

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berdasarkan data survei halaman resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo), mengungkapkan pengguna internet di Indonesia tahun 2012 mencapai 63 juta orang. Dari angka survei tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Menurut Direktur Pelayanan Informasi Internasional Ditjen Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) Selamatta Sembiring, “Indonesia menempati peringkat ke-5 pengguna Twitter terbesar di dunia. Posisi Indonesia hanya kalah dari USA, Brazil, Jepang dan Inggris,” ujarnya.¹

Data tersebut dapat menunjukkan bahwa kebutuhan dan penggunaan akan internet menjadi fokus khusus dalam ranah media informasi dan teknologi di Indonesia, maupun dunia. Internet sendiri merupakan suatu wadah yang di dalamnya memiliki berbagai macam cabang dan fungsinya masing-masing. Internet sendiri memiliki fungsi sebagai platform digital, *entertain*, hingga platform media sosial seperti contohnya; Instagram, Facebook, X, Telegram, YouTube, Path, TikTok, dan masih banyak lagi.

¹ Diakses pada (Minggu, 21 April 2024), laman situs dapat diakses dalam tautan berikut :
<https://www.komdigi.go.id/berita/pengumuman/detail/kominfo-pengguna-internet-di-indonesia-63-juta-orang>

Berdasarkan beragam media sosial yang telah disebutkan di atas, TikTok adalah media sosial yang saat ini tergolong digandrungi berbagai kalangan dan pengguna di dunia. Mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, hingga lansia sekalipun saat ini telah mengakses TikTok sebagai sarana informasi, edukasi, *entertain*, hingga sebagai media beradu opini publik antar masyarakat. Sehingga dari segala fitur dan fungsi itulah TikTok menjadi aplikasi paling populer di era sekarang.

Menurut jurnal penelitian terdahulu karya Viona, Susanti, Hanifa, dkk, (2023), Tiktok adalah sebuah platform media sosial yang dibuat oleh Bytedance, yakni perusahaan asal china yang berpusat di Beijing dan didirikan pada awal September tahun 2016 silam. Tiktok telah menyumbang pengguna sejumlah 30,7 juta orang dengan pengguna sudah mencapai lebih dari 2,7 miliar pengguna. Tiktok merupakan media sosial yang memiliki fungsi unggulannya adalah membuat dan membagikan video dengan durasi maksimal 10 menit. Selain itu pengguna TikTok juga dapat menggunakan *filter*, *background music* (BGM), *lip-sync* template untuk berinteraksi dengan para audiens. (Viona, dkk : 2023 : 31022)

Merujuk pada laporan yang di publikasikan *databoks.katadata.co*, (2023), apabila meninjau dari laporan *We Are Social*, aplikasi media sosial ini memiliki 1,09 miliar pengguna di seluruh dunia per April 2023. Apabila ditinjau berdasarkan negaranya, pengguna TikTok paling banyak masih berasal dari Amerika Serikat. Terdapat 116,49 juta pengguna TikTok yang berasal dari Negeri Paman Sam pada April 2023. Kemudian tanah air kita tercinta Indonesia

pun menyusul di peringkat kedua dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak dunia yaitu menyentuh angka 112,97 juta pengguna. Jumlah tersebut hanya selisih 3,52 juta pengguna dari jumlah pengguna TikTok di AS. *We Are Social* pun melaporkan bahwa kategorisasi gender yang mendominasi dalam pengguna TikTok itu diperoleh oleh perempuan di ranah global pada seluruh kelompok usia per April 2023, dan kategorisasi usia TikTok terbanyak yaitu ditempati oleh kelompok usia 18-24 tahun, dengan proporsi 20,9% perempuan dan laki-laki 17,5%..²

Data persentase pengguna TikTok diatas sehingga dapat dianalisis bahwa memang kenyataanya TikTok saat ini khususnya di Indonesia tengah mengalami popularitas tersendiri bagi pengguna aktif media sosial. Ditengah popularitas aplikasi TikTok, namun terdapat beberapa hal yang dianggap menimbulkan kontroversi didalamnya. Seperti maraknya informasi *hoax* yang bermunculan, konten yang mengandung dampak negatif didalamnya seperti mengandung ujaran kebencian dan *bullying*, hingga yang saat ini tengah marak terjadi namun sebagian besar masyarakat masih belum sepenuhnya memahami dan menyadari keberadaanya adalah isu *buzzer* yang bermunculan pada beberapa konten dan komentar di media sosial, khususnya pada fokus penelitian kali ini adalah media TikTok.

Istilah *buzzer* menurut jurnal ilmiah karya Faulina, Chatra, dan Sarmiati, (2021), dikenal dengan sebutan pasukan siber atau pendengung, merujuk pada

² Diakses pada (Minggu, 21 April 2024), laman situs dapat diakses dalam tautan berikut :
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>

akun-akun media sosial yang tidak memiliki reputasi yang dipertaruhkan, sebagaimana diungkapkan oleh pengamat media sosial Enda Nasution dalam artikel di www.kompas.com pada Sabtu (5/10/2019) (Bramasta 2019). Menurut penelitian Wasisto Raharjo Jati, (2016) dalam “Aktivisme Kelas Menengah Berbasis Media Sosial: Munculnya Relawan dalam Pemilu 2014”, *buzzer* adalah aktor penting dalam membentuk isu dan mengubah preferensi politik. Secara umum, *buzzer* dapat diartikan sebagai individu atau kelompok yang berfungsi sebagai kreator isu atau wacana yang kemudian dibicarakan oleh netizen di dunia maya. Disebut *buzzer* karena tugas mereka adalah menyebarkan (*buzzing*) isu atau wacana agar diterima dan diinternalisasi oleh publik sebagai konstruksi berpikir (Jati, 2016).

Penelitian Centre for Innovation Policy and Governance (CIPG), mengungkapkan bahwa *buzzer* muncul bersamaan dengan kelahirannya Twitter pada tahun 2009. Awalnya, *buzzer* berkembang sebagai strategi pemasaran untuk mempromosikan produk guna meningkatkan penjualan. Namun, pada tahun 2012, peran *buzzer* berubah ketika pasangan Jokowi-Ahok mulai menggunakan pasukan media sosial untuk menyebarkan wacana atau isu politik.

Selama satu dekade terakhir, terlihat bahwa *buzzer*, yang awalnya hanya merupakan strategi pemasaran produk atau metode pencitraan (*branding*) bagi tokoh publik, namun kini juga turut menyasar isu-isu yang berkaitan dengan kepentingan publik. Peran *buzzer* tidak lagi terbatas pada meningkatkan penjualan produk atau citra tokoh tertentu, namun ironisnya, mereka juga

memiliki kemampuan untuk menurunkan nilai suatu produk atau merusak citra tokoh tertentu.

Seperti dikutip CNN Indonesia .com, (2024) mengungkapkan, "Hoaks yang sudah kita takedown hampir 1.923, Lebih dari 90 persen kebisingan Pemilu di Medsos ulah *buzzer*" ungkap Budi Arie di Kantor Kemenko Polhukam, Jakarta, Selasa (19/3). Berdasarkan ungkapan tersebut dapat dianalisa bahwa memang keberadaan *buzzer* ini tidak luput dipisahkan juga dari praktik politik. Dan contoh nyatanya memang pada peristiwa menjelang hingga pasca Pemilu 2024 lalu, para oknum *buzzer* bermunculan di berbagai media sosial untuk tujuannya masing-masing, dan tidak sedikit pula yang malah berujung saling menjatuhkan antar tokoh politik dan paslon lainnya, serta media untuk propaganda kepentingan tertentu.³

Terdapat contoh kasus di media TikTok, seorang influencer dengan nama pengguna "@bilal nya satu," yang tercatat terakhir memiliki lebih dari 4,1 juta pengikut, menjadi sorotan setelah menyindir program pemberian makan siang gratis yang diusulkan oleh pasangan calon Prabowo-Gibran. Aksinya memicu reaksi keras dari netizen, terutama pendukung pasangan calon lain, yang merasa tersinggung oleh pernyataan tersebut. Banyak komentar netizen yang menuduhnya sebagai *buzzer* politik, meskipun status ini belum dapat dipastikan secara objektif.

³ Diakses pada (Kamis, 30 April 2024), laman situs dapat diakses dalam tautan berikut :
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20240319133725-192-1076133/lebih-dari-90-persen-kebisingan-pemilu-di-medsos-ulah-buzzer>

Kasus tersebut menunjukkan bagaimana seorang individu dengan pengaruh di media sosial dapat terlibat dalam dinamika opini publik. Penggunaan platform seperti TikTok oleh buzzer politik dianggap efektif karena algoritma platform tersebut mendukung penyebaran konten secara luas. Kritik terhadap keberadaan buzzer sering kali berfokus pada manipulasi informasi yang mereka lakukan, yang kerap mengaburkan batas antara kebebasan berekspresi dan penyebaran informasi tidak valid.

Penelitian Aulia dan Lexianingrum, (2024) dengan melakukan wawancara, terungkap bahwa banyak netizen menganggap bahwa tindakan Satya Salsabila (@bila1nya1satu) mencerminkan praktik buzzer politik. Namun, beberapa informan berpendapat bahwa tindakannya influencer tersebut merupakan bentuk kebebasan berekspresi. Mereka menekankan pentingnya membedakan buzzer dari influencer, karena buzzer cenderung menjadikan aktivitasnya sebagai pekerjaan utama dengan tujuan memengaruhi opini publik.

Berdasarkan fenomena tersebut, sehingga peneliti tertarik untuk menelaah lebih lanjut dalam interpretasi para praktisi jurnalistik (jurnalis) dalam menanggapi dan menyikapi dari keberadaan fenomena buzzer yang marak terjadi kali ini, khususnya pada fokus objek media TikTok, sebagai fokus utama dalam penelitian kali ini. Penelitian ini pun akan mengungkap lebih lanjut karakteristik dari buzzer itu seperti apa menurut pandangan jurnalis, dan apakah fenomena buzzer ini dapat mempengaruhi dan menjadi tantangan tersendiri dalam praktik pembuatan produk jurnalistik seperti berita maupun produk lainnya.

Salah satu alasan utama penelitian ini mengambil studi deskriptif wartawan / jurnalis Kota Bandung terkait buzzer pada Pilpres 2024 dan isu politik lainnya adalah karena peran penting yang dimiliki oleh wartawan dalam membentuk dan mengarahkan opini publik, terutama terkait dengan isu-isu politik. Wartawan tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga membantu audiens untuk memahami berbagai peristiwa dan fenomena sosial-politik melalui interpretasi mereka.

Kota Bandung, sebagai ibu kota Provinsi Jawa Barat, memiliki karakteristik yang cukup representatif untuk menggambarkan dinamika media dan opini publik di Indonesia. Dengan populasi yang heterogen, Bandung menjadi kota strategis dalam memahami fenomena buzzer. Wartawan di Bandung sering terlibat dalam melaporkan isu-isu politik baik di tingkat lokal maupun nasional, dan dapat memberikan pandangan yang lebih dalam tentang bagaimana media sosial, terutama TikTok, digunakan dalam kampanye politik. Oleh karena itu, studi deskriptif terhadap wartawan Bandung akan membantu menggali interpretasi mereka mengenai fenomena buzzer yang semakin berkembang dalam media sosial menjelang Pemilu 2024.

Keterkaitan penelitian ini pada ranah Ilmu Komunikasi Jurnalistik cukup memiliki korelasi erat, karena dalam penelitian ini akan bersinggungan dengan teori komunikasi agenda setting dan pembingkai berita (framing), di mana buzzer di TikTok dapat mempengaruhi cara suatu berita dibingkai dan dipersepsikan oleh publik. Melalui analisis komentar dan konten yang terindikasi sebagai buzzer, sehingga korelasi tersebut dapat mengungkapkan

juga bagaimana framing oleh buzzer dapat mengubah persepsi dan opini publik, serta bagaimana praktisi jurnalis menanggapi hal tersebut. Karena peran jurnalis sebagai penjaga gerbang informasi (gatekeeping) juga menjadi sorotan utama, mengingat jurnalis harus bisa memutuskan berita mana yang layak diberitakan dan bagaimana cara berita tersebut disajikan.

Meninjau secara akademis dan urgensinya, penelitian ini dapat menambah pemahaman mendalam mengenai dinamika dalam media sosial, khususnya TikTok, dan praktik jurnalistik. TikTok, sebagai media baru yang tergolong populer, menjadi platform dalam penyebaran informasi dan pembentukan opini publik. Fenomena buzzer di TikTok pada interpretasi jurnalis dalam mempengaruhi cara informasi disampaikan dan dipersepsikan pada masyarakat, yang merupakan fokus utama yang sangat bersinggungan dalam studi ilmu komunikasi jurnalistik dan beberapa teori komunikasi. Dalam penelitian ini pun memberikan kontribusi penting dalam membantu jurnalis dan organisasi media memahami dan mengatasi pengaruh negatif dari aktivitas buzzer, serta mencari strategi untuk tetap menjadi jurnalis sebagai sumber informasi yang kredibel.

Oleh karena itu dengan adanya penelitian ini pun, diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi jurnalis, akademisi, dan praktisi media dalam menghadapi tantangan yang ditimbulkan oleh aktivitas buzzer di era digital, dan memastikan bahwa informasi yang disampaikan tetap akurat, kredibel, dan beretika. Sehingga itulah pemaparan hal-hal yang melatarbelakangi penelitian ini, serta hal yang membedakan penelitian ini dengan

penelitian terdahulu, yakni pada sudut pandang yang lebih difokuskan pada segi praktisi jurnalistiknya.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah memahami bagaimana jurnalis Kota Bandung menafsirkan peran buzzer di TikTok dalam pembentukan opini publik terkait isu politik, khususnya Pilpres 2024. Penelitian ini menekankan pada cara jurnalis menjelaskan makna fenomena buzzer berdasarkan pengalaman dan konteks kerja jurnalistik mereka. Melalui pendekatan interpretatif, penelitian ini berupaya menggali pemahaman mendalam tentang hubungan antara aktivitas buzzer dan dinamika opini publik di media sosial.

Berdasarkan paparan di atas, maka rumusan pertanyaan dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Bagaimana jurnalis memahami fenomena buzzer di media sosial Tiktok ?
- 2) Bagaimana penjelasan jurnalis dalam memaknai peran *buzzer* dalam pembentukan opini publik ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan pertanyaan penelitian tersebut, maka tujuan dalam penelitian ini untuk :

- 1) Mengetahui pemahaman jurnalis tentang peran *buzzer* dalam pembentukan opini publik pada isu politik Pilpres 2024.
- 2) Mengeksplorasi dan memahami sejauh mana jurnalis dapat menjelaskan makna tentang fenomena *buzzer* di media massa,

dengan fokus khusus pada platform TikTok, termasuk bagaimana mereka mengidentifikasi konten dan komentar yang terindikasi sebagai hasil dari aktivitas *buzzer*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1) Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ilmu Komunikasi Jurnalistik terhadap bagaimana interpretasi jurnalis tentang peran buzzer dalam pembentukan opini publik pada beberapa konten dan komentar di media TikTok. Selain itu dapat menjadi bahan referensi dalam pembelajaran yang berkaitan dengan ilmu kejournalistikan.

2) Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat praktis serta diharapkan menjadi manfaat bagi praktisi jurnalistik dan lembaga media dalam menyikapi fenomena buzzer di media sosial (khususnya TikTok), serta menentukan strategi dan langkah tepat dalam aktivitas kejournalistikan berikutnya.

1.5 Tinjauan Pustakaz

1) Hasil Penelitian Terdahulu

Pada hasil penelitian terdahulu yang relevan, didapatkan oleh penulis sebagai bahan referensi dan acuan untuk melihat persamaan serta perbedaan dari hasil penelitian, sehingga dapat dilihat kebaruan penelitian saat ini dengan penelitian yang terdahulu tersebut. Kumpulan penelitian yang relevan tersebut dilampirkan dalam tabel berikut :



Tabel 1.1 Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan

PENULIS	JUDUL PENELITIAN (TAHUN)	PARADIGMA DAN PENDEKATAN PENELITIAN	METODE PENELITI AN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN PENELITIAN	PERBEDAAN PENELITIAN
ALIEF ACHDIAT ERMANSYA H HAD	KEKUATAN <i>BUZZER</i> POLITIK INSTAGRAM PADA PEMILU 2019 DI KOTA MAKASSAR (2021).	- Paradigma : Konstruktivisme - Pendekatan : Kualitatif	Metode deskriptif analisis.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penyebaran informasi melalui media sosial instagram melalui unggahan foto-foto yang dilakukan oleh buzzer politik akan memberikan masyarakat preferensi-preferensi yang dapat mempengaruhi pilihan masyarakat.	Sama-sama membahas isu dan fenomena <i>buzzer</i> , serta memfokuskan pada salah satu objek media sosial.	Kajian penelitian lebih menekankan pada ranah ilmu politik dan objeknya hanya berfokus pada peristiwa Pemilu 2019.

PENULIS	JUDUL PENELITIAN (TAHUN)	PARADIGMA DAN PENDEKATAN PENELITIAN	METODE PENELITI AN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN PENELITIAN	PERBEDAAN PENELITIAN
ADE KURNIAWA N SIREGAR	ANALISIS <i>FRAMING</i> MODEL ROBERT N. ENTMAN TENTANG PEMBERITAAN <i>BUZZER</i> DI MEDIA ONLINE TEMPO.CO (Rentang waktu 02 – 11 Oktober 2019) (2020)	- Paradigma : - - Pendekatan : Kualitatif	Metode analisis <i>framing</i> model Robert N. Entman	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Tempo.co lebih menonjolkan sisi negatif dari buzzer. Hal ini terlihat dari pemberitaan Tempo.co yang cenderung menghadirkan narasumber yang kurang setuju dengan keberadaan buzzer.	Penelitian ini sama membahas isu dan fenomena <i>buzzer</i> , serta memfokuskan pada ranah ilmu komunikasi dan teori komunikasi.	Penelitian ini lebih memfokuskan pada penerapan metode analisis <i>framing</i> pada model Robert N. Entman Kemudian bukan memfokuskan pada sudut pandang jurnalis.

PENULIS	JUDUL PENELITIAN (TAHUN)	PARADIGMA DAN PENDEKATAN PENELITIAN	METODE PENELITI AN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN PENELITIAN	PERBEDAAN PENELITIAN
FARHAN	ANALISIS EFEK BUZZER TWITTER DALAM BERITA JOKOWI 3 PERIODE (2022)	- Paradigma : - - Pendekatan : Kualitatif	Metode Studi Kasus	Hasil penelitian ini adalah efek yang ditimbulkan oleh buzzer twitter berpengaruh kepada bias konfirmasi informasi yang diterima oleh masyarakat pengguna media sosial twitter. Ini mengungkapkan bahwa, media sosial yang satu sisi sebagai tempat untuk berkomunikasi, di satu sisi lain malah dimanfaatkan mengambil keuntungan.	Penelitian ini sama-sama membahas isu dan fenomena <i>buzzer</i> , serta memfokuskan pada salah satu objek media sosial, serta efeknya pada opini publik.	Penelitian ini lebih menekankan pada ranah ilmu politik dan objeknya hanya berfokus pada berita Jokowi 3 periode.

PENULIS	JUDUL PENELITIAN (TAHUN)	PARADIGMA DAN PENDEKATAN PENELITIAN	METODE PENELITI AN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN PENELITIAN	PERBEDAAN PENELITIAN
FELICIA, RIRIS LOISA	PERAN BUZZER POLITIK DALAM AKTIVITAS KAMPANYE DI MEDIA SOSIAL TWITTER (2018)	- Paradigma : - - Pendekatan : Kualitatif	Metode : Studi Kasus	Hasil dan kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa buzzer profesional atau buzzer dengan imbalan tertentu berperan untuk memperluas suatu informasi melalui aktivitas retweet terkait narasi dan hashtag harian hingga dapat dilihat oleh masyarakat dalam bentuk trending topik.	Sama-sama membahas isu <i>buzzer</i> pada salah satu media sosial, melihat efeknya dari <i>buzzer</i> , serta ranah kajian ilmu komunikasi.	Lebih memfokuskan pada objek <i>buzzer</i> politik saat kampanye dan tidak membahas sudut pandang jurnalis.

PENULIS	JUDUL PENELITIAN (TAHUN)	PARADIGMA DAN PENDEKATAN PENELITIAN	METODE PENELITI AN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN PENELITIAN	PERBEDAAN PENELITIAN
ADE FAULINA1, EMERALDY CHATRA2, SARMIATI3	PERAN BUZZER DALAM PROSES PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK DI NEW MEDIA (2021)	- Paradigma : Kritis Postmodernisme (Posmo). - Pendekatan : Kualitatif	Metode penelitian kualitatif melalui pendekatan studi kasus.	Dari penelitian diperoleh hasil bahwa buzzer memiliki peran yang signifikan dalam pembentukan opini publik di new media. Sementara itu dalam pengelolaan konten, narasi atau isu, buzzer tidak bekerja seorang diri. Tetapi memiliki hierarki kerja dengan fungsi dan tugas masing-masing. Maka dalam menyikapi keberadaan buzzer perlu dilihat secara bijak dan tepat.	Penelitian ini memiliki persamaan membahas isu dan fenomena <i>buzzer</i> , serta memfokuskan pada ranah ilmu komunikasi dan pengaruhnya terhadap opini publik.	Perbedaan yang paling signifikan yang dibahas penelitian ini adalah fokus pada ranah masyarakat dan media yang menjadi objek penelitiannya luas (<i>new media</i>).

2) Landasan Teoritis

a) Teori Interpretasi

Definisi Interpretasi dalam buku berjudul Teori Interpretasi Paul Ricoeur karya Wahid, (2015) Interpretasi merupakan menafsirkan tentang suatu hal, dan berkaitan erat dengan pemahaman. Sedangkan teori interpretasi, sering dikaitkan dengan hermeneutika, berfokus pada proses memahami dan menafsirkan makna dari teks, simbol, maupun fenomena dan interaksi dalam konteks komunikasi. Menurut Paul Ricoeur, interpretasi adalah upaya untuk mengungkap makna tersembunyi di balik makna yang tampak dalam sebuah teks atau simbol

Interpretasi atau interpretatif dalam komunikasi ditinjau dari jurnal penelitian karya Toni & Lestari, (2013) menekankan bahwa makna tidak bersifat objektif dan tetap, melainkan dibentuk melalui interaksi sosial dan dipengaruhi oleh konteks serta pengalaman individu. Oleh karena itu, pemahaman terhadap pesan komunikasi memerlukan analisis mendalam terhadap konteks dan latar belakang yang melingkupinya

Paul Ricoeur, salah satu tokoh utama dalam hermeneutika modern, menyatakan bahwa interpretasi merupakan suatu proses yang menekankan pada: eksplanasi dan pemahaman. (Wahid, 2015 : 88-89).

Walaupun pemikiran Paul Ricoeur lebih menekankan pada konsep interpretasi diranah hermeneutika, namun dalam konsep pemikirannya dapat dikaitkan dan diimplementasikan kedalam ranah

interpretasi dalam kehidupan sosial, psikologis, dan pemahaman terhadap diri individu.

b) Korelasi dengan Penelitian

Meninjau penelitian mengenai interpretasi jurnalis tentang peran buzzer di media *Tiktok* dalam pembentukan opini publik, teori interpretasi dapat digunakan untuk memahami bagaimana jurnalis menafsirkan dan memberikan makna terhadap fenomena buzzer, dengan konsep (explanation) dan pemahaman (understanding) Paul Ricoeur tersebut. Hal ini melibatkan analisis terhadap pemahaman, dan sikap jurnalis yang dipengaruhi oleh pengalaman, nilai-nilai, dan konteks sosial-politik yang ada.

3) Kerangka Konseptual

Penelitian ini menggunakan kerangka konseptual untuk menjelaskan konsep atau teori yang digunakan untuk menjadi acuan dan mendukung penelitian agar dapat disusun secara sistematis.

a) Interpretasi

Mengutip dalam buku berjudul Teori Interpretasi Paul Ricoeur karya Wahid, (2015) Interpretasi adalah tentang menafsirkan suatu hal, dan berkaitan erat dengan pemahaman. Secara umum, pengertian interpretasi adalah sebagai proses pemberian pendapat, kesan, gagasan, serta pandangan secara teoritis pada sebuah objek tertentu yang berasal dari ide yang mendalam dan dipengaruhi oleh latar belakang dari orang yang menciptakan objek tersebut.

b) Jurnalis

Pengertian secara etimologi “kebahasaan” dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) kata “Jurnalis” merupakan mengacu pada orang yang pekerjaannya mengumpulkan dan menulis berita dalam surat kabar dan sebagainya ; wartawan.

Jurnalis adalah individu yang bekerja di bidang jurnalistik, bertanggung jawab untuk mengumpulkan, menyusun, dan menyajikan informasi secara objektif kepada masyarakat. Dalam penelitian ini, jurnalis dari Kota Bandung dipilih sebagai informan kunci yang dapat memberikan wawasan langsung tentang bagaimana mereka memandang dan merespons fenomena buzzer di TikTok. Peran jurnalis dalam penelitian ini tidak hanya sebagai pengamat, tetapi juga sebagai penggerak diskursus tentang kekuatan media sosial dalam mempengaruhi informasi yang disajikan kepada masyarakat.

c) Buzzer

Definisi *buzzer* secara etimologi, kata "*buzzer*" berasal dari bahasa Inggris, "*buzz*", yang salah satu maknanya adalah "*rumor*" atau "*gosip*". Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata "*buzzer*" dipadankan dengan kata "*pendengung*". Pendengung merupakan orang yang menyebarkan rumor atau gosip, terutama melalui platform media sosial, dengan tujuan untuk menjadi perhatian banyak orang.

Dilansir dari Ade, Emeraldy, & Sarmiati, (2021)

Istilah *buzzer* awalnya memiliki makna netral dan digunakan sebagai bagian dari strategi pemasaran dalam sebuah perusahaan. Menurut Ismail Fahmi, seorang ahli media sosial, aktivitas buzzer memiliki kesamaan dengan tugas-tugas kehumasan karena melibatkan proses pembuatan, pengelolaan, dan penyampaian pesan (Lokadata, 2019).

Sehingga dapat disimpulkan *Buzzer* merujuk kepada individu atau kelompok yang aktif dalam menyebarkan informasi atau pesan tertentu di media sosial dengan tujuan untuk mempengaruhi opini publik atau menciptakan tren tertentu. Dalam konteks penelitian ini, *buzzer* diidentifikasi berdasarkan aktivitas mereka dalam menciptakan konten di media TikTok yang potensial memengaruhi opini publik selama periode Pilpres 2024. Pemahaman tentang karakteristik, strategi komunikasi, dan dampak dari kehadiran buzzer di media TikTok menjadi fokus utama untuk memahami dinamika komunikasi publik saat ini.

d) Media TikTok

Melansir dari jurnal ilmiah karya Aulia & Lexianingrum (2024) TikTok, yang saat ini menjadi aplikasi yang sangat populer di kalangan remaja dan Gen Z, telah dikenal karena kemampuannya membantu pengguna, terutama remaja, untuk lebih kreatif dalam mengedit dan membuat video yang menarik perhatian publik. Dengan berbagai fitur

seperti filter, efek khusus, dan musik latar, TikTok memungkinkan penggunanya untuk menciptakan konten yang unik dan menarik.

Mengutip dalam jurnal ilmiah karya Aulia & Lexianingrum (2024) Saat ini, TikTok juga digunakan oleh beberapa individu atau kelompok untuk mempromosikan atau menyuarakan isu tertentu di platform ini. Mereka biasanya menyembunyikan identitas asli mereka dengan menggunakan nama samaran dan akun bot untuk memantau serta mengawasi konten yang diposting. Kelompok ini dikenal sebagai "*buzzer*" yang berusaha mempengaruhi opini publik dengan membagikan konten menarik dan viral, menggunakan hashtag yang relevan, dan berinteraksi dengan pengguna lain melalui komentar atau video.

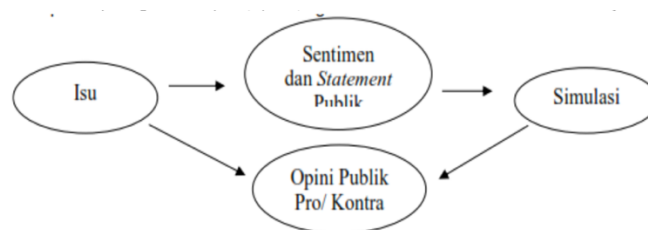
Meninjau dari penelitian jurnal ilmiah Aulia & Lexianingrum, (2024:179) selain itu, TikTok juga telah menjadi platform untuk menghasilkan penghasilan tambahan, dengan menjadi influencer atau konten kreator. Influencer adalah individu atau organisasi yang dibayar untuk mempromosikan atau mendiskreditkan produk, jasa, atau ideologi di media sosial. Influencer memiliki akun dengan jangkauan luas dan pengikut yang aktif, memungkinkan mereka mempengaruhi opini masyarakat melalui konten yang mereka buat dan bagikan. Mereka biasanya mendapatkan penghasilan dari endorsement, yaitu mempromosikan barang atau jasa yang dibayar oleh perusahaan maupun lembaga tertentu (Hariyanti & Wirapraja, 2018).

Selama pemilu, influencer TikTok sering dianggap sebagai buzzer karena mereka dibayar untuk membuat konten yang meningkatkan popularitas suatu brand atau kandidat politik, dan hal ini menjadi rahasia umum di kalangan netizen.

e) Pembentukan Opini Publik

Melansir dalam penelitian jurnal ilmiah karya Maulana & Hastuti, (2022) pembentukan opini membutuhkan pemahaman dan menarik isu-isu yang berkembang ditengah masyarakat. Secara tidak langsung *buzzer* mempunyai peran tergantung pada khalayak atau masyarakat yang tertarik atau menanggapi isu atau komentar yang berkembang di Twitter terhadap isu. Dalam hal ini kepekaan *buzzer* didukung dengan mengetahui sentiment yang terjadi di twitter sebab dalam satu struktur yang berdasarkan keinginan dan kebutuhan khalayak. Secara sederhana pola proses pembentukan opini publik oleh *buzzer* di media sosial adalah sebagai berikut:

Gambar 1.1 Bagan Pembentukan Opini Publik



Sumber: (Faulina & Chatra, 2021)

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Bandung, Jawa Barat. Bandung dipilih sebagai lokasi penelitian karena beberapa alasan yang mendukung relevansi dan kepraktisan penelitian ini. Sebagai ibu kota provinsi dengan populasi yang cukup besar dan beragam, Bandung memiliki dinamika sosial dan politik yang signifikan. Selain itu, Kota Bandung juga merupakan pusat media hiburan dan informasi, dengan banyaknya jurnalis dan media yang berbasis di kota ini.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Dalam buku karya Ronda, (2018:14) paradigma konstruktivisme adalah pandangan yang menyatakan bahwa pengetahuan dan kebenaran objektif berasal dari perspektif individu. Pengetahuan dan kebenaran tidak ditemukan, tetapi diciptakan oleh pikiran manusia. Paradigma ini menekankan bahwa realitas bersifat beragam dan fleksibel. Realitas dapat dibentuk dan diubah sesuai dengan tindakan dan tujuan manusia. Dengan kata lain, konstruktivisme melihat informasi yang ada di dunia diolah oleh peneliti menjadi pengetahuan baru.

Penelitian ini berupaya memahami bagaimana jurnalis melihat dan merespons fenomena buzzer di TikTok, serta bagaimana pemahaman mereka mempengaruhi tindakan dan strategi jurnalistik yang akan diambil. Paradigma ini dirasa sesuai karena menganggap realitas sosial sebagai konstruksi subjektif yang dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, dan lingkungan kerja jurnalis. Dalam penelitian ini pun, peneliti berperan aktif,

menggunakan wawancara mendalam untuk menggali pandangan dan pengalaman jurnalis mengenai aktivitas buzzer. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang mendalam dan kontekstual tentang bagaimana fenomena buzzer mempengaruhi praktik jurnalistik dan pembentukan opini publik, serta membantu mengungkap perspektif subyektif jurnalis terhadap buzzer di TikTok.

Penelitian ini berupaya memahami bagaimana jurnalis memahami dan memaknai fenomena buzzer di TikTok, serta bagaimana pemahaman mereka mempengaruhi tindakan dan strategi jurnalistik yang akan diambil. Paradigma ini dirasa sesuai karena menganggap realitas sosial sebagai konstruksi subjektif yang dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, dan lingkungan kerja jurnalis. Dalam penelitian ini pun, peneliti berperan aktif, menggunakan wawancara mendalam untuk menggali pandangan dan pengalaman jurnalis mengenai aktivitas buzzer. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang mendalam dan kontekstual tentang bagaimana fenomena buzzer mempengaruhi praktik jurnalistik dan pembentukan opini publik, serta membantu mengungkap interpretasi subyektif jurnalis terhadap buzzer di TikTok.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami interpretasi jurnalis terhadap peran buzzer di TikTok dalam pembentukan opini publik. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai pengalaman, pandangan, dan interpretasi jurnalis yang bersifat subjektif. Melalui

pendekatan kualitatif, peneliti dapat mengumpulkan data yang kaya dan detail melalui wawancara mendalam, yang memberikan wawasan tentang bagaimana jurnalis mengidentifikasi dan menyikapi aktivitas buzzer di TikTok. Pendekatan kualitatif juga mendukung paradigma konstruktivis yang digunakan dalam penelitian ini, karena keduanya menekankan pentingnya konteks dan subjektivitas dalam memahami realitas sosial. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang mendalam mengenai interaksi antara jurnalis dan fenomena buzzer di TikTok

1.6.3 Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah dengan metode deskriptif dan studi deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk mengeksplorasi pandangan jurnalis mengenai peran buzzer di TikTok dalam membentuk opini publik. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menggambarkan fenomena secara rinci melalui wawancara mendalam dengan jurnalis yang dipilih secara khusus karena pengalaman mereka yang relevan.

Data yang dikumpulkan dari wawancara akan dianalisis dengan beracuan pada fokus utama penelitian. Untuk memastikan temuan akurat, peneliti akan melakukan wawancara pada beberapa pihak serta membandingkan data dari berbagai sumber dan mengkonfirmasi hasilnya antar partisipan. Selain wawancara, kegiatan observasi, kajian literatur, dan kegiatan pengumpulan data lainnya pun akan peneliti lakukan untuk

menyempurnakan hasil temuan. Kemudian hasil penelitian akan disajikan dalam bentuk narasi yang mendetail, memberikan gambaran jelas tentang bagaimana jurnalis menginterpretasikan aktivitas *buzzer* di TikTok.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah berjenis kualitatif, yakni : data tentang interpretasi jurnalis Kota Bandung dalam menanggapi pertanyaan dan fenomena yang akan diajukan mengenai isu yang berkenaan *buzzer* pada media sosial TikTok dalam pembentukan suatu opini publik, sebagaimana pada judul, topik, dan fokus penelitian ini yakni;

- a) data tentang pemahaman jurnalis dalam menghadapi *buzzer* di media Tiktok.
- b) data tentang penjelasan jurnalis dalam memaknai peran *buzzer* dalam pemebentukan opini publik.

2) Sumber Data

Sumber data yang akan diteliti meliputi:

a) Data Primer

Data primer merupakan berkaitan langsung dengan masalah penelitian dan diperoleh melalui wawancara. Wawancara melibatkan pemberian sejumlah pertanyaan secara langsung, baik secara tatap muka maupun melalui media seperti telepon,

SMS, atau chat, dengan tujuan untuk menggali informasi lebih mendetail dan mengembangkan jawaban lebih mendalam. Sehingga data primer dalam penelitian ini adalah data dari informasi yang diperoleh dari hasil wawancara bersama para narasumber, yakni jurnalis.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data tambahan yang digunakan untuk melengkapi penelitian dan diperoleh dari lembaga-lembaga maupun kajian literatur terkait. Contohnya dalam studi kasus penelitian ini adalah media sosial TikTok yang berisikan konten maupun komentar yang terindikasi sebagai *buzzer*, serta sumber sekunder lainnya untuk menunjang kevalidasian dalam pengumpulan data seperti ; artikel, buku, jurnal ilmiah, dan lain sebagainya.

1.6.5 Penentuan Informan atau Unit Penelitian

Dalam penelitian ini, informan atau unit penelitian utama adalah wartawan atau jurnalis Kota Bandung. Pemilihan informan dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yang memungkinkan peneliti untuk memilih partisipan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan topik penelitian. Kriteria pemilihan termasuk pada pengetahuan maupun pengalaman dalam meliput isu-isu yang melibatkan aktivitas di media online dan media sosial serta memahami tentang isu

buzzer di TikTok pada Pilpres 2024 maupun isu politik lainnya, serta pengetahuan peran *buzzer* dalam pembentukan opini publik tersebut.

Selain itupun, tidak menutup kemungkinan untuk menambah informan tambahan dalam aspek dan ranah lainnya untuk menguatkan pengumpulan data dan sebagai tambahan sudut pandang lain dalam menelaah isu tersebut, misalnya dalam interpretasi masyarakat, akademisi, para ahli bidang jurnalistik dan sosial, serta pihak lainnya yang memungkinkan dapat terlibat.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik penelitian, yaitu:

1) Wawancara

Wawancara mendalam dilakukan dengan wartawan / jurnalis Kota Bandung. Wawancara ini berfokus untuk mendapatkan pandangan dan pengalaman mereka tentang interpretasi peran *buzzer* di TikTok.

Wawancara direkam dan dianalisis untuk mengidentifikasi pola-pola temuan yang relevan dengan tujuan penelitian.

2) Observasi Partisipan

Observasi langsung dilakukan terhadap konten dan komentar di TikTok yang terindikasi melibatkan aktivitas *buzzer*. Observasi ini bertujuan untuk mengumpulkan data mengenai jenis konten yang

diposting oleh *buzzer*, cara mereka membingkai isu-isu politik, serta tanggapan dan interaksi dari pengguna TikTok lainnya.

Data dari observasi dicatat dan dianalisis untuk memberikan wawasan tentang strategi dan dampak *buzzer* dalam lingkungan media sosial TikTok.

3) Analisis Konten

Menganalisis konten *TikTok* tersebut yang terindikasi sebagai *buzzer* baik dalam bentuk konten video, maupun komentar. Kemudian setelah dianalisis maka dapat menjadi acuan contoh studi kasus yang diajukan pada sumber informan.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Data yang telah diperoleh maka diolah dan disajikan dalam bentuk teks naratif. Data ini kemudian diperiksa kembali untuk memastikan keakuratannya sehingga dianggap valid. Untuk memastikan kredibilitas data, peneliti menggunakan tiga teknik, yakni: memperpanjang pengamatan, meningkatkan ketelitian, dan triangulasi.

1) Memperpanjang Pengamatan

Peneliti kembali ke lapangan untuk bertemu lagi dengan narasumber yang sudah diwawancarai sebelumnya. Hal ini dilakukan agar narasumber lebih akrab dan terbuka, sehingga informasi yang diperoleh lebih jelas dan lengkap dikemudian hari.

2) Meningkatkan Ketelitian

Peneliti memeriksa setiap informasi dengan cermat untuk memastikan tidak ada yang terlewat atau salah, peneliti juga mengecek kembali hasil penelitian dengan informan untuk memastikan keabsahannya.

3) Triangulasi

Menggunakan berbagai sumber atau metode dengan teknik triangulasi untuk memastikan hasil data dan kesimpulan yang diambil akurat dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya, meskipun memungkinkan ada perubahan.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1) Pengumpulan Data

Seluruh data yang dihasilkan dari proses wawancara, observasi, dan dokumentasi dikumpulkan berdasarkan kategori permasalahan penelitian, serta kemudian disortir dan diolah.

2) Reduksi Data

Reduksi data merupakan memilah dan memilih data yang telah terkumpul dengan memfokuskan pada kebutuhan data dalam penelitian. Hal ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam tahap analisis selanjutnya.

3) Penyajian Data

Penyajian data bertujuan untuk menemukan pola-pola tertentu yang memungkinkan dapat ditarik sebuah kesimpulan dari data yang ada. Teknik penyajian data dalam penelitian ini adalah dalam bentuk narasi dengan kalimat yang bersifat deskriptif.

4) Kesimpulan Data

Kesimpulan data dan verifikasi data yang didapat dalam penelitian tidak bersifat permanen. Apabila kesimpulan yang didapat tidak memiliki landasan yang kuat maka diperlukan penelitian kembali ke lapangan untuk mencari landasan dengan kesimpulan yang lebih akurat dan kuat.

1.6.9 Lokasi dan Rencana Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara kombinasi antara pengumpulan data secara online dan di lapangan, dengan fokus utama pada aktivitas di platform media sosial TikTok. Pengumpulan data online dari penelitian ini melibatkan observasi langsung terhadap konten dan komentar di TikTok yang terindikasi sebagai aktivitas *buzzer*. Observasi ini dilakukan dengan memantau dan menganalisis konten yang diunggah oleh pengguna TikTok, serta komentar yang muncul sebagai respons terhadap konten tersebut. Peneliti mencatat pola-pola komunikasi, strategi framing, dan dampaknya pada opini publik yang dapat diidentifikasi dari aktivitas tersebut.

Selain itu, wawancara mendalam dilakukan dengan wartawan / jurnalis Kota Bandung, yang juga aktif dalam meliput isu-isu politik dan sosial

yang berkaitan dengan aktivitas *buzzer* di media sosial. Wawancara ini dilakukan secara langsung atau melalui platform komunikasi online, sesuai dengan ketersediaan dan kebutuhan para responden.

Dengan kombinasi metode ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif dan mendalam tentang peran *buzzer* di TikTok dalam pembentukan opini publik, khususnya selama periode kampanye Pilpres 2024 di Indonesia, dan isu politik pasca setelahnya.

