

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Tinjauan Tentang *Buzzer* Politik di Media Sosial Twitter

a. Tinjauan *Buzzer* Politik

Buzzer secara singkatnya bisa dimaknai sebagai personal atau se-kelompok individu yang mempunyai peran sebagai creator isu/wacana untuk bisa mendapat perhatian dan diperbincangkan *netizen* dalam dunia media sosial. Identik dengan sebutan *buzzer* karena sangat erat kaitannya dengan tugasnya sebagai pendengung (*buzzing*) suatu isu sebagai kontruksi berpikir khalayak luas di media social dan bahkan *buzzer* bisa dipahami sebagai aktivis media social yang mengangkat suatu isu lewat trending topic di media sosial dengan tagar (#).

Tabel 2.1 Peran dan Fungsi *Buzzer*

Nama	Peran dan Fungsi	Aksi Politik
Buzzer	<ul style="list-style-type: none">- Menciptakan isu- Membentuk wacana- Bergerak dalam membentuk kelompok	<ul style="list-style-type: none">- Menggunakan akun anonym- Membuat mini <i>story</i>

(Sumber: peneliti)

Asal kata *buzzer* dari Bahasa Inggris yang berarti lonceng, bel atau alarm. Kemudian dalam *Oxford Dictionaries*, *buzzer* berarti lonceng atau disebut juga alarm untuk mengumpulkan dan juga memberikan informasi di dalam media sosial. Menurut (Juditha, 2019, hlm 199–200) mengatakan:

“Istilah *buzzer* muncul dan mulai dikenal karena salah cara untuk memasarkan sebuah brand yang efektif adalah dalam situs jejaring sosial. Mungkin sering terlihat dalam timeline media sosial *twitter*, *instagram*, *facebook* dan sebagainya tentang postingan artis atau orang biasa yang mempunyai pengikut ratusan ribu hingga jutaan tentang sebuah produk dan jasa, itulah yang mungkin disebut sebagai *buzzer* karena mereka dianggap mempunyai pengaruh terhadap opini para pengikutnya”.

Dengan kata lain juga itu bisa disebut sebagai *endorsement*, yaitu *buzzer* yang mendapatkan bayaran dari suatu brand dan jasa ketika dia mempromosikannya dalam akun media social mereka.

Juliadi dalam (Juditha, 2019, hlm 200) pernah melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui seperti apa cara kerja *buzzer* dan identitas dari *buzzer* itu sendiri. Hasilnya yaitu peneliti melihat bagaimana *buzzer* mencoba untuk dimanfaatkan untuk mempersentasikan diri para aktor politik guna memperoleh perhatian dari para pengikut *buzzer* itu. Kemampuan *buzzer* dalam menarik banyak orang untuk lebih antusias ini yang memberikan kesempatan yang baik dalam menciptakan hubungan yang berlanjut.

Pengertian *buzzer* dalam media sosial menurut Arbie dalam (Juditha, 2019, hlm 202), "*buzzer* dapat diartikan sebagai akun yang dapat membuat sebuah topic yang mempengaruhi banyak orang dikarenakan pengikut dari akun *buzzer* itu sendiri sangat banyak". Secara sederhana bisa diartikan pula bahwa *buzzer* itu adalah pengguna media sosial seperti biasa tetapi mempunyai pengaruh untuk bisa mengubah atau menarik opini orang lain agar tertarik dan setuju dengan apa yang dimaksud oleh *buzzer* itu. Keberhasilan *buzzer* dalam marketing menjadi alasan jasa *buzzer* banyak dipakai, karena mereka mempunyai fungsi ketika produk serta jasa bisnis butuh strategi pemasaran agar dikenal banyak orang.

Sesuatu yang dilakukan *buzzer* ini adalah suatu cara dalam pemasaran untuk memperoleh apa yang menjadi incaran lewat penukaran benda atau barang (Kotler, P. & Armstrong, 2008). Melihat hal tersebut itu menjadi salah satu identitas seorang *buzzer* dalam media sosial dimana mereka harus bisa dan mempunyai kemampuan untuk bisa mempengaruhi orang lain atau juga bisa dikatakan seorang *buzzer* bisa membuat orang lain tertarik terhadap informasi yang mereka sebar.

Tidak luput juga sampai bidang politik pun seperti sebuah keharusan juga untuk menggunakan jasa *buzzer* dalam usaha mendapatkan citra politik suatu partai politik atau bahkan para aktor politik, karena *buzzer* dianggap sebagai faktor penting dalam menggiring opini masyarakat. Hanya saja saat *buzzer* dalam politik muncul ketika pertama kali dalam Pilkada dan Pilpres itu cenderung lebih identik dengan sesuatu yang negatif karena dalam realitanya sering terjadi kampanye negatif sehingga dampaknya mempunyai kesan yang negative. Dalam penelitian

yang dilakukan oleh (Juditha, 2019) yang berjudul “Demokrasi di Media Sosial: Kasus Polemik Rancangan Undang-Undang Pemilihan Kepala Daerah” dimana menyebutkan jika demokrasi dalam media social sudah tercipta dengan masif. Hal tersebut menunjukkan jika hak demokrasi masyarakat lewat media terjadi begitu cepat ketika masyarakat merespon penolakan mengenai RUU Pilkada (Juditha, 2019). Dalam alam demokratis yang sifatnya kontestasi seperti ini, siapa yang menang secara opini maka dia yang dianggap lebih populer, maka dari itu hadirlah *buzzer*. Itu dikarenakan ruang publik sekarang ini tidak lagi di isi media mainstream, tetapi media social juga hadir untuk mempengaruhi agar dapat meyakinkan public terhadap suatu isu.

Fenomena kemunculan *buzzer* ke dalam dunia politik yaitu pertama kali ketika mulai maraknya kampanye Pilkada DKI Jakarta 2012 ketika pasangan Jokowi-Ahok menggunakan pasukan cyber nya untuk menciptakan isu politik. Seorang peneliti *Centre for Innovation Policy Governance* (CIPG) Klara Esti (2019), menjelaskan bahwa sejarah *buzzer* lahir pada 2006 sejak kemunculan media social *Twitter*. Tiga tahun berikutnya, tahun 2009 *buzzer* sudah digunakan perusahaan untuk memasarkan produknya. Lalu pada tahun 2012 merupakan puncak keterlibatan *buzzer* secara masif dalam dunia politik dan tepatnya pada saat pemilihan Gubernur DKI dan terus berlanjut di tahun 2014 saat pilpres hingga saat ini. Melihat keterangan dari pernyataan peneliti diatas bisa terlihat bahwa kemunculan *buzzer* ini awalnya hanya digunakan untuk pemasaran produk saja akan tetapi seiring berjalannya waktu hal itu meluas penggunaannya meskipun dalam politik hal itu digunakan hanya untuk mendongkrak elektabilitas dan popularitas tokoh politik dan partai politik.

Kemudian hal yang menjadi pemicu makin berkembangnya *buzzer* dalam media social adalah aktivitas para penggiat media sosial yang sering mengkritik mengenai kebijakan pemerintah. Selain itu terlihat pula motif muncul seseorang menjadi *buzzer* antara lain karena alasan komersial dengan kata lain mendapatkan imbalan dan juga atas dasar sukarela bisa dikatakan karena suatu ideologi atau rasa puas terhadap apa yang dia yakini itu benar/bagus. Kemunculan *buzzer* politik ini lalu dimanfaatkan oleh para agen *buzzer* itu untuk merekrut anggota kelompok dan kemudian menggiring opini dengan membuat percakapan dengan tagar tertentu.

Kekuatan besar ini memicu penetrasi isu politik yang digaungkan mereka menyebar dengan sangat cepat. Biasanya permintaan itu hadir dari partai politik yang mempunyai kepentingan. Selain itu, strategi yang lain juga digunakan para *buzzer* untuk mengamplifikasi sebuah berita yaitu dengan cara menggunakan akun bot memanfaatkan mesin otomatis sehingga muncul perbincangan hangat dan menjadi bahasan yang menjadi trending.

Ada perbedaan yang melekat pada suatu produk/*brand* yang mereka pasarkan. *Buzzer* politik ramai digunakan karena tidak lepas dari hadirnya revolusi industri dan juga informasi dimana kehadirannya dalam dunia politik ini mengubah kebiasaan berkampanye untuk meningkatkan kredibilitas seseorang. Ketika suatu partai politik mencoba untuk menerapkan sistem pemasaran, maka partai politik itu berkeinginan untuk mencoba menarik para pemilih untuk mendapatkan kepuasan dari pemilih sehingga itu bisa mendapatkan dukungan pemilihan untuk mencapai tujuannya (Lees-Marshment, 2005).

Dalam hasil penelitian yang berjudul yang dilakukan sebuah lembaga Informasi pada tahun 2019 memperlihatkan bahwa, ada sekitar 70 negara yang mengerahkan aktivitas *buzzer* untuk menguasai opini publik. Jumlah ini menjadi meningkat 150% dibandingkan dua tahun lalu yang hanya menunjukkan jumlah 28 negara.

Gambar 2.1 Kampanye Politik di Sosial Media



(Sumber: kumparan)

Dalam penelitian tersebut, disebutkan bahwa Indonesia termasuk di dalamnya. Platform media yang sering digunakan para *buzzer* Indonesia untuk

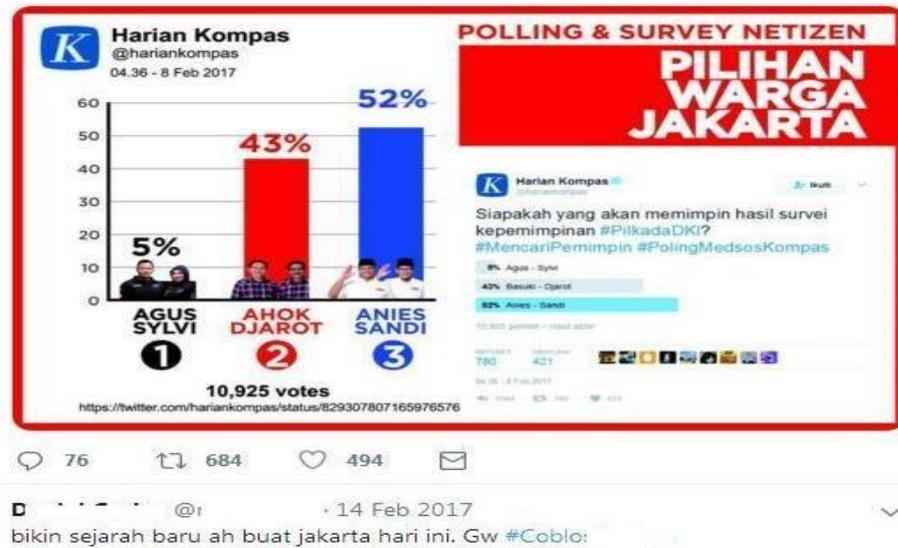
mencoba memanipulasi atau mempengaruhi opini public yakni *Twitter, WhatsApp, Facebook dan Instagram*. Lalu menurut data dari penelitian tersebut disebutkan juga bahwa yang membiayai para *buzzer* itu adalah para politisi partai politik dan juga lembaga swasta yang mempunyai kepentingan.

Sebagai seseorang yang didengarkan opininya, *buzzer* seringkali disebut sebagai orang yang bisa memimpin untuk dapat mempengaruhi opini orang lain. Dapat pula dikatakan sebagai orang yang mempunyai pengaruh dan mampu mempengaruhi pendapat dan sikap seseorang dalam kehidupan sosialnya. Ada dua kategori *buzzer* dalam politik digital yaitu:

1. *Volunteers buzzer*, *buzzer* ini berasal dari netizen yang secara sukarela menjadi relawan untuk mendukung kandidat/aktor politik. Dikarenakan tugas dari relawan itu adalah menyampaikan informasi tentang calon yang dia dukung, maka secara tidak langsung relawan ini kemudian menjadi *buzzer*. *Buzzer* relawan ini bersifatnya bersedia yang berarti tidak mendapatkan bayaran.
2. *Independent buzzer*. Mereka berasal dari netizen juga yang mempunyai sikap netral atau dikatakan tidak memiliki keberpihakan apapun baik itu secara ideologi maupun program kerja calon yang di usung. *Buzzer* ini lebih ke bersifat pragmatis karena sikap dia yang dari awal netral. Kemudian, *buzzer* ini bergerak sesuai dengan tuntutan orang yang membayar dan menggunakan jasa mereka sesuai dengan harga yang sudah *buzzer* itu tentukan tarifnya.

Buzzer yang disebutkan diatas ini sama-sama mempunyai inovasi dan kreatifitas dalam memberikan informasi ataupun mengunggah konten postingan dalam media sosial yang memberikan pengaruh efek untuk mengubah opini para pengguna media sosial.

Gambar 2.2 Salah satu aktivitas akun buzzer politik



(Sumber: Twitter.com)

Seperti contoh gambar diatas ini adalah dimana dalam polling pemilihan calon Gubernur dan Wakil Gubernur pada Pilkada DKI 2017 ini *buzzer* mencoba untuk memanipulasi hasil polling agar pasangan yang mereka dukung memenangkan hasil polling tersebut dengan akun-akun bot.

b. Tinjauan Tentang Media Sosial

Munculnya media social diikuti hadirnya *Facebook* pada 2004 dan *Twitter* pada 2006. Kominfo mencatat bahwa dari keseluruhan pengguna *twitter* di dunia, terdapat 19,5 juta penggunanya dari Indonesia (Kominfo, 2013). *Twitter* adalah layanan jejaring sosial dimana para penggunanya dapat berbalas *tweet* satu sama lain dan *tweet* itu terbatas dengan 140 karakter “Jack Dorsey, Evan Williams, dan Biz Stone adalah nama-nama dari pendiri *twitter* yang didirikan pada tahun 2006 sekitar bulan Maret. Sampai tahun 2013, sekitar 200 juta pengguna aktif dari total sekitar 500 juta pengguna *Twitter*” dalam (Abugaza, 2013).

Menurut Meredith G. Farkas dalam (Anwar, 2016, hlm 58-59) mengatakan, secara umum media sosial dibagi menjadi 9 karakteristik:

1. Mudahnya ketika membuat serta berbagi konten, siapapun bisa membagikan foto, teks ataupun video dalam media sosial serta sangat mudah dalam membagikannya..

2. Berkolaborasi secara online, pembuatan konten secara sama-sama sangat gampang sekali untuk dijalankan.
3. Percakapan disebarkan *real time*, disini membuktikan bahwa dalam media sosial komunikasi itu terjadi secara *real*.
4. Perkembangan masyarakat dari kalangan bawah sampai atas, disini juga membuktikan bahwa media sosial ini dapat membangun macam-macam masyarakat.
5. Kebijakan dari masyarakat dapat dimanfaatkan, dengan banyaknya orang yang berpartisipasi dalam media sosial ini juga memicu juga pembelajaran dari berbagai macam jenis masyarakat dari pengetahuan serta perilakunya.
6. Transparan, semua hal yang ada baik itu identitas ataupun profil dari semua orang bisa terlihat secara jelas.
7. Personalisasi, seseorang dapat berlangganan dengan mudah mengenai informasi berita dari majalah atau artikel sesuai dengan keinginannya dengan menggunakan teknologi RSS.
8. Portabilitas, ini membuktikan bahwa media sosial ini dapat diakses kapanpun dan dimanapun, semua orang bisa mengakses selama 24 jam.

Dari Sembilan karakteristik media sosial tersebut itu menjadikan media sosial mempunyai peranan penting dalam mengubah pandangan masyarakat untuk bisa saling berkomunikasi satu sama lain. Komunikasi di era sekarang dapat terjadi tanpa tatap muka sekalipun, kapanpun dan dimanapun.

Dengan banyaknya manfaat yang hadir dalam media sosial, jejaring sosial juga mempunyai fungsi bagi pemerintah untuk dapat mendengarkan apa yang menjadi keluhan kesah permasalahan yang terjadi di masyarakat. Dengan berkembangnya teknologi ini, semakin banyak lagi platform media sosial yang muncul jika dibandingkan dengan dahulu dimana kita belum mengenal *chatting* ataupun *video call*.

Sedangkan menurut Heinich dalam (Rusman, dkk 2013, hlm 169), “Heinich menyebutkan yang termasuk dalam media itu seperti tv dan radio dimana media ini digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi dengan yang lainnya secara virtual”. Di era sekarang, media ini bisa disebut dengan *New Media* yang artinya adalah media baru. Sebelum hadirnya media social, alat komunikasi memang

mengandalkan media konvensional yaitu tv, koran, buku, majalah dan lainnya. *National Education Association* atau Asosiasi Teknologi dan Komunikasi Pendidikan Amerika Sardimann, dalam (Rusman, dkk, 2013, hlm 169) mendefinisikan: “media adalah sarana untuk menyampaikan berbagai informasi yang dilakukan orang-orang pada jaman sekarang”.

Yang menjadi basic dari media sosial itu adalah internet sebagai sumber dari informasi dimana itu tidak bisa lepas dari media sosial. Menurut (Zarella, 2010, hlm 51) mengatakan, “media social yaitu platform digital yang menjadi sarana bagi orang-orang untuk dapat menjalin komunikasi dengan yang lainnya dalam dunia maya”. Karena adanya media sosial ini pula, kebanyakan masyarakat malah sering menjalin komunikasi dengan orang yang jauh di dunia nyata dibanding menjalin komunikasi dengan orang yang jaraknya padahal dekat. Akan tetapi ini juga sangat bermanfaat dalam hal efisiensi waktu dan juga sangat praktis dalam aksesnya. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diambil kesimpulan jika media social adalah bentuk berkembangnya internet. Melalui media social, individu bisa saling terhubung dengan individu lainnya yang sama-sama menggunakan media social untuk dapat berkomunikasi dan berbagi informasi. Dengan lebih jelasnya, dalam media social kita bisa secara langsung berinteraksi dengan orang lain lewat komentar ataupun setiap postingan individu tersebut.

Perkembangan teknologi pada jaman sekarang khususnya media social memang sangat cepat, sangat banyak manfaatnya khususnya dalam hal komunikasi. Melihat hal itu dengan sipapun orang dapat menjalin komunikasi hanya dalam waktu yang sangat cepat. Jika dulu orang bisa melakukan komunikasi ketika mereka bertemu secara langsung supaya apa yang disampaikan dapat diterima secara baik. Sebagian besar para penggiat media social adalah kaum remaja yang saat ini sangat familiar dengan berbagai situs jejaring social. Perlu diketahui bahwa sebelum munculnya media social, rata-rata masyarakat berkomunikasi via telpon ataupun sms melalui telpon genggam atau yang biasa dikenal handphone. Akan tetapi di jaman sekarang dengan adanya media social, masyarakat cenderung lebih sering dan mungkin nyaman melakukan komunikasi lewat (*chatting*) atau mengirim pesan melalui layanan yang terdapat dalam media sosial. Dengan perkembangan media social yang sangat cepat ini tentu mempunyai dampak positif sekaligus

dampak negatif nya pula, oleh sebab itu sangat penting untuk adanya bimbingan bagi remaja khususnya agar dampak negatif itu bisa di hindari agar dampak positif nya terasa.

Awal kemunculan media sosial di Indonesia pertama kali adalah hadirnya situs jejaring sosial yang bernama *Friendster* pada tahun 2002 yang sangat populer saat itu. Kemudian setelah itu muncul banyak platform digital sebagai contoh yaitu *Facebook* sekitar tahun 2004, lalu disusul oleh *Twitter* pada tahun 2006 dan terakhir paling terbaru yang penggunaanya sangat besar yaitu Instagram hadir pada tahun 2010. Ada pula situs jejaring social yang sedikit berbeda dengan ketiga situs yang telah disebutkan diatas yakni, *WhatsApp*, *Line*, *Wechat* dan lainnya yang mempunyai konsep seperti SMS atau bisa disebut dengan (*chatting*). Menurut survey yang dilakukan *We Are Social* bersama Hootsuite (Januari, 2018) terdapat 4 situs jejaring social dengan pengguna paling banyak antara lain *Youtube* 43%, *Facebook* 41%, *WhatsApp* 40% dan disusul *Instagram* dengan 38% (*We Are Social & Hootsuite*, 2019). Dengan melihat persentase yang sangat besar itu membuktikan bahwa media sosial seperti menjadi rumah kedua kebanyakan orang dan ini menjadi bukti bahwa masyarakat di Indonesia sangat membutuhkan akan informasi, pengetahuan dan hiburan melalui media social.

Selain itu terdapat beberapa karakter khas yang mungkin tidak dimiliki oleh beberapa media *cyber* lain. Karakter media social menurut (Nasrullah, 2015, hlm 15) antara lain:

1. Jaringan
2. Informasi
3. Arsip
4. Interaktif

Dengan terus munculnya situs-situs media sosial, seperti yang telah disebutkan bahwa media social adalah suatu media online dimana *users* melalui sebuah situs internet dapat berbagi dan menciptakan konten seperti contohnya *blog*, video dan lainnya yang didukung oleh teknologi multimedia yang kian canggih.

Di dalam kehidupan jaman sekarang ini kita tidak bisa mengelak ataupun lepas dari sosial media karena semakin hari orang semakin membutuhkannya, akan tetapi ada sesuatu hal yang mungkin hilang yaitu seperti tidak adanya bersosialisasi,

lalu tidak adanya batasan waktu dengan siapa mereka berkomunikasi. Maka hal itu juga media social memberikan dampak positif dan juga dampak negatif bagi kehidupan suatu individu.

Zukria dalam (Khairuni, 2016) menyebutkan hal positif dari kehadiran sosial media antara lain:

1. Memudahkan dalam pembelajaran. Berdiskusi dengan teman bisa dilakukan di dalam media sosial.
2. Untuk menambah teman ataupun bisa berkomunikasi lagi dengan kawan lama.
3. Menghilangkan kepenatan. Dengan bermain media social dapat menjadi cara untuk menghilangkan stress ketika selesai melakukan aktivitas di dunia nyata.

Sosial media juga memberikan hal yang negatif antara lain:

1. Bisa tidak mengenal waktu karena keasyikan yang mengakibatkan waktu belajar menjadi berkurang
2. Mengganggu konsentrasi belajar
3. Merusak moral seseorang ketika seseorang menggunakan media social untuk membuka situs/konten dewasa
4. Penggunaan internet yang berlebihan dapat memicu pengeluaran uang yang sangat banyak untuk membeli kuota
5. Mengganggu kesehatan. Karena ketika terlalu lama depan layar handphone ataupun komputer, kesehatan mata khususnya bisa terganggu.

Setelah melihat banyak akibat dari kemunculan sosial media ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa akibat menggunakan sosial media sangat imbang baik itu baik dan buruknya kembali lagi kepada individu masing-masing.

B. Pengertian *Twitter*

Twitter adalah sebuah *website* dimana layanan yang mereka sediakan bagi penggunanya itu sangat bermacam-macam mulai dari membalas pesan hingga dapat membagikan foto ataupun video. *Twitter* merupakan situs gratis, berisi pesan teks tulisan yang terdiri 140 karakter dan dibagikan secara praktis kepada semua *users* yang menjadi pengikut akun tertentu.

Sejak didirikan pada tahun 2006 oleh Jack Dorsey, para pengguna twitter sudah mencapai angka sekitar 100 juta pengguna. Akan tetapi menurut data terbaru,

pengguna twitter sampai saat ini sudah mempunyai 313 juta pengguna di seluruh dunia. Salah satu fitur dalam *twitter* adalah suatu kiacauan (*tweet*) yang menarik bisa diteruskan lewat fitur yang dinamakan “retweet” yang biasanya disebut RT di *twitter* oleh para pengguna nya. Pada tahun 2012 pertumbuhan *twitter* sangat signifikan yaitu sekitar 31% berbanding terbalik dengan *facebook* yang hanya 13% itu menurut data yang disampaikan *eMarketer*. “Padahal di tahun 2010 angka pertumbuhan pengguna media sosial masih di kuasai *facebook* sekitar 38% sedangkan *twitter* di angka 23%” (Rahmadiana, 2014, hlm 2).

Sebuah proyek mengenai ide untuk membuat suatu situs jejaring sosial mulai dilakukan pada 2006 sekitar bulan Juli. Perjalanan *twitter* ini muncul dari obrolan di sebuah *podcast*. Dimana diskusi tersebut, Jack Dorsey yang kita tahu sekarang sebagai pendiri *twitter* mencoba untuk mengenalkan ide dia mengenai sebuah layanan komunikasi yang awalnya didasari dari seperti layanan SMS. Setelah itu sekitar bulan April 2007, *twitter* resmi mendirikan perusahaan sendiri.

Dalam festival yang dilaksanakan oleh *South by Southwest (SXSW)*, *twitter* mulai mendapatkan popularitas dimana ketika festival itu berjalan diperoleh data mengenai akses *twitter* yang naik dari 20 ribu per hari jadi 60 ribu. Dalam festival tersebut, *twitter* sangat mendapatkan *feedback* yang cukup positif dari masyarakat dan pada bulan September 2010, *twitter* resmi berganti logo.

Menurut Manager *Twitter* Indonesia dan Malaysia, Dwi Ardiansah (2019) mengatakan bahwa, “*Twitter* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat cepat sepanjang tahun 2018 kalau dibandingkan dengan pertumbuhan global. Terlihat pada 3 bulan awal 2018 akses *twitter* selalu mengalami kenaikan hingga angka 33% pada akhir taun 2018”. (www.era.id).

Gambar 2.3 Peringkat pengguna *Twitter* di seluruh dunia



(Sumber: insights.onavo.com)

Akan tetapi meskipun angka pertumbuhan pengguna *Twitter* di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat besar, para pengguna menyampaikan banyak

keluhan kepada pihak *Twitter* salah satu keluhan tersebut adalah banyaknya pembicaraan dan perdebatan yang kurang relevan. Melihat banyaknya keluhan dari para pengguna, pihak *Twitter* mulai focus kepada kualitas konten dimana mereka mulai bekerja sama dengan salah satu penerbit berita yang terpercaya untuk bisa menyampaikan konten secara tepat kepada pengguna.

Sekitar tahun 2015, terdapat fitur baru dalam *twitter* yakni fitur yang membuat para penggunanya dapat membuat jejak pendapat, dimana fitur ini dapat memungkinkan orang-orang yang bermain *twitter* ikut partisipasi untuk menjawab pernyataan dan memilih pilihan pertanyaan dari jawaban yang diberikan kepada para pengguna lain dengan diberi waktu sekitar 24 jam. Layanan biasa disebut dengan *Twitter Poll*. Lalu setelah itu, pengguna juga dapat melihat hasil dari polling tersebut secara langsung. Pihak *twitter* menjelaskan mengenai tujuan dari diluncurkannya fitur baru tersebut adalah agar para pengguna bisa saling berkomunikasi lebih luas lagi serta untuk dapat paham terhadap pikiran dari mereka.

Twitter menyediakan fitur layanan antara lain:

1. Profil

Ini adalah halaman awal dimana para pengguna lain akan ditampilkan halaman profil. Fitur ini semacam identitas dari data pengguna agar orang lain yang akan mengikuti kita bisa melihat data identitas kita dalam fitur profil.

2. Halaman Utama (Beranda/*Home*)

Ini adalah fitur dimana biasa disebut dengan *timeline*. Kicauan yang dikirimkan sendiri maupun pengguna lain yang sudah kita follow bisa muncul dalam Home. Halaman utama biasa disebut dengan Timeline.

3. Mengikuti (*Following*)

Ini adalah halaman dimana kita sebagai orang yang mempunyai akun mengikuti akun pengguna lain agar bisa melihat kicauan dari orang yang kita *Follow* tersebut. Untuk dapat melihat dan memunculkan kicauan pengguna lain di Timeline, maka kita harus *Follow* terlebih dahulu akun orang yang akan kita ikuti.

4. Pengikut (*Follower*)

Ini adalah kebalikan dari *Follow* dimana pengguna lain ingin menjadikan kita sebagai teman. Begitupun dalam hal kicauan, ketika kita di Follow oleh orang lain maka kicauan kita akan muncul dalam Beranda orang tersebut.

5. *Mention*

Halaman ini biasanya berupa bekas percakapan interaksi dengan pengguna lain. Ketika pengguna ingin mengawali pembicaraan lewat tweet maka tahap awalnya dengan mention orang yang akan menjadi lawan berkomunikasi.

6. *Favorite*

Ini adalah fitur ketika kita ingin menandai kicauan kita sendiri ataupun orang lain agar tidak hilang oleh halaman sebelum dan sesudahnya.

7. Pesan (*Direct Massage*)

Fitur ini lebih seperti SMS karena si pengguna bisa saling mengirim pesan dengan pengguna lain untuk secara private.

8. Tagar (*Hashtag*)

Topic yang disimpan tanda tagar (#) tertentu dapat dicari secara khusus dan rinci.

A. Tinjauan tentang Literasi Politik Generasi Milenial

a. Tinjauan Literasi Politik

Literasi ataupun di dalam bahasa Inggris *literacy* adalah suatu landasan dan juga pondasi untuk aktivitas belajar dalam kehidupan. Ini menjadi sangat berarti untuk kelangsungan pembangunan manusia dalam kehidupan sosialnya dan juga untuk meningkatkan kualitas hidup manusia itu sendiri. Akan tetapi pandangan ini menjadi salah ketika pengertian literasi ini hanya diartikan sebatas bisa membaca saja bukan mencoba untuk memahami sesuatu lebih dalam lagi.

Oleh sebab itu literasi lebih cocok dimaksudkan tentang keberaksaraan, sependapat dengan apa yang dikatakan Irkham dalam (Gong, A, Gol, 2012) bahwa, “literasi adalah keberaksaraan. Jadi secara tidak langsung pengertian dari literasi adalah sebuah pembelajaran mengenai cara membaca ataupun menulis”. (Goody & Watt, 1963). “Literasi menyebabkan pemikiran yang bahkan membawa perubahan kehidupan manusia” (Donald, 1993). Pembahasan tentang literasi dalam tulisan ini berfokus soal kebiasaan membaca. Sebagai kegiatan utama literasi di samping menulis, membaca juga terjadi perubahan pandangan.

Pendapat Bernard Crick dalam (Sutisna, 2017, hlm 61) dalam tulisannya *Essays on Citizenship*, “pengertian singkat mengenai literasi politik yaitu ketika seseorang paham secara praktis mengenai tata cara yang dilihat dalam sehari-hari. Mengenai paham seputar politik isu, bagaimana kecenderungan mereka dalam mempengaruhi anda”. Sebenarnya literasi politik itu lebih luas kalau dibandingkan dengan pengetahuan politik, karena dalam literasi politik itu kita membuat diri untuk menjadi lebih aktif berpartisipasi dalam menjalankan hak serta kewajiban dalam keadaan formal maupun di area publik serta efektif dalam kehidupan publik.

Sedangkan menurut Denver dan Hands (1990) dalam (Karim, dkk, 2015, hlm 5), “literasi politik merupakan pengetahuan dan pemahaman tentang suatu proses politik dan isu politik, suatu pengetahuan dan pemahaman yang memungkinkan setiap warga negara dapat secara efektif melaksanakan perannya (berpartisipasi) sebagai warga negara”.

Melihat para pendapat ahli diatas bisa ditarik kesimpulan bahwa literasi politik harus nyata dan diartikan sebagai sebuah keahlian untuk berbagi agar aktivitas ini berisi konten dan disampaikan melalui sebuah model transisi. Literasi politik memiliki potensi untuk dapat memberikan kewarganegaraan dengan dasar beberapa elemen seperti pengetahuan, ketelitian dan intelektual. Kaitannya dengan ini, Mudhok sebagaimana dikutip (Karim, dkk, 2015, hlm 6) menawarkan setidaknya 4 elemen literasi politik, antara lain:

1. Sadar akan hak dan juga perannya dalam aktivitas politik.
2. Untuk mendapatkan hasil yang baik maka dibutuhkan kemampuan dalam beropini agar proses politik itu dapat berhasil dengan baik.
3. Masyarakat penting untuk mengetahui tentang kerja dari pemerintahan.
4. Berpartisipasi dalam aktivitas politik.

Dalam pandangan literasi politik, setiap warga negara seharusnya mempunyai pengetahuan politik yang memadai ketika harus terlibat dalam dunia politik karena sejatinya kehidupan setiap hari warga negara tidak pernah lepas dari kehidupan politik. Ketika warga negara tidak mempunyai pengetahuan politik yang memadai, maka resiko dia dipengaruhi dan dimanfaatkan para pelaku politik akan sangat besar. Disisi lain juga, pengetahuan politik akan menjadi panduan untuk warga negara ketika mereka harus berpartisipasi dalam politik setidaknya mereka

tidak buta politik. Contohnya ketika seorang warga negara akan berpartisipasi dalam pemilu, tentu itu akan menjadi modal bagi dia untuk setidaknya paham mengenai aturan dan system pemilihan seperti apa. Begitu pula untuk para kontestan pemilu, seharusnya warga harus tahu benar tentang bagaimana track record calon kontestan itu. Dengan pengetahuan politik yang baik, maka warga bisa dengan subjektif menilai tidak atas dasar dipengaruhi oleh calon kontestan pemilu.

b. Partisipasi Politik

Pada dasarnya pengertian dari partisipasi politik itu sendiri yakni keikutsertaan masyarakat dalam suatu negara untuk ikut memberikan hak pilihnya dalam memilih para calon pemimpin pemerintahan daerah/negara dalam setiap pemilu yang diadakan. Kegiatan ini berkaitan seperti memberikan hak suara warga negara untuk memilih dalam pemilu, melakukan hubungan dengan para pejabat pemerintah dan bisa juga untuk menjadi anggota partai.

Adapun macam-macam dari partisipasi politik terdapat dua jenis antara lain, pertama partisipasi politik secara konvensional yang dikenal waktudan prosedurnya diketahui publik dengan pasti. Lalu yang kedua, partisipasi secara non konvensional yang terkenal dengan tidak mementingkan etika berpolitik.

Sedangkan partisipasi politik warga menurut Bakti (2012) dibagi ke dalam beragam kategori, ialah:

1. Dilihat dari kegiatan. Disebutkan aktif ketika masyarakat ikut aktif dalam perumusan kebijakan-kebijakan pemerintah. Sedangkan partisipasi pasif dikatakan ketika mengikuti keputusan pemerintah dengan ketaatan. Ini yang dinamakan pasif ataupun aktif.
2. Dilihat dari tingkatan. Maksud dari tingkatan disini adalah dilihat dari masyarakat menjadi apatis, spectator dan gladiator. Apatis maksudnya adalah secara singkat seperti bersikap masa bodoh terhadap kegiatan politik. Lalu spektator maksudnya yaitu masyarakat terlibat memerikan hak suaranya. Dan gladiator disini adalah berpartisipasi aktif dalam proses kegiatan politik.
3. Terlihat dari sangat rendah dan tidaknya masyarakat dalam berpartisipasi. Terdapat yang aktif: ketika ada yang memang apatis terhadap politik yang artinya tidak mau tahu apapun mengenai politik hal ini dikarenakan sistem politik nya yang tidak baik dan juga partisipasi yang militant dikatakan disini

yaitu dimana para pendukung aktor politik ini sangat percaya terhadap seseorang ataupun percaya terhadap sistem politik yang ada walaupun itu tidak baik.

4. Partisipasi individual ataupun kelompok..

c. Generasi Milenial

Masing-masing generasi setiap jamannya memiliki ciri dan karakter yang berbeda. Dengan perbedaan ataupun kesamaan dari masing-masing generasi itu layaknya bisa dibuat serupa gambaran mengenai perilaku individu. Solomon dalam (Tosepu, 2018, hlm 296) mengatakan, “generasi milenial atau generasi Y yang terkenal dengan berbagai macam sifatnya. Sedangkan menurut Hawkins dan Mothersbaugh dalam (Tosepu, 2018, hlm 296), “agar mendapatkan karakterk yang tetap sama, generasi kelahiran ini dikelompokan dan dari sinilah muncul nama-nama kelompok generasi usia seperti Generasi Y (1977-1994)”.

“Generasi Y adalah generasi ini diharapkan menjadi generasi yang mempunyai wawasan baik dan paling tinggi dalam hal tingkatan pendidikannya. Kebanyakan dari generasi Milenial ini sudah masuk dunia pekerjaan dan perkuliahan. Lebih dari 90% kelompok umur 28-29 tahun melakukan interaksi online, dimana ini menjadi jumlah persentase paling tinggi kalau dibandingkan generasi sebelumnya” Hawkins dan Mothersbaugh dalam (Tosepu, 2018, hlm. 297-298).

Berikut ini terdapat beberapa macam generasi (*www.prezi.com, 2014*) antara lain:

1. *Lost Generation*

Di Eropa, generasi ini dikenal dengan sebutan “Generation of 1914”. Mereka adalah orang-orang kelahiran tahun 1883-1900 yang berjuang dalam PD 1.

2. *Greatest Generation*

Generasi yang terlahir pada tahun 1901-1924 dan berjuang pada PD 2. Mereka dikenal dengan sebutan “G.I Generation”.

3. *Silent Generation*

Generasi ini adalah generasi kelahiran tahun 1925-1945. Generasi ini dikenal dengan sebutan Licky Few karena mereka saai itu masih terlalu muda untuk ikut dalam PD 2.

4. *Baby Boomer*

Generasi ini lahir setelah PD 2 sekitar tahun 1946-1964. Saat jaman itu, banyak sekali pasangan yang sudah berani untuk memiliki keturunan yang banyak, maka tidak heran kalau generasi ini memiliki saudara yang banyak.

5. Generasi X

Generasi ini lahir sekitar tahun 1960-1980.

6. Generasi Y

Dikenal dengan generasi Milenial. Menurut teori dari William Strauss dan Neil Howe, generasi ini adalah mereka yang lahir sekitar tahun 1982-2000.

7. Generasi Z

Generasi ini lahir sekitar tahun 2000an. Generasi ini hampir memiliki kesamaan dengan Generasi Y.

Generasi Y mengalami kemajuan dari pesatnya perkembangan teknologi informasi, karena terlihat sekali generasi ini sangat ketergantungan terhadap internet. Perilaku dan juga sikap mereka ini terbentuk akibat dari perkembangan teknologi yang terjadi. Dengan munculnya beragam situs jejaring sosial yang memungkinkan generasi ini untuk menyalurkan semua ekspresinya dalam media social secara bebas. Istilah generasi Y ini digunakan di seluruh dunia walaupun pengertian dari tahun lahir itu masih banyak diperdebatkan.

“Generasi milenial bisa mendapatkan informasi soal informasi politik dan isu-isu politik dari media” (Best, Manktelow R, Taylor B, 2014). Pemikiran kritis dari generasi milenial ini muncul seolah-olah alami dari apa yang mereka sedang rasakan sendiri dari fakta yang mereka lihat juga dalam kehidupan sosial. Sesuai data dari KPU pada tahun 2018 menunjukkan bahwa pemilih generasi milenial ada di angka 40 juta ini yang kemudian seperti menjanjikan untuk para aktor politik agar dapat menarik suara dari kaum milenial. Tidak semua generasi milenial adalah mereka yang belum pernah menggunakan hak pilihannya atau biasa disebut pemilih pemula, terdapat juga mereka yang sebelumnya sudah menggunakan hak memilihnya. Mereka sangat antusias terhadap sesuatu. Morissan dalam Juditha (2019, hlm 93) menemukan bahwa, “73,2% generasi muda yang berusia 17-22 tahun dan tergolong sebagai milenial menggunakan hak pilihnya dalam pemilu”.

Gambar 2.4 infografis data pemilih milenial



(Sumber: era.id)

Pemilih generasi milenial memiliki rasa politik yang sangat berbeda dengan pemilih generasi tua. Generasi milenial itu harus kekinian jadi memilih pemimpin sesuai dengan keadaan selera mereka. Generasi milenial mempunyai selera politik yang berbeda, mereka lebih berpikir rasional dan sangat suka sosok yang *friendly* dan tegas. Generasi milenial itu sangat berbeda kalau dibandingkan generasi *Baby Boomers* yang dimana generasi itu lebih mengedepankan ideologi bangsa yang dianut sejak dulu. Lalu generasi milenial ini terlihat lebih tertarik kepada sosok pemimpin yang dapat menghadirkan kemajuan bagi ekonomi.

d. Kaitan Dengan Pendidikan Kewarganegaraan

Perkembangan PKn di Indonesia tidak lepas dari perubahan serta dinamika seringnya pergantian kebijakan pendidikan nasional. Pembelajaran serta kurikulum dari PKn ini mengalami banyak perubahan dari berbagai era baik itu saat Orde baru ataupun saat Orde lama. Dalam perkembangannya di Indonesia, kajian PKn ini sering berganti istilah sebutan dalam mata pelajaran juga baik itu Pkn, PPKn, PMP dan masih banyak lagi istilah-istilahnya.

Di Indonesia dimana kita melihat bahwa pendidikan ini berharap dapat menjadikan para warga negara nya untuk menjadi manusia yang dapat berjuang mempunyai keinginan serta komitmen yang kuat atau dapat dikatakan mempunyai jiwa nasionalisme yang tinggi untuk membela dan mempertahankan NKRI. Diharapkan juga sistem pemerintahan Indonesia yang otoriter seperti masa lalu tidak terulang lagi, dimana kebebasan hak warga negara dibungkam. Para pendiri bangsa dahulu memiliki cita-cita yang sudah dirumuskan ke dalam UUD

1945 dan juga Pancasila sebagai symbol negara bahwa mereka ingin kehidupan yang demokratis dalam seluruh bagian kehidupan sosial warga negara Indonesia dan juga dalam tubuh pemerintahan.

Melihat uraian diatas, intinya adalah pendidikan memiliki tanggung jawab dan juga peranan yang penting. Disinilah Mata Pelajaran ataupun Mata Kuliah PKn hadir, yaitu untuk membentuk warga negara yang berintegritas tinggi dan mempunyai nasionalisme yang tinggi salah satu upaya awalnya yaitu dengan program pendidikan PKn dikarenakan PKn adalah suatu mata kuliah atau mata pelajaran yang di dalamnya mendidik atau menerangkan mengenai pembelajaran agama, budaya, ras dan kultur-kultur sosial yang dilandasi UUD 1945 serta Pancasila.

Menurut Sunarso (2006, hal 63) mengatakan bahwa, “politik sangat erat kaitannya dengan PKn dikarenakan materi PKn adalah politik”. Manfaat serta daya tarik dari Pkn dalam pembelajaran dapat hilang ketika dalam proses belajarnya itu politik yang semula sangat erat tiba-tiba coba diabaikan atau dihilangkan seolah-olah diacuhkan tidak mengikuti proses perkembangan politik. Maka dari itu juga pemahaman dan penguasaan materi pendidikan PKn harus sangat menguasai berbagai persoalan politik yang terjadi.

Sedangkan ada juga tujuan PKn dalam Pusat Kurikulum (2003, hlm 3) adalah memberikan kompetensi sebagai berikut:

1. Kritis dalam berfikir.
2. Untuk menjadi warga negara yang baik harus bertanggung jawab serta berperan aktif.
3. Agar dapat mempunyai karakter masyarakat Indonesia yang baik harus dapat berkembang secara demokratis serta positif.
4. Teknologi dimanfaatkan dengan baik untuk dapat berkomunikasi dengan negara lain ikut berpartisipasi ke dalam tatanan dunia.

Lalu menurut Nurmalina (2008) dalam Fitri (2018, hlm 21) PKn memiliki tujuan yang berisikan “untuk dapat memberikan pembelajaran kepada warga negara untuk dapat bersikap kritis”. Jadi dapat dikatakan bahwa peserta didik diharapkan untuk mampu berpikir kritis, rasional serta aktif agar nantinya dapat ikut berpartisipasi dalam membangun bangsa disertai dengan kecerdasan warga negara untuk mengetahui perihal hak serta kewajibannya pada negara.

Cholisin (1994, hlm 17) mengatakan, “Pendidikan Kewarganegaraan adalah salah satu jalan untuk membina warga negara sesuai dengan mandat dari Pancasila

serta UUD 1945 yang dimana program pendidikan nya untuk mempersiapkan manusia yang berkualitas ”. Selain itu PKn memiliki substansi dan beberapa konsep, menurut Cogan (1985, hlm 5) mengartikan, “pendidikan kewarganegaraan mempunyai peranan penting dalam tatanan pendidikan di Indonesia karena di dalam PKn masyarakat diberikan pembelajaran untuk menjadi manusia yang dapat menghargai antar sesama dalam kehidupan sosial serta untuk dapat menjadikan generasi muda menjadi generasi penerus bangsa sesuai dengan cita-cita yang diinginkan oleh para pendiri bangsa”.

Maka dari penelitian ini diharapkan menjadi pendidikan politik bagi generasi milenial agar dapat menjadi warga negara yang mempunyai wawasan dan pemahaman politik yang cukup. Dan ini sangat erat kaitannya dengan Pendidikan Kewarganegaraan dimana PKn dalam penelitian ini sebagai (*civic knowledge*).

B. Kerangka Pemikiran

Mengingat judul penelitian yang akan peneliti lakukan, terdapat dua konsep utama yang harus dijelaskan dalam hipotesis, yaitu konsep mengenai *buzzer* – *buzzer* politik selaku pembawa pesan politik di media sosial, dan konsep tentang literasi politik masyarakat sebagai efek dari membaca dan menambah wawasan dari informasi yang disebarkan oleh para *buzzer* dalam media sosial *twitter* antara lain:

1. *Buzzer* politik di media sosial menjadi pemberi pesan dan informasi mengenai peristiwa – peristiwa politik yang sedang terjadi. Hal tersebut memberikan makna dari efek hadirnya media dalam mempengaruhi khalayak untuk meningkatkan literasi berupa wawasan dari peristiwa politik.
2. Literasi politik itu ialah pengetahuan tentang segala hal yang berkaitan dengan kehidupan bernegara seperti kekuasaan, kebijakan, pengambilan kekuasaan dan lain – lain. Dalam kehidupan bernegara, politik dan informasi politik mempengaruhi masyarakat dalam melihat atau memandang penguasa negara menjalankan berbagai aktifitas kenegaraan.
3. Masyarakat dalam hal ini khususnya Generasi Milenial sebagai bagian dari negara memiliki tanggung jawab terhadap pembangunan negara, salah satunya dengan mengikuti perkembangan negara.
4. Kesadaran masyarakat khususnya Generasi Milenial akan politik adalah salah satu cara untuk mengetahui dan mengikuti perkembangan negara dan informasi

politik memberikan literasi berupa wawasan politik yang secara langsung dapat menumbuhkan kesadaran politik warga negara.

Maka setelah itu akan dilihat bagaimana hubungan antara *buzzer* politik di media sosial twitter sebagai penyebar dan pemberi informasi politik yang dapat mempengaruhi bahkan meningkatkan literasi politik masyarakat.

C. Hipotesis

Berikut Hipotesis penelitian ini yaitu Hipotesis Alternatif (Ha) yaitu bahwa: ada atau terdapat hubungan antara membaca informasi - informasi politik yang diberikan oleh *Buzzer* politik dalam sosial media twitter terhadap peningkatan literasi politik generasi milenial. Kemudian yang menjadi Variabel di dalam penelitian ini yaitu, pertama adalah Variabel X (*buzzer* politik) dan selanjutnya yang menjadi Variabel Y (literasi politik).

Terdapatnya hubungan antara Variabel X dengan Variabel Y yaitu karena dari informasi politik yang disebar oleh *buzzer* politik di media sosial *twitter* dapat peningkatan literasi politik generasi milenial. Hal itu disebabkan karena informasi – informasi yang diberikan *buzzer* politik di media sosial twitter dapat memberi pengaruh atau mempunyai fungsi untuk memberikan pengetahuan baru bagi pembacanya. Maka dari itu informasi – informasi politik mempengaruhi literasi politik masyarakat dilihat dari sering tidaknya generasi milenial tersebut mengkonsumsi atau membaca informasi politik dalam media sosial *twitter* yang diberikan oleh *buzzer*.

Berikut rumusan dari hipotesis tindakan nya antara lain: ”melalui metode pengembangan dan pengujian instrument penelitian yang didasarkan pada indikator mempengaruhi opini publik, menyebarkan *hatespeech*, menciptakan kegaduhan dengan opini yang menyesatkan, menyebarkan informasi yang sumbernya tidak kredibel, menyebarkan *hoax* serta melakukan debat yang tidak jelas substansinya dalam linimasa twitter ini, maka literasi politik generasi milenial khususnya di kalangan mahasiswa jurusan Pendidikan Pancasila Kewarganegaraan (PKn) FKIP Unpas angkatan 2017-2019 dapat ditingkatkan”