

BAB IV

ANALISIS HASIL PENELITIAN

4.1 Analisis Strategi Komunikasi Politik *Buzzer* di Media Sosial *Twitter* Pasca Deklarasi Anies Baswedan

Mengikuti perkembangan zaman, perkembangan sosial media telah memasuki seluruh ranah kehidupan. Kehadiran media sosial terkhusus dalam hadirnya sebuah *new media* yang lekat dengan perkembangan teknologi informasi komunikasi yang lebih interaktif, efisien, dan menyajikan banyak platform media. Hadirnya sebuah media baru yang hampir dipergunakan hampir oleh seluruh masyarakat di Indonesia. Selain untuk mengakses informasi, media baru juga memberikan sebuah kemudahan dalam mengunggah berita, informasi, perasaan. Sebuah informasi, berita baik diunggah maupun tidak dapat diakses lebih cepat dan mencakup oleh banyak pembaca. Hal inilah yang menjadi dasar bagi orang-orang yang menggunakan media sosial sebagai salah satu sumber informasi bahkan untuk digunakan untuk pekerjaan yang bersifat *flexible*. Perkembangan sosial media baru juga selain dapat digunakan untuk mendapatkan informasi juga dapat dimanfaatkan sebagai suatu wadah untuk melakukan aktualisasi diri, dengan mudah menampilkan kemampuan, karakter maupun nilai yang lebih yang dimiliki seseorang melalui video, gambar ataupun tulisan. Perkembangan yang begitu pesat yang dimiliki oleh media baru yang secara karakteristik ingin selalu cepat mengetahui informasi dan memiliki kemampuan memproduksi informasi sendiri, tidak dapat dipungkiri bahwa media baru memiliki kekurangan dimana sering mengabaikan sebuah informasi yang didapatkan apakah itu fakta atau hanya sebuah isu *hoax*. Oleh sebab

itu perkembangan media baru pada saat ini juga dipergunakan dan dialihkan fungsikan sebagai bahan kampanye politik untuk membandingkan seorang aktor politik, untuk mempengaruhi opini publik agar dapat memilih suatu aktor. Komunikasi politik yang dilakukan di sosial media dapat membuat pengaruh yang begitu besar bagi khalayak publik di internet.

Pada saat ini, sebuah fenomena politik pada tahun 2024 di Indonesia dengan adanya pemilihan umum, baik pemilihan presiden maupun pemilihan legislatif. Dalam kontestasi politik yang dilakukan pada saat sosial media menggunakan alat awal bagi mereka untuk memposting, ngebranding, membangun sebuah komunikasi di sosial-sosial media. Melihat hal ini hadirnya media sosial sangat membantu dalam memperkenalkan seorang aktor atau tokoh – tokoh politik mengenai biografi dari aktor politik, rekam jejak, bahkan kehidupan sehari-hari yang diperuntukkan kepada khalayak publik atau warganet. Hadirnya sosial media dalam kontestasi politik pada saat ini kehadiran tim-tim yang dikatakan sebagai *buzzer* sering kali selalu berdengung di media sosial. Konotasi jika mendengar *buzzer* adalah sesuatu yang buruk dan tidak terlepas dari yang namanya bayaran.

Pada penelitian terfokus pada Anies Baswedan yang merupakan seorang Bakal Calon Presiden 2024 yang pertama kali di deklarasi sebagai capres. Deklarasi ini secara tidak langsung membuat dinamika politik terjadi terkhusus lagi di media sosial. Hadirnya Anies Baswedan sebagai bakal calon presiden membuat media sosial memulai aktivitasnya untuk membuat konten-konten beserta narasi dengan tujuan *branding*. Pada saat ini sudah banyak akun-akun yang membuat konten dan juga narasi untuk mendukung Anies Baswedan terkhusus di media sosial *Twitter*.

Penggunaan platform *Twitter* memberikan tempat untuk penggunanya dalam mengekspresikan postingan, narasi bagi para pendukung secara online. Hal ini digunakan sebagai *branding* atau memperkenalkan Anies Baswedan kepada khalayak publik. Penggunaan *Twitter* dikarenakan beberapa fitur yang tidak ada pada media sosial lainnya yang dalam hal ini juga akan dijelaskan.

Pasca deklarasi Anies Baswedan sebagai bakal calon presiden 2024 pada tanggal 3 oktober sudah mulai diserang oleh beberapa isu dari orang-orang yang tidak menyetujui atau bisa juga disebut membenci Anies Baswedan. Isu yang menyerang Anies Baswedan pasca deklarasi terdiri dari beberapa isu yang antara lain adalah kegagalan semasa menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta dengan permasalahan JIS, Kali Ciliwung dan juga isu rasis seperti Politik Identitas, dan seorang pemimpin yang Intoleran terhadap agama lain. Hal ini membuat pengaruh bagi publik atau warganet di *Twitter*. Oleh sebab itu akun-akun yang mendukung Anies Baswedan mencoba untuk memberikan edukasi, sosialisasi, sekaligus juga untuk mengenalkan fakta dibalik isu-isu tersebut. Dari kehadiran isu tersebut juga akun-akun pendukung Anies Baswedan untuk mengamplifikasi pesan di *Twitter* agar dapat mempengaruhi opini publik melalui konten dan juga narasi yang diberikan.

Untuk menciptakan sebuah konten dan narasi agar dapat mempengaruhi publik di butuh komunikasi yang dalam hal ini merupakan komunikasi politik. Komunikasi politik menurut mempunyai 4 tujuan. Pertama, membangun dan membentuk citra dan opini publik; kedua, mendorong adanya partisipasi politik; ketiga, memenangi pemilihan keempat, mempengaruhi kebijakan negara atau

publik. Keempat hal tersebut harus berjalan karena penting demi terciptanya masyarakat yang adil dan sejahtera. Dalam menerapkan komunikasi politik dibutuhkan juga strategi komunikasi politik yang dibangun dan dilakukan dalam menyampaikan pesan kepada khalayak publik untuk membangun citra politik. Untuk membangun citra politik dalam komunikasi politik dalam hal ini akun-akun yang mendukung berfungsi sebagai komunikator politik untuk mempengaruhi popularitas. Dalam melakukan melakukan teknik strategi-strategi komunikasi politik, diantaranya *redundancy* atau *repetition*, *canalizing*, *informatif*, *persuasif*, *edukatif*, *koersif*, serta penggunaan media. Namun dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwa strategi komunikasi politik yang digunakan *buzzer* dalam mendukung Anies Baswedan tidak menggunakan teknik strategi *koersif*.

Melihat segala bentuk hasil postingan cuitan *Twitter* yang diunggah oleh para pendukung Anies Baswedan dapat dilihat bahwa terjadi beragam strategi yang dilakukan oleh mereka. Secara strategi umum yang dilakukan adalah dengan cara meyakinkan publik dalam memberi penjelasan terhadap khalayak publik dengan tujuan membangun opini kepada mereka. Opini yang dibangun dilakukan secara berulang-ulang terkait postingan yang dimulai dari *branding* Anies Baswedan yang merupakan seorang baik, seorang dosen, rekam jejak, keberhasilan JIS yang merupakan karya anak bangsa, dan isu lainnya yang selalu di posting ulang kepada warganet. Hal ini diharapkan akan menjadi sebuah post-truth dimana segala sesuatu yang dilakukan berulang-ulang akan menjadi kebenaran. Melihat dari teknis strategi yang dilakukan ini adalah sebuah teknis *redundancy* yang merupakan cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ngulang pesan kepada khalayak.

Teknik ini diharapkan banyak menarik manfaat yang antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan itu, karena akan kontras dengan pesan yang dilakukan secara berulang-ulang. Sehingga konten-konten yang dibuat akan lebih banyak mengikat perhatian publik maya. Dalam mengamati observasi yang dilakukan melalui *track* di *Twitter* dan melakukan studi etnografi mengenai pembuatan narasi-narasi atau konten yang disebar di *Twitter* terbentuknya sebuah narasi berdasarkan dengan apa yang didapatkan dari hasil lapangan mengenai apa yang dirasakan oleh masyarakat. Tujuan dari konten dan narasi tersebut merupakan pesan kepada publik yang berangkat dari keresahan hati dan juga manifestasi dari Anies Baswedan tersendiri mengenai target apa yang akan dilakukan. Oleh sebab konten-konten yang disebar selalu menjunjung fakta, data, dan tanpa adanya isu *hoax* yang diharapkan apa yang disebar dapat menjadi edukasi bagi khalayak publik di *Twitter*. Dalam pembuatan konten dan juga narasi terjadi kolaborasi sesama pendukung Anies Baswedan yang menjadikan konten tersebut sejenis hal ini dapat menjadikan konten yang disebar dapat di amplifikasi secara masif. Kolaborasi ini terlihat dari sumber-sumber mereka mendapatkan konten untuk disebar dimulai dari konten yang di *capture* dari akun-akun yang lain, adanya Grup Whatsapp yang digunakan sebagai tempat diskusi dan juga untuk menyebarkan konten. Grup Whatsapp yang menjadi sumber informasi kepada seluruh pendukung Anies Baswedan terklasifikasi terhadap beberapa platform media sosial termasuk *Twitter*. Narasi yang diserukan di grup-grup whatsapp adalah untuk berbagi konten di *Twitter* pada akun masing-masing dan juga menyerukan untuk berkomitmen dalam perjuangan memenangkan Anies Baswedan dengan cara memposting konten-

konten yang tertuju pada Anies. Bahkan walaupun tujuan dari mereka pengguna akun media sosial *Twitter* untuk mendukung Anies Baswedan dalam penyebaran konten terjadi filter isu atau konten untuk menjaga agar konten yang disebar itu tetap berupa fakta dan tidak ada *hoax*. Penekanan ini sendiri terjadi atas dasar arahan dari Anies Baswedan tersendiri.

Melihat dari pola penyebaran konten tersendiri juga terdapat perbedaan antara pendukung Anies Baswedan yang khusus di media sosial dan di lapangan. Bisa dikatakan ini adalah relawan yang terstruktur dan ada yang individual. Terjadi perbedaan yang signifikan antara relawan struktur dan individual yang terlihat dari pola penyebaran konten dan juga narasi. Kebanyakan dari relawan yang terstruktur adalah orang-orang yang mendukung Anies Baswedan di lapangan, kegiatan-kegiatan yang dibuat oleh Anies Baswedan diikuti oleh relawan-relawan struktur yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia. Karena melihat dari isu yang disebar di media sosial sebenarnya terjadi permasalahan yang lumayan sulit untuk ditangani yaitu permasalahan yang berasal dari akar rumput itu sendiri. Oleh sebab itu relawan yang berada dilapangan lebih kurang dalam segi media sosial dan hanya sebatasnya saja dalam amplifikasi pesan. Pada relawan individual yang hanya mendukung Anies melalui media sosial *Twitter* terfokus pada penyebaran konten dan narasi untuk mengamplifikasi pesan-pesan yang disampaikan oleh fakta lapangan yang bersumber juga dari relawan lapangan. Kolaborasi relawan antara struktur dan individu bisa dikatakan sebagai kolaborasi yang sangat baik karena sumber informasi untuk dijadikan konten bersifat fakta oleh sebab itu konten-konten beserta narasi yang disebar berdasarkan dengan keresahan hati masyarakat,

tetangga hingga mereka sendiri mengenai kenyataan yang terjadi di masyarakat Indonesia. Tempat berkumpulnya diskusi antara relawan struktur dan individual ini adalah grup-grup whatsapp dan juga fitur dari salah satu *Twitter* yang disebut dengan *space* atau obrolan grup. Fitur *space* ini merupakan tempat diskusi antara sesama pendukung Anies Baswedan baik itu lapangan dan juga struktur mengenai kondisi lapangan, keresehan, serta keinginan mereka untuk mencapai tujuan mereka dalam memenangkan Anies Baswedan

Melihat dari penyebaran konten yang juga dilakukan target dari penyebaran itu adalah publik atau warganet, baik itu masyarakat yang paham akan media sosial dan juga publik yang terkategori sebagai *silent majority*. Dalam hal ini secara strategik dibutuhkan bagaimana menerapkan konten agar dapat diperhatikan oleh publik maka dari itu para akun yang mendukung Anies Baswedan mencoba untuk menyampaikan pola baru tanpa adanya isu *hoax* karena melihat publik yang sudah mulai bosan dengan bentuk narasi yang terlalu panjang sehingga mencoba untuk menyebarkan pola dengan konten beserta narasi yang singkat dan terdapat point-point apa yang akan dijelaskan kepada khalayak publik.

Melihat dari penyebaran konten dan juga narasi-narasi yang dibuat oleh pendukung Anies Baswedan juga melihat terbentuknya hegemoni yang dilakukan. Hegemoni tidak dapat dipisahkan dari konteks yang memposisikan kelompok penguasa yang mampu menimbulkan keyakinan di sejumlah masyarakat. Hegemoni sendiri menekan penerimaan kelompok yang didominasi terhadap kehadiran kelompok dominan. Hegemoni memiliki berbagai kekuatan untuk mempengaruhi masyarakat. Salah satu bentuk kekuatan hegemoni adalah adanya

kemampuan untuk menciptakan cara berpikir atau wacana tertentu yang dominan, dianggap benar sehingga masyarakat meyakini wacana tersebut sebagai sesuatu yang benar juga sebaliknya sebagai sesuatu yang salah atau menyimpang. Oleh sebab itu hegemoni adalah upaya yang dilaksanakan dengan cara membujuk. Pada intinya hegemoni oleh kelas-kelas berkuasa adalah untuk mengendalikan cara berpikir dan perilaku warga agar mewujudkan visi ideologis kelas yang berkuasa. Dalam penyebaran konten yang dilakukan oleh pendukung Anies Baswedan mencoba untuk mengendalikan cara berpikir dari perilaku-perilaku publik di *Twitter* agar sepemikiran dengan apa yang diinginkan oleh mereka. Konten-konten yang disebar bertujuan untuk khalayak publik didalam ruang publik *Twitter* meyakini untuk memilih Anies Baswedan dengan berdasarkan rekam jejak, kepantasan untuk menjadi Presiden dan memenangkan Pemilu 2024.

Dari observasi yang dilakukan dapat dilihat dari pergerakan media sosial *Twitter* bahwa yang melakukan penyebaran konten-konten dan narasi dalam mendukung Anies Baswedan merupakan relawan. Relawan yang terbentuk ini terbagi atas relawan struktur dan juga relawan yang bersifat individual. Secara latar belakangnya masing-masing relawan ini mempunyai beberapa tugas dan fungsi yang berbeda dari segi informasi namun secara alur dan tujuan yang sama. Yaitu sebagai penggiring opini publik di media sosial dalam mendukung Anies Baswedan di *Twitter*. Dalam penelitian ini melihat apakah orang-orang yang menggiring opini publik dikatakan sebagai *buzzer*. Secara dalam praktik strategi komunikasi, biasanya proses penyampaian pesan dilakukan oleh para elit politik secara timbal balik agar pesan politik yang disampaikan mendapatkan respon yang diharapkan

yang demokratis, transparan. Namun pada saat ini relawan yang terbentuk untuk mendukung Anies Baswedan berperan dalam strategi komunikasi politik dimana gabungan individu yang bergerak secara sukarela akan sering melakukan kegiatan terkhusus dalam postingan di media sosial *Twitter* dengan tujuan adalah menggiring opini publik warganet di *Twitter*. Sedangkan jika dikorelasikan dengan *buzzer* maka relawan yang mendukung Anies Baswedan bisa dikatakan sebagai *buzzer* hanya berperan untuk mendukung Anies Baswedan dalam menggiring atau mengubah opini publik di *Twitter*. Selaras dengan konseptual topologi mengenai *buzzer* bahwa *buzzer* bisa berdiri secara independen, dan juga bersifat relawan. *Buzzer* independen memiliki karakter yang bebas dan tidak terlihat oleh *brand* apapun. Bisa digunakan untuk kepentingan *branding* atau promosi yang berkaitan dengan politik sesuai pesanan dari agensi, politisi, partai politik maupun stakeholder yang menggunakan jasanya. Sendan sifat yang netral dan bebas kepentingan membuat *buzzer* jenis ini bersifat secara profesional. Dengan kata lain mereka bergerak sesuai dengan tuntutan para pembayar dan penyewa. Para *buzzer* ini sering kali mematok tarif sesuai dengan banyak *followers* yang dimiliki dan tingkat kesulitan yang dihadapi. Dan di sisi lain terdapat *buzzer* yang terklasifikasi sebagai relawan. *Buzzer* yang terklasifikasi sebagai relawan merupakan partisipan dan memiliki keterkaitan dengan figur politik, partai politik, atau persamaan gagasan sosial politik lainnya. *Buzzer* sejenis ini banyak berasal dari warganet yang selama ini sangat aktif di media sosial dikatakan lebih mengedepankan sukarelawan maka seringkali *buzzer* ini disebut sebagai relawan politik digital. Para *buzzer* ini tidak menerima bayaran

karena melakukan aktivitas yang dilakukan *buzzer* namun dalam memperkuat pesan dan narasi berdasarkan dukungan secara sukarela atau gotong royong.

4.2 Matriks Temuan Data

Tabel 4.1 Matriks Temuan Penelitian

No	Rumusan Masalah / Fokus Pertanyaan	Temuan Penelitian
1.	Bagaimana konten dan narasi yang dibentuk <i>buzzer</i> di media sosial <i>Twitter</i> terhadap Anies Baswedan	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam menciptakan sebuah konten dan narasi untuk membentuk citra positif Anies Baswedan <i>buzzer</i> sebagai komunikator melakukan teknik strategi komunikasi politik yang diantaranya <i>redundancy</i>, <i>canalizing</i>, <i>informatif</i>, <i>persuasif</i>, dan <i>edukatif</i>. • Konten-konten dan narasi yang dibangun untuk menciptakan citra positif Anies Baswedan adalah dengan cara memberikan edukasi berupa fakta-fakta mengenai Anies Baswedan berdasarkan dengan rekam jejak yang telah dilakukan, prestasi yang didapatkan Anies Baswedan selama menjabat menjadi Gubernur DKI Jakarta. Konten-konten yang disebar diklasifikasikan terhadap isu – isu paska deklarasi Anies Baswedan sebagai Bakal Calon Presiden 2024 antara lain adalah isu Gagalnya Anies Baswedan sebagai Gubernur DKI Jakarta, isu Jakarta Internasional Stadium, isu Kali Ciliwung, isu rasis berupa keturanan Yaman, dan seorang pemimpin yang intoleran beragama. Dari isu-isu tersebutlah konten-konten yang diambil peneliti untuk melihat bagaimana konten-konten dan narasi yang dibentuk <i>buzzer</i> di media sosial <i>Twitter</i> • Dalam pembuatan konten dan narasi terjadi kolaborasi sesama pendukung Anies yang menjadikan konten yang disebar diamplifikasi secara masif

		<p>menggunakan <i>quote tweet</i>, <i>retweet</i> dan <i>share</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pola penyebaran konten terdapat perbedaan antara pendukung Anies Baswedan yang berada di media sosial dan di lapangan. Pola penyebaran konten antara media sosial dan lapangan terdapat perbedaan yang signifikan. Sumber lapangan yang didapatkan langsung berangkat dari keresehatan hati masyarakat, lingkungan mengenainya kenyataan yang terjadi. Hal itu akan dijadikan konten dan juga narasi di media sosial untuk menggiring opini publik. • Sumber konten yang didapatkan oleh para <i>buzzer</i> ini bersumber key opinion dan opinion leader. Key opinion merupakan akun-akun official seperti akun pendukung Anies Baswedan atau partai politik yang mendukungnya. Dan opinon leader merupakan akun-akun yang memposting konten-konten dan disebarluaskan melalui <i>Twitter</i> ataupun grup Whatsapp yang dibangun untuk mendukung Anies Baswedan. • Ditemukan bahwa salah satu fitur <i>Twitter</i> yaitu <i>space</i> yang merupakan tempat diskusi antara sesama pendukung Anies Baswedan baik itu lapangan dan juga media sosial yang bertujuan untuk memenangkan Anies Baswedan
2.	Bagaimana strategi counter <i>buzzer</i> terhadap isu-isu yang menyerang Anies Baswedan	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam counter yang diklasifikasikan berdasarkan isu maka konten-konten yang disebarkan secara keseluruhan tidak melakukan serangan balik atau <i>hatespeech</i> kepada akun-akun yang menyebarkan isu • Counter dilakukan menggunakan link media berita dan juga media-media nasional yang terpercaya, televisi,

		<p>dan juga menggunakan video-video yang berasal dari <i>Youtube</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Counter terhadap isu-isu negatif diberikan berupa fakta yang jelas sumbernya yang juga diperoleh dari fakta lapangan yang dirasakan langsung oleh masyarakat sehingga menjadi narasi dan konten untuk memberikan edukasi. Sehingga menghasilkan fakta – fakta yang juga berasal dari rekam jejak
3.	<p>Bagaimana pola strategi komunikasi politik <i>buzzer</i> dalam pembuatan konten dan narasi untuk mempengaruhi opini publik</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat implikasi terhadap konten dan narasi yang digaungkan oleh para <i>buzzer</i> yang mendukung Anies Baswedan yaitu ramainya <i>space</i> yang diikuti oleh akun-akun diluar pendukung Anies Baswedan yang ingin mengikuti pembicaraan terkait politik di Indonesia. Secara tidak langsung hal itu memberikan efek terhadap konten-konten yang disebarkan. Dan juga penyebaran konten-konten dilakukan terhadap target <i>silent majority</i> yang diharapkan bahwa golongan-golongan tersebut akan menjadi jurkam tersendiri bagi lingkungan-lingkungannya. • Penyebaran konten-konten dan narasi dalam mendukung Anies Baswedan merupakan relawan. <i>Buzzer</i> yang terklasifikasi sebagai relawan merupakan partisipan dan memiliki keterkaitan dengan figur politik, partai politik, persamaan gagasan sosial politik lainnya yang <i>buzzer</i> sejenis ini berasal dari warganet yang aktif media sosial yang lebih mengedepankan sukarelawan yang sering kali disebut sebagai relawan politik digital. Para <i>buzzer</i> ini tidak menerima bayaran karena melakukan aktivitas yang dilakukan <i>buzzer</i> namun dalam memperkuat pesan dan narasi berdasarkan dukungan secara sukarela atau gotong royong