

BUZZER POLITIK PEMBAJAK DEMOKRASI?

Paulus Berekama Tukan
Mahasiswa Semester VI
Sekolah Tinggi Filsafat Katolik Ledalero
(Email: paulamatukan@gmail.com)

Abstrak: Artikel ini bertujuan mendeskripsikan buzzer politik dalam ruang siber (cyberspace) dan membuktikannya sebagai pembajak demokrasi. Sejak ruang siber dianggap sebagai transformasi ruang publik riil, demokrasi dihadapkan pada paradoks serius. Di satu sisi, ruang siber memungkinkan deliberasi publik dan pertarungan argumentasi secara transparan. Namun, di lain sisi ruang siber serentak membuka peluang sangat lebar bagi selebrasi nilai-nilai primordial yang cenderung menggusur etos demokrasi seperti penghargaan etis terhadap individu dan kesadaran akan pluralitas warga negara. Deliberasi publik secara esensial pun dicemari. Dalam artikel ini, tesis dasar penulis ialah buzzer politik melalui kepandaian teknologis dan oleh biaya kepentingan politis tertentu niscaya membajak demokrasi. Penulis akan memakai metode analitis-kritis dalam membedah persoalan ini. Pertama-tama akan ditunjukkan letak persoalan buzzer politik dalam demokrasi terkhususnya di Indonesia. Selanjutnya, penulis akan berkonsentrasi pada buzzer politik yaitu secara etimologis dan secara teknis-konseptual. Pada bagian berikut, penulis akan menguraikan potensi buzzer politik sebagai pembajak demokrasi dengan mengacu pada uraian tentang hakikat demokrasi. Sebagai penutup, penulis memproposalkan literasi digital dan

penguatan UU ITE sebagai alternatif untuk melawan ambivalensi dalam demokrasi akibat propaganda buzzer politik.

Kata Kunci: *Buzzer Politik, Demokrasi, Propaganda Politik, Literasi Digital*

I. PENDAHULUAN

Dewasa ini, informasi tidak hanya menjadi sebuah kebutuhan tetapi juga berubah menjadi sebuah wabah.¹ Alasannya, informasi mengalir begitu cepat dan bahkan tanpa kendali menjumpai manusia. Di Media Sosial (*Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, dll*) informasi sangat mudah diperoleh setiap waktu karena orang bisa mengaksesnya dengan sekali klik. Dampaknya, ada kesulitan besar menentukan mana informasi yang benar dan manipulatif.²

Hoax dan *Hate Speech* adalah bentuk propaganda yang kerap menyusup ke dalam setiap informasi yang dibagikan dalam internet hampir setiap waktu. Hal ini beralasan mengingat dunia digital memungkinkan penyebar informasi bisa memanipulasi identitasnya dengan maksud dan tujuan apa pun.³ Demikian pun, setiap orang bisa menjadi informan dengan konten apapun tanpa ada jaminan kebenaran konten tersebut. Pada titik ini, informasi yang merupakan fakta-fakta bisa menjadi banjir *framing* yang diproduksi secara bebas. Informasi yang benar pun bahkan kehilangan legitimasinya karena melaluinya bercokol berbagai agenda kepentingan parsial entah politis maupun ekonomis. Karena itu, dewasa ini informasi mesti dicurigai bukan hanya sebagai bahan edukasi publik melainkan juga menjadi objek *marketing* dan *branding* yang condong pada logika pasar, modal dan kuasa.⁴

1 Rita Komalasari, "Manfaat Teknologi Informasi dan Komunikasi di Masa Pandemi Covid 19", dalam *Tematik: Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi (e-Journal)* 7:1 (2020), hlm. 38-50.

2 *Ibid.*

3 Isiodorus Lilijawa, *Perempuan, Media dan Politik* (Maukere: Penerbit Ledalero, 2010), hlm. 178.

4 Lih. Chritiany Juditha, "Buzzer di Media Sosial Pada Pilkada dan Pemilu Indonesia Buzzer in Social Media in Local Elections and Indonesian Elections" dalam *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi dan Informatika* (Manado: Balai Pengembangan SDM dan Penelitian Komunikasi dan Informatika Manado, 2019), hlm. 199-212.

Di tengah kemajuan media komunikasi berbasis digital ini, kebebasan berbicara sebagaimana esensi negara demokrasi seperti Indonesia pun dihadapkan pada dilema serius. Demokrasi di satu sisi membuka ruang yang bebas bagi setiap ekspresi warga negara tetapi di sisi lain negara pun harus siap menghadapi kenyataan pahit bahwa kebebasan sipil warga negara itu serentak membentuk kesewenangan (baca: keablasan) yang merusak tatanan hidup bersama akibat potensi produksi informasi yang provokatif, intimidatif, sektarian, eksklusif dan radikal yang dilontarkan dengan alibi, “ini negara demokrasi”. Dalam medsos khususnya, narasi-narasi yang merusak persatuan berbasis doktrin agama, aliran politik dan kepentingan ekonomi sulit dikendalikan mengingat belum adanya aturan khusus dan konvensional yang efisien dijalankan untuk mengatur kerja para pengguna digital (medsos) ini.⁵

Pers sebagai salah satu pilar demokrasi untuk mengakomodasi kebebasan bersuara dan kontrol terhadap kekuasaan pun dihadapkan juga pada tantangan serius. Bahwasanya, basis kerja jurnalisme mesti secepatnya ditransformasi ke jurnalisme berbasis digital. Ada tatanan baru dunia jurnalisme yang menjungkirbalikkan tatanan lama serentak darinya kompetensi dan kecepatan menjadi faktor kunci yang menentukan eksistensinya.⁶

Pada perhelatan Pemilu 2019, Dewan Pers mencatat terdapat 43.000 situs *online* yang ada di Indonesia. Namun, dari jumlah itu hanya terdapat 300 situs yang terdaftar secara resmi pada Dewan Pers. Artinya, di luar itu, karya jurnalistik diproduksi sesuai kemauan dan keputusan sepihak media tanpa memperhatikan kaidah formal Jurnalistik atau basis konstitusional UU Pers. Dalam penelitian Murwani dan Elmada (2019) sebagaimana dikutip Shiddiq Sugiono, sebagian situs *online* yang tidak terverifikasi pada dewan pers tersebut dikelola oleh para *Buzzer* politik.⁷ Hal itu berarti, sebagian informasi yang beredar dewasa ini diproduksi demi kepentingan parsial politis.

5 *Ibid.*

6 I Gusti Ngurah Putra, “Demokrasi dan Kinerja Pers Indonesia”, dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 3 No. 2, Juni 2004, hlm. 119.

7 Shiddiq Sugiono, “Fenomena Industri Buzzer di Indonesia: Sebuah Kajian Ekonomi Politik Media”, dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4.1 (2020), hlm. 59.

Masalah krusial yang merongrong tubuh demokrasi terletak persis pada upaya serangan *Buzzer* politik yang melawan pengarusutamaan informasi resmi Pers dan membuat *framing-framing* secara simultan untuk membelokkan fakta dan atau memprovokasi massa sesuai visi-misi eksklusif. Pada taraf paling ekstrem, *Buzzer* politik mampu membunuh karakter individu dan menciptakan fragmentasi sosial.⁸ Karena itu, musuh terbesar demokrasi pada era digital adalah *Buzzer* politik.⁹ *Buzzer* politik bisa menciptakan anarkisme serentak pembungkaman oposan politik melalui pembelotan fakta secara massal yang bisa mengubah iklim bahkan budaya etis demokrasi secara drastis dalam waktu singkat.

Pertanyaan mendasar ialah apa itu *Buzzer* politik? Apakah *Buzzer* politik yang terbaca dalam sistem digital ini membajak demokrasi atau sebaliknya justru menumbuhkan iklim demokrasi? Sejauh mana pengaruh *Buzzer* politik? Bagaimana menghadapi *Buzzer* politik di tengah kehidupan berdemokrasi?

II. APA ITU BUZZER POLITIK?

2.1. *Buzzer* secara Etimologis

Secara etimologis, kata *buzzer* berasal dari kata bahasa Inggris yang berarti bel, lonceng atau alarm. Istilah ini sebenarnya berkonotasi positif yaitu berarti penanda atau pengingat bagi orang yang ingin melakukan kegiatan tertentu dengan maksud untuk menarik perhatian massa.¹⁰ Kata *buzzer* merujuk pada aktivitas pemasaran (*marketing*) yaitu orang yang mempromosikan produk perusahaan tertentu di dalam media sosial untuk menggaet pembeli/pelanggan. Pengertian ini diafirmasi oleh Rosen (2010) sebagaimana dikutip Rieka Mustika, “*buzz is all the word of mouth about brand*” (semua dari mulut ke mulut tentang merek).¹¹

8 Alexander Haryanto, “Apa Itu Buzzer Politik? Arti, Strategi, Sejarah dan Pola Rekrutmen”, *Tirto.id* 10 Februari 2021, <https://tirto.id/apa-itu-buzzer-politik-arti-strategi-sejarah-dan-pola-rekrutmen-gaaE>, diakses pada 3 Februari 2022.

9 *Ibid.*

10 Rieka Mustika, “Pergeseran Peran Buzzer ke Dunia Politik di Media Sosial, Shifting the Role of Buzzer to The World of Politics on Social Media”, dalam *Jurnal Diakom*, 2:2 (Desember, 2019), hlm. 152.

11 *Ibid.*

Dalam dunia bisnis, para *buzzer* melakukan *buz marketing* untuk melanggengkan bisnis melalui informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Dalam upaya meyakinkan pelanggan, informasi itu mesti disalurkan oleh orang-orang populer dan penting agar produk tertentu dikenal luas.¹² Istilah *buzzer* dengan demikian semata-mata merujuk pada orang yang mempromosikan produk perusahaan tertentu dengan tujuan bisnis yaitu mereka yang memediasi permintaan dan penawaran pasar.

Para *buzzer* juga memiliki kemampuan mempengaruhi orang lain secara masif. Karena itu, para *buzzer* bertugas untuk menggaet para *followers* dalam medsos dengan cara selegan mungkin agar produk yang dipromosikan itu menarik minat pembeli atau sekurang-kurangnya menarik perhatian masyarakat umum. Tugas para *buzzer* tidak hanya memosting produk dimaksud tetapi juga melakukan kampanye (*campaign*). Dan berdasarkan target dan ketentuan perusahaan, para *buzzer* menerima imbalan yang maksimal.

Namun, akibat penetrasi medsos, kata *buzzer* kemudian mengalami pergeseran makna. Seturut kamus *Oxford*, *buzzer* diartikan sebagai “*an electrical devices that makes a busing noise and is use for signalling*”, sebuah perangkat elektronik yang membuat kebisingan untuk memberi tanda/sinyal. Pengertian ini dijelaskan sebagaimana kata *buzzer* itu dipakai untuk merujuk pada aktivitas memberi gaung atau kebisingan (penggaung). Diketahui dari defenisi *Oxford* ini, arti kata *buzzer* berubah seturut adanya perkembangan media baru seperti *Twitter* yang didirikan pada 21 Maret 2006 oleh Jack Dersey, Noah Glass, Bizz Stone, dan Evan Williams.¹³ Dengan demikian, *buzzer* yang dipahami sekarang adalah *Buzzer* dalam arti mereka yang menciptakan keributan/kebisingan dalam medsos.

2.2. *Buzzer* Politik

Buzzer (penggaung) yang sebenarnya berkecimpung dalam dunia bisnis atau *marketing* beralih menjadi penggaung dalam langgam politik

¹² *Ibid.*

¹³ Firmansyah, Mas Agus, Siti Karlinah, dan Suwandi Sumartias, “Kampanye Pilpres 2014 dalam Konstruksi Akun Twitter Pendukung Capres”, dalam *Jurnal the Messenger* 9:1 (2017), hlm. 79-90.

(mereka yang membuat keributan politik). Dalam konteks politik dinamakan *buzzer* politik (penggaung politik).

Para *buzzer* politik memproduksi narasi-narasi dengan tema apapun dengan tujuan politis. Mereka menggaet simpati publik entah berupa disinformasi maupun isu-isu sektarian tentang figur politik tertentu dengan maksud menjatuhkan lawan politik dan atau meningkatkan elektabilitas figur atau partai politik yang didukungnya.

Di Indonesia, keterlibatan *buzzer* mulai diketahui sejak tahun 2006 saat *platform* media sosial *Twitter* masuk. Dalam dunia politik, *buzzer* mulai ramai dibicarakan pada tahun 2012 saat pemilihan kepala daerah DKI Jakarta.¹⁴ Para *buzzer* bermunculan bersamaan dengan relawan politik yang bekerja untuk kandidat yang didukungnya. Namun, baru pada momen Pilpres 2014, *buzzer* mulai digunakan secara luas untuk kepentingan politik.¹⁵

Menurut Camil (2017) sebagaimana dikutip Mustika, para *buzzer* atau penggaung ini memiliki empat karakteristik umum¹⁶. Pertama, memiliki jaringan dan akses yang luas kepada sumber informasi atau informasi primer. Kedua, memiliki kemampuan persuasi dan *engaging*. Ketiga, memiliki kemampuan untuk memproduksi konten karena keahlian yang mumpuni dalam mengelola medsos. Keahlian ini mencakup kecakapan dalam menjalankan akun-akun medsos karena umumnya mereka memiliki latar belakang pendidikan yang baik. Dan keempat, para *buzzer* digerakkan oleh motif tertentu untuk mendulang kepentingan eksklusif baik secara sukarela maupun dengan bayaran yang telah disepakati oleh dua belah pihak.

Pada perhelatan Pilkada atau Pilpres, aksi para *buzzer* sangat mempengaruhi publik. Bahkan, para *buzzer* bisa menurunkan atau menaikkan reputasi seorang tokoh politik dalam hitungan detik. Para *Buzzer* mendengarkan isu-isu berupa disinformasi untuk menggiring opini publik dan menciptakan perdebatan-perdebatan kusir.

14 Bambang Arianto, "Salah Kaprah Ihwal Buzzer, Analisis Percakapan Warganet di Media Sosial", dalam *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 5:1 (2020), hlm. 3.

15 Rieka Mustika, *loc. cit.*

16 *Ibid.*

Dalam menjalankan aksi *buzz* politik, para *buzzer* biasanya terbagi menjadi tiga kelompok¹⁷. Pertama, *Person in Charge* dan *PIC Support*. Bagian ini bertugas untuk merancang gerakan dan sasaran, mengatur strategi dan mengukur efektivitas pesan. Kelompok kedua disebut *Content Writer* yaitu mereka yang menyusun narasi-narasi untuk disebar di forum-forum medsos. Dan kelompok ketiga adalah admin yaitu mereka yang bertugas mengendalikan dan memantau semua strategi serta mempertajam isu-isu yang telah diposting ke ruang publik medsos. Cara-cara lain yang akhir-akhir ini kerap dilakukan para *buzzer* ialah melalui link *shering*, *virtual community* untuk menciptakan *trending topic* seorang figur politik atau pasangan calon pemimpin dalam momen menjelang pemilihan elektoral.

Pada Pilkada DKI Jakarta 2017 yang juga dikenal sebagai perhelatan demokrasi paling dramatis, isu agama berhasil dimainkan oleh para *buzzer* untuk menurunkan reputasi pasangan Basuki Thajaja Purnama (Ahok) dan Djarot Syaiful.¹⁸ Narasi tentang mayoritas-minoritas berhasil menjerat Ahok ke pengadilan dan berujung ke penjara. Peran para *buzzer* saat itu menjadi faktor kunci mengapa fragmentasi sosial di tengah masyarakat begitu kuat sehingga melumpuhkan reputasi Ahok secara drastis. Para *buzzer*, melalui gerakan secara virtual menyodorkan isu-isu agama untuk memperkeruh situasi di tengah masyarakat.

Selain itu, pengaruh *buzzer* paling santer juga terjadi saat perhelatan Pilpres 2014. Hasil penelitian Juditha (2015) sebagaimana dikutip Mustika menunjukkan bahwa akun *twitter* @TrioMacan2000 menjadi salah satu akun *buzzer* anti Jokowi-JK yang berusaha menyudutkan pasangan calon presiden ini. Jokowi disebut sebagai pembohong dan telah melakukan mafia politik. Isu-isu ini dibuat untuk meruntuhkan reputasi Jokowi saat perhelatan Pemilu berlangsung.

Di Indonesia, secara sederhana keberadaan *buzzer* politik bisa diketahui melalui akun-akun media sosial yang tidak memiliki identitas yang jelas dan yang selalu melontarkan narasi-narasi yang provokatif,

17 Christiany Juditha, *loc. cit.*

18 Wahyudi Akmaliah, "Bukan Sekedar Penggaung (Buzzers): Media Sosial dan Transformasi Arena Politik", dalam *Jurnal MAARIF* 13:1 (2018), hlm. 18.

intimidatif dan condong pada narasi bombastis tentang kelemahan dan atau kelebihan figur-figur publik.¹⁹ Hal ini beralasan karena jika postingan-postingan para *buzzer* mendapat pengaduan hukum maka akun-akun yang dipakai tersebut akan ditutup dan diblokir secepatnya. Melalui akun-akun anonim itu, para *buzzer* politik menjalankan paling kurang tiga strategi komunikasi.²⁰

Pertama, menyebarkan disinformasi secara massif sebagai serangan terhadap akuntabilitas media-media konvensional. Tujuan utama penyebaran disinformasi ini ialah menciptakan kebingungan di kalangan masyarakat agar fakta-fakta lapangan yang berhasil mempromosikan reputasi figur atau partai politik dapat secepatnya tereliminasi dari perhatian publik. Disinformasi ini merupakan narasi tandingan untuk mengusung kepentingan si penunggang *buzzer* dalam menjatuhkan lawan politik. Disinformasi ini juga diketahui turut menciptakan prasangka buruk masyarakat terhadap lembaga Pers konvensional. Hal ini bisa berdampak pada rakyat luas yaitu ketidakpercayaan secara massif terhadap lembaga Pers.

Kedua, amplifikasi pesan. Para *buzzer* berusaha mengamplifikasi pesan sebanyak mungkin agar terbaca oleh algoritma internet. Akibatnya, pesan-pesan akan terus *booming* dan *trending* dalam medsos sehingga narasi-narasi yang dilontarkan *buzzer* politik selalu menempati urutan teratas pada halaman medsos kendati pesan-pesan itu belum tentu benar karena diamplifikasi sedemikian rupa untuk mencapai target dan sasaran kepentingan di baliknya.

Ketiga, strategi komunikasi dengan membangun percakapan pro-kontra melalui akun-akun bayangan. Strategi komunikasi ini dibuat seolah-olah dialektis dengan melontarkan narasi-narasi problematis dan bombastis. Tujuannya membuat publik penasaran. Para *buzzer* membuat banyak akun dengan maksud agar informasi yang diposting itu juga terkesan seolah-olah menuai beragam tanggapan dengan mengonfrontasi argumentasi-argumentasi yang paling mungkin masuk akal. Pada akhirnya, para *buzzer* sendiri yang membuat klaim-klaim

19 Rieka Mustika, *op. cit.*, hlm. 154.

20 *Ibid.*, hlm. 156.

atas informasi itu. Pada titik paling ekstrem, strategi politik dengan cara ini dapat berakibat pembeberan ranah privat lawan politik dan dengan demikian mencederai karakter individu maupun kolektif. Imbas lain ialah tergusurnya nilai-nilai etis demokratis yakni penghargaan terhadap individu dan tergerusnya asas persaingan argumentasi yang *fair* dan egaliter.

III. **BUZZER POLITIK MEMBAJAK DEMOKRASI**

3.1. **Hakikat Demokrasi**

Demokrasi secara fundamental merupakan ruang artikulasi dan agregasi politik bagi pihak yang berbeda.²¹ Demokrasi sebagai sebuah sistem dan etos tidak hanya sebuah strategi menyelesaikan konflik dan mengupayakan konsensus secara deliberatif. Karena itu, konflik, *disagreement*, dan eksistensi pihak yang mengambil posisi oposan kepada kekuasaan pada hakikatnya bukan sebuah tindakan antitesis terhadap demokrasi. Sebaliknya, demokrasi adalah keterbukaan untuk mengemukakan aspirasi secara rasional agar sedapat mungkin diterima. Demokrasi membuka ruang seluas-luasnya kepada publik untuk mengontrol jalannya kekuasaan.²²

Sebagai sebuah sistem pemerintahan, demokrasi dianggap ideal dalam mengakomodasi pluralitas kewarganegaraan. Ada beberapa alasan yang melandasinya.²³ Pertama, adanya kebebasan individual yang terbuka dalam demokrasi. Kedua, dalam negara demokrasi, partisipasi politik dan penentuan kebijakan publik bisa diintervensi sepenuhnya oleh warga negara. Ketiga, demokrasi mengedepankan asas persaingan. Segala bentuk persaingan dalam negara demokrasi berjalan egaliter dan *fair*

21 Hakimul Ikhwan, Ph.D., "Menyemai Demokrasi Agonistik di Indonesia", dalam Ferdy Jehalut, *Paradoks Demokrasi Telaah Analitis dan Kritik atas Pemikiran Chantal Mouffe* (Yogyakarta: Gunung Sopai, 2020), hlm. 126.

22 Otto Gusti Madung, *Post-Sekularisme, Toleransi dan Demokrasi* (Mauere: Penerbit Ledalero, 2017), hlm. 146-148.

23 Otto Gusti Madung, *Filsafat Politik, Negara dalam Bentangan Diskursus Filosofis* (Mauere: Penerbit Ledalero, 2013), hlm. 101-102.

seturut cita-cita demokrasi. Dan keempat, demokrasi mengedepankan asas transparansi dan cara-cara efisien dalam menyelesaikan persoalan.

Namun, uraian tentang demokrasi sebagai sebuah ideal yang dikemukakan di atas tampaknya tidak akan mendamaikan paradoks demokrasi yang sesungguhnya yaitu kebebasan di satu sisi dan kesetaraan di sisi lain. Bahwasanya, secara praktis demokrasi selalu memunculkan persaingan. Mengikuti Chantal Mouffe, demokrasi selalu menciptakan kawan (*friend*) dan lawan (*adversary*).²⁴ Menurut Mouffe, lawan adalah musuh yang legitim.

Dengan basis konseptual di atas, hemat penulis demokrasi tidak serta merta ditafsir sebagai ruang ambigu di mana dua kekuatan itu memamerkan ekstrem-eksremnya secara terbuka tanpa sebuah landasan etis yang mencukupi. Alasannya, demokrasi tidak mencita-citakan disensus radikal yang abai terhadap kerangka etis ruang publik yang pada dasarnya mengoleksi keragaman latar belakang individu sebagai basis pluralitas.

Ruang publik di sini dipahami sebagai ruang otonom yang bebas dari kerangkeng birokratis dan kekuasaan otoritarian yang memungkinkan warga negara untuk menyatakan sikap secara terbuka menggunakan kekuatan argumentasi.²⁵ Ruang publik adalah ruang inklusif yang mengacu pada keterbukaan yang memungkinkan akses oleh dan kepada semua orang. Menurut Jurgen Habermas, ruang publik ini adalah kondisi komunikasi yang membuka solidaritas yang integral agar timbul perlawanan terhadap berbagai bentuk sumber pasar kapitalis dan kuasa demi tercapainya keseimbangan.²⁶ Dengan demikian, ruang publik sebagai basis demokrasi mesti memenuhi tuntutan etis yang ditaati bersama oleh warga negara yang memiliki kesadaran moral.

Hakikat demokrasi tidak hanya mengacu pada proseduralitas bahwa kebebasan diakomodasi secara konstitusional tetapi juga bahwa ruang

24 Ferdy Jehalut, *Paradoks Demokrasi Telaah Analitis dan Kritik atas Pemikiran Chantal Mouffe* (Yogyakarta: Gunung Sopai, 2020), hlm. 6.

25 F. Budi Hardiman, *Demokrasi Deliberatif* (Yogyakarta: Penerbit PT Kanisius, 2009), hlm. 134.

26 *Ibid*, hlm. 135.

publik yang etis adalah basis untuk menumbuhkan demokrasi yang sehat yaitu demokrasi tanpa kooptasi para oligark, patron politik dan kapitalis.²⁷ Kata *Demos* pada demokrasi tidak hanya berarti rakyat (*people*) tetapi juga *mob* yang berarti massa yang beringas. Demokrasi tanpa kerangka etis akan melahirkan banalitas kejahatan.²⁸ Karena itu, demokrasi mesti dimengerti dalam konteks kebebasan yang deliberatif-etis; asas pertimbangan rasional yang tetap mengacu pad etika yang mesti dijunjung bersama. Tentu, segala hal yang melawan inklusivitas termasuk usaha mencederai lawan politik dengan cara melontarkan disinformasi adalah melawan demokrasi sebagai etis dan sistem yang konstitusional sekaligus.

3.2. *Buzzer* Politik dan Komodifikasi Informasi

Buzzer politik mengamplifikasi semua pesan kepada khalayak. Di sini, *buzzer* politik sesungguhnya sedang mengkomodifikasi pesan.²⁹ Semua hal dilihat sebagai komoditas yang mesti dipasarkan. Yang diutamakan adalah kuantitas informasi kendati informasi tersebut tidak faktual. Sebagai komoditas, informasi yang diproduksi para *buzzer* politik hanya berusaha mencapai target ekonomis dari pihak *buzzer* dan target politis dari pihak yang menungganginya. *Buzzer* politik menjatuhkan lawan politik dengan ejekan-ejekan yang superfisial dan atau mempertahankan reputasi politikus yang membayarnya dengan cara menyebar isu-isu populis.

Pada Pilpres 2014 misalnya, figur Jokowi yang sederhana dan populis kerap dijadikan komoditas para *buzzer* untuk dipasarkan kepada publik. *Buzzer* politik menjual kesahajaan individual Jokowi padahal kesahajaan individual itu sama sekali tidak bersentuhan dengan integritas dan komitmen untuk menyelamatkan ruang publik dari caplokkan para oligark yang beringas tetapi kerap tampil berwajah sahaja, misalnya.

Adanya komodifikasi informasi oleh *buzzer* politik terbukti mencederai demokrasi. Dengan menjalankan propaganda politik secara

27 Otto Gusti Madung, *loc. cit.*

28 *Ibid.*

29 Shiqid Sugiono, *op. cit.*, hlm. 61.

masif, ruang publik demokrasi sudah tercemar oleh persaingan yang tidak *fair*. Persaingan ini mencerminkan bahwa nafsu politis tidak didasarkan pada bobot argumentasi rasional tetapi justru pada sentimentalitas sektarian yang berbasis modal. Demokrasi yang dicerai oleh fasilitas materialistik niscaya akan menghasilkan tata kelola semu yaitu setiap kekuatan saling mengobjektivasi satu sama lain demi memaksimalkan kekuatan modal.

Fenomena menguatnya *buzzer* politik juga menjadi ketakutan sebagaimana perspektif Manuel Castels yakni ketakutan akan lenyapnya ruang publik yang dianggap telah bertransformasi ke dalam ruang siber (*cyberspace*).³⁰ Alasannya ialah kekuatan-kekuatan modal akan menjadi pelopor semua gerakan politik untuk mendistorsi dan menekan ruang publik.³¹ Ruang siber sebagai ruang publik akan dikuasai segelintir orang yang memiliki kekuatan modal yang mumpuni. Dengan demikian, demokrasi menjadi semata-mata pertarungan modal yang absen terhadap pertarungan argumentasi dan deliberasi publik. Castels juga menganggap bahwa penetrasi media sosial juga bisa berdampak pada apa yang ia sebut *the rise of network society* yaitu potensi akan lenyapnya pengambilan keputusan secara demokratis karena desakan kecepatan media sosial yang selalu berkiblat pada efisiensi ketimbang substansi.³²

Dengan demikian, *buzzer* politik secara praktis terbukti membajak demokrasi. Ruang publik bagi mereka adalah ranah komersial (*comercial domain*) padahal demokrasi bukan ruang pertarungan modal apalagi propaganda diinformasi yang justru memicu disensus radikal dan pecaplokan ruang deliberasi argumentasi rasional. *Buzzer* politik membajak demokrasi dengan cara mengkomodifikasi informasi demi menjatuhkan lawan politik dan atau membungkam pihak yang berbeda dengan argumentasi fiktif. Cita-cita efisiensi tanpa egaliterisme pada prinsipnya adalah musuh bagi demokrasi.

30 Veronica Hamid, "Angin Harapan Demokrasi Digital, Nostalgia Demokrasi Klasik, Transformasi Ruang Publik, dan Politisasi Media" dalam AE Priyono dan Usman Hamid (ed.), *Merancang Arah Baru Demokrasi Indonesia Pasca Reformasi* (Jakarta: Penerbit KPG, 2014), hlm. 744

31 *Ibid.*

32 *Ibid.*

3.3. *Buzzer* Politik dan Propaganda Politik

Konon, pada zaman Sokrates (470-399 SM), demokrasi mulai dicemari oleh kehadiran para sofis yaitu mereka yang menguasai teknik retorika untuk menghasut kaum muda di Athena. Pada saat itu, kehadiran kaum sofis sulit dibendung karena keahlian retorika untuk melakukan demagogi dengan tujuan-tujuan politis.³³ Bahkan, pendidikan sama sekali tidak berdaya membendung provokasi kaum sofis. Demokrasi menjadi terancam karena dengan keahlian retorika, para sofis berusaha memelintir kebenaran untuk memprovokasi massa. Persis, peran sofis pada zaman Barat Klasik ini serupa dengan aksi *buzzer* politik dalam ranah *cyberspace* dewasa ini.

Lebih tepatnya, para *buzzer* politik adalah sofis sekaligus demagog yang melakukan propaganda politik. Alih-alih memanfaatkan kecakapan teknikal untuk mengucapkan argumentasi (kendati tidak faktual) dan kecekatan teknologis yang menuntut kecepatan serba ekstra, *buzzer* politik membelot dari kerangka etis demokrasi yang seharusnya dijunjung bersama atas dasar pluralitas.

Namun, perlu dicermati bahwa propaganda politik yang dilakukan *Buzzer* politik tidak hanya sebagai gerakan antitesis terhadap kekuasaan (baca: pemerintah). *Buzzer* politik juga dapat merupakan gerakan yang dibiayai kekuasaan sebagai pihak yang seharusnya menentukan juntrung demokrasi. Dalam penelitiannya tentang industri *buzzer* politik di Indonesia, Shiddiq Sugiono menemukan bahwa pemerintah Indonesia pada tahun 2020 telah terindikasi membiayai para *buzzer* politik untuk meredam gerakan oposisi.³⁴ Padahal, gerakan oposisi sangat menentukan keberlangsungan demokrasi yang sehat karena melaluinya kebijakan-kebijakan dapat dipertimbangkan secara argumentatif dengan cara yang *fair*.

Penelitian Sugiono juga membuktikan bahwa efektivitas UU ITE yang mengatur transaksi informasi elektronik hanya menysar terhadap

33 F. Budi Hardiman, *Demokrasi dan Sentimentalitas* (Yogyakarta: Penerbit PT Kanisius, 2018), hlm. 10.

34 Shiddiq Sugiono, *op. cit.*, hlm. 63.

para oposan. Dengan kata lain, UU ITE hanya merupakan tameng untuk menutup resistensi pemerintah atas kontrol oposan. Pada titik ini, *Buzzer* politik di Indonesia tidak hanya membajak demokrasi dari posisi eksternal tetapi juga lebih-lebih dari posisi internal kekuasaan. *Buzzer* politik adalah sofis virtual yang menjalankan propaganda fiktif dan tentu mencaplok ruang demokrasi secara tragis.

IV. LITERASI DIGITAL DAN PENGUATAN UU ITE

Penulis menawarkan gerakan Literasi Digital sebagai upaya strategis warga negara digital (*digital citizenship*) untuk membendung propaganda *Buzzer* politik dan penguatan UU Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) secara konstitusional.

UNESCO mendefinisikan literasi digital sebagai *life skill* atau kemampuan untuk mengelola berbagai perangkat komunikasi dengan mengerahkan sikap kritis, kreatif, dan kepandaian berbasis digital untuk bersosialisasi dengan orang lain.³⁵ Literasi sama dengan pembelajaran berhitung, membaca dan berbicara secara teliti agar diperoleh pemahaman yang substansial tentang sesuatu.

Di tengah gempuran kecepatan informasi yang kerap digunakan *Buzzer* untuk melancarkan propaganda, literasi digital diupayakan pertama-tama dengan cara menanggukkan setiap informasi yang diperoleh dan mengedepankan sikap *check and recheck* sumber informasi bersangkutan. Alasannya ialah subjek informan sangat menentukan seberapa besar kemungkinan benar tidaknya sebuah informasi. Karena itu, sebagai warga negara digital, identitas informan mesti dicermati agar sekurang-kurangnya memberi keyakinan sementara terhadap sumber sebuah informasi. Sebagaimana yang telah disebut di muka, keberhasilan *Buzzer* politik adalah adanya partisipasi khalayak luas sebagai informan terhadap sebuah disinformasi yang disebar. Partisipasi ini lebih

35 Yudha Pradana, "Atribusi kewargaan digital dalam literasi digital", dalam *Untirta Civic Education Journal* 3:2 (2018), hlm. 174.

sering terlihat dalam kecepatan membagikan informasi tanpa mengecek kebenarannya terlebih dahulu.

Kedua, dalam media digital, literasi diupayakan dengan kegiatan membaca sambil membandingkan. Dalam ruang siber, informasi-informasi bersileweran. Literasi digital dilakukan dengan upaya komparasi terhadap satu informasi dengan informasi lain atau sumber lain. Dengan kemudahan akses internet, setiap orang sebenarnya mesti membandingkan sumber-sumber informasi secara teliti. Media Massa *mainstream* berbasis digital adalah salah satu referensi yang bisa diandalkan dalam upaya komparasi informasi ini. Alasannya, dalam Media Massa informasi telah melewati kurasi yang ketat sesuai dengan etika pers dan pedoman jurnalistik. Strategi komunikasi yang dilakukan para *buzzer* politik ialah melawan arus informasi dari media *mainstream*. Oleh karena itu, strategi literasi dengan cara komparasi akan sangat menentukan kemelekkan publik luas atas sebuah informasi yang diamplifikasi para *buzzer* politik.

Ketiga, literasi digital diupayakan dengan meminimalisasi upaya digitalisasi semua segi kehidupan. Upaya ini memang agak kontradiktif tetapi merupakan sebuah cara untuk melihat dampak-dampak digitalisasi itu sendiri. Penetrasi Media Sosial adalah sebuah indikator bahwa semua segi kehidupan cenderung didigitalisasi. Di Indonesia, angka penetrasi Media Sosial sebesar 61,8% dari jumlah penduduk 274,9 juta.³⁶ Penetrasi ini diketahui menyebabkan kecanduan/ketergantungan berlebihan pada semua produk digital yang berimbas pada apatisisme untuk mengecek kebenaran semua informasi dan menerima semua hal tanpa sangsi.³⁷ Literasi digital seharusnya tidak pernah lepas dari literasi non-digital sebagai basis. Sikap “mengambil jarak” dari kungkungan realitas virtual akan sangat mudah membantu setiap orang untuk melibatkan

36 Stephanie, Choney “Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia Melek Media Sosial”, dalam *Kompas.com* 24 Februari 2021, <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>, diakses pada 1 Maret 2022.

37 Ahmad Rafiq, “Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat”, dalam *Global Komunika* 1:1 (2020), hlm. 18-29.

pertimbangan rasional dalam menilai sebuah berita dan meminimalisasi penilaian sentimental sebagai dampak dari candu media digital yang akut.

Tawaran terakhir ialah penguatan UU ITE dalam kehidupan berwarga negara. Penguatan ini mesti pertama-tama diupayakan oleh para penegak hukum; polisi, hakim dan jaksa. Di Indonesia, hukum cenderung tumpul ke arah penguasa karena lemahnya komitmen para penegak hukum. Sistem-sistem modal yang bercokol dalam tubuh birokrasi mesti dibongkar oleh komitmen yang kuat bahwa hukum positif berlaku bagi setiap warga negara entah penguasa maupun warga sipil. *Buzzer* politik kerap menjadi suruhan para penguasa untuk membungkam oposisi. Karena itu, penegak hukum mesti terbebas dari kepentingan apapun untuk menegakkan keadilan sebagaimana amanat konstitusi.

V. PENUTUP

Buzzer politik terbukti membajak demokrasi karena melakukan propaganda politik dengan cara mengkomodifikasi informasi lewat medsos. Ruang siber dewasa ini tidak hanya membawa dampak positif bagi demokrasi yakni menciptakan deliberasi publik tetapi juga serentak memberi peluang bagi gerakan-gerakan eksklusif untuk mencaplok ruang publik. *Buzzer* politik sebagai pembajak demokrasi pada gilirannya akan menguasai ruang publik jika masyarakat tidak melek digital melalui literasi yang mumpuni atau kurangnya komitmen para penegak hukum. Relativisasi etis dan kesewenangan parsial pun akan menguasai setiap pengambilan kebijakan publik. Lantas, demokrasi kehilangan adab dan warga negara niscaya terjebak dalam pertarungan sentimental yang hanya akan menyulut kebencian, perpecahan dan keretakan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Akmaliah, Wahyudi. “Bukan Sekedar Penggaung (Buzzers): Media Sosial dan Transformasi Arena Politik”, dalam *Jurnal MAARIF* 13.1 (2018).

- Arianto, Bambang. “Salah Kaprah Ihwal Buzzer, Analisis Percakapan Warganet di Media Sosial”, dalam *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 5.1 (2020).
- Firmansyah, Mas Agus, Siti Karlinah, dan Suwandi Sumartias. “Kampanye Pilpres 2014 dalam Konstruksi Akun Twitter Pendukung Capres”, dalam *Jurnal the Messenger* 9:1 (2017).
- Hamid, Veronica. “Angin Harapan Demokrasi Digital, Nostalgia Demokrasi Klasik, Transformasi Ruang Publik, dan Politisasi Media” dalam AE Priyono dan Usman Hamid (ed.), *Merancang Arah Baru Demokrasi Indonesia Pasca Reformasi*. Jakarta: Penerbit KPG, 2014.
- Hardiman, F. Budi. *Demokrasi Deliberatif*. Yogyakarta: Penerbit PT Kanisius, 2009.
- . *Demokrasi dan Sentimentalitas*. Yogyakarta: Penerbit PT Kanisius, 2018.
- Haryanto, Alexander. “Apa Itu Buzzer Politik? Arti, Strategi, Sejarah dan Pola Rekrutmen”. *Tirto.id* 10 Februari 2021, <https://tirto.id/apa-itu-buzzer-politik-arti-strategi-sejarah-dan-pola-rekrutmen-gaaE>, diakses pada 3 Februari 2022.
- Ikhwan, Hakimul. “Menyemai Demokrasi Agonistik di Indonesia” dalam Ferdy Jehalut, *Paradoks Demokrasi Telaah Analitis dan Kritik atas Pemikiran Chantal Mouffe*. Yogyakarta: Gunung Sopai, 2020.
- Jehalut, Ferdy. *Paradoks Demokrasi Telaah Analitis dan Kritik atas Pemikiran Chantal Mouffe*. Yogyakarta: Gunung Sopai, 2020.
- Juditha, Chritiany. “Buzzer di Media Sosial Pada Pilkada dan Pemilu Indonesia Buzzer in Social Media in Local Elections and Indonesian Elections” dalam *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi dan Informatika*. Manado: Balai Pengembangan SDM dan Penelitian Komunikasi dan Informatika Manado, 2019.
- Komalasari, Rita. “Manfaat Teknologi Informasi dan Komunikasi di Masa Pandemi Covid 19”, dalam *Tematik: Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi (e-Journal)* 7:1 (2020).
- Lilijawa, Isidorus. *Perempuan, Media dan Politik*. Maumere: Penerbit Ledalero, 2010.

- Madung, Otto Gusti. *Post-Sekularisme, Toleransi dan Demokrasi*. Maumere: Penerbit Ledalero, 2017.
- *Filsafat Politik, Negara dalam Bentangan Diskursus Filosofis*. Maumere: Penerbit Ledalero, 2013.
- Mustika, Rieka. “Pergeseran Peran Buzzer ke Dunia Politik di Media Sosial, Shifting the Role of Buzzer to The World of Politics on Social Media”, dalam *Jurnal Diakom*, 2:2 (Desember, 2019).
- Pradana, Yudha. “Atribusi kewargaan digital dalam literasi digital”, dalam *Untirta Civic Education Journal* 3.2 (2018).
- Putra, I Gusti Ngurah. “Demokrasi dan Kinerja Pers Indonesia”, dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi* 3:2, (Juni 2004).
- Rafiq, Ahmad. “Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat”, dalam *Global Komunika* 1.1 (2020).
- Stephanie, Choney. “Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia Melek Media Sosial”, *Kompas.com* 24 Februari 2021, <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>, diakses pada 1 Maret 2022.
- Sugiono, Shiddiq. “Fenomena Industri Buzzer di Indonesia: Sebuah Kajian Ekonomi Politik Media”, dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4:1 (2020).