**BUZZER DI MEDIA SOSIAL PADA SULAWESI UTARA**

**(STUDI TERHADAP KAMPANYE POLITIK ODSK 2020)**

Grace Gois, Julius L.K. Randang, Leviane J.H. Lotulung

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Sam Ratulangi, Jln. Kampus Bahu, 95115, Indonesia

Email: 17081105025@student.unsrat.ac.id

**ABSTRAK**

**Media sosial telah memberikan ruang baru dalam studi demokrasi. Pada penelitian ini penulis membahas mengenai fenomena munculnya *buzzer* politik dan perannya dalam membentuk opini masyarakat melalui media sosial. Berbagai *Buzzer* media sosial menjadi sarana untuk membentuk opini masyarakat secara luas baik berupa dukungan pada para pasangan calon maupun isu-isu lain yang sengaja diciptakan untuk mempengaruhi masyarakat pada Pemilihan Gubernur Sulawesi Utara periode 2020-2024. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui motif menjadi *buzzer* politik di media sosial dalam kampanye politik Paslon ODSK pada Pilgub Sulut 2020. Penelitian ini menggunakan studi atau metodologi fenomenologi yaitu pendekatan yang berdiri sendiri dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Lewat observasi yang dilakukan peneliti kepada dua informan dengan hasilnya Schutz  membedakan motif menjadi dua tipe motif, motif sebab dari penelitian ini yaituMotif Sukarela dan motif komersial sedangkan motif tujuan motif keorganisasian, Informan mengaku bahwa mereka merupakan anggota dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) dan memiliki tujuan utama untuk memenangkan calon yang diusung partainya. Pola kerja buzzer politik ODSK yaitu pertama buzzer mendapatkan bahan berita dari tim kampanye, buzzer mencari berita-berita atau isu yang sedang dibicarakan di media sosial seputar PILKADA kemudian buzzer mengunggah konten, buzzer menanggapi serta merespon setiap komentar dari masyarakat maupun dari tim buzzer lawan.**

**Kata kunci: Buzzer, Media sosial, Kampanye Politik**

*ABSTRACT*

*Social media has provided a new space in the study of democracy. In this study, the author discusses the phenomenon of the emergence of political buzzers and their role in shaping public opinion through social media. This research uses a phenomenological study or methodology, which is a stand-alone approach with data collection techniques through in-depth interviews, observation and documentation. Through observations made by researchers to two informants with the result that Schutz distinguished motives into two types of motives, the causal motives of this study were the voluntary motives and commercial motives, while the objective motives were organizational motives, the informants admitted that they were members of the Indonesian Democratic Party of Struggle (PDIP) and The main goal is to win the candidate promoted by his party. The work pattern of the ODSK political buzzer is that the buzzer first gets news material from the campaign team, the buzzer looks for news or issues that are being discussed on social media about the PILKADA then the buzzer uploads content, the buzzer responds and responds to any comments from the public or from the opposing buzzer team.*

*Keywords: Buzzer, Motive, Political Campaign*

**PENDAHULUAN**

E

volusi teknologi komunikasi dan informasi telah menciptakan evolusi di dunia politik, terutama terhadap praktik demokrasi. Praktik demokrasi mengalami perubahan seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Jika pada era sebelumnya para politisi memanfaatkan teknologi radio dan televisi dalam berkampanye, kini para politisi sudah menggunakan media sosial untuk berkampanye. Media sosial telah memberikan ruang baru dalam studi demokrasi. Model demokrasi ini disebut sebagai demokrasi digital yang didefiniskan sebagai pemanfaatan teknologi komunikasi digital guna memajukan partisipasi masyarakat dalam berdemokrasi ( Allifiansyah, 2016). Pada penelitian ini penulis membahas mengenai fenomena munculnya *buzzer* politik dan perannya dalam membentuk opini masyarakat melalui media sosial. Berbagai *Buzzer* media sosial menjadi sarana untuk membentuk opini masyarakat secara luas baik berupa dukungan pada para pasangan calon maupun isu-isu lain yang sengaja diciptakan untuk mempengaruhi masyarakat pada Pemilihan Gubernur Sulawesi Utara periode 2020 -2024.Buzzer dalam konteks komunikasi dinilai berperan menyebarkaan gagasan dan membentuk opini publik untuk membentuk rasa demokrasi publik. Gagasan dan opini yang disebarkan oleh buzzer ini dapat menciptakan paradigma baru dimasyarakat tentang suatu peristiwa. Buzzer bebas menciptakan suatu opini untuk mempengaruhi pola pikir masyarakat yang menggunakan media sosial (Safitri dkk., 2019). Demokrasi digital merupakan istilah baru dalam menjelaskan persilangan hubungan antara penggunaan media sosial, pemenuhan representasi dan artikulasi kepentingan, serta penguatan kelas menengah. Demokrasi digital menggabungkankonsep demokrasi perwakilan dan demokrasi partisipatif sehingga mampu mengeksplorasi dengan cepat interaksi antara duna maya dan sosial (Andriadi, 2016). Dengan menguatnya gambaran dari demokrasi digital tersebut, para relawan kampanye politik dan netizen terdorong untuk lebih aktif dalam mengawal dan mengkritisi setiap isu-isu politik dan pemerintahan di media sosial. Dengan memberikan kesempatan yang luas bagi para relawan politik dan *netizen* semakin interaktif sama artinya dengan memperkuat pelembagaan aktivisme digital sebagai sarana pendidikan politik di masyarakat (Arianto, 2016).Aktivitas para *buzzer* cukup berpengaruh dalam mempengaruhi opini publik selama kontestasi Pilgub Sulut 2020. Dunia media sosial kemudian dijadikan ajang perebutan pengaruh sekaligus kampanye politik dalam rangka memenangkan dan menjatuhkan kandidat tertentu (Sulaiman, 2018). Dalam dunia demokrasi digital istilah *buzzer* politik yang merupakan sebuah aktivitas marketing politik yang berisi informasi pada saluran komunikasi digital untuk menciptakan efek mempengaruhi dan menjadi perbincangan luas hingga kemudian menjadi opini publik (Andriadi, 2016). Partisipasi politik berbasis media sosial bukan hanya teoretik atau konseptual belaka (Sulaiman, 2018). Di Indonesia, ada beberapa fenomena kuatnya pemanfaatan media sosial sebagai alat partisipasi politik dan kampanye politik (Andriadi, 2006). Contoh salah satu kampanye politik dalam demokrasi digital ini dapat dilihat pada Pilkada Gubernur Sulawesi Utara 2020.Ketiga pasangan calon yang bertarung di Pilkada Sulutpun mau tak mau juga harus bertarung di dunia maya sedemikian rupa. Sedemikian penting pertarungan di dunia maya itu sehingga masing-masing pasangan calon membentuk tim yang khusus beroperasi di setiap media sosial yaitu bagian ruang virtual. Ketiga kandidat tersebut pun telah mendaftarkan sejumlah akun media sosial yang akan digunakan selama masa kampanye Pilgub Sulawesi Utara. Tujuan dari didatarkan akun-akun media sosial tersebut yakni untuk mempengaruhi opinipengguna media sosial sehingga mampu mengambil suara mereka terkhusus mengingat Pilkada kali ini dilakukan dimasa Pandemi Covid -19 yang mengakibatkan Pemilihan Gubernur dan wakil Gubernur kali ini sangat berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya, demikian juga setiap kampanye yang dilakukan tentu saja sangat berbeda. Dalam masa ini para paslon diminta untuk melakukan kampanye secara virtual atau melalui media sosial saja mengingat masih ada pandemi virus corona (covid -19). Penelitian ini menggunakan studi atau metodologi fenomenologi, menurut Stephen W. Little Jhon (2005: 336), tentang studi fenomenologi:Fenomenologi adalah pendekatan yang berdiri sendiri. Fenomena yang tampak merupakan objek yang penuh dengan makna yang transendental. Dunia sosial keseharian tempat manusia hidup senantiasa merupakan suatu yang inter subjektif dan saratdengan makna. Dengan demikian, fenomena yang dipahami oleh manusia adalah refleksi dari pengalaman transcendental dan pemahaman tentang makna. Schutz (1967) melalui Teori fenomenologinya memperkenalkan dua istilah motif. Motif “sebab” (*because of motive*) kemudian motif “tujuan” *(in order to motive).* Motif “sebab” adalah yang melatarbelakangi seseorang melakukan tindakan tertentu. Sedangkan motif “tujuan” adalah tujuan yang ingin dicapai oleh seseorang yang melakukan suatu tindakan tertentu. Secara harfiah, fenomenologi adalah suatu studi yang mempelajari fenomena seperti penampakan, segala hal yang muncul sebagai pengalaman kita. Namun fokus perhatian fenomenologi lebih luas dari hanya fenomena, yakni pengalaman sadar dari sudut pandang orang pertama (yang mengalaminya secara langsung), (Ritzer, 2008: 219). Studi fenomenologi tiada lain “mengungkapkan suatu fenomena yang tersembunyi agar menjadi fakta yang tampak dan mendalami fenomena yang tampak dengan mengungkapkan fakta yang tersembunyi. Dari penjelasan tersebut, (Pambayun, 2013) menyimpulkan beberapa kata kunci dalam fenomenologi yaitu objek, makna, pengalaman dan kesadaran dari individu. Semua hal tersebut memainkan peranan penting dalam studi fenomenolog. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah, Rumusan masalah dari penelitian ini adalah, Apa motif menjadi buzzerpolitik buzzer ODSK? serta Bagaimana pola kerjanya di media sosial dalam kampanye politik Paslon ODSK pada Pilgub Sulut 2020?.

**METODE PENELITIAN**

J

enis Penelitian; jenis penelitian ini adalah kualititatif. Berkenaan dengan metode tersebut, Judistira K. Garna (1999:32) menyebutkan bahwa pendekatan kualitatif dicirikan oleh tujuan peneliti yang berupaya memahami gejala-gejala yang sedemikian rupa yang yang tidak memerlukan kuantifikasi, atau karena gejala-gejala tersebut tidak dimungkinkan untuk diukur secara tepat. Lokasi Penelitian; Penelitian ini dilakukan di beberapa akun buzzermedia sosial ODSK pada Pemilihan Gubernur tahun 2020 Manado, Sulawesi Utara.Fokus Penelitian; Berdasarkan latar belakang penelitian dan rumusan masalah, maka fokus penelitian ini adalah apa motif yang menyebabkan informan menjadi buzzer politik ODSK serta apa tujuan yang ingin dicapai oleh buzzer politik ODSK dalam kampanye politik Paslon ODSK di media sosial seperti *Facebook*, *Instagram, Twitter*, dan *Youtube* pada Pilgub Sulut 2020? dan bagaimana pola kerja buzzer politik ODSK di media sosial?.Informan Penelitian; informan penelitian berjumlah dua orang dengan inisial CT dan DA yang merupakan anggota tim Buzzer ODSK. Teknik Pengumpulan Data; Wawancara, Esterbeg (2002) mendefinisikan wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikontruksikan makna dalam suatu topik tertentu.Susan Stainback (1988) mengemukakan bahwa dengan wawancara, maka penelitian akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterprestatisikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi.Proses percakapan atau Tanya jawab antara peneliti sejumlah informan. Salah satu teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam (in depth interview) dengan menggunakan petunjuk/pedoman wawancara. Adapun teknik memilih informan adalah purposeful selection. Dalam hal ini peneliti memilih objek penelitian (pemilik akun buzzer). Observasi, Marshall (2005) menyatakan melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut. Sugiyono (2015: 204) observasi merupakan kegiatan pemuatan penelitian terhadap suatu objek. Apabila dilihat pada proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dibedakan menjadi partisipan dan non-partisipan. Dokumentasi, dalam hal dokumen Bogdan menyatakan hasil penelitian dari observasi atau wawancara, akan lebih kredibel/ dapat dipercaya jika didukung oleh sejarah pribadi kehidupan dimasa kecil, disekolah, di tempat kerja, di masyarakat dan autobiografi, hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada. Teknik Analisis Data; Dalam hal analisis data kualitatif, Bogdan menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan. Dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**H**

**asil Penelitian;** Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan dari tim buzzer pasangan calon ODSK yang dilakukan sejak tanggal 22 November – 3 Desember 2021, wawancara yang dilakukan peneliti pada prinsipnya untuk mengumpulkan dan menemukan sejumlah informasi tentang motif dan pola kerja dari tim buzzer ODSK. Motif Sebab Buzzer ODSK, motif sebab adalah faktor yang berhubungan dengan sebab dari tindakan yang melatarbelakangi buzzer tersebut tergabung dalam tim buzzer ODSK.Pada saat wawancara peneliti mengumpulkan dan menggali informasi dari informan tentang motif menjadi buzzer, CT menegaskan bahwa motifnya mengapa menjadi buzzer karena dirinya simpati terhadap kinerja bapak Olly Dondokambey selama periode sebelumnya. Menurut pengakuan informan CT dan DA motif lainnya menjadi buzzer karena bisa dekat dengan pejabat dengan kata lain jika hasil kerja dari buzzer tersebut bagus dan berhasil akan ada bonus tersendiri seperti mendapatkan pekerjaan maupun urusan-urusan pribadi informan dapat dipermudah atau dilancarkan. Motif Tujuan Buzzer ODSK. Motif tujuan atau *in order to motive* berkaitan dengan alasan seseorang melakukan suatu tindakan sebagai usahanya menciptakan situasi dan kondisi di masa yang akan datang (Wirawan, 2013:134).Kemudian informan yang juga sebagai anggota partai PDIP mempunyai tugas untuk memenangkan pasangan calon yang diusung partainya dengan cara menjadi buzzer politik ODSK. Informan DA menyatakan bahwa sebagai anggota partai yang memiliki tanggung jawab, informan bertujuan untuk mememenangkan pasangan calon ODSK dengan tergabung dalam tim buzzer. Pola kerja dari tim buzzer ODSK ini didasari oleh analisis SWOT, menurut informan CT yang memiliki latar belakang pendidikan ekonomi tim buzzer ODSK bekerja dengan pertimbangan analisis SWOT Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman). Tim buzzer ODSK bekerja dari kediaman Olly Dondokambey di Desa Kolongan, Kecamatan Kalawat, Kabupaten Minahasa Utara selama kurang lebih 3 bulan. Seorang buzzer setiap minggunya dapat mengunggah dengan patokan 20 sampai 30 unggahan atau 3 sampai 4 unggahan perhari menggunakan beberapa akun. Aplikasi yang paling sering digunakan adalah layanan jejaring sosial Facebook, facebook dinilai efektif dalam penyebaran konten dan berita oleh buzzer dikarenakan pengguna facebook berasal dari semua kalangan usia dan paling banyak dipakai oleh masyarakat. Terdapat beberapa tema konten kampanye yang diangkat oleh buzzer berdasarkan program-progam unggulan ODSK seperti Operasi Daerah Selesaikan Kemiskinan, Operasi Desa Sukses Kelapa dan SULUT maju bersama ODSK. Dalam pola kerjanya tim buzzer ODSK diperhadapkan oleh beberapa tekanan dari pihak lawan, akan tetapi berdasarkan pengakuan informan DA lewat pekerjaannya sebagai buzzer, dirinya mendapatkan pengalaman baru seperti bagaimana cara menarik minat masyarakat untuk memilih ODSK melalui media sosial di masa pandemi Covid-19. Menurutnya penggunaan buzzer dinilai memiliki keuntungan tersendiri dalam masalah anggaran karena buzzer hanya bermodalkan kuota internet sedangkan kampanye tatap muka itu memakan banyak biaya dan tenaga.

**Pembahasan;** Menurut Ardial (2010) Metode komunikasi yang dapat diaplikasikan dalam komunikasi politik adalah Pertama Informatif Bentuk isi pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi khalayak dengan cara (metode) memberikan penerangan, kedua persuasive yang mempengaruhi khalayak dengan cara membujuk, ketiga edukatif yaitu salah satu usaha untuk mempengaruhi khalayak mengenai pernyataan politik yang dilontarkan, yang dapat diwujudkan ke dalam bentuk pesan yang akan berisi pendapat, fakta, dan pengalaman dan yang keempat kursif metode ini berarti mempengaruhi khalayak dengan cara memaksa. Berdasarkan hasil wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen menunjukkan tim buzzer ODSK bekerja dengan solid dan sesuai target sehingga membuahkan hasil yang sangat baik menghantarkan pasangan ODSK menang di Pemilihan Gubernur dan wakil Gubernur Provinsi Sulawesi Utara periode 2020-2024, tentunya ini dilatarbelakangi oleh motif dari buzzer itu sendiri. Menurut hasil penelitian di atas, peneliti mendapati adanya beberapa motif yang mempengaruhi informan menjadi buzzer politik di media sosial dalam kampanye politik Paslon ODSK pada Pilgub Sulut 2020 adalah motif sukarela dan motif komersial sebagai motif sebab dan motif keorganisasian sebagai motif tujuan. Pola kerja pada dasarnya dibuat untuk menyesuaikan kebutuhan atau tuntutan dari suatu organisasi yang disesuaikan dengan kondisi lingkungan dan iklim kerja serta dukungan sarana-prasarana maupun pembiayaan organisasi. Berdasarkan observasi pada penelitian ini diketahui bahwa pola kerja tim buzzer ODSK adalah sebagai berikut; Buzzer mendapatkan bahan berita dari tim kampanye berupa program-progam unggulan kemudian kegiatan pasangan calon ODSK., Buzzer mencari berita-berita atau isu yang sedang dibicarakan di media sosial seputar PILKADA*.,* Buzzer mengunggah konten yang berisi program-program unggulan, dan keberhasilan yang telah dicapai pemerintahan ODSK pada periode sebelumnya dengan tujuan dapat mempengaruhi pemilih untuk memilih pasangan ODSK, setiap minggunya seorang buzzer dapat mengunggah dengan patokan 20 sampai 30 unggahan atau 3 sampai 4 unggahan perhari menggunakan beberapa akun, Buzzer menanggapi serta merespon setiap komentar dari masyarakat maupun dari tim buzzer lawan.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**K**

**esimpulan;** Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa Motif sebab *(because of motive)* dari penelitian ini yaitu motif sukarela ini didorong oleh ideologi atau rasa kepuasan tertentu terhadap sesuatu dalam hal ini kepuasan informan terhadap pasangan calon ODSK. Kemudian motif komersial yang ditandai dengan adanya aliran dana untuk tim buzzer, seluruh kegiatan tim buzzer dibiayai dan digaji oleh pasangan calon. Motif tujuan atau (*in order to motive*) dari penelitian ini adalah motif keorganisasian, Informan yang merupakan buzzer politik ODSK mengaku bahwa mereka merupakan anggota dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) dan saat masa kampanye Pilkada Sulut mereka dipercayakan sebagai buzzer politik yang memiliki tujuan utama untuk memenangkan calon yang diusung partainya.Pola kerja buzzer politik ODSK yaitu pertama buzzer mendapatkan bahan berita dari tim kampanye berupa program-progam unggulan kemudian kegiatan pasangan calon ODSK. Kedua buzzer mencari berita-berita atau isu yang sedang dibicarakan di media sosial seputar PILKADA*.* Ketiga buzzer mengunggah konten. Keempat Buzzer menanggapi serta merespon setiap komentar dari masyarakat maupun dari tim buzzer lawan.

**Saran;** Saran yang dapat penulis berikan yaitu secara teoritis bagi penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian dan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperdalam penelitian selanjutnya. Secara praktis pemilih harus lebih proaktif dan mengambil peran dalam mengawasi aktivitas akun-akun buzzer.

**DAFTAR PUSTAKA**

Andriadi, Fayakhun, *Demokrasi di tangan Netizen,* Jakarta: RM Books, 2016.

Allifiansyah, Sandy, 2016. Kaum Muda, Meme, dan Demokrasi Digital di Indonesia, *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 13, No. 2.

Arianto, Bambang. 2016. “Menakar Peran Relawan Politik Pasca Kontestasi Presidensial 2014, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* Vol. 20, No. 1.

Ardial. 2010. Komunikasi Politik. Jakarta: Indeks.

Garna, Judistira K. Garna. 1999. *Metode Penelitian Pendekatan Kualitatif*. Bandung: Primaco Akademika.

Little Jhon, Stephen W. 2005. *Theories of Human Communication*: Eight Edition. Canada. Thomson Wardsworth.

Marshall, R.T. dan W.S. Arbuckle. 2000. “Ice cream”. 5th Edition. Aspen Publisher,Inc., Gaithersburg, Maryland.

Pambayun, E.L. 2013. *Qualitative Research Methodology in Communication.* Jakarta: Lentera Printing Jakarta.

Ritzer, George. 2008. *Sociological Theory: Eight Edition*. New York.McGraw-Hills.

Safitri, B.E., Yuanshandika, M. F., Damayanti, R. 2020. Peranan Buzzer Politik Membentuk Opini Masyarakat Melalui Tagar #Pemilu2019 Di Media Sosial. Google Scholar.

Schutz, Alfred. 1967. *The Phenomenology of The Social World.* Evanston: Illinois Northwestern University Press.

Stainback, Susan william Stainback, 1988, Understanding & Conducting Qualitative Research, Kendall/Hunt Publishing Company, Dubuque, lowa

Sulaiman, S. A. 2018. Komunikasi Politik JASMEV Studi terhadap Kampanye Politik JASMEV 2017 sebagai Buzzer di Era Demokrasi Digital pada Pilgub DKI Jakarta 2017. Google scholar.

Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.