 http://dx.doi.org/10.29313/.v7i1.25550

Makna Buzzer di Media Sosial

Akmal Ghani, Alex Sobur
Prodi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
Akmalghn@gmail.com, Alexsobur@rocketmail.com

***Abstract*— This research is motivated by the emergence of the political buzzer phenomenon every time Indonesia enters a political year. Especially after the 2019 presidential election was over, the twitter is still enlivened by the presence of buzzers even today, now it is not only a matter of the political year that buzzers can appear whenever discussing any political issue, so buzzers are often seen as a negative thing. Therefore, the researcher tries to construct the meaning of buzzer on twitter, using qualitative research methods and also the phenomenological approach of Alfred Schutz. Researchers will find out how buzzers define their identity, determine the informant's motive for being a buzzer, and also find out the experiences of these political buzzers, both positive and negative impacts. The results of the study indicate that the two informants interpret their identity as a buzzer as a person who is free to express their political opinions and views on social media. The motive for being a buzzer researcher is categorized into a cause motive and in order motive where differences are found in the motives of the two informants, but they find the same motive for the purpose of both of them being a political buzzer. Apart from that, in terms of experience, neither of them felt the negative impact of the messages they conveyed while being a political buzzer.**

Keywords*— *buzzer, social media, twitter, meaning construction, phenomenology, Alfred Schutz, meaning, political buzzer.

***Abstrak*— Penelitian ini dilatar belakangi dengan selalu munculnya fenomena buzzer politik setiap kali Indonesia memasuki tahun politik. Terlebih pasca pemilu presiden 2019 lalu selesai, jagat media sosial twitter masih di ramaikan dengan kehadiran dari para buzzer bahkan hingga sampai saat ini, kini tidak hanya pada tahun politik para buzzer bisa muncul kapanpun membahas isu politik apapapun, sehingga para buzzer sering dianggap sebagai suatu hal yg negatif. Maka dari itu peneliti mencoba mengonstruksi makna dari buzzer di media sosial twitter, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan juga pendekatan fenomenologi dari Alfred schutz. peneliti akan mencari tahu bagaimana para buzzer memaknai identitas mereka, mengetahui motif informan menjadi seorang buzzer, dan dan juga mencari tahu pengalaman para buzzer politik ini, baik dampak positif atau negatif. Hasil penelitian menunjukan bahwa kedua informan memaknai identitasnya sebagai seorang buzzer sebagai orang yang bebas mengemukakan pendapat dan pandangan politiknya di sosial media. Motif menjadi seorang buzzer peneliti kategorikan menjadi motif sebab dan motif tujuan dimana ditemukan perbedaan pada motif sebab kedua informan, namun di temukan kesamaan motif tujuan keduanya menjadi seorang buzzer politik. Selian itu dari segi pengalaman keduanya sama- sama tidak merasakan dampak negaif dari pesan-pesan yang disampaikan selama menjadi seorang buzzer politik.**

Kata Kunci*— *buzzer,media sosial, twitter, konstruksi makna, fenomenologi, Alfred schutz, makna,buzzer politik.

I. PENDAHULUAN

Tahun 2019 dapat dikatakan sebagai tahun politik bagi masyarakat Indonesia ditandai dengan adanya pemilihan umum serentak, untuk memilih Presiden serta Wakil Presiden, anggota DPR, DPD, dan DPRD kota dan kabupaten di Indonesia. Panasnya tahun politik di Indonesia dapat dirasakan sejak awal tahun, terutama ketika masing-masing calon presiden mulai melakukan kampanye dengan merambah ke media sosial, hingga tak jarang kampanye-kampanye yang dilakukan di media sosial menjadi gaduh dengan adu argumen dari para pendukung masing-masing calon. Hal tersebut akhirnya memunculkan istilah *buzzer* politik bagi para pendukung masing-masing calon presiden dalam menyebut pendukung dari lawan politiknya, bahkan panasnya perang antar *buzzer* ini dapat terasa hingga penghujung tahun 2019 ketika peilihan umum telah berakhir. Seperti diantaranya ketika aksi unjuk rasa mahasiswa menolok Ruu KUHP pada september 2019, jagat sosial media khususnya *twitter* ramai dengan berbagai tagar dan opini-opini yang bersebrangan dengan aksi tersebut, selain itu terdapat kegiatan *Give away* dengan menggunakan tagar tertentu yang dianggap bersebrangan dengan tuntutan dari aksi unjuk rasa tersebut.

Kini istilah *buzzer* sudah menjadi sesuatu yang dianggap negatif karena akun-akun yang dianggap *buzzer* oleh masyarakat seringkali menyampaikan pesan yang salah, juga seringkali menuai perdebatan panjang di media sosial, bahkan hingga melakukan *hate speech* kepada pemerintah maupun sebaliknya. Hal tersebut merupakan sebuah pengulangan yang terjadi di Indonesia setiap kali memasuki tahun politik, ataupun ketika masa menjelang pemilihan kepala daerah, karena istilah *buzzer* politik ini selalu muncul sejak Pemilihan Kepala daerah DKI tahun 2012, lalu kembali ramai saat Pemilihan Umum 2014, dan juga pada pemilihan umum DKI Jakarta di tahun 2017.

Berdasarkan data digital report yang diperoleh dari situs *data reportal hootsuit* pada tahun 2020, pengguna aktif internet Indonesia sebanyak 175 juta pengguna

dengan sebaran 88% atau 154 juta pengguna youtube, 84% atau 147 juta pengguna whatsapp, 82% atau 143 juta pengguna facebook, 79% atau 138 juta pengguna Instagram, dan 56% atau 98 juta pengguna Twitter. Akun *buzzer* sendiri merupakan akun-akun yang sengaja dibuat yang bertugas untuk mempromosikan suatu produk atau akun twitter, dan biasanya terdapat biaya yang harus dibayarkan untuk dapat menyewa jasa *buzzer* tersebut (Helianthusonfri, 2014:140). Dalam perjalannnya penggunaan istilah *buzzer* mengalami pergeseran makna dari yang awalnya bertujuan sebagai salah satu strategi pemasaran, namun kini istilah *buzzer* dianggap sebagai suatu hal yang negatif terlebih bagi *buzzer* yang ikut berpartisipasi dalam dunia politik. Karena dianggap sering menyebarkan informasi yang salah, meyebarkan Hoaks, serta menggiring opini masyarakat dan menyerang lawan politik dari salah satu pihak melalui media sosial. Maka dari itu dalam penelitian ini peneliti berusaha mencari tahu motif, identitas serta, pengalaman dari *buzzer* yang terlibat dalam kegiatan kampanye politik baik secara sukarela maupun tergabung dalam suatu kelmpok *buzzer* yang ada di Indonesia. Adapun tujuan penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana para *Buzzer* memaknai identitas dirinya sebagai seorang *buzzer* di media sosial *twitte*r ?
2. Bagaimana para *Buzzer* memaknai motifnya menjadi seorang *buzzer* ?
3. Bagaimana pengalaman para *Buzzer* memaknai dampak dari pesan yang disampaikan *buzzer* di media sosial *twitter* ?

II. LANDASAN TEORI

Fenomenologi sering digunakan sebagai anggapan umum untuk menunjuk pada pengalaman subjektif dari berbagai jenis dan tipe subjek yang ditemui. Menurut *Husserl* fenomenologi dapat diartikan sebagai pengalaman subjektif atau pengalaman fenomenologikal atau sebagai suatu studi tentang kesadaran dari perspektif pokok dari seseorang (dalam Moleong, 2017: 14).

Mengikuti pemikiran Schutz, *buzzer* sebagai aktor mungkin memiliki salah satu dari dua motif, yaitu motif yang berorientasi ke masa depan (*in order to motive*); dan motif berorientasi ke masa lalu (*because motives*). Kondisi ini juga akan menentukan gambaran *buzzer* menurut mereka sendiri atau alasan "masa lalu yang mengakibatkan mereka menjadi seorang buzzer".

Dalam dunia politik digital sendiri istilah *buzzer* politik merupakan sebuah aktivitas marketing politik yang berisi informasi pada saluran komunikasi digital untuk menciptakan efek mempengaruhi dan menjadi *viral* hingga kemudian perbincangan tersebut menjadi opini publik. Sehingga peneliti merasa penggunaan teori opini publik dapat membantu, mengingat berdasarkan hal tersebut *buzzer* politik dalam kegiatan kampanye memiliki peran penting dalam mempengaruhi opini masyarakat. Selain itu peneliti mencoba menggunakan teori konstruksi sosial. Dalam teori konstruksi sosial melihat individu adalah manusia yang dapat dengan bebas berhubungan antar manusia yang satu dengan yang lain. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. menurut Bungin, Berger dan Luckman tidak menjelaskan siapa sebenarnya yang lebih dominan diantara individu dalam proses konstruksi sosial. Dalam kacamata Berger dan Luckman dunia multikultural adalah masyarakat yang melahirkan individu, walaupun individu itu sendiri yang melahirkan masyrakat *(Sobur 2013:71)*.

Menurut Hasbiansyah (2005:179) Pada dasarnya, penelitian fenomenologi ingin menggali dua dimensi saja : apa yang dialami subjek dan bagaimana subjek memaknai pengalaman tersebut. Dimensi pertama merupakan pengalaman factual si subjek, dapat bersifat objektif. Sedangkan dimensi kedua merupakan penilaian, dan pemaknaan subjek terhadap fenomena yang dialaminya.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Buzzer memaknai identitas dirinya sebagai seorang buzzer di media sosial twitter

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua informan peneliti mendapatkan jawaban yang hampir serupa tentang bagaimana kedua informan memaknai identitasnya sebagai seorang *buzzer*. peneliti berusaha mencari tahu bagaimana para informan yang merupakan seorang *buzzer* politik di media sosial *twitter* memaknai dan menilai identitasnya sebagai seorang *buzzer*. Dan juga mencari tahu adakah yang membedakan antara identitas yang mereka tunjukan sebagai seorang *buzzer* dibandingkan dengan identitas yang mereka tunjukan yang bukan seorang *buzzer* di media sosial *twitter* maupun di kehidupan nyata.

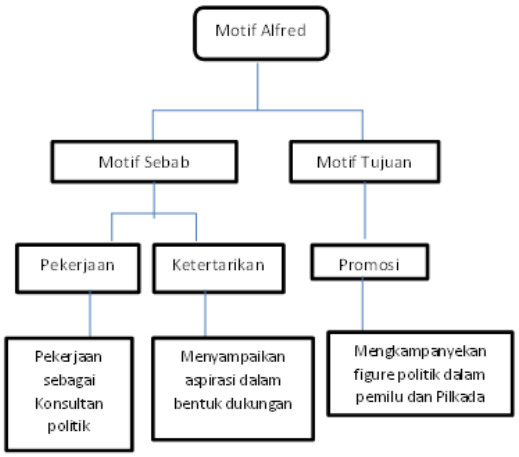
Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti beranggapan kedua informan merasa lebih bebas untuk beropini serta menyampaikan pandangan politiknya ketika tergabung dalam sebuah kelompok *buzzer*. Hal itu pula yang dirasa dapat membedakan bagaimana keduanya melihat identitas mereka sebagai seorang buzzer dan ketika sebelum keduanya menjadi seorang buzzer, salah satu informan mersa ketika tergabung dalam sebuah kelompok *buzzer* yang memiliki pandangan politik yang sama dirinya merasa mendapatkan dukungan serta lebih berani menyampaikan pandangan politiknya di media sosial.

B. Bagaimana para Buzzer memaknai motifnya menjadi seorang buzzer ?

Ditemukan motif tujuan yang sama, yang merupakan motif promosi yang sama halnya dengan *buzzer* secara umumnya. Dalam hal ini kedua informan menjadi seorang *buzzer* politik bertujuan mempromosikan figur politik yang akan bertarung dalam pemilihan umum presiden dan juga pasangan calon gubernur dalam pilkada serentak.

Meskipun memilki tujuan yang sama terdapat perbedaan motif sebab bagaimana kedua informan bisa terlibat menjadi seorang *buzzer*. Salah satu informan menjadi seorang buzzer karena ketertarikannya dalam mengungkapkan pandangan politik dengan menyampaikan

aspirasi politiknya dalam bentuk dukungan terhadap salah satu figur politik. Dan juga motif ekonomi dimana informan lainnya menjadi seorang *buzzer* karena pekerjaannya sebagai seorang konsultan politik.



C. Pengalaman para Buzzer memaknai dampak dari pesan yang disampaikan buzzer di media sosial twitter ?

Berdasarkan dari hasil wawancara dan cara kerja dari kedua informan atas pesan pesan yang mereka sampaikan selama menjadi seorang buzzer, peneliti melihat terdapat dampak-dampak yang keduanya dapatkan, yang peneliti bagi menjadi dampak negatif yang sebenarnya tidak terlalu dirasakan oleh kedua informan di duania nyata hanya sebatas adu argumen di media sosial twitter selama masa kampanye berlangsung, dan juga jumlah pengikut di sosial media yang berkurang. Namun terdapat beberpa dampak positif yang keduanya dapat dan berpengaruh pada kehidupan mereka seperti diantaranya mendapatkan bantuan dan dukungan dari sesama anggota kelompok buzzer, bisa mengetahuiinformasi politik lebih uptodate, mendapatkan penghasilan, lebih teliti dalam menerima informasi dengan melakukan crosscheck di media dan kondisi lapangan terlebih dahulu, lebih terbuka dengan melihat segala sesuatu dari hal baik buruknya.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Peneliti menilai kedua informan memaknai identitas mereka sebagai seorang yang bebas berpendapat dan mengungkapkan pandangn politiknya, karena bagi kedua informan dengan menggunakan akun buzzer mereka dapat dengan bebas menyampaikan pandangan politiknya di media sosial. Hal tersebut juga yang peneliti anggap sebagai hal yang membedakan diri mereka ketika belum terlibat kedalam kegiatan sebagai seorang buzzer politik, dan mengunakan akun pribadinya. Karena adanya rasa takut untuk menyampaikan aspirasi politik dan menghindari konflik karena perbedaan pandangan politik. Selain itu kedua informan menyatakan jika mereka memaknai buzzer sebagai suatu hal yang wajar, mereka meanggap *buzzer* merupakan salah satu cara untuk melakukan kampanye politik mendukung seseorang di media sosial.
2. Peneliti menyimpulkan terdapat perbedaan motif dari kedua informan menjadi seorang buzzer, dan motif tujuan yang sama. Perbedaan terdapat pada motif sebab atau because Motive dari kedua informan. Yakni motif ketertarikan dan juga motif pekerjaan yang membuat mereka menjadi seorang buzzer politik. Sedangkan motif tujuan dari kedua informan dapat dikatakan sama, yaitu untuk mendukung atau mempromosikan seorang figur politik di media sosial twitter.
3. Dari hasil wawancara dengan kedua informan, pengalaman mereka selama menjadi seorang buzzer memiliki dampak positif dan negatif meskipun dampak negatif yang kedua informan rasakan tidak berdampak secara langsung dan berkaitan dengan kehidupan pribadinya, dampak negatif yang kedua informan rasakan hanya sebatas adu argumen di media sosial twitter selama masa kampanye berlangsung, dan juga jumlah pengikut di sosial media yang berkurang. Sedangkan terdapat beberapa dampak positif yang kedua informan rasakan selama menjadi seorang buzzer politik di twitter seperti dapat mengenal tokoh politik, Melihat segala sesuatu dari baik buruknya, Lebih teliti menerima informasi dengan melakukan crosscheck mengetahui informasi politik lebih *uptodate*, mendapat pengetahuan tentang teknik *buzzer* di media sosial. Keduanyanya juga melihat bahwa fenomena buzzer ini selalu berulang karena merupakan salah satu bentuk kampanye politik yang murah dan mudah.

V. SARAN

A. Saran Teoritis

4. Peneliti mengharapkan penelitian ini bisa menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Peneliti juga memberikan saran untuk penelitian selanjutnya yang tertarik dengan fenomena buzzer di sosial media lainnya seperti facebook, dan Instagram mengingat aktivitas buzzer politik yang selalu berkembang danjuga tersebar di berbagai media sosial.

B. Saran Praktis

1. Dengan selalu berkembangnya teknologi, dan juga selalu bertambahnya pengguna sosial media. Serta kehadiran buzzer politik yang selalu muncul setiap

kali memasuki tahun politik di Indonesia, peneliti memberikan saran kepada masyarakat untuk lebih teliti ketika menerima suatu informasi dengan melakukan verifikasi ke sumber berita, dan juga mencari referensi lain di portal berita yang terpercaya untuk menghindari pesan-pesan hoax yang sering terjadi

2. Peneliti juga memberikan saran kepada masyarakat yang aktif menggunakan media sosial untuk mengetahui bagaimana pesan-pesan , serta aktivitas dari seorang buzzer politik di media sosial, sehingga bisa mengidentifikasi akun-akun yang bisa dikatakan sebagai buzzer politik dan akun yang hanya sekedar menyampaikan aspirasi politiknya di media sosial

DAFTAR PUSTAKA

[1] Helianthusinfri, Jefferly. 2014. *1 Juta Rupiah Pertama Anda dari Twitter*. Jakarta :Elex Media Komputindo.

[2] Moleong, Lexy J. 2017. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

[3] Sobur, Alex. 2013. Filsafat Komunikasi:tradisi dan metode fenomenologi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

[4] Hasbiansyah, O. 2005, "Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik penelitian" dalam ilmu sosial dan komunikasi" dalam MediaTor, volume 9, nomor 1, 2008 (hlm 164-180)

[5] Kemp, Simon.2020 " Digital 2020: Indonesia" https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia