



Melihat Peran Buzzer di Aplikasi TikTok dalam Pemilu 2024 Studi Kasus Buzzer terhadap Pasangan 01 Melihat Pengaruh dalam Ruang Digital

Rahma Syakira Ayu^{1*}, Ananda Dewi², Nayla Febrina Putri³, Firman⁴

¹²³⁴ Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran buzzer di aplikasi TikTok dalam konteks Pemilu 2024, khususnya terkait pasangan calon nomor urut 01. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa studi literatur. Fokus penelitian adalah memahami strategi yang digunakan oleh buzzer untuk mempengaruhi opini publik, terutama di kalangan pemilih muda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa buzzer memainkan peran penting dalam menyebarkan narasi politik melalui manipulasi informasi, penggunaan algoritma media sosial, dan konten visual yang mempengaruhi persepsi publik terhadap pasangan 01. Mereka menggunakan video-video pendek yang dimanipulasi untuk menyebarkan disinformasi dan memperkuat polarisasi di masyarakat. Aktivitas ini tidak hanya mempengaruhi citra politik pasangan 01, tetapi juga berpotensi meningkatkan atau menurunkan dukungan publik terhadap mereka. Selain itu, disinformasi yang disebar oleh buzzer dapat menciptakan kebingungan dan merusak integritas proses pemilu. Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang ketat dan literasi digital yang ditingkatkan untuk meminimalkan dampak negatif dari buzzer di media sosial.

Keywords: Buzzer, Digital, TikTok.

DOI:

<https://doi.org/10.53697/iso.v4i2.1993>

*Correspondence: Rahma Syakira Ayu

Email:

2310413006@mahasiswa.upnvj.ac.id

Received: 24-10-2024

Accepted: 25-11-2024

Published: 24-12-2024



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstrak : This research aims to analyze the role of the buzzer on the TikTok application in the context of the 2024 Election, especially regarding candidate pair number 01. This research uses a qualitative descriptive method with data collection techniques in the form of literature studies. The focus of his research is to understand the strategies used by buzzers to influence public opinion, especially among young voters. The research results show that buzzers play an important role in spreading political narratives through information manipulation, the use of social media algorithms, and visual content that influences public perception of pair 01. They use manipulated short videos to spread disinformation and strengthen polarization in society. These activities not only have an impact on the political image of couple 01, but also have the potential to increase or decrease public support for them. In addition, disinformation spread through buzzers can cause confusion and undermine the integrity of the election process. Therefore, strict regulations and increased digital literacy are needed to minimize the negative impact of buzzers on social media.

Kata Kunci : Buzzer, Digital, TikTok.

Pendahuluan

Menurut Suhendra & Pratiwi, Dalam era digital yang semakin berkembang pesat, media sosial telah menjadi arena utama bagi interaksi politik dan komunikasi massa, (Suhendra & Pratiwi, 2024). Di tengah dinamika ini, fenomena "buzzer" menjadi salah satu elemen penting yang mempengaruhi lanskap pemilu modern. Menurut Taufik & Suryana, Buzzer yang dalam konteks ini merujuk pada akun-akun media sosial yang dioperasikan untuk mempengaruhi opini publik secara aktif, telah memainkan peran signifikan dalam pemilihan umum di berbagai negara, (Taufik & Suryana, 2022). Terutama dalam Pemilu 2024 di Indonesia, peran buzzer di aplikasi TikTok patut diperhatikan untuk memahami dampaknya terhadap opini publik dan hasil pemilu. Aplikasi TikTok, sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer, menyediakan wadah bagi berbagai kelompok untuk menyebarkan pesan politik, mempromosikan calon, serta memanipulasi persepsi publik. Buzzer di platform ini sering kali digunakan oleh aktor politik, baik individu maupun organisasi, untuk menciptakan narasi yang mendukung agenda tertentu. Menurut Edelson & Peters, Fenomena ini menunjukkan adanya ketergantungan pada teknik manipulasi digital untuk memperoleh keuntungan politik, menurut (Edelson & Peters, 2020). Banyak buzzer-buzzer yang menyudutkan pasangan-pasangan calon, seperti contohnya pada pasangan nomor urut 01, Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar (cak imin).

Terdapat sejumlah alasan yang mendasari pentingnya penelitian ini. Menurut Kramer, Pertama pemahaman mendalam tentang bagaimana buzzer beroperasi dan mempengaruhi opini publik dapat memberikan wawasan tentang dinamika kekuatan dalam arena politik digital, menurut (Kramer et al., 2014). Kedua, identifikasi pemilik buzzer dan strategi yang mereka gunakan untuk mempengaruhi pemilih dapat mengungkapkan pola-pola tertentu dalam pengaruh politik yang sebelumnya belum teramati. Ketiga menurut Tufekci, dengan analisis yang tajam terhadap fenomena ini, diharapkan dapat ditemukan solusi atau rekomendasi bagi pemangku kepentingan untuk menangani dampak negatif dari intervensi buzzer, menurut (Tufekci, 2018). Selama beberapa tahun terakhir, penggunaan buzzer dalam konteks politik telah menarik perhatian luas karena kemampuannya untuk memanipulasi persepsi publik dengan cara yang canggih. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa buzzer dapat mempengaruhi perilaku pemilih melalui penyebaran informasi yang terdistorsi, kampanye hitam, dan penguatan pesan-pesan tertentu, menurut (Febrianto, 2022). Kampanye negatif, termasuk fitnah, ujaran kebencian, dan informasi palsu, sering digunakan untuk menyebarkan buzzer, yang dapat mempengaruhi opini publik dan menimbulkan polarisasi politik.

Namun, dalam konteks Indonesia dan aplikasi TikTok, masih terdapat kekurangan penelitian yang memfokuskan pada kepemilikan buzzer dan bagaimana mereka secara langsung mempengaruhi pemilih dalam konteks Pemilu 2024. Penelitian yang menjadi referensi kami adalah penelitian yang berjudul "The Role of Buzzers on Social Media in Shaping Public Policy Opinion During the 2024 Election", yang ditulis oleh Salsabila Nur Rahim, Heldiani Nur Shabrina, Rey Salsabila, Syarifah Hanum, Nabila Ar-Rafa Zemlya, Abdul Rahman (2024). Hasil penelitian menunjukkan bahwa buzzer memainkan peran

signifikan dalam menyebarkan informasi dan membentuk opini publik, baik secara positif maupun negatif. Buzzer dapat memicu konflik melalui kampanye hitam (black campaign), ujaran kebencian, serta informasi yang menyesatkan. Pengaruh buzzer dalam pembentukan opini kebijakan publik menjadi perhatian serius, karena dampak negatif yang ditimbulkannya, termasuk perselisihan sosial dan polarisasi politik. Untuk itu, diperlukan pengawasan ketat, regulasi yang komprehensif, serta edukasi literasi digital bagi masyarakat guna mengendalikan aktivitas buzzer dan menjaga integritas informasi selama pemilu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui observasi aktivitas buzzer di media sosial TikTok dan X, wawancara dengan pakar komunikasi publik dan politik, studi kepustakaan, serta analisis konten media sosial. Bedanya dengan penelitian kami adalah penelitian kami meneliti lebih mendalam mengenai buzzer pemilu 2024 terkhusus pada Pasangan Calon nomor urut 01.

Lalu penelitian yang kami jadikan referensi selanjutnya adalah penelitian yang berjudul "Analisis Fenomena Buzzer pada Konten Media Sosial Tiktok Menjelang Pemilu 2024" yang ditulis oleh Wana Aulia¹, Siti Rahayu Pratami Lexianingrum (2024). Hasil Penelitian ini menemukan bahwa buzzer politik memainkan peran penting dalam menyebarkan pesan, mempengaruhi opini publik, dan memperkuat narasi politik tertentu. Mereka sering menggunakan strategi komunikasi yang agresif, manipulasi informasi, dan bahkan melakukan pelanggaran privasi. Aktivitas buzzer ini dapat mempengaruhi hasil pemilu, memperkuat polarisasi di masyarakat, serta menimbulkan pelanggaran terhadap aturan hukum. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk mengenali ciri-ciri buzzer politik dan lebih kritis dalam menyikapi informasi yang disebarkan di media sosial, guna mengurangi dampak negatif yang dapat ditimbulkan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Teori Media Kritis. Fokusnya adalah pada analisis fenomena buzzer di media sosial TikTok menjelang Pemilu 2024, terutama di kalangan pemilih muda. Penelitian ini membahas dua tipe buzzer. Bedanya dengan penelitian kami adalah penelitian kami lebih memfokuskan dengan buzzer kepada pasangan calon presiden nomor urut 01.

Dalam penelitian ini memiliki pertanyaan penelitian yaitu, Bagaimana para buzzer memanfaatkan aplikasi TikTok untuk membentuk dan mempengaruhi opini publik terkait pasangan 01 dalam Pemilu 2024, Apa dampak aktivitas buzzer di aplikasi TikTok terhadap hasil Pemilu 2024, khususnya dalam meningkatkan dukungan atau membentuk persepsi publik terhadap pasangan 01, Serta Bagaimana pengaruh buzzer dalam mengubah dinamika ruang digital selama Pemilu 2024, dan apa implikasi etis dari peran mereka dalam konteks demokrasi?. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan memberikan analisis mendalam tentang peran buzzer di aplikasi TikTok dalam Pemilu 2024, terutama pada pasangan calon nomor urut 01. Fokus utama dari studi ini adalah untuk mengungkap siapa saja yang memiliki dan mengoperasikan buzzer, bagaimana mereka memanfaatkan platform ini untuk mempengaruhi opini publik, serta dampak dari aktivitas tersebut terhadap hasil pemilu. Dengan menggunakan metodologi penelitian kualitatif, penelitian ini akan mengeksplorasi berbagai aspek dari aktivitas buzzer, termasuk strategi komunikasi, pola-pola retweet, serta efek dari pesan yang disebarluaskan terhadap perilaku pemilih.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan fenomena sosial yang berkaitan dengan peran buzzer. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi, mendeskripsikan, dan memahami fenomena yang terjadi secara mendalam, tanpa berfokus pada generalisasi statistik atau pengukuran kuantitatif. Dengan demikian, metode ini cocok untuk mengungkapkan kompleksitas peran buzzer dalam ruang digital selama Pemilu 2024. Teknik Pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode studi literatur. Studi literatur digunakan untuk mengumpulkan informasi teoritis dan empiris mengenai kepemilikan dan pengaruh buzzer pada aplikasi TikTok di ruang digital, dengan mencari data melalui aplikasi Tiktok, jurnal, buku dan lainnya. Menurut Habsy, Studi literatur merupakan metode pengumpulan data yang bersumber dari berbagai literatur yang relevan dengan subjek penelitian, (Habsy, 2017). Metode ini melibatkan identifikasi dan pengumpulan beberapa jurnal serta artikel yang diperoleh dari berbagai sumber tertulis yang telah ada sebelumnya. Tujuan utama dari studi literatur adalah untuk mengembangkan pemahaman yang mendalam mengenai topik yang diteliti.

Teori

1. *Teori Media Sosial dan Aktivisme Politik*

Zeynep Tufekci adalah seorang sosiolog yang fokus pada peran media sosial dalam gerakan sosial dan politik. Tufekci mempelajari bagaimana platform digital digunakan untuk mobilisasi politik, seperti bagaimana aktor dan algoritma dapat mengubah pesan untuk mempengaruhi audiens. Menurut Tufekci, Dalam karyanya "Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest", Tufekci (2017) membahas bagaimana media sosial, khususnya Twitter, berperan dalam membentuk gerakan politik, termasuk protes sosial dan kampanye politik, (Tufekci, 2017). Tufekci membahas mengenai media sosial memungkinkan protes besar muncul dengan cepat dan mengumpulkan banyak dukungan dalam waktu singkat. Namun, karena gerakan-gerakan ini seringkali tidak terorganisir, mereka dapat diambil alih oleh aktor politik yang lebih terorganisir atau oleh pemerintah yang berusaha menekan mereka. Dalam karyanya ia membahas kekuatan dan kelemahan gerakan yang didorong oleh media sosial, termasuk bagaimana algoritma dan aturan platform seperti Twitter dapat memengaruhi gerakan sosial. Tufekci menunjukkan bagaimana pemerintah dan pihak berkuasa lainnya dapat menanggapi gerakan ini dengan berbagai cara, seperti penggunaan sensor dan manipulasi data, untuk melemahkan efeknya.

Media sosial, telah memberi orang banyak kesempatan untuk berkumpul, menyatakan pendapat, dan bahkan memulai gerakan sosial dengan cepat dan efektif. Mobilisasi massa sebelum era digital membutuhkan lebih banyak waktu dan sumber daya, jadi kemampuan untuk mendapatkan dukungan dalam waktu singkat adalah keuntungan besar. Pemerintah dan orang-orang yang memegang kekuasaan telah belajar bagaimana memanfaatkan media sosial untuk kepentingan mereka sendiri. Media sosial dapat menjadi alat yang kuat untuk perubahan sosial, tetapi juga dapat menjadi medan pertempuran di mana kekuatan status quo berusaha mempertahankan

kekuasaan mereka. Ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial dapat menjadi alat yang kuat untuk perubahan sosial, taktik seperti sensor halus, disinformation, dan kampanye pengalihan isu dapat sangat efektif dalam meredam gerakan sosial yang muncul di internet. Oleh karena itu, Tufekci menekankan bahwa peran media sosial dalam politik adalah fenomena yang rumit dan memiliki banyak efek. Bagaimana platform tersebut digunakan oleh berbagai pemangku kepentingan progresif dan politik. Menurut Tufekci, Studi ini meningkatkan pemahaman kita tentang bagaimana media sosial telah mengubah politik dan aktivisme politik di era komputer dan internet, (Tufekci, 2017).

2. *Teori Media Kritis*

Teori Media Kritis berasal dari karya Mazhab Frankfurt seperti Herbert Marcuse, Theodor Adorno, dan Max Horkheimer. Teori ini muncul pada pertengahan abad ke-20 sebagai tanggapan atas perkembangan pesat budaya kapitalis dan media massa. Mereka mengkritik media sebagai alat untuk mendominasi dan mengontrol ideologi yang dimiliki oleh kelompok elit politik dan ekonomi. Menurut Celikates & Jeffrey, Mazhab Frankfurt melihat media sebagai alat kekuasaan untuk mengubah dan mengontrol kesadaran masyarakat, bukan sekadar sarana hiburan atau informasi, (Celikates & Jeffrey, 2023). Teori ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang cara kekuatan politik menggunakan media sosial saat ini, termasuk kontroversi Pemilu 2024.

Dalam konteks buzzer, teori ini dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana informasi disebarkan secara strategis untuk mendukung agenda politik tertentu. Menurut Surin, Menganalisis bagaimana media sosial digunakan untuk mempromosikan atau mengkritik suatu masalah politik, serta bagaimana kepentingan kelompok berkuasa mempengaruhi informasi tersebut, (Surin, 2006). Menurut teori media kritis, buzzer di platform media sosial seperti TikTok, Twitter, dan Facebook dapat dilihat sebagai manifestasi dominasi ideologis modern. Buzzer tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi mereka juga berusaha untuk mengendalikan pendapat publik dan mengurangi ruang kritik sosial. Mereka memperkuat narasi politik tertentu sambil menekan perspektif yang berlawanan dengan menggunakan algoritma dan dinamika media sosial. Aktivitas-aktivitas ini menimbulkan polarisasi dan meningkatkan ketidakadilan sosial. Jadi, memahami cara buzzer berfungsi di media sosial adalah langkah penting dalam menjaga demokrasi dan meningkatkan kesadaran kritis masyarakat. Oleh karena itu, teori media kritis menawarkan dasar yang kuat untuk menganalisis fenomena politik kontroversial dan menunjukkan bagaimana media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif untuk mengontrol ideologi di era modern.

Hasil dan Pembahasan

1. Peran Buzzer dalam Aplikasi TikTok

Di era digital saat ini, buzzer telah menjadi aktor penting dalam proses politik, khususnya pada saat Pemilu 2024 yang akan datang. Buzzer di aplikasi TikTok, atau platform digital lainnya, merupakan akun-akun yang didedikasikan untuk menyebarkan pesan-pesan politik dengan tujuan tertentu. Mereka sering kali beroperasi dalam jaringan yang terorganisir, bekerja sama untuk membentuk opini publik melalui penyebaran informasi yang strategis. Menurut Bruns & Highfield, Dengan menggunakan teknik pemasaran digital yang canggih, buzzer mampu menjangkau audiens yang luas dengan cepat, (Bruns & Highfield, 2015). TikTok, yang memiliki format video pendek yang interaktif, telah menjadi platform taktikal bagi para buzzer untuk mempengaruhi opini publik, terutama dalam hal hal-hal yang berkaitan dengan politik, seperti pemilu. Menurut Sutisna & SH, TikTok menawarkan cara cepat dan menarik untuk menyampaikan pesan, yang membuatnya sempurna untuk buzzer untuk menyebarkan cerita, mendapatkan dukungan politik, atau bahkan menyerang lawan, (Sutisna & SH, 2024).

Menurut Cammaerts, Buzzer berfungsi tidak hanya sebagai penyebar informasi tetapi juga sebagai penguat opini, yang dapat mengubah narasi politik di ruang publik, (Cammaerts, 2018). Menurut Sugiono, Buzzer menyampaikan berbagai pesan, termasuk mendukung kandidat dan menentangnya, serta menciptakan polarisasi, (Sugiono, 2020). Dalam beberapa kasus, mereka dapat memanipulasi algoritma platform media sosial untuk memaksimalkan visibilitas pesan-pesan tertentu. Contohnya, dengan membuat konten yang menarik perhatian, buzzer dapat memanfaatkan fitur trending topic atau menggunakan bot untuk meningkatkan interaksi pada pos-pos yang mendukung kandidat tertentu. Menurut Widodo, Strategi ini menjadikan buzzer sebagai alat yang efektif dalam mempengaruhi perilaku pemilih dan mengubah arah diskusi publik, menurut (Widodo, 2023). Oleh karena itu, memahami dinamika dan strategi operasional buzzer menjadi krusial dalam menilai dampaknya terhadap pemilu.

Selain itu menurut Prabowo, peran buzzer juga dapat dilihat dari perspektif psikologis, di mana mereka menciptakan ilusi dukungan luas untuk kandidat tertentu, membuat pemilih merasa bahwa mereka tidak sendirian dalam preferensi politik mereka, (Prabowo, 2022). Hal ini penting karena pemilih seringkali dipengaruhi oleh apa yang dianggap sebagai konsensus sosial. Dengan demikian menurut Margetts & Houghton, kehadiran buzzer dapat menciptakan efek herd mentality, di mana orang cenderung mengikuti apa yang banyak di posting dan didiskusikan di media sosial, (Margetts & Houghton, 2015). Dalam teori Tufekci adalah bahwa meskipun media sosial mempermudah mobilisasi dan penyebaran informasi politik, gerakan ini seringkali rapuh karena kurangnya organisasi formal. Aktivitas buzzer yang sangat bergantung pada opini publik dan manipulasi tren menunjukkan bahwa mereka dapat menciptakan pengaruh besar dengan cepat, tetapi juga rentan terhadap pengaturan yang lebih ketat atau perubahan algoritma media sosial.

2. Buzzer Mempengaruhi Opini Publik

TikTok telah berkembang menjadi platform sosial yang sangat populer di kalangan masyarakat umum, terutama kalangan pemuda. Buzzer memanfaatkan platform ini pada Pemilu 2024 untuk mempromosikan kandidat dan menyebarkan pendapat buruk tentang partai politik tertentu. Aplikasi yang berbasis konten video singkat ini memberi buzzer kesempatan untuk menyebarkan cerita yang merugikan tentang pasangan 01 secara cepat dan viral, menciptakan disinformasi yang sulit dibendung di lingkungan media digital yang bergerak cepat. Menurut Mustika, Buzzer dapat membangun opini publik dengan cara yang persuasif dan menarik, tetapi seringkali melalui cara yang tidak jujur, sehingga masyarakat bingung dan tidak tahu siapa yang harus dipercaya, (Mustika, 2019). TikTok menggunakan video yang dimanipulasi secara visual dan naratif untuk menarik perhatian buzzer. Buzzer dapat mengubah cuplikan video pasangan 01 atau pernyataan mereka sehingga keluar dari konteks dalam format video singkat. Ada kemungkinan bahwa potongan-potongan video tersebut disertai dengan narasi teks atau komentar yang dimanipulasi secara sengaja dengan tujuan menciptakan persepsi yang merugikan atau merendahkan citra pasangan 01. Menurut Purnomo, Karena pada dasarnya Pengelolaan buzzer tidak hanya melibatkan pembuatan konten tetapi juga mencakup pengaturan strategi penyebaran, pemantauan response publik, dan penyesuaian pesan sesuai dengan dinamika politik yang berlangsung, (Purnomo, 2023).

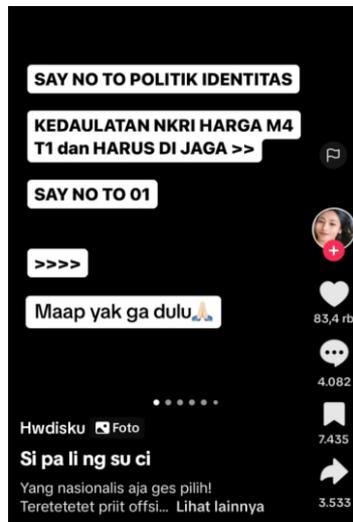
Seperti contohnya sebuah video yang diunggah akun (@triyudha_4stary) memperlihatkan seorang pendukung pasangan calon lain berbicara tidak etis terhadap Anies Baswedan. Dalam video tersebut, pendukung tersebut terdengar mengucapkan kata-kata kasar. Dalam video yang diunggah tersebut mendapatkan 23,6 ribu *likes*, 4.867 komentar, dan 2.392 *share*.



Gambar 1. Unggahan Konten Menghina Paslon 01 di TikTok
Sumber : TikTok (2024)

Lalu dalam akun (@tiiii057) memperlihatkan foto-foto yang diunggah mengenai pasangan calon nomor urut 01 itu termasuk kedalam politik identitas, dan didalam unggahan tersebut menyebutkan para ulama membuat pernyataan sifat dan fatwa untuk

mewajibkan memilih Anies menjadi presiden. dan dalam unggahan tersebut telah mencapai 83,4 ribu likes, 4.082 komentar, dan 3.533 share.

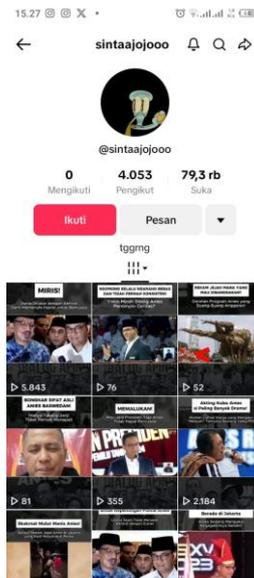


Gambar 2. Unggahan Konten Menjelekan Paslon 01 di TikTok
 Sumber : TikTok (2024)

Selanjutnya unggahan video dari akun (sintaajoo00), yang dalam unggahannya membuat kalimat bahwa “Bersama Cak Imin Mewujudkan Indonesia Ngawur”, hal tersebut tentu saja menjatuhkan salah satu paslon. Dan dalam unggahannya tersebut mendapatkan 43 liker, 6 komentar, dan 3 share. Namun tidak sampai situ saja, dalam unggahan-unggahan akunnnya yang mendapatkan 4.053 pengikut, ia banyak mengunggah vidio-vidio yang menjatuhkan paslon nomor urut 01.



Gambar 3. Unggahan Konten Buzzer di TikTok
 Sumber : Tiktok (2024)



Gambar 4. Akun TikTok Buzzer
 Sumber : TikTok (2024)

Selanjutnya unggahan dalam akun (@inilahcom) memperlihatkan seorang wanita berteriak tidak pantas pada Anies Baswedan saat berlangsungnya debat capres, diketahui wanita ini mendukung paslon 02. Saat ia mengucapkan hal tidak pantas, panitia menegur wanita tersebut tapi wanita tersebut tidak terima dan malah mengaku ia menyebut bahwa dirinya adalah undangan dari Pak Hasyim. Video yang diunggah tersebut mendapatkan 220 ribu likes, 7.970 komentar, dan 3.982 share.



Gambar 5. Unggahan Konten Menghina Paslon 01 di TikTok
 Sumber : TikTok (2024)

Video-video yang mengandung konten negatif atau menyerang pasangan 01 seperti pada contoh-contoh diatas lah mendapatkan banyak interaksi, seperti likes, komentar, dan shares. Ini menunjukkan bahwa konten seperti ini memiliki daya tarik yang besar dan dapat menyebar dengan cepat di media sosial. Misalnya, video yang menunjukkan pendukung berbicara kasar atau yang mendukung politik identitas mendapatkan ribuan likes dan shares, yang menunjukkan bahwa mereka memiliki pengaruh besar pada opini publik. Konten yang merendahkan dan manipulatif dapat mempengaruhi citra politik dan hasil pemilu. Penyebaran informasi yang dimaksudkan untuk merugikan salah satu kandidat

dapat mempengaruhi persepsi publik dan perilaku pemilih. Banyak buzzer yang tidak transparan mengenai siapa yang mendanai mereka atau kepentingan apa yang mereka wakili. Ketidakjelasan ini dapat menyebabkan kebingungan di kalangan pemilih dan merusak kepercayaan publik terhadap proses pemilu. Menurut Sutrisno, Dalam konteks ini, transparansi menjadi faktor kunci dalam mengelola dan mengatur aktivitas buzzer, menurut (Sutrisno, 2023). Secara keseluruhan, penggunaan TikTok oleh buzzer untuk menyebarkan disinformasi dan memanipulasi opini publik menunjukkan masalah besar untuk menjaga integritas proses demokrasi dan memastikan bahwa pemilih dapat membuat keputusan berdasarkan informasi yang akurat dan akurat.

3. Dampak Buzzer terhadap Paslon 01 dan Pengaruhnya dalam Ruang Digital

Menurut Fahruji & Fahrudin, TikTok telah berkembang menjadi alat penting dalam kampanye politik kontemporer, terutama di kalangan pemilih muda yang biasanya aktif di media sosial, (Fahruji & Fahrudin, 2023). Aktivitas buzzer, terutama yang berfokus pada narasi negatif, memiliki potensi besar untuk mempengaruhi hasil pemilu, termasuk persepsi publik terhadap pasangan politik tertentu, seperti pasangan 01 dalam Pemilu 2024. Menurut Djaguna, Buzzer yang menyebarkan konten negatif di TikTok dapat memainkan peran yang signifikan dalam membentuk pandangan publik, yang pada gilirannya berdampak pada jumlah dukungan yang diterima oleh pasangan tersebut, (Djaguna, n.d.). Dampak ini dapat meningkatkan atau mengurangi dukungan untuk pasangan 01, baik secara langsung maupun tidak langsung.



Gambar 6. Komentar Pengguna Mengenai Paslon 01 di TikTok
Sumber : TikTok (2024)

Seperti video yang diunggah oleh akun (@triyudha_4stary) yang memperlihatkan seorang pendukung pasangan calon lain berbicara tidak etis terhadap Anies Baswedan, komentar tersebut pun mendapatkan 112 komentar balasan dan 7.712 likes. Meski awalnya bertujuan untuk menjatuhkan Paslon 01, kampanye buzz negatif justru dapat menghasilkan efek sebaliknya. Ketika serangan negatif dianggap tidak berdasar atau berlebihan, simpati masyarakat seringkali beralih ke pihak yang diserang. Hal ini menciptakan solidaritas dan dukungan lebih kuat terhadap Paslon 01. Masyarakat, terutama yang tidak menyukai taktik kampanye hitam, justru cenderung bersikap defensif dan lebih percaya bahwa Paslon 01 adalah korban fitnah, sehingga mendukung mereka secara lebih tegas dalam proses pemilihan.



Gambar 7. Komentar Pengguna Mengenai Paslon 01 di Tiktok
Sumber : Tiktok (2024)

Seperti pada video yang diunggah oleh akun (@inilahcom) yang memperlihatkan seorang wanita berteriak tidak pantas pada Anies Baswedan saat berlangsungnya debat capres, komentar tersebut mendapatkan 158 komentar balasan dan 1.993 likes. Walaupun awalnya pada cuplikan video tersebut ingin menjatuhkan paslon 01. Namun, ketika ucapan negatif disampaikan di tempat yang tidak sesuai, hal ini dapat menimbulkan kecurigaan di kalangan masyarakat. Mereka mungkin mempertanyakan apakah tindakan tersebut dilakukan dengan sengaja untuk merusak citra Paslon 01, ataukah benar-benar merupakan ujaran kebencian yang ditujukan kepada mereka. Kecurigaan ini muncul karena ucapan yang tidak pantas pada konteks tersebut bisa dianggap sebagai upaya strategis untuk mempengaruhi opini publik atau menciptakan ketidakpercayaan terhadap Paslon 01.

Di satu sisi, tampaknya buzzer politik adalah kunci keberhasilan seorang aktor politik atau partai politik dalam elektoral yang memiliki kepentingan politik di era digital saat ini. Buzzer-buzzer politik menyebarkan disinformasi ke ruang publik digital. Ruang digital yang memungkinkan partisipasi politik semakin terlihat dan ramai dengan diskusi tentang detail kebijakan pemerintah dan pemilihan umum yang diciptakan oleh buzzer politik ini. Meskipun demikian menurut Sholihah, ujaran kebencian dan kampanye hitam sering muncul dalam bentuk informasi yang disebarluaskan di media sosial, yang seringkali terdiri dari potongan-potongan atau cuplikan video yang menimbulkan perselisihan di antara pengguna internet, (SHOLIHAH, 2022). Selain itu menurut sholihah, kenyataan bahwa dunia politik terus menerus bergantung pada gagasan bahwa lawan politik adalah musuh, atau rivalitas, menunjukkan kemerosotan etika politik yang semakin mempolarisasikan kepentingan di antara warganet yang kurang memahami media sosial, (Sholihah, 2022).

Menurut Nuraliza et al, Tantangan besar dalam menjaga integritas proses pemilihan di era teknologi saat ini adalah penggunaan buzzer di TikTok untuk menyebarkan disinformasi dan memanipulasi opini publik terhadap Paslon 01, (Nuraliza et al., 2024). Contoh bagaimana dunia digital dapat digunakan untuk mempengaruhi opini publik secara negatif adalah manipulasi informasi, politik identitas, dan efek negatif terhadap citra politik dan persepsi publik. Untuk menghadapi masalah ini, pemilih harus menjadi lebih kritis terhadap informasi yang mereka terima. Platform media sosial juga harus meningkatkan upaya mereka untuk memerangi disinformasi dan memastikan bahwa konten yang disebarluaskan adalah objektif dan akurat.

Dunia digital, khususnya media sosial seperti TikTok, telah menjadi tempat bagi berbagai aktor, termasuk buzzer, untuk mempengaruhi persepsi publik tentang kontestasi politik. Secara teknis, platform media sosial seperti TikTok dimiliki oleh perusahaan

teknologi besar yang mengatur algoritma, kebijakan konten, dan infrastruktur digital. Dalam hal ini, perusahaan teknologi memiliki kekuatan besar untuk menentukan apa yang terlihat, apa yang dibatasi, dan bagaimana informasi beredar. Mereka hanyalah "penjaga gerbang" ruang digital yang memiliki kemampuan untuk secara langsung mempengaruhi paparan konten, baik yang disponsori maupun organik, seperti kampanye buzzer. Menurut Kuncoro et al, Algoritma yang digunakan oleh platform biasanya bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan, yang membuat konten yang kontroversial atau sensasional, seperti kampanye hitam, lebih mungkin menjadi viral, (Kuncoro et al., 2023).

Namun, dari sudut pandang pengaruh, ruang digital sering dianggap "dimiliki" oleh mereka yang mahir menggunakan algoritma dan tren, seperti buzzer politik yang mahir menggerakkan opini publik. Meskipun mereka tidak benar-benar memiliki ruang tersebut, mereka seringkali memiliki kendali atas cerita yang berkembang di sana. Menurut Arianto, Para buzzer ini seringkali dengan dukungan finansial dari aktor politik yang berkepentingan, memanfaatkan fitur platform untuk menyebarkan pesan politik, manipulasi informasi, dan menciptakan polarisasi, (Arianto, 2019). Perusahaan teknologi, pemilik ruang digital sebenarnya, juga bertanggung jawab untuk mengatur bagaimana ruang tersebut digunakan. Mereka dapat memilih untuk mencegah penyebaran disinformasi, ujaran kebencian, atau kampanye hitam. Namun, undang-undang yang ada sangat sedikit dan seringkali tidak cukup ketat untuk mencegah manipulasi politik yang cepat.

Meskipun platform digital secara resmi adalah pemiliknya, tetapi secara substansial, aktor-aktor lah yang mampu menggerakkan narasi dengan efektif, seperti buzzer. Tampaknya memiliki kendali lebih besar atas wacana publik, terutama dalam hal pemilu. Media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap apa yang terlihat, tetapi buzzer politik adalah aktor utama yang memanfaatkan kekuatan ini untuk membentuk persepsi dan hasil politik di ruang digital.

Simpulan

Buzzer di TikTok memainkan peran sebagai penyebar informasi yang strategis dan terorganisir untuk mempengaruhi opini publik terkait politik. Mereka berfungsi sebagai alat untuk membentuk dan mengarahkan diskusi publik, seringkali menggunakan narasi yang mendukung atau menyerang pasangan calon presiden. Buzzer tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga memperkuat opini publik melalui penggunaan konten yang memanfaatkan algoritma TikTok untuk mencapai audiens yang lebih luas. Buzzer memanfaatkan fitur-fitur TikTok seperti video pendek yang interaktif, tagar, dan tren untuk menyebarkan informasi politik. Konten yang dibuat sering kali dimanipulasi secara visual dan naratif untuk mempengaruhi persepsi publik terhadap pasangan 01. Mereka menggunakan teknik seperti pemotongan video yang diambil di luar konteks dan menggabungkannya dengan narasi yang memihak, dengan tujuan menjatuhkan citra pasangan 01 di mata publik.

Aktivitas buzzer yang menyebarkan konten negatif dan manipulatif dapat berdampak signifikan pada opini publik dan hasil pemilu. Meskipun sebagian besar konten bertujuan untuk menjatuhkan pasangan 01, konten ini sering kali menciptakan efek balik,

di mana masyarakat justru bersimpati kepada pasangan yang diserang. Fenomena ini memperlihatkan bahwa buzzer dapat memperkuat polarisasi politik dan mempengaruhi hasil pemilu secara langsung. Buzzer mengubah dinamika ruang digital dengan memanipulasi tren dan narasi yang disebarkan secara luas melalui media sosial. Mereka sering kali melanggar etika dengan menyebarkan disinformasi, ujaran kebencian, dan kampanye hitam yang dapat merusak integritas proses demokrasi. Implikasi etis dari peran mereka mencakup meningkatnya ketidakpercayaan publik terhadap proses politik, polarisasi yang semakin dalam, dan berkurangnya kualitas diskusi politik yang sehat.

Daftar Pustaka

- Arianto, B. (2019). Kontestasi Buzzer Politik dalam Mengawal APBD DKI Jakarta. *Jurnal Polinter: Kajian Politik Dan Hubungan Internasional*, 5(1), 54–74.
- Bruns, A., & Highfield, T. (2015). Facebook and Twitter as a News Source for Political Activists: A Comparative Study. *New Media & Society*, 17(4), 509–526.
- Cammaerts, B. (2018). Disruption and Mobilization in the Digital Age: The Case of Digital Campaigning. *Media, Culture & Society*, 40(1), 16–31.
- Celikates, R., & Jeffrey, F. (2023). Stanford Encyclopedia of Philosophy. *Critical Theory (Frankfurt School)*.
- Djaguna, A. A. (n.d.). KOMUNIKASI POLITIK: POST-TRUTH MEDIA SOSIAL DALAM PEMILU. *DEMOKRASI & KOMUNIKASI POLITIK*, 170.
- Edelson, J., & Peters, T. (2020). The Role of Digital Influencers in Electoral Campaigns: A Review of Literature. *Journal of Political Marketing*, 19(3), 181–200.
- Fahruji, D., & Fahrudin, A. (2023). Pemanfaatan media sosial dalam kampanye politik menjelang Pemilu 2024: Studi kasus tentang akun media sosial partai politik dan politisi. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 6(2), 118–132.
- Febrianto, T. (2022). Strategi dan Taktik Kampanye Politik dalam Era Digital. *Jurnal Manajemen Dan Sosial*, 13(4), 215–229.
- Habsy, B. A. (2017). Seni memahami penelitian kualitatif dalam bimbingan dan konseling: studi literatur. *Jurnal Konseling Andi Matappa*, 1(2), 90–100.
- Kramer, A. D., Guillory, J. E., & Hancock, J. (2014). Experimental Evidence of Massive-scale Emotional Contagion through Social Networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(24), 8788–8790.
- Kuncoro, H. R., Hasanah, K., Sari, D. L., & Kurniawati, E. (2023). *Mengurai Ancaman: Sekuritisasi melalui Lensa Framing dan Diskursus di Media Sosial*.
- Margetts, H., & Houghton, T. D. (2015). Political Communication and Digital Influence. *Journal of Information Technology & Politics*, 12(2), 127–146.
- Mustika, R. (2019). Pergeseran Peran Buzzer Ke Dunia Politik Di Media Sosial. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 2(2), 144–151.
- Nuraliza, V., Rahmadi, A. N., Mubaroq, A., Kristiyono, K., Melani, A. P., & Ifana, A. (2024). Peran komunikasi politik dalam membentuk opini publik menghadapi Pemilu 2024. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa Dan Pendidikan*, 4(1), 245–261.

- Prabowo, R. A. (2022). Dinamika Kampanye Politik di Era Digital. *Jurnal Politik Dan Sosial*, 18(1), 45–59.
- Purnomo, A. (2023). Media Sosial dan Kampanye Pemilu: Studi Kasus di Indonesia. . *Jurnal Studi Politik*, 22(3), 178–193.
- SHOLIHAH, A. (2022). BUZZER DALAM PUSARAN MASLAHAH DAN KEPENTINGAN POLITIK. . *POLITEA*, 5(2).
- Sholihah, A. (2022). Buzzer: Politic's Interest And Masalahah. *Politea: Jurnal Politik Islam*, 5(2), 40–84.
- Sugiono, S. (2020). Fenomena Industri Buzzer di Indonesia: Sebuah Kajian Ekonomi Politik Media. . *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 47–66.
- Suhendra, S., & Pratiwi, F. S. (2024). Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik: Studi Kasus Media Sosial. *Iapa Proceedings Conference*, 293–315.
- Surin, K. (2006). The Frankfurt School, the Marxist Tradition, Culture and Critical Thinking: Max Horkheimer (1895-1973), Herbert Marcuse (1898-1979), Theodor Adorno (1903-1969), Jürgen Habermas (1929). . *Edinburgh University Press*.
- Sutisna, I. N., & SH, M. (2024). Digital Marketing For Politics: Pemasaran Politik Era Digital. . *Penerbit Adab*.
- Sutrisno, J. (2023). Perubahan Dinamika Politik dan Media Sosial di Indonesia. . *Jurnal Analisis Kebijakan*, 17(1), 54–67.
- Taufik, C. M., & Suryana, N. (2022). *Media, kebenaran, dan post-truth*.
- Tufekci, Z. (2017). Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest. . *Yale University Press*.
- Tufekci, Z. (2018). YouTube, the Great Radicalizer. *The Atlantic*.
- Widodo, H. (2023). Peran Media Sosial dalam Kampanye Politik di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(2), 112–129.