

# BUZZER DALAM PUSARAN MASLAHAH DAN KEPENTINGAN POLITIK

AMANATUS SHOLIHAH

UIN Walisongo Semarang  
[amanatussholihah80@gmail.com](mailto:amanatussholihah80@gmail.com)

---

## Abstrak

*Tensi politik Indonesia memanans akhir-akhir ini. Hal ini ditunjukkan dengan adanya kegaduhan-kegaduhan yang terjadi di masyarakat semenjak populisme dan politik identitas yang digaungkan selama pemilihan umum. Kegaduhan-kegaduhan ini semakin meruncing mana kala elit politik dan partai-partai melibatkan buzzer politik (penggaung) di tengah-tengah pesta demokrasi yang diselenggarakan. Isu-isu sensitif disebarkan melalui narasi-narasi politik oleh buzzer politik dan ini menyebabkan tersegmentasinya masyarakat menjadi dua kubu, yaitu “cebong” dan “kampret”. Penelitian ingin mengetahui mengapa buzzer politik kerap hadir bersamaan dengan kegiatan politik electoral dan bagaimana perspektif Islam menilai hal ini. Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur, dengan mengumpulkan berbagai dokumen dan data pustaka yang terkait dengan materi pembahasan, kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik deskriptif. Adapun hasil dari penelitian ini adalah buzzer politik hadir bersamaan dengan politik elektoral karena dimanfaatkan sebagai salah instrumen politik yang dianggap penting di era digital ini. Dalam kacamata Islam, buzzer politik di media sosial turut membawa masalah bagi kehidupan demokrasi di Indonesia. Namun, disisi lain tindakan/aktivitasnya juga dapat dikategorikan sebagai perbuatan fitnah, ghibah dan namimah yang dinilai membawa madharat sekaligus. Sementara upaya untuk mencegah dampak buruk aktivitas buzzer di media sosial adalah dengan mengoptimalkan peran dan sinergi semua pihak, mulai dari pemerintah, politisi, dan masyarakat agar dapat meminimalkan kemunculan buzzer politik dalam menyebarkan ujaran kebencian dan hoax untuk menciptakan partisipasi politik di media sosial yang sehat*

**Keyword :** Buzzer, Kepentingan Politik, Dan Masalah



## A. Pendahuluan

Dari tahun 2014, memanasnya tensi politik Indonesia ditunjukkan dengan adanya polarisasi politik yang terjadi di tengah masyarakat. Penggunaan populisme dan politik identitas telah berhasil memengaruhi ekspresi dukungan masyarakat dalam politik elektoral yang telah beberapa kali diselenggarakan oleh KPU.

Terlihat jelas bagaimana partai-partai politik menjual identitas tertentu untuk meraih simpati dan memobilisasi massa guna melancarkan kepentingannya. Keadaan tersebut semakin gamblang tampak pada pemilihan presiden tahun 2014. Dimana dalam peristiwa tersebut politik identitas kencang disuarakan berbagai kalangan, termasuk yang paling menonjol adalah dari umat Islam sendiri.

Pola dukungan dipermukaan mengikuti dikotomi istilah “Islam moderat vs Islam radikal” yang disebabkan oleh *background* partai yang ada dibelakang kedua kandidat yang berkontestasi pada waktu itu. Sehingga pemilih terpola menjadi dua kubu yang saling bersebrangan dan tidak bertitik temu. Tidak hanya itu, pola pertentangan antar dua kubu ini juga berefleksi dalam kontestasi pemilihan daerah seperti halnya yang terjadi Pilkada DKI Jakarta 2017.

Masyarakat yang tersegmentasi sedemikian rupa sebenarnya dapat dipahami melalui latar belakang kandidat yang bertarung dalam pemilihan presiden saat itu. Satu kandidat memiliki afiliasi sosial kelompok abangan, yang populer dikalangan Jawa abangan, namun tidak populer di tengah “santri baru” yang akhir-akhir ini berkembang pesat di masyarakat kota, akan tetapi mendapat dukungan dari kelompok “Islam moderat”.



Sedangkan kandidat lainnya ber-*image* gahar khas militer yang tidak mudah diterima kaum muda dan reformis, dan bayangan pelanggaran HAM di masa lalu serta bayang-bayang *background* keluarga membuatnya sulit diterima oleh pemilih dari kalangan terpelajar, namun ia mendapat dukungan dari basis sosial kelompok “Islam radikal”. Dalam peta ini saja sudah nampak dipermukaan adanya potensi polarisasi politik yang tidak dapat dihindari.

Untuk dapat melihat dan memahami polarisasi dua kubu yang berseberangan di banyak hal tersebut, tidak perlu menggunakan metode ilmiah yang *njelimet*. Melainkan hanya membutuhkan kepekaan dalam membaca realitas yang sedang terjadi, dengan kata lain polarisasi ini dapat diketahui dan dirasakan dengan mudah oleh seluruh lapisan masyarakat.

Polarisasi ini semakin kentara manakala partai-partai dan elit politik melibatkan buzzer politik ditengah-tengah pesta demokrasi yang diselenggarakan. Para buzzer politik di masing-masing kubu gencar memainkan politik identitas di narasi-narasi yang dibangunnya di berbagai platform media sosial.<sup>1</sup>

Isu-isu fundamental seputar SARA, terutama agama, menjadi isu yang terbukti paling mudah melahirkan sentimen negatif untuk saling serang, dan semakin tumbuh subur dalam tiap wacana yang digaungkan. Karenanya, dukungan masyarakat pun dapat dengan mudah membentuk posisi yang berlawanan. Yang akhirnya dicerminkan dengan penyebutan istilah “cebong” dan “kampret”

---

<sup>1</sup> Amri Amrullah, *Buzzer Politik di Medsos Peruncing Politik Identitas*, [www.republika.co.id](http://www.republika.co.id) edisi 03 Maret 2019.



maupun “kadrun” dan “togog” di media sosial dan kegaduhan pun tidak dapat dielakkan.<sup>2</sup>

Sebuah catatan buruk bagi politik di Indonesia. Perpecahan tidak hanya terjadi antar elit politik namun juga selama ini telah menggurita sampai pada ranah akar rumput sejak 2014. Fenomena polarisasi “cebong” dan “kampret”, “kadrun” dan “togog” yang disebabkan oleh buzzer politik telah membelah masyarakat menjadi dua kutub yang bahkan sampai saat ini, residu panasnya tensi pemilihan presiden 2019 masih banyak dirasakan dan banyak dijumpai di media sosial, meskipun pemilihan umum sudah selesai dua tahun lalu.

Istilah cebong-kampret/kadrun-togog masih sering digunakan untuk menyebut pihak yang saling berlawanan. Hal yang demikian diamini oleh hasil riset Pusat Kajian Politik Universitas Indonesia (Puskapol UI) yang bertajuk “Politik Identitas di Pemilu 2019” yang salah satunya menyatakan bahwa penggunaan buzzer politik di media sosial (medsos) menjadi salah satu pemicu meruncingnya politik identitas di masyarakat.<sup>3</sup>

Begitulah keadaan yang dihadapi masyarakat kita sekarang, tidak terkecuali umat Islam sendiri, yang juga sering mengalami berbagai invasi oleh buzzer. Mulai dari fitnah politik, isu terorisme, sampai serangan-serangan yang bersifat intelektual, yang semuanya tersusun secara rapih dan sistematis yang berkamuflase dalam isu

---

<sup>2</sup> Istilah-istilah “cebong, kampret, kadrun dan togog” ini merupakan istilah yang banyak digunakan oleh warganet di media sosial. adapun penggunaan kata “kadrun” pertama kali dilakukan oleh akun twitter @denny\_siregar sedangkan sedangkan “cebong, kampret dan togog” tidak diketahui siapa yang pertama kali menggunakannya.

<sup>3</sup> Puskapol UI, Politik Identitas di Pemilu 2019.



stabilitas ekonomi, keamanan global, bantuan kemanusiaan, pembelaan kaum lemah dan lain sebagainya yang memicu terjadinya kegaduhan dan konflik sehingga kadang kita sendiri tidak merasakan adanya serangan yang justru memecah belah masyarakat, terlebih pada masa pemilu.

Padahal jika mau menilik kembali nilai-nilai yang dikandung dalam Pancasila dan UUD 1945, bahwa dalam kondisi apapun sudah semestinya persatuan dan kesatuan itu dijaga, bukan malah sebaliknya. Sejalan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila, didalam hukum Islam pun dikenal adanya istilah masalah.

Masalah yaitu sesuatu yang mendatangkan kebaikan dan kebenaran atau mengambil manfaat dan menolak kemudharatan. Sehingga adanya fenomena buzzer politik dan segala aktivitasnya buzzer dalam kontestasi politik elektoral menarik untuk dikaji dari perspektif masalah. Karena disatu sisi terlihat disini peran buzzer politik seakan menjadi ujung tombak dari keberhasilan seorang aktor politik atau partai politik dalam elektoral, yang memiliki kepentingan politik di era serba digital sekarang ini.<sup>4</sup> Namun disisi yang lain juga kehadirannya melahirkan persoalan-persoalan baru di tengah masyarakat. Oleh karena itu, makalah ini bertujuan hendak menggali kehadiran dan penggunaan buzzer politik dalam kontestasi politik elektoral dan perspektif masalah.

## **B. Metodologi**

---

<sup>4</sup> Endah Lesmartini dan Rifki Arsilan, Buzzer Dicari karena Ada yang Butuh, [www.viva.co.id](http://www.viva.co.id) edisi 14 Oktober 2019.



Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, menggunakan metode kajian literatur, dengan mengumpulkan berbagai dokumen dan data pustaka yang terkait dengan materi pembahasan, yang berupa buku referensi, jurnal ilmiah yang dipublikasikan, artikel ilmiah yang berisikan tentang konsep yang diteliti dan referensi pada website yang diakses melalui internet. Kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik deskriptif.

Analisis tentang buzzer dan politisasi buzzer pada pemilihan umum didasarkan pada landasan konseptual sebuah sistem dan infrastruktur politik yang ada di Indonesia. Menurut David Easton sebagaimana yang terdapat dalam Ramlan, sistem politik terdiri dari sejumlah lembaga-lembaga dan aktivitas-aktivitas politik dalam masyarakat yang berfungsi mengubah tuntutan-tuntutan (*demands*), dukungan-dukungan (*supports*) dan sumber-sumber (*resources*) menjadi keputusan-keputusan atau kebijakan-kebijakan yang bersifat otoritatif (sah dan mengikat) bagi seluruh anggota masyarakat.

Dari definisi tersebut, sistem politik mencerminkan sebagai suatu kumpulan aktivitas dari masyarakat untuk membuat suatu keputusan politik.<sup>5</sup> Dalam siklus sistem politik dikenal pula infrastruktur politik yang berarti segala sesuatu yang berhubungan dengan lembaga-lembaga kemasyarakatan yang dalam aktivitasnya dapat mempengaruhi, baik langsung atau tidak langsung lembaga-lembaga negara dalam menjalankan fungsi serta kekuasaannya masing-masing. Adapun komponen infrastruktur politik yang harus ada meliputi:

---

<sup>5</sup> Ramlan Surbakti, *Memahami Ilmu Politik*, (Jakarta: PT. Grasindo, 1992).



1. Partai politik
2. Kelompok kepentingan. Kelompok kepentingan ini terbagi menjadi empat, yaitu: kelompok kepentingan anomik, kelompok kepentingan non asosiasional, kelompok kepentingan institusional (kelembagaan) dan kelompok kepentingan asosiasi.
3. Media komunikasi politik.
4. Kelompok penekan.
5. Tokoh politik.

Sedangkan untuk dapat mengetahui bagaimana hukum Islam dalam memandang adanya politisasi buzzer, maka dibutuhkan konsep masalah dalam maqasid syariah. Secara etimologi *Maṣlahah* berasal dari kata *ṣalaha* mengandung makna “baik” lawan dari “buruk” atau “fasad”. Ia adalah mashdar dengan arti kata *sholah* yaitu “manfaat” atau “terlepas” dari padanya kerusakan.

Kata *al-maṣlahah* (المصلحة) berarti sesuatu yang baik, yang bermanfaat dan ia merupakan lawan dari keburukan atau kerusakan dan dalam bahasa arab sering pula disebut *والصواب الخير* yaitu sesuatu yang baik dan benar. Masalah dibedakan menjadi dua macam, yaitu ditinjau dari segi tingkatan dan eksistensinya.

Pertama, berdasarkan tingkatan, masalah berdasarkan tingkatan ini dibedakan menjadi tiga, yaitu masalah dharuriyah (perkara-perkara yang menjadi tempat tegaknya kehidupan manusia, yang apabila ditinggalkan maka rusaklah eksistensinya). perkara pokok



yang wajib dipelihara adalah keselamatan jiwa, akal, keluarga dan keturunan, harta benda, dan agama.

Kemaslahatan dalam taraf ini mencakup lima prinsip dasar universal yang disebut dengan maqasid syariah; masalah hajiyah, yaitu semua bentuk perbuatan dan tindakan yang tidak terkait dengan dasar yang lain (yang ada pada masalah dharuriyah) yang dibutuhkan oleh masyarakat tetap terwujud, tetapi dapat menghilangkan kesulitan dan kesempitan.

Termasuk dalam hal hajiyah ini adalah memelihara kemerdekaan pribadi dan beragama; masalah tahsiniyah atau kamaliyah, mempergunakan yang layak dan pantas yang dibenarkan oleh adat kebiasaan yang baik dan dicakup oleh perilaku yang baik pula. Kedua, berdasarkan eksistensinya, masalah disini diklasifikasikan menjadi tiga yaitu: al munasib al mu'tabar (syara' yang mengukuhkan), al munasib al mulgho (syara' yang menolak) dan al munasib al mursal (syara tidak menyikapi keberadaannya dengan mengukuhkan atau menolaknya).

### C. Pembahasan

Istilah buzzer ditujukan pada mereka, pelaku media sosial, yang melakukan kegiatan *mouth of mouth*.<sup>6</sup> Suatu kegiatan komunikasi informal yang ditujukan kepada pengguna lain tentang pengalaman, kepemilikan, penggunaan, atau karakteristik barang dan layanan tertentu. Adapun platform komunikasi *word of mouth* di era digital ini

---

<sup>6</sup> [www.kompas.com](http://www.kompas.com), 2019





dapat melalui email, blog, situs *review* konsumen dan SNS (facebook, twitter dan instagram) yang telah menjadi media utama pertukaran berita dan pengalaman.

Media-media tersebut yang nantinya melahirkan pula istilah-istilah lain yang menyertai istilah *buzzer*, seperti *netizen*, *followers*, dan *influencer*. Semua itu menjadi sesuatu yang saling terkait dan memengaruhi pola komunikasi di media massa. Menurut pengamat media sosial Enda Nasution, *buzzer* merupakan akun-akun di media sosial yang tidak memiliki reputasi untuk dipertaruhkan.

Penyebutan *buzzer* lebih ditujukan kepada individu atau kelompok orang yang tidak jelas siapa identitasnya, yang memiliki motif ideologis atau ekonomi dan kemudian menyebarkan informasi. Biasanya, *buzzer* politik dimanfaatkan jasanya untuk menjadi pengendali dan pemberi pengaruh terhadap wacana publik sosial dan politik di tengah masyarakat Indonesia.

Wahyu Akmaliah mengungkap bahwa pemilihan *buzzer* sudah menjadi salah satu agenda yang dimainkan oleh lembaga survei di Indonesia terkait dengan upaya untuk memenangkan calon pemimpin. Seseorang yang dianggap layak menjadi *buzzer* politik adalah jikalau jumlah *followers* yang mereka miliki di akun media sosialnya sebanyak 40.000 atau lebih.<sup>7</sup>

*Buzzer* politik melalui media sosial dalam Pilkada dan Pemilu Indonesia memiliki fungsi ganda, yakni sebagai *marketing* untuk melakukan *branding* tokoh politik atau partai, dan produser *black*

---

<sup>7</sup> Wahyu Akmaliah, bukan sekedar penggaung (*buzzers*): media sosial dan transformasi arena politik ma'arif, Vol.13, No. 1 tahun 2018.



*campaign* di media sosial.<sup>8</sup> Marshment juga menjelaskan bahwa *marketing* politik yang dilakukan buzzer politik akan semakin banyak digunakan dalam sistem politik demokrasi dimana dukungan massa sangat penting untuk mempertahankan kekuasaan.<sup>9</sup> Media sosial yang kerap dimanfaatkan buzzer untuk berkomunikasi adalah menyesuaikan dengan platform media sosial yang banyak digunakan oleh pendukung atau lawan politiknya, apakah itu facebook, twitter, Instagram, ataukah youtube. Namun, diantara platform media sosial tersebut, biasanya yang paling masif digunakan oleh buzzer adalah media twitter, karena berbagai kelebihan yang ditawarkan dengan menggabungkan elemen blog dan jejaring sosial. Dengan fasilitas *following*, yang menjadikannya terhubung dengan pengguna lain; fasilitas *reply*, sebagai wadah untuk berkomentar atau berargumen; fasilitas *re-tweet*, untuk memposting ulang suatu berita atau argument; dan juga *hashtag* (HT) untuk mengategorikan tweet berdasarkan sebuah kata kunci atau topik tertentu. Sehingga dengan kelebihan itu, memungkinkan suatu berita atau konten dibagikan seketika dan cepat.<sup>10</sup>

Berdasarkan catatan majalah Tempo, terdapat banyak akun-akun yang aktif memainkan perannya secara signifikan di media sosial akan tetapi tidak terdaftar di KPU. Ada diantaranya yang mendukung salah satu kandidat saja, ada yang mendukung salah satu kandidat akan tetapi menyerang kandidat lain, namun

---

<sup>8</sup> Christiany Judhita, Buzzer Di Media Sosial Pada Pilkada Dan Pemilu Indonesia, Prosiding Seminar Nasional Komunikasi Dan Informatika, Tahun 2019, H. 200.

<sup>9</sup> Sudha Menon, Political Marketing: A Conceptual Framework,

<sup>10</sup> Li, Z. (2012). Social Media as A Relationship Strategy: Twitter's Impact On Enhancing Brand Loyalty. Thesis. Miami University, Coral Gables, Florida, Us.

---



ada pula yang secara khusus untuk menyerang kandidat lawan saja. Selain akun-akun anonym, terdapat juga sebagian akun milik tokoh-tokoh politik, agama dan masyarakat yang turut serta dalam mendukung narasi-narasi politik.

Adapun bukti lain dari adanya buzzer politik di media sosial adalah dengan adanya agensi komunikasi di website penyedia buzzer politik yang menawarkan jasa dengan membuat serta menyebarkan narasi-narasi kampanye digital. Salah satunya adalah website dengan nama insightID dan Winstarlink.com. Dalam *overview* yang tulis di halaman awal website nya bahwa mereka merupakan tim professional dalam melakukan kampanye politik secara online dan sudah banyak membantu para tokoh politik dalam memenangkan kursi melalui kampanye digital. Mereka menawarkan optimasilasi kampanye politik secara online ini dengan strategi yang tepat serta melalui analisis yang mendalam. Pelayanan utama yang ditawarkan yaitu *brand consultancy, public relation, media intelligence, creative communications, social marketing, dan digital and social media*.

Aktivitas mereka diawali dengan perencanaan kampanye (*planning campaign*); menjalankan iklan di platform sosial media melalui *google ads, facebook ads, dan Instagram ads*; *editing content image and video*; membuat *content caption*; penjadwalan posting otomatis yang akan di post di media sosial (*post schedulling*); dan membuat website untuk penyajian informasi yang dicari oleh pembaca. Selain itu, supaya lebih



efektif, digunakan pula strategi terkini “*social success cycle*” diantaranya dengan *social listening*, *social influencing*, *social networking*, dan *social selling*. Sementara itu sumber dana dan permintaan berasal dari klien yang menggunakan jasa agensi komunikasi tersebut.<sup>11</sup> Sedangkan agensi komunikasi lah yang menentukan besaran tarif. Mengingat beban dan resiko pekerjaan yang cukup berat, salah satu buzzer mengaku honor yang didapatkan per hari adalah Rp.200 ribu hingga Rp.400 ribu per hari atau bahkan lebih. Nominal tersebut belum termasuk bonus bulanan apabila target tercapai.<sup>12</sup>

Suatu akun/individu disebut sebagai buzzer, tentu tidak terlepas dari awal proses awal jadi buzzer, yaitu dimulai dari rekrutmen buzzer. Pada tahap ini terdapat beberapa model seleksi, diantaranya seleksi berjenjang, yang dijalankan, yaitu pemantauan akun-akun yang aktif di media sosial, setelah melakukan seleksi akun aktif yang terpilih selanjutnya digabungkan dalam sebuah grup chat I, para anggota grup chat I nantinya dipilih lagi untuk kemudian dibentuk grup baru dalam grup chat II, kemudian anggota grup chat II diundang secara tatap muka pada pertemuan buzzer oleh koordinator buzzer; melakukan pendekatan langsung ke buzzer, dimana agensi komunikasi memetakan secara langsung akun-akun buzzer yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan dengan memanfaatkan *sociobuzz* dan *go-viral*; dan cara perekrutan lain adalah dengan

---

<sup>11</sup> [www.winstralink.com](http://www.winstralink.com)

<sup>12</sup> Bayu Wicaksono, Ketika Buzzer Mati-Matian Bela Klien Paslon Di Medsos, [www.Radarsolo.Jawapos.Com](http://www.radarsolo.jawapos.com) Edisi 15 Januari 2018.



membuka lowongan buzzer, dimana agensi komunikasi membuat pengumuman di media sosial untuk menjadi buzzer produk atau isu/topik tertentu.<sup>13</sup>

Meskipun berkontribusi dibalik layar, kinerja para buzzer ini tidak dapat diremehkan. Kelompok mereka mengawal kliennya di media sosial dengan totalitas selama 24 jam. Dimana dalam satu tim buzzer biasanya terdiri dari tujuh hingga sepuluh orang. Kemudian dipecah kembali menjadi tiga kelompok. Kelompok pertama adalah *Person in Charge* dan *Person in Support*. Tugas-tugas yang mereka lakukan adalah menyusun strategi dan implementasi media sosial, merancang desain sosialisai berdasarkan sasaran, hingga mengukur efektivitas pesan. Adapun kelompok kedua adalah *content writer*, mereka yang akan membuat naskah untuk diposting di *website*, akun media media sosial, hingga mempersiapkan pesan *broadcast* untuk disebar di forum-forum di *instant messenger*. Dan yang terakhir adalah admin, yang bertugas mengawasi isu-sisu dan mempertajam isu tersebut. Selain itu admin ini juga mengawasi apabila terdapat serangan dari pihak lawan.<sup>14</sup>

Jejak digital aktivitas buzzer politik pada Pilpres 2014, persaingan antara Joko Widodo-Jusuf Kalla dan Prabowo-Hatta, menunjukkan bahwa media sosial twitter dan facebook digunakan oleh masing-masing tim pemenangan sebagai sarana

---

<sup>13</sup> Rinaldi Camil, Dkk, Di Balik Fenomena Buzzer: Memahamu Lanskap Industry Dan Pengaruh Buzzer Di Indonesia, Centre for Innovation Policy and Governance (CIPG) 2017.

<sup>14</sup> Bayu Wicaksono, Ketika Buzzer Mati-Matian Bela Klien Paslon Di Medsos, [Www.Radarsolo.Jawapos.Com](http://Www.Radarsolo.Jawapos.Com) Edisi 15 Januari 2018.



agitasi politik untuk memperoleh dukungan publik. Disinilah jumlah follower buzzer menjadi suatu yang membantu penyebaran wacana yang berkembang di publik yang nantinya memengaruhi besar kecilnya dukungan yang didapatkan. Adapun melalui media sosial twitter, dukungan terhadap masing-masing kandidat ditunjukkan dengan penggunaan hashtag (#) secara masif. Berdasarkan data Kompas.com pada tanggal 24 Juni 2014 menunjukkan bahwa hashtag yang digunakan publik untuk menunjukkan dukungan politik kepada Jokowi-JK diantaranya: #TegasPilih2, #JokowiJK\_adalahKita, #Salam2Jari, IndonesiaHebat\_ekonomikuat, #TegasPilih2, #Nomor2Tegas, #Salam2. Demikian juga dengan pasangan calon Prabowo-Hatta, hastag juga digunakan oleh para pendukung untuk menunjukkan dukungan di media sosial.<sup>15</sup> Sedangkan di media sosial facebook yang menjadi indikator dukungan adalah jumlah *like* di laman facebook tim pemenangan masing-masing pasangan kandidat.

Dari fakta digital tersebut, tampak aktifitas buzzer lebih mendominasi dukungan di media massa, tapi disisi lain banyak pula kampanye hitam yang dilakukan mereka terhadap pihak lawan. Menurut data yang diungkap oleh policawave, situs yang mencatat percakapan di media sosial, bahwa pada pilpres 2014 saja, Jokowi-JK lebih banyak menjadi target kampanye hitam dengan jumlah presentase 94,9% dan 5,1% kampanye negatif.

---

<sup>15</sup> WwW.Kompas.Com. Edisi 24 Juni 2014.



Sedangkan presentase kampanye hitam pasangan Prabowo-Hatta 13,5% dan 86,5% untuk kampanye negatif. Semua itu tidak terlepas dari peran para buzzer politik. Salah satu buzzer politik yang mengamini data tersebut adalah Jonru Ginting, yang melakukan agitasi politik, menyebarkan kebencian dan hoax yang menyerang kandidat Jokowi-JK selama Pilpres 2014.<sup>16</sup>

Selain pada Pilpres, penggunaan buzzer untuk kepentingan politik juga ditemui pada Pilkada DKI Jakarta 2017. Dimana pada saat itu terdapat tiga kandidat calon, yaitu Ahok-Djarot, Anies-Sandi, dan Agus Sylvi. Masing-masing tim pemenangan ketiga kandidat tersebut membuat tim pemenangan di media sosial untuk memperkenalkan mereka kepada masyarakat luas. Dari tim Ahok-Djarot, ada Hariadi (anggota JASMEV tahun 2012 (Jokowi Ahok Social Media Volunteer))<sup>17</sup> dan Eva Sundari, politikus PDIP, keduanya menjadi koordinator tim bidang data dan informasi pemenangan Ahok-Djarot. Berdasarkan data KPU Jakarta, akun media sosial yang dimiliki oleh tim Ahok-Djarot diantaranya AhokDjarot di facebook, @AhokDjarot di twitter, ahokdjarot di Instagram dan situs web [www.ahokdjarot.id](http://www.ahokdjarot.id) dengan memanfaatkan tim pemenangan yang sudah terbentuk pada pilkada 2012. Kemudian, Hariadi, sebagai koordinator, melakukan pelatihan terhadap empat orang sebagai relawan

---

<sup>16</sup> Andri Wiranuari, Politicawave: Kampanye Hitam Untuk Jokowi 94,9%, Prabowo 13,5%, [www.liputan6.com](http://www.liputan6.com) Edisi 4 Juli 2014.

<sup>17</sup> JASMEV memiliki tugas untuk menghimpun dan mengkoordinir para relawan di media sosial agar lebih efektif dan efisien dalam mendukung pasangan Jokowi-Ahok pada saat Pilkada DKI Jakarta 2012 dan kembali digunakan pada Pilkada berikutnya.



pemenangan secara intensif adapun bentuk pelatihannya berupa trik dan tips membuat video dan narasi yang menarik untuk disimak masyarakat luas selama masa kampanye.

Sebagaimana Ahok-Djarot, tim pemenangan Agus-Sylvi juga mempunyai grup tim pemenangan di media sosial dengan nama “Tim Cyber AHY” yang dipimpin oleh Roy Suryo selaku Ketua Bidang Teknologi dan Informasi. Grup ini digunakan sebagai wadah koordinasi dan interaksi selama kampanye, yang kemudian terbagi lagi menjadi tiga tim yang lebih besar. Adapun tim pertama, yang setiap hari melekat pada Agus Harimurti, yang beranggotakan empat ahli informasi teknologi dan grafis yang dipimpin oleh Raditya. Tim kedua yang melekat pada Sylvi, yang terdiri atas tiga orang dan dipimpin oleh Sandi Aditya. Tim ketiga, yang berada langsung di bawah Roy Suryo, yang berjumlah empat orang. Akun-akun yang digunakan untuk menjalankan misinya adalah diantaranya akun twitter @AgusSylviDKI, akun Instagram @AgusSylviDKI, akun facebook AgusSylviForDKI1 dan situs web <http://AgusSylviDKI.com>. Selain itu terdapat akun-akun lain milik 167 relawan dan ratusan simpatisan yang menyokong keempat akun resmi tersebut.

Sementara itu tim pemenangan Anies-Sandi juga melakukan hal serupa. Aditya Utama, selaku coordinator media membentuk tim 13. Tugas dari tim ini adalah menyebarkan 23 program kerja yang diusung oleh pasangan kandidat Anies-Sandi di akun-akun media sosial AniesSandi di facebook,





@JktMajuBersama, @AniesBaswedan, @Suaraanies, @Relawan anies dan @Sandiuno di twitter, @jakartamajubersama di Instagram, Jakarta Maju Bersama di youtube, serta situs web resmi jakartamajubersama.com yang dimiliki.<sup>18</sup>

Fakta diatas mengisyaratkan tiga hal penting terkait dengan pergeseran keterlibatan politik, termasuk kampanye, dari mobilisasi keramaian (offline) menuju dunia virtual (online) seiring makin signifikan penggunaan media sosial di Indonesia. Pertama, perubahan platform mobilisasi politik. semula pengerahan massa memiliki konotasi dengan keramaian, mulai dari raungan knalpot sepeda motor, mobil hias, parade paramiliter, dan orasi para pembicara. Namun, mobilisasi dengan keramaian tersebut meredup digantikan dengan platform digital, di mana media sosial memiliki arena baru dalam pertarungan politik dalam berkampanye dan mempengaruhi publik pemilih. Kedua, munculnya distribusi kekuasaan media yang tidak tunggal. Hadirnya platform digital media sosial tidak mengubah peta oligarki kepemilikan media, baik cetak, radio, ataupun televisi, namun justru menciptakan distribusi informasi yang beragam dan bisa disampaikan secara langsung dan memungkinkan untuk bisa massif dan tersebar kepada sebagian besar netizen. Ketiga, tsunami informasi dalam telepon genggam, yang memungkinkan mereka untuk membuat dan menyebarkan informasi secara bebas ini membuat netizen menerima beragam informasi silih berganti dengan cepat,

---

<sup>18</sup> Majalah Tempo 2016 dan [www.kompas.com](http://www.kompas.com)



membuatnya menjadi kesulitan untuk membedakan mana yang benar dan bohong karena memang tidak adanya transparansi.

Dapat dikatakan bahwa jika dilihat dari segi eksistensinya dewasa ini, buzzer politik sebenarnya termasuk dalam salah satu kategori komponen infrastruktur politik, yaitu media komunikasi politik. Perannya sebagai komunikator atau penyampai informasi baik berupa suatu program atau kebijakan maupun visi misi aktor politik atau pemerintah kepada masyarakat luas; penyalur aspirasi dari masyarakat kepada pemerintah; penghubung rakyat dan pemerintah; sosialisasi politik melalui aktivitas-aktivitas buzzer yang sedemikian rupa dapat memberi edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat secara luas terkait dengan kebijakan ataupun isu politik tertentu seperti pada saat pemilu, maka disinilah buzzer juga akhirnya berperan sebagai kontrol sosial yang turut serta berperan dalam menjaga keseimbangan *check and balances* antara rakyat dan pemerintah.

### **I. Politisasi buzzer dalam perspektif masalah**

Penggunaan buzzer politik, terlebih pada pemilihan umum, telah menjadi trend seiring dengan semakin berkembangnya media digital di Indonesia. Mengenai hal ini, maka perlu dikaji seberapa jauh buzzer politik membawa masalah bagi kehidupan bermasyarakat baik pada saat masa pemilu maupun pasca pemilu. Untuk dapat menganalisisnya,



mari kita uraikan terlebih dahulu dampak-dampak yang diakibatkan oleh keberadaan dan penggunaan buzzer politik.

Penggunaan internet menjadi satu ruang deliberasi dimana representasi fisik individu tidak lagi menjadi syarat utama dalam menunjukkan partisipasi politik. peluang besar ini dimanfaatkan para buzzer politik untuk melakukan peran dan tugasnya, serta terbukti dalam beberapa kasus dampak positif dari aktivitasnya di media sosial telah memberi angin segar pada peningkatan partisipasi politik publik pada saat pemilu. Sebagaimana ditunjukkan dalam diagram berikut:



Dari diagram tersebut diatas, dapat dikatakan bahwa disini aktivitas buzzer politik, yang berupa komunikasi timbal balik antara buzzer sebagai produser berita sekaligus 'seller' yang melakukan *marketing* politik dengan warga masyarakat (warganet), membawa masalah atau kebaikan bagi



kepentingan bersama, melalui adanya informasi mengenai visi, misi, proker, hingga *track record* masing-masing kandidat yang sedang berkompetisi dalam pemilu sehingga dapat diakses dan diketahui dengan mudah oleh warganet. Sehingga hal tersebut membantu masyarakat dapat lebih mengenal calon pemimpinnya dengan baik, dan pada akhirnya mampu membangun kesadaran politik, yang memang dimiliki tiap-tiap individu sebagai warga negara. Dengan tumbuhnya kesadaran tersebut secara tidak langsung turut pula mencerminkan demokrasi negara telah dilaksanakan dengan baik. Karena perlu diingat, bahwa melaksanakan hak dan kewajiban sebagai warga negara, salah satunya dengan turut berpartisipasi dalam pemilu, merupakan upaya menjaga demokrasi berjalan dengan baik dan merupakan tanggungjawab tiap warga negara untuk kepentingan bersama. Sebagaimana Islam mensyariatkan terwujudnya kesejahteraan dan kemaslahatan bersama yang dikenal dengan konsep *maslahah 'ammah* (kebaikan bersama). Maksudnya, sebab sumber dari tujuan yang dibangunnya suatu hukum/peraturan atau apapun di tengah-tengah kehidupan manusia adalah supaya tercipta *maslahah* yang saling menguntungkan dan mensejahterakan ummat. Oleh karena itu, prinsip ini harus menjadi acuan bagi pembangunan nasional dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. kemudian warga masyarakat wajib memberikan dukungan yang positif dan sekaligus kontrol yang kritis secara berkelanjutan. Karena dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara peranan



warga masyarakat sangat menentukan proses perwujudan apa yang dimaksud dengan kemaslahatan umum.

Namun perlu diketahui bahwa kehadiran buzzer di media sosial juga erat kaitannya dengan fenomena anonimitas di berbagai platform media sosial. Menurut Asenbaum anonimitas tersebut sebagai bentuk privasi pengguna sekaligus ekspresi demokratis. Akan tetapi hal tersebut juga menimbulkan satu keresahan akan munculnya argumen-argumen yang tidak dibangun berdasarkan prinsip transparansi dan akuntabilitas. Informasi atau berita yang disebarluaskan oleh akun-akun buzzer seringkali berasal dari sumber yang tidak kredibel, atau bahkan seringkali sulit untuk ditelusuri keberadaannya. Diskusi politik yang terjadi juga acapkali jauh dari nilai-nilai kepublikan, terutama dimensi kesetaraan dan komunikasi yang berorientasi pada konsensus. Strategi politik semacam ini akhirnya membuat masyarakat yang sebelumnya cukup toleran, menjadi terpicu hoaks yang disampaikan secara kontinu.<sup>19</sup>

Pelanggaran pada prinsip kesetaraan mengemuka dalam isu-isu irrasional. Dukungan kelompok agama mayoritas sebagai komunikator dominan, isu identitas yang dimarjinalkan etnis tertentu serta tampilan fisik calon presiden atau wakil daerah yang berakhir dengan produksi dan penyebarluasan konten ujaran kebencian ataupun narasi berita negative yang menjatuhkan lainnya sebagaimana yang terjadi di Indonesia. Disini tampak terjadi kesenjangan, bahwa keberadaan buzzer

---

<sup>19</sup> Nuraki Aziz, Sara Dan Hoaks: Mengapa Bisa Begitu Laku Sebagai Komoditi Politik?, [www.bbc.com](http://www.bbc.com) Edisi 23 Februari 2018.



politik di media sosial yang seharusnya memberikan ruang deliberatif justru digunakan sebagai ruang penyemaian benih konflik yang menggunakan isu-isu ras, agama, dan etnisitas sebagaimana kita jumpai pada Pilpres dan Pilkada DKI Jakarta 2017. Ruang publik digital tercemar dengan praktik-praktik disinformasi yang dilakukan oleh buzzer-buzzer politik. Hal ini dibuktikan dengan menurunnya angka indeks demokrasi di Indonesia, sebagaimana dirilis oleh *The Economist Intelligent Unit* (EIU) pada tahun 2020. Indonesia memperoleh skor 6,3. Itu berarti, demokrasi Indonesia mengalami penurunan skor dari tahun 2019 yaitu 6,48.<sup>20</sup> Penurunan ini menjadi yang terendah selama dalam kurun waktu 14 tahun terakhir.<sup>21</sup> Berikut tabel yang menunjukkan indeks demokrasi Indonesia yang dihimpun oleh *The Economist Intelligent Unit* (EIU) pada tahun 2020:

---

<sup>20</sup> The Economist Intelligence Unit, Democracy Index 2020: In Sickness And In Health?, h. 10.

<sup>21</sup> Rizki Akbar Putra, Indeks demokrasi 2020: Indonesia catata skor terendah dalam 14 tahun terakhir, [www.dw.com](http://www.dw.com), 04 Februari 2021



**DEMOCRACY INDEX 2020**  
IN SICKNESS AND IN HEALTH?

**Table 2.**  
**Democracy Index 2020**

	Overall score	Rank	I Electoral process and pluralism	II functioning of government	III Political participation	IV Political culture	V Civil liberties
Timor-Leste	7.06	44	0.58	5.93	5.56	5.68	7.35
South Africa	7.05	45	7.42	7.14	6.33	5.00	7.35
Colombia	7.04	46	9.17	6.43	6.67	5.00	7.94
Slovakia	6.97	47	9.58	6.43	5.56	5.63	7.65
Argentina	6.95	48	9.17	5.36	6.67	5.63	7.94
Brazil	6.92	49	0.58	5.36	6.11	5.63	7.94
Poland	6.85	50	9.17	5.71	6.67	5.63	7.06
Suriname	6.82	51	9.58	6.07	6.11	5.00	7.35
Bulgaria	6.71	52	9.17	5.71	7.22	4.58	7.06
India	6.61	53	8.69	7.14	6.67	5.00	5.59
Turkey	6.58	54	9.17	5.36	7.22	5.63	6.59
Philippines	6.56	55=	9.17	5.00	7.78	4.58	6.47
Hungary	6.56	55=	8.33	6.43	5.00	6.25	6.76
Peru	6.53	57	8.75	5.36	5.56	5.63	7.35
Namibia	6.52	58	7.00	5.36	6.67	5.63	7.94
Croatia	6.51	59=	9.17	6.07	6.11	4.58	6.76
Ghana	6.50	59=	8.33	5.36	6.67	6.25	5.88
Mongolia	6.48	61	8.75	5.71	5.56	5.63	6.76
Romania	6.40	62	9.17	5.36	6.67	3.75	7.06
Dominican Republic	6.32	63	9.17	4.29	6.11	5.00	7.06
Laos	6.30	64=	9.17	4.14	6.11	5.63	6.47
Indonesia	6.30	64=	7.89	7.50	6.11	4.58	5.59
Serbia	6.22	66	8.25	5.36	6.67	3.75	7.06
Paraguay	6.18	67	8.75	5.71	6.67	4.58	7.06
Sri Lanka	6.14	68	7.00	5.71	5.56	6.25	6.76
Ecuador	6.13	69	8.75	5.00	6.67	3.75	6.47
Papua New Guinea	6.10	70	6.89	6.07	3.33	6.25	7.94
Albania	6.08	71	7.00	5.36	4.44	6.25	7.35
Mexico	6.07	72	7.83	5.71	7.78	3.13	5.88
Thailand	6.04	73	7.00	5.00	6.67	6.25	5.29
Singapore	6.03	74	6.83	7.89	4.44	6.25	6.76
Guyana	6.01	75	6.50	5.36	6.11	5.00	7.06
Hybrid regime							
Bangladesh	5.99	76	7.42	6.07	6.11	5.63	4.71
El Salvador	5.90	77	9.17	4.29	6.11	3.75	6.18
North Macedonia	5.89	78	7.42	5.71	6.11	3.13	7.06
Ukraine	5.61	79	8.25	2.71	7.22	5.00	5.88

10

© The Economist Intelligence Unit Limited 2021

Dengan rincian sebagai berikut:

Skor	:	6.30
Pluralisme dan proses pemilu	:	7.92
Berfungsinya pemerintahan	:	7.50
Partisipasi politik	:	6.11
Budaya politik	:	4.38
Kebebasan sipil	:	5.59

\*sumber: The Economist Intelligence Unit (EIU) 2021

Berdasarkan indeks diatas, Indonesia dikategorikan sebagai negara demokrasi tidak sempurna, yakni negara-negara yang dimana pemilu masih berlangsung secara adil dan bebas serta kebebasan dasar sipil dihormati, namun dimungkinkan juga memiliki sejumlah masalah, seperti pelanggaran terhadap kebebasan pers dan sedikit membatasi



gerak para oposisi, maupun pemerhati politik. Negara-negara dalam kategori ini juga memiliki cacat yang signifikan dalam aspek demokrasi lainnya, termasuk memiliki budaya politik kaula, tingkat partisipasi yang rendah dalam politik, dan memiliki cukup banyak masalah dalam fungsi pemerintahan.

Sedangkan tabel berikut merupakan tabel indeks demokrasi Indonesia selama 14 tahun terakhir:

**Tabel 1.**  
**Indeks Demokrasi**

Tahun	Indeks Demokrasi Indonesia
2006	6,41
2008	6,34
2010	6,53
2011	6,53
2012	6,76
2013	6,82
2014	6,95
2015	7,03
2016	6,97
2017	6,39
2018	6,39
2019	6,48
2020	6,30

Sumber: EIU, 2021:24.

Berdasarkan uraian tersebut diatas dapat diketahui bahwa ternyata disamping membawa dampak positif bagi peningkatan partisipasi politik masyarakat dalam pemilu, ternyata keberadaan dan aktivitas buzzer politik di media sosial juga membawa pengaruh yang kurang baik sebagaimana telah dipaparkan sebagian pada paragraf sebelum ini. Selain itu juga dapat diketahui bahwa meningkatnya jumlah partisipasi politik





tidak serta merta menaikkan indeks demokrasi Indonesia. Terdapat beberapa indikator lainnya yang harus pula diperhatikan seperti pluralism dan proses pemilu, berfungsinya pemerintahan, partisipasi politik, budaya politik dan kebebasan sipil. Perlu menjadi catatan, meningkatnya partisipasi politik di Indonesia dibarengi dengan banyaknya kegaduhan yang akhir-akhir ini terjadi, baik di media sosial maupun di masyarakat.

Jika ditarik mundur, kegaduhan banyak terjadi disebabkan oleh narasi para buzzer politik dan simpatisan fanatik dalam kegiatan mempromosikan calon yang mereka dukung yang disertai dengan ujaran kebencian dan berita bohong bermuatan SARA di media sosial. Sejarah mencatat bahwa pada Pilkada DKI Jakarta meninggalkan catatan kurang baik untuk demokrasi Indonesia. Beberapa pihak menilai keadaan memanas ketika kasus yang menjerat Gubernur nonaktif DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama alias Ahok menonjolkan perbedaan mayoritas dan minoritas. Menurut Usman Hamid, Direktur Amnesty International, Pilkada DKI Jakarta sebagai sebuah kemunduran dalam perlindungan hak asasi manusia, khususnya dalam berdemokrasi.<sup>22</sup> Hal serupa terjadi pada Pilgub Sumatera Utara 2018, ketika partai PDIP mengusung Djarot Syaiful Hidayat-Sihar Sitorus. Isu-isu seputar agama kembali didengungkan oleh para buzzer politik.

Menurut Judhita, memanasnya proses Pilkada DKI Jakarta ini tidak terlepas dari peran buzzer politik dalam

---

<sup>22</sup> Ambaranie Kemala Movanita Nadia, Pilkada Dki Jakarta Dinilai Contoh Kemunduran Demokrasi, Kompas.Com 2017.



menjalankan fungsi gandanya. Pertama sebagai *marketing* dan dan *produser* sekaligus penyebar *black campaign*. Seperti halnya yang dilakukan oleh *Muslim Cyber Army* (MCA) dan Saracen. Keduanya terbukti melakukan penyebaran informasi yang berupa berita palsu atau hoax dengan tujuan menumbuhkan kebencian virtual baik offline maupun online.<sup>23</sup> Keduanya memiliki grup tertutup dan sedikit anggota yang bertugas melakukan penggalangan opini dengan membagikan hoaks secara massif dan serentak. Termasuk mengatur pergerakan isu apa yang akan diviralkan di media sosial secara periodik.<sup>24</sup> Kinerja kedua buzzer ini dinilai cukup berhasil karena hanya dengan memposting satu informasi tentang salah satu kandidat melalui media sosial, kemudian pesan ini akan ramai direspon oleh warga-net baik yang pro ataupun yang kontra. Perdebatan semakin diperkeruh dengan adanya warga-net yang merupakan pendukung militan ataupun buzzer politik yang menjelma menjadi salah satu dari warga-net, bertikai dengan saling melempar ujaran-ujaran kebencian dengan tidak bisa dikendalikan. Ujaran-ujaran kebencian tersebut tidak hanya ditujukan kepada masing-masing kandidat. Melainkan juga kepada orang-orang terdekat yang terlibat dalam Pilkada baik secara langsung maupun tidak langsung. Dimana kalimat-kalimat yang dilontarkan lebih mengarah kepada isu SARA dan menggunakan penyebutan yang tidak pantas, seperti Cina, kafir,

---

<sup>23</sup> Bbc News Indonesia, Polisi: Berita Hoaks Muslim Cyber Army “Bermotif Politik”, [www.Bbc.Com](http://www.Bbc.Com) Edisi 28 Februari 2018.

<sup>24</sup> M. Nur Huda, Ahlul Fitnah Berjemaah, [www.jateng.tribunnews.com](http://www.jateng.tribunnews.com), edisi: 12 Maret 2018.



monyet, anjing, dan lain sebagainya.<sup>25</sup> Meskipun pada akhirnya, baik *Muslim Cyber Army* (MCA) dan Saracen, keduanya diamankan oleh pihak kepolisian. Namun jejak digital yang mereka sebar berhasil menimbulkan polarisasi politik di masyarakat.<sup>26</sup>

Fenomena diatas benar-benar terjadi pada Pemilihan Presiden tahun 2014. Proyeksi politik digital tersebut berlanjut dan semakin terasa pasca kemenangan salah satu kandidat pada Pilpres 2014. Semenjak saat itulah masyarakat mulai gencar menggunakan sosial media sebagai media komunikasi politik serta ruang diskusi yang bebas. Walaupun dalam realitasnya, iklim kebebasan di media sosial tidak selamanya dimanfaatkan dengan baik oleh warga-net. Jejak digital mencatat bahwa terdapat akun-akun buzzer, baik yang menggunakan nama pribadi ataupun anonym, saling serang secara verbal dengan pihak yang berlawanan. Salah satu akun twitter yang dikenal sebagai buzzer politik adalah @Triomacan2000, @dennysiregar7, MCA dan Saracen. Pada setiap unggahan dan tweet yang dilakukan hampir selalu memuat hal-hal yang bernada negatif tentang pribadi kandidat pemenang dan partai-partai politik yang mendukungnya.

Polarisasi politik berlanjut bahkan sampai pada Pilpres 2019. Pengamat politik, Ujang Komarudin menganalisis bahwa polarisasi di Pilpres 2019 sudah terbelah sejak perhelatan

---

<sup>25</sup> Christiany Judhita, Hatespeech Di Media Online; Kasus Pilkada Dkijakarta 2017. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, Vol. 21 No. 2, 2017.

<sup>26</sup> [www.straitstimes.com](http://www.straitstimes.com), Indonesian Police Uncover Fake News Factory.



pilpres 2014. Alasannya karena pilpres kali ini merupakan *rematch* antara pendukung Prabowo-Jokowi. Politik identitas telah terbukti melahirkan polarisasi yang tajam.<sup>27</sup> Hasil riset *Exit poll* indikator politik terhadap 2.975 responden yang mencoblos pada 17 April 2019 memberi gambaran bagaimana terbelahnya masyarakat Indonesia, dengan menemukan bahwa kelompok muslim tradisional dan non muslim cenderung memilih Jokowi-Ma'ruf Amin, sedangkan muslim modernis cenderung memilih Prabowo-Sandiaga Uno. Pemilih non muslim yang memilih Jokowi mencapai 97 persen, naik 15 persen jika dibandingkan dengan pemilihan presiden sebelumnya. demikian juga dengan pemilih yang dekat dengan NU memilih Jokowi-Ma'ruf Amin. Pada pilpres 2019, sebanyak 56 persen warga Nahdliyin mengaku memilih Jokowi, ini berarti naik 12 persen dari tahun 2014. Sebaliknya, Prabowo-Sandiaga menang telak di kalangan warga Muhammadiyah, Persis dan ormas-ormas modernis lainnya.<sup>28</sup>

Untuk dapat memahami polarisasi politik yang terjadi secara sederhana, penulis mengutip percakapan Abdul Gaffar Karim, seorang ilmuwan politik, dengan salah seorang temannya sebagai berikut:

“Bagaimana cara membedakan apakah seorang tokoh Muslim itu mendukung Prabowo atau mendukung Jokowi?” Tanya seorang teman kepada Gaffar pada bulan Juni 2018.

---

<sup>27</sup> Aryojati Ardipandanto, *The Impact of Identity Politics On President Election 2019: Populism Perspective*, *Politica*, Vol.11, No, 1, Mei 2020, h. 45.

<sup>28</sup> Christoforus Ristiano, *Politik Identitas Dianggap Sebagai Winning Template Di Pilpres 2019*, [www.kompas.com](http://www.kompas.com) Edisi 29 Mei 2019.



“Kita bisa lihat ekspresi politiknya, juga kita bisa perhatikan latar belakang dan afiliasinya. Tokoh-tokoh NU kebanyakan pro Jokowi. Tokoh-tokoh Muhammadiyah mungkin banyak yang pro Prabowo.” Jawab Gaffar.

“Lalu?”

“Ya begitu seterusnya, dalam kelompok sosial yang sama. Partainya orang-orang NU pro-Jokowi. Partainya orang-orang Muhammadiyah pro-Prabowo.”

“Ah, itu terlalu ruwet untuk orang awam. Orang-orang itu butuh penanda yang gampang, mana tokoh pro ini dan itu. Kamu ini katanya ilmuwan politik, masak ngasih petunjuk yang mudah untuk orang awam saja tidak bisa.” Timpal seorang teman tersebut.

“Sudahlah. Aku nyerah.”

“Beuh, gitu saja nyerah. Ini saya kasih tahu ya, penandanya itu gampang. Tokoh-tokoh Islam yang mendukung Jokowi itu suka shalawatan; tokoh-tokoh Islam yang mendukung Prabowo itu suka takbiran. Kalau kamu dengar ada muballigh yang dalam ceramahnya sesekali teriak ‘Allahumma shalli ‘alaa Muhammad!!!’ itu biasanya dia pro-Jokowi. Kalau yang ceramah itu sebentar-sebentar teriak ‘takbir!!!’ itu yakin pendukungnya Prabowo.”

“Sudah, gitu saja?”

“Lha iya, memang itu saja. Buktikan kalau tidak percaya.”<sup>29</sup>

Dari percakapan singkat tersebut dapat dimengerti bahwa penggunaan politik identitas oleh para buzzer politik ketika

---

<sup>29</sup> Abdul Gaffar Karim, Mengelola Polarisasi Politik dalam Sirkulasi Kekuasaan di Indonesia: Catatan bagi Agenda Riset, *POLITIKA: Jurnal Ilmu Politik*, Vol.10, No. 2, Oktober 2019.



kampanye cukup memberi penanda bahwa penggiringan opini telah berhasil, serta polarisasi politik yang disebabkan oleh peristiwa elektoral benar-benar terjadi di masyarakat. Bahkan untuk melihatnya tidak diperlukan pemahaman konseptual maupun metodologis yang ruwet, hanya cukup memiliki kepekaan dan netralitas.

Senada dengan itu, dalam survei yang dirilis oleh Direktur Eksekutif Indikator Politik Indonesia, Burhan Muhtadi, menyatakan bahwa polarisasi politik ditengah masyarakat semakin menajam dikarenakan oleh berita-berita bohong atau hoax yang disebarkan di media sosial oleh akun-akun buzzer.<sup>30</sup> Begitu pula dengan hasil survei CIGI dan Ipsos menunjukkan bahwa sebanyak 58% responden di Indonesia setuju bahwa media sosial dapat meningkatkan polarisasi politik. hanya 6% yang merasa polarisasi politik berkurang, sedangkan 37% responden lainnya tidak merasakan dampak apapun.<sup>31</sup>

Adapun contoh kasus bentuk-bentuk dari polarisasi yang terjadi di masyarakat antara lain yaitu serangan psikis, melalui *verbal bullying* di media sosial maupun saling mencemooh dan tidak saling sapa antar tetangga; dan juga serangan juga fisik. Misalnya, satu kasus yang pernah terjadi karena ketengangan antara dua kelompok pendukung calon presiden ini terjadi di Sampang, Jawa Timur. Seorang warga yang bernama Idris alias

---

<sup>30</sup> Rini Kustiasih, Pasca Pemilu 2019 Jejak Polarisasi Politik Masih Terasa, [www.kompas.id](http://www.kompas.id). edisi 26 Oktober 2020.

<sup>31</sup> Dwi Hadya Jayani, Media Sosial Meningkatkan Plarisasi Politik di Indonesia, [www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id) edisi 14 Juni 2019.



Andika (31) menembak mati Subaidi (35) karena bersitegang dengan saling mengolok di facebook yang disebabkan karena perbedaan pilihan calon presiden. Tidak hanya di Sampang, perbuatan tidak menyenangkan juga dialami oleh Nursyamsiyah, warga Jakarta Selatan, yang dikucilkan dan dianggap “kafir” oleh teman dan keluarganya sendiri hanya karena perbedaan pilihan calon presiden. Bahkan terjadi kasus penurunan penumpang taksi online di tengah jalan oleh pengemudi dikarenakan sebab yang sama dan hanya karena dia seorang muslim namun tidak berjilbab.<sup>32</sup> Kasus yang sama juga terjadi di Purworejo, Jawa Tengah, dimana seorang pemuda dikeroyok oleh warga hanya karena ia mengenakan baju yang bertuliskan salah satu kandidat presiden pada tanggal 2 April 2019. Sedangkan kasus lain yang serupa pun terjadi di Malaka, NTT. Tawuran antar pendukung paslon pilkada yang menggunakan berbagai senjata tajam tidak dapat dihindarkan.<sup>33</sup>

Melihat realitas yang terjadi sedemikian rupa di sekitar kita, ditambah dengan minimnya kontrol dari pemerintah sebagai pihak yang berwenang menyangkut perilaku buzzer politik di media sosial, semakin menciptakan banyak hal tidak masuk akal. Dilihat lebih jauh dari kacamata nilai-nilai yang ada dalam Islam, tindakan/aktivitas buzzer politik yang membuat sekaligus menyebarkan narasi-narasi yang tidak memiliki

---

<sup>32</sup> [www.Bbc.Com](http://www.Bbc.Com). Politik Identitas: Pilpres 2019 Ungkap Potensi Keretakan Sosial Di Masyarakat, Edisi 26 April 2019.

<sup>33</sup> [www.kompas.com](http://www.kompas.com), Tawuran Antar Pendukung Paslon Pilkada, Mengapa Bisa Terjadi? Edisi 28 November 2020.



validitas sumber data dan fakta, cenderung dapat dikategorikan sebagai perbuatan fitnah<sup>34</sup>, ghibah (penyampaian informasi faktual seseorang atau kelompok yang tidak disukai) dan namimah (adu domba). Dalam Islam sendiri, perbuatan fitnah sangat dilarang, karena dampak buruk yang ditimbulkannya sangat besar dan berbahaya. Sebagaimana termaktub dalam Q.S. al-Baqarah: 191 dan 217 berikut:

وَالْفِتْنَةُ أَشَدُّ مِنَ الْقَتْلِ

*“dan fitnah itu lebih kejam dari pembunuhan”.*

وَالْفِتْنَةُ أَكْبَرُ مِنَ الْقَتْلِ

*“dan berbuat fitnah lebih besar (dosanya) daripada membunuh”.* Dalam kaidah fihiyyah juga dikatakan bahwa sesuatu yang menyebabkan terjadinya keburukan harus dihindarkan. Karena Islam sangat menghendaki adanya kebaikan bagi eksistensi manusia secara keseluruhan, terutama menyangkut hal-hal esensial keselamatan jiwa, akal, keluarga dan keturunan, harta benda, dan agama. Kaitannya dengan adanya hoaks, ujaran kebencian, fitnah, ataupun yang lainnya yang dilakukan oleh buzzer politik, jika dibiarkan maka dapat merusak akal dengan mengacaukan kewarasan berpikir sehingga berimbas pada pembahayaan terhadap eksistensi jiwa, dan hal esensial lainnya yang harus dilindungi. Sebagaimana kaidah fihiyyah berikut ini:

---

<sup>34</sup> Karena hoaks yang diproduksi oleh para buzzer politik ini menyebabkan fitnah secara massal. Fitnah menurut M. Quraishy Shihab, ayat-ayat tentang fitnah secara garis besar mengandung makna azab, mendatangkan cobaan, mendatangkan bencana, penipuan, kesesatan, penyimpangan dari kebenaran, menimbulkan kekacauan, mengusir sahabat dari kampung. Lihat: M. Quraishy Shihab, *Tafsir al-Amanah*, (Bandung: Pustaka Kartini, 1992), h. 167.





*"kemudharatan dihilangkan sebisa mungkin".*

Adapun kaidah turunan yang menguatkan kaidah diatas yaitu:

درء المفسد مقدم على جلب المصالح

*"menghilangkan mafsadat/kerusakan lebih didahulukan (diutamakan) daripada menarik masalah".*

Jadi hadirnya buzzer dalam politik, melalui peran sebagai produser sekaligus *marketing*, meskipun mendatangkan manfaat dan kebaikan, hanya saja memang pemanfaatannya di bidang politik seringkali diiringi dengan penyebaran berita hoaks dan sejenisnya, dan berdasarkan realitas sebagaimana yang telah diuraikan diatas ternyata akibat yang ditimbulkan dari aktifitas *producing* dan *marketing* yang dilakukan buzzer politik jauh lebih besar dan berbahaya daripada manfaat yang diciptakan. Oleh karena itu, sudah selayaknya lebih baik didahulukan menghindari sebuah *mafsadat* daripada mengambil manfaatnya. Dengan kata lain, penggunaan jasa buzzer politik diperbolehkan karena memang di era serba digital sekarang keberadaannya dibutuhkan dalam proses politik. Akan tetapi dengan catatan selama bertindak sebagai *producer* dan *marketing* sebuah konten politik, tidak ada lagi hoaks yang diciptakan, narasi-narasi yang disebarakan harus berdasarkan fakta dan data yang valid, bersih dari muatan kebencian kepada pihak lain dan menghindari penggunaan isu-isu sensitive seperti SARA, sehingga berpotensi menimbulkan kekacauan individu



dan masyarakat secara keseluruhan. Untuk mewujudkannya, perlu adanya regulasi yang secara jelas mengatur eksistensi dan pemanfaatan buzzer politik serta prosedur aktivitasnya di media sosial supaya ada kepastian hukum. Tujuannya tidak lain dan tidak bukan untuk meminimalisir terjadinya konflik yang mungkin terjadi akibat aktivitas buzzer politik di media sosial.

Dalam mewujudkan *masalah ammah* (kebaikan bersama) harus diupayakan agar tidak menimbulkan kerugian orang lain atau sekurang-kurangnya memperkecil kerugian dan kekacauan yang mungkin timbul karena upaya menghindari kerusakan baik diri sendiri maupun orang lain/masyarakat, harus diutamakan daripada upaya mendatangkan mashlahah. Meskipun upaya tersebut tidak atau belum sepenuhnya mampu menghilangkan kemadharatan yang mungkin terjadi. Seperti kaidah berikut:

الضرار يدفع على قدر الامكان

*“kemudharatan dihilangkan semaksimal mungkin meskipun tidak seluruhnya hilang”.*

Sebagaimana hadis shohih yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah No. 2340 berikut ini:

لا ضرر ولا ضرار

*“tidak boleh berbuat dharar, begitu pula tidak berbuat dharar”*

(HR. Ibnu Majah)



Adapun ajaran Islam yang relevan dengan kewajiban bersama-sama menjaga kesatuan dan persatuan dalam membangun demokrasi dengan cara yang baik yaitu dengan ta'awun (kerja sama) sebagaimana telah tercantum dalam surat al-Maidah: 2

*"Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan janganlah kamu tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran".*

Dalam konsep masalah inilah kita sering berbicara moral *force* dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Menurut Quraisy Shihab, kata *ta'awun* (kerja sama) disini merupakan prinsip dasar dalam menjalin kerja sama siapapun selama tujuannya adalah kebajikan dan taqwa, hal ini menunjukkan juga prinsip dari bernegara merupakan kerja sama. Bagaimanapun pemerintahan yang adil merupakan syarat mutlak untuk mempromosikan kepentingan publik. Mengenai urgensi pengaturan eksistensi dan aktivitas buzzer politik di media sosial guna memberi dan menjamin adanya kepastian hukum sekaligus memelihara kemaslahatan bersama, sejalan dengan prinsip imam dalam pemerintahan terhadap kemaslahatan yang disepakati bersama berikut ini:<sup>35</sup>

تصرف الإمام على الرعية منوط بالمصلحة

*"tindakan pemerintah terhadap rakyatnya harus terarah untuk mencapai kemaslahatan"*

---

<sup>35</sup> Ahmad Muktakif Billah, Formulasi Konsep Masalah 'Ammah Menurut Perspektif Nahdlatul Ulama Dalam Konteks Kehidupan Berbangsa Dan Bernegara, *Jurnal Wasathiyah*, Vol. 2, No. 1, Desember 2018, H. 89.



وقال الشافعي : منزلة الإمام من الرعية

منزلة الويل من اليتيم الأشباه والنظائر

*“menurut imam Syafi’I, posisi penguasa terhadap rakyat itu seperti kedudukan wali (pelindung) terhadap anak yatim”.*

Memang, partisipasi politik melalui ruang digital yang diciptakan oleh buzzer politik ini semakin terlihat dan ramai dengan perbincangan mengenai seluk beluk pemilihan umum dan kebijakan pemerintah. Akan tetapi ujaran kebencian, kampanye hitam banyak muncul dengan bentuk informasi yang beredar di media sosial seringkali berupa cuplikan-cuplikan/potongan-potongan video yang menyebabkan kegaduhan diantara warga-net. Ditambah dengan riuhnya ruang politik yang masih memelihara prinsip bahwa lawan politik adalah musuh (rivalitas), maka menunjukkan adanya degradasi etika politik yang semakin menjerumuskan logika warga-net yang masih minim literasi dalam bermedia sosial ke dalam polarisasi kepentingan. Terlebih kesalehan politik yang diumbar melalui fatwa, dalil pemuka agama, seakan Tuhan turut serta dalam penyelenggaraan pemilu di Indonesia.

Oleh karena itu dibutuhkan keseriusan berbagai pihak, khususnya pemerintah sebagai pihak yang berwenang untuk berupaya menertibkan aktivitas-aktivitas buzzer politik di media sosial sebagai upaya memelihara kemaslahatan bersama. Mengingat Hakikat dari masalah mursalah adalah mendatangkan sesuatu yang baik menurut akal dengan pertimbangan dapat mewujudkan kebaikan (*jalbul mashalih au*



*manfa'ah*) atau menghindarkan keburukan (*dar'ul mafasid*) bagi manusia. Semua hal yang baik menurut akal idealnya selaras dengan tujuan syariah (*maqashid syari'ah*) dalam menetapkan hukum, walaupun tidak ada petunjuk syara' secara khusus yang menolaknya, juga tidak ada petunjuk syara' yang mengetahuinya.

Upaya-upaya lain harus dilakukan untuk mencegah dampak negative yang ditimbulkan oleh aktivitas buzzer politik pasca pemilihan umum. Pengamat komunikasi politik Universitas Trunojoyo Madura, Surokim Abdussallam, mengemukakan bahwa kemunculan buzzer politik ini media sosial harus diwaspadai, harus ada sinergi dan upaya agar dapat meminimalkan dampak kemunculan buzzer politik. Potensi konflik dan gesekan akibat politik identitas yang membenturkan SARA mudah disulut oleh elit politik dan kerja kelompok ini.

Untuk mengatasi dampak negatif dari aktivitas buzzer politik di media sosial, seperti permasalahan polarisasi politik yaitu dengan mendorong terciptanya partisipasi politik di media sosial yang sehat. Maka keseriusan peran dari semua pihak, mulai dari pemerintah, politisi, dan masyarakat sangat dibutuhkan. Kehadiran pemerintah disini bukan dalam bentuk sebuah pengekangan, dominasi, intervensi, melainkan formulasi hukum yang memberi ketegasan terhadap hal-hal yang memang sudah seharusnya diatur, seperti pengaturan pengelolaan eksistensi dan aktivitas buzzer politik.



Selain regulasi mengenai perlindungan hak warga negara dalam menyampaikan pendapat, pengaktifan kembali media lama yang independen sebagai pembentuk opini masyarakat juga penting. Menciptakan perbincangan di ruang publik yang ideal yaitu dengan berpegang pada prinsip kelengkapan (*comprehensive*), kebenaran (*truth*), kondisi yang sebenarnya (*truthfulness*), dan kesesuaian (*rightness*) sebagaimana diungkapkan oleh Habermas.

Mengupayakan terwujudnya demokratisasi yang sesuai Pancasila dan UUD 1945. Salah satunya melalui deliberasi demokrasi yang baik dengan menjunjung prinsip transparansi dan akuntabilitas, menumbuhkan kesadaran *check and balance* antara warga-net dengan pemerintah guna menekan penyebaran informasi palsu, hoax dan ujaran kebencian, meningkatkan kemampuan literasi dalam bermedia sosial supaya daya kritis warga-net khususnya dalam mengonsumsi informasi serta membedakan anonimitas, untuk menyeimbangkan narasi penguasa ataupun politisi dan juga buzzer politik.

Upaya dari elit politik juga sangat penting dalam mengatasi konflik polarisasi politik. Karena kegaduhan dan polarisasi yang terjadi di akar rumput merupakan refleksi dari sengketa antar elit politik yang akhirnya turut mempengaruhi para pendukungnya. Oleh karenanya calon pemimpin harus memberi teladan dan bersaing secara sehat, selain siap menang, juga harus siap menerima kekalahan dengan *legowo* tanpa



memecah belah persatuan. Supaya polarisasi tidak semakin meruncing sehingga menjadi perusak demokrasi itu sendiri. Menghentikan penggunaan politik identitas *anti-establishment* agama yang memperhatikan semangat golongan dan partai daripada semangat persatuan. Sosiolog Universitas Brawijaya, Darsono, mengatakan pentingnya sikap bijak yang diambil oleh para elit politik yang terlibat dalam pemilu mengingat budaya masyarakat Indonesia yang masih ikut terhadap pemimpin. Sedikit angin segar yang terjadi beberapa waktu yang lalu, yaitu PKS dan Partai Nasdem menyepakati mengakhiri polarisasi dalam politik untuk meningkatkan kualitas demokrasi.<sup>36</sup> Lebih lanjut Saan Mustofa, Ketua DPP Partai Nasdem, berpendapat bahwa pemilihan presiden selanjutnya lebih baik diikuti oleh lebih dari dua pasang kandidat untuk mengurangi potensi polarisasi politik di masa mendatang.<sup>37</sup>

Para elit politik harus melakukan sesuatu untuk menjaga kondusivitas situasi di lapangan dengan lebih fokus kepada narasi politik sehat yang mengangkat isu-isu nasional yang membangun secara progresif dan substantif di setiap kesempatan, mempersatukan dan mendamaikan para pendukungnya, dan mengedepankan rasionalitas bukan emosionalitas ataupun kepentingan kelompok tertentu<sup>38</sup>.

---

<sup>36</sup> Krisiandi, PKS dan Nasdem Sepakat Politik Polarisasi Harus Diakhiri , [www.kompas.com](http://www.kompas.com). Edisi 30 April 2021.

<sup>37</sup> Nicholas Ryan Aditya, Hindari Polarisasi, Ketua DPP Nasdem Usul Pilpres 2024 Diikuti Minimal 3 Paslon, [www.kompas.com](http://www.kompas.com), edisi 9 Juni 2019.

<sup>38</sup> Harun ar-rasyid, populisme, polarisasi politik, dan pemilu 2019, [www.detik.com](http://www.detik.com) edisi 11 Mei 2019



Membangun kesadaran di tingkat elit dan masyarakat, bahwa pemilihan umum bukanlah suatu permusuhan melainkan sebuah proses demokrasi. Dimana pelaksanaan pemilihan umum ini harus menjadi satu kesempatan pendidikan politik ke masyarakat. Selain itu masyarakat Indonesia harus mulai mampu berpikir kritis, terutama dengan isu-isu politik dan agama yang cenderung dimanipulasi oleh elit politik. Preferensi politik masyarakat harus lebih didasarkan pada keberanian berpikir sesuai nalar rasionalnya ditengah cengkeraman elit-elit dan otoritas politik keagamaan ataupun SARA. Adanya keberanian dalam berpikir rasional serta menjadi individu yang kritis membuat terciptanya masyarakat yang terbuka serta toleran dalam menghadapi isu-isu sosial-politik.

*Treatment* selanjutnya adalah kontinuitas Pemerintah dan Lembaga Perwakilan Rakyat (DPR RI dan DPD RI) dan semua tokoh masyarakat, baik tokoh politik atau tokoh agama, agar mereka semua bersama-sama memberikan contoh yang baik, menyadarkan, membangun kembali persatuan berdasarkan kesadaran berbangsa dan bernegara yang berdasarkan Pancasila dan prinsip Bhinneka Tunggal Ika. Terlebih kita, sebagai umat muslim yang menjadi umat mayoritas di negara kita, maka sebaiknya juga mengingat dan menjadikan pegangan dalam bermuamalah baik di media sosial maupun di kehidupan masyarakat sebagaimana hadis Rasulullah berikut ini:





حَدَّثَنَا أَنَسُ بْنُ أَبِي إِدْرِيسَ قَالَ حَدَّثَنَا شُعْبَةُ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ أَبِي السَّفَرِ وَإِسْمَاعِيلَ بْنِ أَبِي خَالِدٍ عَنْ الشَّعْبِيِّ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الْمُسْلِمُ مَنْ سَلِمَ الْمُسْلِمُونَ مِنْ لِسَانِهِ وَيَدِهِ

*"Telah menceritakan kepada kami Adam bin Abu Iyas berkata, Telah menceritakan kepada kami Syu'bah dari Abdullah bin Abu As Safar dan Isma'il bin Abu Khalid dari Asy Sya'bi dari Abdullah bin 'Amru dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam, bersabda: "Seorang muslim adalah orang yang Kaum Muslimin selamat dari lisan dan tangannya..."*

#### D. Penutup

Simpulan yang dapat diambil dari penjelasan mengenai buzzer dan dampaknya bagi sosial politik telah banyak diuraikan pada pembahasan diatas adalah sebagai berikut: Buzzer politik hadir bersamaan dengan politik elektoral karena dimanfaatkan sebagai salah instrumen politik yang dianggap penting di era digital ini.

Mengingat kemampuannya untuk memobilisasi massa dengan segala kemampuan propaganda yang dimilikinya sehingga mampu menjadi pengendali dan pemberi pengaruh terhadap wacana yang berkembang di masyarakat Indonesia untuk meraih dukungan suara melalui narasi-narasi kampanye yang digaungkan. Sementara itu dalam kacamata Islam, buzzer politik di media sosial turut membawa masalah bagi kehidupan demokrasi di Indonesia yang ditunjukkan dengan adanya peningkatan partisipasi politik di Indonesia.

Namun, sebagian tindakan/aktivitasnya yang memproduksi sekaligus menyebarkan narasi-narasi yang tidak memiliki validitas sumber data dan fakta, cenderung dapat dikategorikan sebagai perbuatan fitnah, ghibah dan namimah. Disinilah buzzer politik juga



dinilai membawa madharat, oleh karenanya harus dihindari. Adapun upaya untuk mencegah kekacauan polarisasi politik akibat aktivitas buzzer di media sosial adalah dengan mengoptimalkan peran dan sinergi semua pihak, mulai dari pemerintah dengan adanya regulasi, politisi, dan masyarakat agar dapat meminimalkan kemunculan buzzer politik dalam menyebarkan ujaran kebencian dan hoax untuk menciptakan partisipasi politik di media sosial yang sehat..

## References

- Aditya, Nicholas Ryan. Hindari Polarisasi, Ketua DPP Nasdem Usul Pilpres 2024 Diikuti Minimal 3 Paslon, [www.kompas.com](http://www.kompas.com), edisi 9 Juni 2019.
- , 2015. Political Marketing dan Media Sosial, Jurnal Studi Komunikasi dan Media. Vol.19. No.2. Juli-Desember.
- , 2017. Hatespeech Di Media Online; Kasus Pilkada Dkijakarta 2017. Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik, Vol. 21 No. 2.
- Akmaliah, Wahyu. 2018. Bukan Sekedar Penggaung (Buzzers): Media Sosial Dan Transformasi Arena Politik Ma'arif. Vol.13. No. 1.
- Amrullah, Amri. Buzzer Politik di Medsos Peruncing Politik Identitas, [www.republika.co.id](http://www.republika.co.id) edisi 03 Maret 2019.
- Anugerah, Boy. Urgensi Pengelolaan Pendengung (Buzzer) Melalui Kebijakan Publik Guna Mendukung Stabilitas Politik Di Indonesia, Jurnal Kajian Lembaga Ketahanan Nasional Republic Indonesia, Vol. 8, No. 3.
- Ardipandanto, Aryojati. 2020. Dampak Politik Identitas Pada Pilpres 2019: Perspektif Populisme. Politic.Vol. 11. No. 1. Mei.
- Ar-rasyid, Harun. populisme, polarisasi politik, dan pemilu 2019, [www.detik.com](http://www.detik.com) edisi 11 Mei 2019
- Aziz, Nuraki. Sara Dan Hoaks: Mengapa Bisa Begitu Laku Sebagai Komoditi Politik?, [Www.Bbc.Com](http://Www.Bbc.Com) Edisi 23 Februari 2018.



- Bbc News Indonesia, Polisi: Berita Hoaks Muslim Cyber Army “Bermotif Politik”, [Www.Bbc.Com](http://www.Bbc.Com) Edisi 28 Februari 2018.
- Billah, Ahmad Muktakif. 2018. Formulasi Konsep Masalahah ‘Ammah Menurut Perspektif Nahdlatul Ulama Dalam Konteks Kehidupan Berbangsa Dan Bernegara. *Jurnal Wasathiyah*. Vol. 2. No. 1. Desember.
- Budiharto, Widodo dan Meiliana Meliana. Prediction and Analysis of Indonesia Presidential Election from Twitter Using Sentiment Analysis. *Journal Big Data*, Vol. 5 No. 51, 2018. doi.org/10.1186/s40537-018-0164-1.
- Camil, Rinaldi. 2017. Dkk, Di Balik Fenomena Buzzer: Memahamu Lanskap Industry Dan Pengaruh Buzzer Di Indonesia, Centre for Innovation Policy and Governance (CIPG).
- Cangara, Hafied. 2011. Komunikasi Politik: Konsep, Teori, Dan Strategi, (Jakarta: Pt Raja Grafind Persada.
- Carmichael, Chloe. Political Politization is a psychology Problem, Huffpost, 8 november 2017.
- Felicia dan Riris Loisa. 2018. Peran Buzzer Politik dalam Aktivitas Kampanye di Media Sosial Twitter. *Koneksi*. Vol. 2. No. 2. Desember.
- Hefner, Robert W. 2007. Politik Multikulturalisme: Menggugat Realitas Kebangsaan. Yogyakarta: Impulse.
- Hidayat, Rayhan Naufaldi. 2020. Penggunaan Buzzer Politik Di Media Sosial Pada Masa Kampanya Pemilihan Umum. ADALAH: Buletin Hukum dan Keadilan. Vol. 4. No. 2.
- Huda, M. Nur. Ahlul Fitnah Berjemaah, [www.jateng.tribunnews.com](http://www.jateng.tribunnews.com), edisi: 12 Maret 2018.
- Jayani, Dwi Hadya. Media Sosial Meningkatkan Plarisasi Politik di Indonesia, [www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id) edisi 14 Juni 2019.
- Judhita, Christiany. 2019. Buzzer Di Media Sosial Pada Pilkada Dan Pemilu Indonesia, Prosiding Seminar Nasional Komunikasi Dan Informatika.



- Karim, Abdul Gaffar. 2019. Mengelola Polarisasi Politik dalam Sirkulasi Kekuasaan di Indonesia: Catatan bagi Agenda Riset, *POLITIKA: Jurnal Ilmu Politik*. Vol.10. No. 2. Oktober.
- Koagouw, Miechell oktovi. buzzer, polarisasi politik dan merusak big data, [www.imgcdn.rr.co.id](http://www.imgcdn.rr.co.id) edisi 28 agustus 2020
- Krisiandi, PKS dan Nasdem Sepakat Politik Polarisasi Harus Diakhiri , [www.kompas.com](http://www.kompas.com). Edisi 30 April 2021.
- Kustiasih, Rini. Pasca Pemilu 2019 Jejak Polarisasi Politik Masih Terasa, [www.kompas.id](http://www.kompas.id). edisi 26 Oktober 2020.
- Lesmartini, Endah dan Rifki Arsilan, Buzzer Dicari karena Ada yang Butuh, [www.viva.co.id](http://www.viva.co.id) edisi 14 Oktober 2019.
- Majalah Tempo 2016 Dan [www.kompas.com](http://www.kompas.com)
- Maulidatur R dan Niken F.E. 2019. Branding Buzzer: Implementasi dan Implikasi pada Hubungan Masyarakat Pemerintahan. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*. Vol. 4. No. 2.
- Menon, Sudha. Political Marketing: A Conceptual Framework.
- Nadia, Ambaranie Kemala Movanita. Pilkada Dki Jakarta Dinilai Contoh Kemunduran Demokrasi, [www.kompas.com](http://www.kompas.com) 2017.
- Nimmo, Dan. 2000. Komunikasi Politik dan Efek. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Puskapol UI. Factsheet: Mengelola Politik Identitas Dalam Pemilu 2019.
- Putra, Rizki Akbar. Indeks demokrasi 2020: Indonesia catata skor terendah dalam 14 tahun terakhir. [www.dw.com](http://www.dw.com). 04 Februari 2021.
- R, Maulidatur dan Niken F.E. 2019. Branding Buzzer: Implementasi dan Implikasi pada Hubungan Masyarakat Pemerintahan. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*. Vol. 4. No. 2.
- Ristianto, Christoforus. Politik Identitas Dianggap Sebagai Winning Template Di Pilpres 2019, [www.kompas.com](http://www.kompas.com) Edisi 29 Mei 2019.
- Shihab, M. Quraisy. 1992. Tafsir al-Amanah. Bandung: Pustaka Kartini.



- Surbakti, Ramlan. 1992. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Grasindo
- Tahir, Rahman. Dkk. 2020. Propaganda Politik Hoaks dalam Pemilihan Presiden Tahun 2019. *PERSPEKTIF*. Vol. 9. No.2.
- The Economist Intelligence Unit. Democracy Index 2020: In Sickness And In Health?.
- Wicaksono, Bayu. Ketika Buzzer Mati-Matian Bela Klien Paslon Di Medsos, [Www.Radarsolo.Jawapos.Com](http://www.Radarsolo.Jawapos.Com) Edisi 15 Januari 2018.
- Wiranuari, Andri. Politicawave: Kampanye Hitam Untuk Jokowi 94,9%, Prabowo 13,5%, [Www.Liputan6.Com](http://www.Liputan6.Com) Edisi 4 Juli 2014.
- [www.bbc.com](http://www.bbc.com). Politik Identitas: Pilpres 2019 Ungkap Potensi Keretakan Sosial Di Masyarakat, Edisi 26 April 2019.
- [www.kompas.com](http://www.kompas.com), Tawuran Antar Pendukung Paslon Pilkada, Mengapa Bisa Terjadi? Edisi 28 November 2020.
- [www.straitstimes.com](http://www.straitstimes.com), Indonesian Police Uncover Fake News Factory.
- [Www.Winstralink.Com](http://www.Winstralink.Com)
- Yuliahsaridwi, Dwi. 2015. Pemanfaatan Twitter Untuk Meningkatkan Partisipasi Pemilih Muda dalam Pemilu Umum, *The Messenger*, Vol. VII, No. 1, Januari
- Z, Li. 2012. *Social Media as A Relationship Strategy: Twitter's Impact On Enhancing Brand Loyalty*. Thesis. Miami University. Coral Gables. Florida, Us.

