017, hlm 188) mengatakan bahwa segala bentuk kampanye hitam harus ditinggalkan karena dalam jangka panjang hal ini akan berbahaya karena akan merusak kepercayaan publik terhadap politisi, partai politik, bahkan politik itu sendiri. Dengan ramainya postingan di twitter sedikit banyaknya akan mempengaruhi pembaca, yang pada akhirnya dapat berpengaruh terhadap pembentukan opini publik.

Kepercayaan terhadap berita yang tidak terkonfirmasi kebenarannya dapat berpengaruh terhadap keberlangsungan demokrasi. Demokrasi yang baik akan terwujud apabila masyarakat memiliki pengetahuan serta pendidikan yang berkaitan dengan proses politik. Salah satunya dengan memilih berita atau informasi yang jelas kebenarannya agar dapat membuat pilihan yang rasional dalam menentukan pilihan politik. Warga Negara yang baik harus bisa mencerminkan sikap yang terdapat dalam butir-butir pancasila. Oleh karena itu upaya memberikan pendidikan politik merupakan bagian dari pembelajaran PPKn. Sejalan dengan tujuan Pendidikan Pancasila dan Kewarnegaraan menurut Kansil (1994) (dalam Suharyanto, 2013, hlm. 192) memiliki tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan mengembangkan kemampuan menghayati dan meyakini nilai-nilai pancasila sebagai pedoman dalam kehidupan berbangsa dan bernegara serta menjadi warga Negara yang bertanggung jawab.

Selanjutnya menurut Tim ICCE UIN Jakarta (dalam Budiutomo, 2013, hlm. 93) pendidikan kewarganegaraan ialah proses yang dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk mempelajari orientasi, sikap, serta perilaku politik sehingga memiliki *political knowledge, awareness, attitude, political efficacy* dan *political participation* serta mengambil keputusan yang rasional. Menurut prfmnews sekitar 40 persen pemilih di Kota Bandung merupakan generasi milenial, sehingga kompetisi politik nanti memperebutkan suara generasi muda. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan dapat membantu generasi muda dalam memberikan pengetahuan mengenai fenomena *buzzer* politik di media sosial. Selain itu, memberikan solusi kepada masyarakat terkait keresahan yang ditimbulkan oleh para *buzzer* melalui *hatespeech* dan berita *hoax*.

Tentunya hal tersebut merupakan tugas dari guru pendidikan pancasila dan kewarganegaraan untuk lebih menekankan pada penggunaan media sosial yang bijak. Pembelajaran tersebut dapat terdistribusikan dengan baik dan dibelajarkan lagi kepada masyarakat luas. Dari latar belakang di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Buzzer* Politik di Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Opini Publik (Studi Deskriptif pada Generasi Muda Kota Bandung)”**, sebagai upaya sadar untuk mencerdaskan generasi muda mengenai isu-isu/berita-berita tidak jelas kebenarannya yang disebarakan oleh *buzzer* untuk menggiring opini publik serta memecah belah persatuan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, kemudian muncul ide untuk menyusun penelitian dengan judul **“Pengaruh *Buzzer* Politik Di Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Opini Publik (Studi Deskriptif pada Generasi Muda Kota Bandung)”**. Selanjutnya peneliti memfokuskan masalah ke dalam orientasi yang akan peneliti kaji, yang diejawantahkan melalui rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana hubungan *buzzer* politik di media sosial twitter dengan pembentukan opini publik?
2. Bagaimana pengaruh *buzzer* politik di media sosial twitter terhadap pembentukan opini publik di kalangan generasi muda Kota Bandung?
3. Apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi opini publik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan maksud penelitian tersebut maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Tujuan Umum

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Buzzer* Politik di Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Opini Publik (Studi Deskriptif pada Generasi Muda Kota Bandung).

2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus secara lebih rinci adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui hubungan *buzzer* politik dengan pembentukan opini publik
- b. Mengetahui pengaruh *buzzer* politik terhadap pembentukan opini publik di kalangan generasi muda kota Bandung
- c. Mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi opini publik

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Segi Teori

- a. Secara teoritis dapat memberikan gambaran tentang bagaimana pengaruh *buzzer* politik di media sosial twitter terhadap pembentukan opini publik pada generasi muda kota Bandung.
- b. Diharapkan dapat menjadi masukan pengembangan pembelajaran ilmu politik dalam memberikan Pendidikan politik yang efektif untuk meningkatkan partisipasi politik di semua kalangan dan sebagai pendidikan politik terhadap sikap masyarakat dalam menggunakan media sosial.
- c. Mengintegrasikan materi Pendidikan Kewarganegaraan pada mahasiswa juga masyarakat untuk partisipatif dengan kecerdasan melek politik.

2. Manfaat Segi Praktis

- a. Manfaat bagi masyarakat; diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai dampak dari *buzzer* politik terhadap pembentukan opini publik generasi muda di kota Bandung
- b. Manfaat bagi Program Studi Pendidikan Kewarganegaraan; diharapkan dapat memperluas kajian keilmuan mengenai komunikasi politik di era media sosial.
- c. Manfaat bagi peneliti; kegiatan ini diharapkan dapat menunjang untuk melatih kemampuan berpikir dan menganalisis dari setiap fenomena politik yang terjadi di Indonesia, termasuk fenomena *buzzer* politik yang kerap terjadi di tengah-tengah masyarakat.

3. Manfaat Segi Kebijakan

Memberikan pandangan kepada pemerintah mengenai adanya fenomena *buzzer* dalam kehidupan politik sehingga dapat menjadi referensi terhadap pengambilan keputusan.

4. Manfaat Segi Isu

Menjadi bahan diskusi bagi masyarakat dalam mengatasi permasalahan-permasalahan yang sedang dihadapi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan tentang pentingnya kecerdasan dalam berpartisipasi politik agar tidak terpengaruhi oleh adanya berita-berita/isu-isu *hoax*.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Dalam penyusunan penelitian yang sistematis, maka penulis membagi struktur organisasi yang dibagi menjadi 5 bab, yaitu:

BAB I: Pendahuluan

Sebagai bab I atau bab pembuka dalam sebuah skripsi, pada bab ini diuraikan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi.

BAB II: Kajian Pustaka

Dalam bab ini berisikan teori-teori yang mendukung penelitian ini, pendapat para ahli serta hasil penelitian-penelitian terdahulu dijadikan sebagai bahan kajian guna memberikan landasan yang kuat akan urgensi penelitian.

BAB III: Metode Penelitian

Pada bab ini diuraikan tentang pendekatan penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, serta tahapan penelitian yang digunakan.

BAB IV: Temuan dan Pembahasan

Pada bab ini penulis melakukan analisis temuan data dan pembahasannya dengan teori-teori yang ada serta data-data yang dapat mendukung. Dengan langkah tersebut akan terlihat masalah-masalah yang akan diteliti serta memberikan pemecahan masalahnya.

BAB V: Simpulan, Implikasi dan Rekomendasi

Sebagai bagian penutup atau akhir dalam karya ilmiah skripsi, pada bab ini penulis memberikan kesimpulan, memaparkan implikasi dan menyajikan rekomendasi terhadap pihak yang terkait sebagai salah satu solusi dari hasil penelitian terhadap permasalahan yang telah diidentifikasi dalam bab IV.