

Penggunaan *Buzzer* dalam Hegemoni Pemerintahan Joko Widodo

MOHAMMAD DARRY ABBIYYU

Bidang Ideologi dan Politik, Sapma Pemuda Pancasila Jawa Timur
Jl. Jaks Agung Suprpto No. 21, Surabaya, Jawa Timur
Email: mohammaddarry@gmail.com

DIAH ASRI NINDYASWARI

Badan Pusat Statistik Kota Surabaya
Jl. Ahmad Yani No. 152E, Surabaya, Jawa Timur
Email: diahan94@gmail.com

ABSTRAK

Buzzer secara umum digunakan oleh partai politik maupun kandidat pada saat kampanye dan memiliki tugas membentuk opini publik dengan tujuan memobilisasi pemilih. Akan tetapi, pada masa pemerintah Jokowi sejak 2014 *buzzer* memiliki pergeseran peran. Artikel ini menunjukkan bahwa *buzzer* digunakan untuk menyebarkan program pembangunan infrastruktur pemerintah dan juga menyerang pihak-pihak yang melakukan kritik atau bersebrangan dengan pemerintah. Dalam menangkal setiap kritik kepada pemerintah, narasi yang secara umum digunakan *buzzer* untuk membentuk citra pemerintah adalah “Jokowi Orang Baik” dan “Tidak Semua Kesalahan Adalah Kesalahan Jokowi”. Melalui studi literatur, artikel ini disusun untuk memahami aktivitas *buzzer* di media sosial. Dengan teori hegemoni Antonio Gramsci, artikel ini beragumen bahwa penggunaan *buzzer* sebagai bagian hegemoni yang dilakukan pemerintahan Jokowi untuk menciptakan kebijakan pembangunan dan pelaksanaan investasi yang minim kritik. Di sisi lain, aktivitas *buzzer* yang secara masif melakukan pembelaan terhadap pemerintah justru mengancam demokrasi.

Kata kunci: *buzzer*, media sosial, hegemoni, demokrasi, Jokowi

ABSTRACT

Buzzers are generally used by political parties and candidates during campaigns and have the task of forming public opinion with the aim of mobilizing voters. However, during the Jokowi administration, buzzers had a shift in roles. This article shows that buzzers are used to disseminate government infrastructure development programs and attack parties who criticize or oppose the government. In countering any criticism of the government, the narratives commonly used by buzzers to shape the government's image are "Jokowi is a Good Person" and "Not All Mistakes Are Jokowi's Fault". Through literature study, this article was compiled to understand buzzer activity on social media. With Antonio Gramsci's theory of hegemony, the argument of this article is the use of buzzers as part of the Jokowi government's hegemony to create development policies and implementation of investments that are minimally critical. On the other hand, buzzer activities that massively defend the government threaten democracy and form authoritarian rule.

Keywords: *buzzer*, social media, hegemony, democracy, Jokowi

PENDAHULUAN

Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi dan distribusi informasi lazim dijumpai dalam keseharian masyarakat di Indonesia. Fenomena ini berimbas pada dinamika

politik, yakni untuk meraih suara pemilih di pemilu banyak dari kandidat maupun partai politik memanfaatkan media sosial dalam berkampanye (Kisic, 2018). Guna mendominasi informasi pada saat kampanye di media sosial para aktor politik menggunakan jasa *buzzer* karena mereka dianggap dapat mempengaruhi opini publik sehingga meningkatkan keterpilihan bagi seorang kandidat maupun partai politik (Saraswati, 2018). Terdapat beberapa *buzzer* yang telah dikenal memiliki keterikatan dengan kandidat seperti Jokowi Advanced Social Media Volunteers (JASMEV), @triomacan2000, dan Muslim Cyber Army (MCA) (Hui, 2020). *Buzzer* didefinisikan sebagai sekelompok orang yang memiliki kemampuan mempengaruhi orang lain melalui pesan yang disampaikan di media sosial (Saraswati, 2018). Tercatat sejumlah keterlibatan *buzzer* di arena politik yakni ketika Pilgub DKI Jakarta 2012, Pilpres 2014, Pilgub DKI Jakarta 2017, dan Pilpres 2019 (Felicia & Loisa, 2019; Seto, 2019; Hui, 2020). Pada perkembangannya pesan yang disampaikan *buzzer* tidak hanya sekedar visi dan misi kandidat, akan tetapi juga menyangkut adanya berita bohong (hoaks) dan kampanye hitam (*black campaign*).

Berita bohong dan kampanye hitam yang berisi pernyataan kekerasan, menghina, radikalisasi, kebencian, ekspresi fundamentalis, kefanatikan tidak lagi disampaikan secara acak tetapi dirancang untuk mendiskreditkan pihak lain (Seto, 2019). Di Amerika Serikat misalnya, skandal dari Cambridge Analytica yang diliput oleh surat kabar *New York Times* menuliskan kerja perusahaan konsultan politik Inggris tersebut dapat mengeksploitasi data pengguna media sosial dan perilakunya untuk kepentingan kampanye Partai Republik (Rosenberg, Confessore, & Cadwalladr, 2018). *Buzzer* telah memainkan peran penting dalam dinamika politik di media sosial, mereka dapat melakukan politisasi terhadap isu ras, agama, sosial. Namun, fenomena sekarang menunjukkan perubahan kerja *buzzer* menjadi alat dari aktor politik untuk menyerang pihak yang dianggap berseberangan.

Beberapa kasus menunjukkan adanya penggunaan *buzzer* oleh pemerintahan Jokowi. Pertama, serangan oleh akun *buzzer* twitter yang membangun narasi bahwa demonstrasi yang dilakukan oleh mahasiswa dan siswa STM pada aksi Reformasi Dikorupsi didasarkan atas kepentingan ekonomi alias masa bayaran (PinterPolitik, 2019). Kedua, pada penanganan virus Covid-19 pemerintahan Jokowi menggunakan *buzzer* sebagai upaya untuk membantah analisis mengenai telah masuknya virus Covid-19 ke Indonesia (Setyaningrum, 2020). Ketiga, adanya penyerangan yang dilakukan oleh *buzzer* dengan akun-akun palsu di *Twitter* kepada pihak-pihak yang kritis kepada pemerintah seperti Novel Baswedan dan Ravio Patra (Politik Today, 2020). Fenomena tersebut menimbulkan istilah *buzzer* istana di kalangan masyarakat, hal ini tidak terlepas dari adanya pertemuan yang sering dilakukan antara Presiden Jokowi dengan *buzzer* membahas isu-isu penting (Sani, 2020).

Hal ini menunjukkan pergeseran peran *buzzer* di era pemerintahan Jokowi yang berbeda dengan penggunaan *buzzer* pada umumnya, yaitu dari sekedar mempengaruhi opini pemilih menjadi alat untuk mengintimidasi individu yang kritis kepada pemerintah. Belum ada penelitian yang membahas secara detail penggunaan *buzzer* sebagai upaya mendominasi wacana Artikel ini kemudian menjawab pertanyaan: “Mengapa pemerintahan Jokowi menggunakan *buzzer* untuk melakukan dominasi wacana di media sosial?”. Pada literatur-literatur ilmu politik, penguasaan terhadap informasi adalah hal yang wajib dilakukan oleh pemerintah. Konteks di Indonesia saat ini media sosial sudah menjadi bagian dari budaya politik sehari-hari (Sumartias et al, 2019). Dari sini hadir kepentingan pemerintah untuk menguasai media sosial karena sebagai kebutuhan mendominasi informasi. Artikel ini menggunakan teori hegemoni dari Antonio Gramsci untuk menjawab pertanyaan yang diajukan.

TEORI HEGEMONI

Gramsci menggunakan konsep hegemoni untuk menggambarkan hubungan antarkelas dalam masyarakat yang bersifat subordinatif, di mana terdapat kelas tertentu yang menguasai kelas lainnya. Gramsci membedakan antara dominasi dan hegemoni. Jika dominasi bersifat koersif, maka hegemoni bersifat *consent* (dengan persetujuan). Dominasi dilakukan melalui aparaturnya atau lembaga negara seperti hukum, penjara, militer, dan polisi. Oleh karena sifatnya adalah memaksa. Sementara hegemoni dilaksanakan dengan lebih lunak melalui lembaga pendidikan, kesenian, budaya, dan sebagainya. Upaya hegemoni ini dilaksanakan dengan cara membujuk. Pada intinya, tujuan hegemoni oleh kelas berkuasa ini adalah untuk mengendalikan cara berpikir dan perilaku warga agar mewujudkan visi ideologis kelas yang berkuasa (Gramsci, 1977). Artikel ini menggunakan perspektif Gramscian ini untuk menjelaskan bagaimana *buzzer* sesungguhnya melaksanakan praktik hegemoni yang menguntungkan kelas yang berkuasa, yaitu negara atau pemerintah.

Artikel ini berargumentasi bahwa pergeseran peran *buzzer* terjadi karena pemerintahan Jokowi menggunakan *buzzer* di media sosial untuk melakukan hegemoni kepada masyarakat agar meminimalisir adanya kritik dan opini yang tidak sesuai dengan wacana pemerintah. Pada kenyataannya apa yang dilakukan oleh pemerintahan Jokowi dengan menggunakan *buzzer* adalah bentuk yang tidak menjamin hak kebebasan berpendapat dan menyimpang dari nilai-nilai demokrasi. Jadi, kritik dan masukan dari warga negara kepada pemerintah yang menjadi kontrol sosial tidak benar-benar terealisasi karena pasti diserang oleh *buzzer*. Dalam melakukan analisis, artikel ini akan menjadi tiga bagian. Bagian pertama menjelaskan mengenai latar belakang penggunaan *buzzer* sebagai alat hegemoni. Bagian kedua, membahas cara *buzzer* untuk melakukan tindakan terhadap pihak-pihak yang tidak tunduk terhadap ide pemerintahan Jokowi. Sedangkan bagian ketiga menjelaskan narasi yang dibangun oleh *buzzer* mengenai pemerintahan Jokowi.

Pada teori hegemoni Gramsci, hegemoni bekerja dalam dua tahap yaitu pada tahap dominasi dan pengarahan (Simon, 2004). Pada tahapan dominasi, negara akan menggunakan alat-alatnya seperti sekolah, media, dan organisasi-organisasi masyarakat untuk menjalankan ideologi yang diinginkan oleh negara. Setelah tahapan dominasi tersebut, alat hegemoni ini akan mengarahkan masyarakat tunduk dan patuh terhadap negara. Konsekuensinya yang didapatkan masyarakat adalah setiap perlawanan terhadap hegemoni adalah tindakan pelanggaran yang dapat dikenakan hukuman. Dari pemahaman tentang cara kerja alat hegemoni tersebut, artikel ini akan melihat bagaimana peran *buzzer* sebagai bagian dari media melakukan tahap dominasi dan pengarahan.

METODE PENELITIAN

Dalam rangka menjelaskan adanya penggunaan *buzzer* oleh pemerintahan Jokowi, artikel ini didasarkan pada studi pustaka. Pengumpulan data diperoleh dari buku-buku, dokumen kebijakan yang terkait, jurnal-jurnal ilmiah, pemberitaan di media *online*, dan berbagai informasi tertulis terkait dengan saat pertama kali Jokowi mengikuti kontestasi pemilihan Gubernur DKI Jakarta sampai dengan masa jabatan kedua kepemimpinannya sebagai presiden, selain itu data yang dipilih secara spesifik menjelaskan adanya penggunaan atau keterlibatan *buzzer* pada agenda politik Pemerintahan Jokowi. Sehingga mampu mendukung argumentasi pada artikel ini bahwa terdapat penggunaan *buzzer* oleh pemerintahan Jokowi sebagai alat untuk melakukan hegemoni. Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis menggunakan teori hegemoni sebagai kerangka teoritis. Artikel ini hanya berfokus pada kegiatan *buzzer* di *Twitter* dalam pembentukan konten atau narasi yang sesuai nilai-nilai pemerintahan Jokowi dan melakukan serangan balik terhadap pihak-pihak yang

dianggap melakukan kritik terhadap kebijakan dari pemerintah. Penggunaan pendekatan ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara spesifik dari pergeseran peran *buzzer* yang hanya digunakan pada saat kampanye dan memobilisasi pemilih, menjadi alat dari pemerintahan Jokowi untuk melakukan hegemoni kepada masyarakat.

Artikel ini berfokus pada penggunaan *buzzer* pada pemerintahan Jokowi karena selama ini terdapat beberapa kali upaya pembungkaman dan intimidasi yang dilakukan kepada pihak-pihak yang berseberangan dengan pemerintahan berawal dari media sosial. Tindakan tersebut menunjukkan bahwa pemerintahan Jokowi ingin mendominasi wacana yang terdapat di media sosial. Selain itu juga berusaha mempertahankan kekuasaannya dengan membentuk opini publik melalui konten yang diproduksi oleh *buzzer*. Dengan kata lain, artikel ini dimaksudkan sebagai sarana untuk memahami dinamika politik di media sosial terutama penggunaan *buzzer* oleh pemerintah dan memberikan paradigma berpikir kritis dalam hegemoni yang dilakukan oleh pemerintah di ruang publik.

LATAR BELAKANG PENGGUNAAN *BUZZER*

Seiring dengan kemenangan Jokowi pada Pilpres 2014, *buzzer* mengalami transformasi kinerja yang tadinya digunakan untuk mengkampanyekan visi, misi, wacana, isu politik, dan melawan narasi hoaks kepada Jokowi berubah menjadi alat dalam menyebarkan program pemerintah. Program pemerintahan Jokowi periode 2014-2019 menekankan adanya pembangunan infrastruktur secara masif untuk memenuhi kebutuhan dasar ekonomi (Ekayanta, 2019). Untuk menyebarkan kebijakan tersebut maka digunakanlah *buzzer*, mereka bertugas untuk mendengungkan (*buzzing*) kebijakan tersebut untuk diterima dan ditangkap publik sebagai konstruksi berpikir. Seperti penjelasan Iman Brotoseno yang merupakan salah satu *buzzer* yang menyerang pihak pengkritik kebijakan pembangunan infrastruktur dengan *tweet* tanggal 11 Mei 2018 pukul 5.40 WIB: “Yang *nyinyirin* Jokowi bangun infrastruktur sebaiknya mudik jangan lewat tol. Lewat jalan yang dibangun Daendels saja” (Gunadha & Bhayangkara, 2020). Dari kerjanya sebagai *buzzer* tersebut balasan yang didapatkan oleh Iman Brotoseno adalah menjadi Dirut TVRI pada tahun 2020, seperti telah diakui sendiri oleh Iman Brotoseno bahwa dirinya tidak keberatan disebut sebagai *buzzer* pemerintah Jokowi (Damanik, 2019).

Peran lain dari *buzzer* adalah menciptakan narasi-narasi positif mengenai Jokowi untuk menutupi realitas sesungguhnya. Merujuk pada penelitian Ekayanta (2019) pembangunan infrastruktur yang dilakukan oleh Jokowi berupaya menyingkirkan kekuatan oposisi dan berusaha mendapatkan dukungan dari koalisinya. Sebab pembangunan infrastruktur Jokowi menjadi masalah karena mengabaikan sektor lain dan berbagai permasalahan seperti penyelesaian Hak Asasi Manusia (HAM), reformasi dan konflik agraria, dan peningkatan hutang akibat pembangunan infrastruktur. Hal ini menimbulkan adanya perlawanan dan perseteruan aktor-aktor politik karena perbedaan kepentingan (Ekayanta, 2019). Stabilitas politik dapat diciptakan dalam menyamakan opini publik, tugas inilah yang dilakukan oleh *buzzer* di media sosial yakni menyamakan opini publik dengan menciptakan konten-konten sebagai bagian dari hegemoni ideologi pembangunan kepada masyarakat.

Produksi konten-konten negatif yang dilakukan oleh *buzzer* adalah upaya untuk menghilangkan substansi dari perdebatan terkait kebijakan tertentu. Penyebaran konten-konten negatif tersebut dilakukan secara terstruktur, sistematis, dan masif karena karena karakteristik media sosial yang spesifik (Nasrullah, 2014). Pertama, *intertextuality* yaitu setiap teks dan beberapa teks lainnya dapat saling tertatut dan jaringan antar teks dapat menciptakan konteks; kedua, *nonlinearity* artinya pergerakan pembicaraan dapat berkembang dan melahirkan topik baru; ketiga, *blurring the reader/writer distinction* yaitu terdapat pengaburan

antara pembaca dan penulis karena di media sosial seseorang dapat menulis karena membaca sebuah konten tertentu; keempat, *multimediality* yakni media sosial dapat memuat teks, audio, video, dan sebagainya; kelima, *no gatekeeper* adalah media sosial tidak memiliki fungsi dalam melakukan seleksi informasi yang masuk dan keluar sebagaimana pada media arus utama; keenam, *ephemerality* adalah kondisi teks di media sosial dapat dihapus baik disengaja maupun tidak disengaja. Karakteristik tersebut menciptakan kondisi di mana *buzzer* dapat menyebarkan informasi secara luas maupun terbatas sesuai dengan kehendaknya.

Artikel ini melihat bahwa sebagai bagian dari alat hegemoni Jokowi, *buzzer* juga melakukan upaya untuk menutupi setiap kekurangan dan justru memutarbalikkan fakta dengan menciptakan berita bohong atau fitnah kepada pihak-pihak yang menyebarkan kekurangan tersebut. Dalam menggunakan *buzzer* pemerintahan Jokowi berusaha menutup setiap permasalahan yang ada di masyarakat dengan memutarbalikkan fakta dan mengarahkan opini publik di media sosial. Hal ini didasari atas pentingnya penguasaan narasi di media sosial sejak mengalami pertumbuhan pada tahun 2012. Terdapat kontradiksi dari sikap Jokowi di khalayak publik dengan entitas *buzzer* di media sosial, selama ini Jokowi selalu menunjukkan pada publik di media massa bahwa dirinya terbuka akan tetapi justru di media sosial setiap pihak yang mengkritik Jokowi ditanggapi oleh *buzzer* sebagai pihak yang “*nyinyir*”. Selain itu artikel ini juga menemukan bahwa setiap kritik yang dilakukan oleh pihak oposisi dan masyarakat sipil selalu dianggap tidak mendasar atau berita bohong karena didasarkan atas sikap iri/dengki. Keberadaan *buzzer* sebagai alat hegemoni juga didukung oleh kepolisian dengan penggunaan pasal makar atau dijerat dengan pasal UU ITE terhadap pihak oposisi maupun kepada kelompok masyarakat sipil apabila kritik tersebut menjadi viral (Prabowo, 2019; tempo.co, 2019; Ghafur, 2016).

PERUBAHAN CARA KERJA *BUZZER*

Artikel ini menemukan bahwa cara kerja *buzzer* yang digunakan oleh pemerintah mengalami perubahan. *Buzzer* berfungsi tidak hanya menyebarkan berita bohong akan tetapi juga ikut serta dalam upaya mengkriminalisasi pihak-pihak yang berseberangan dengan pemerintah. Pada kasus ini terdapat dua kejadian yang mana *buzzer* melakukan kriminalisasi kepada Rasio Patra, peneliti kebijakan yang aktif menyampaikan kritik di *Twitter* dan komika Bintang Emon yang dituduh mengkonsumsi narkoba akibat kritiknya pada kasus persidangan kasus penyiraman air keras penyidik KPK Novel Baswedan. Hal ini menunjukkan bahwa *buzzer* telah “diberikan” kewenangan yang luas dari pemerintah untuk menyerang pihak-pihak yang dianggap berpengaruh di media sosial dan berseberangan. *Buzzer* pemerintah Jokowi terkesan mendapatkan perlindungan dari jeratan pasal UU ITE (Hidayat, 2019; Mustofa, 2019; Wartawai & Mustofa, 2019). Melalui tindakan intimidatif *buzzer*, menunjukkan bahwa pemerintahan Jokowi yang terpilih secara demokratis justru dalam menjalankan kepemimpinannya berubah menjadi rezim otoritarianisme dengan melakukan pembungkaman dan upaya kriminalisasi di media sosial. Secara sempit *buzzer* akan secara habis-habisan membela kepentingan pemerintah dan mengintimidasi lawan politik mereka.

Melihat adanya fenomena dari kejadian yang menimpa Rasio Patra dan Bintang Emon, negara sejatinya memberlakukan konsep Huxleyan dan Orwellian (R53, 2020). Dalam hal ini negara dengan kemajuan teknologi justru membanjiri informasi yang kemudian menciptakan situasi kontrol yang dimotivasi oleh kenikmatan (*pleasure*) dan ketidaktahuan. Melalui tumpahan informasi tersebut, akan membentuk disinformasi yang masif membuat masyarakat tidak mampu membedakan mana informasi yang semestinya dipercaya (Huxley, 1932). Selain itu dalam menerapkan konsep Orwellian, pemerintah juga melakukan perampasan dan penyortiran informasi. Akibatnya masyarakat semakin gagap dalam menghadapi derasnya laju

informasi dan terkondisikan pasif membuat mereka cenderung tidak kritis. *Buzzer* disiagakan untuk meredam isu sensitif dan pembukamangan terhadap aktivis. Hal ini menunjukkan adanya indikasi dari pemerintah membentuk tatanan politik menuju fasisme dan otoritarianisme, masyarakat dalam hal ini diberlakukan layaknya kanvas dengan adanya satu suara dan serangan.

Terdapat beberapa cara kerja *buzzer* dalam menggiring opini publik. Pertama, adalah dengan memberikan iming-iming ganjaran atau *giveaway*. Strategi ini biasanya dilakukan dengan membagikan sejumlah *voucher* uang elektronik hingga saldo pulsa bagi yang mengicaukan ulang pesan yang diproduksi oleh *buzzer* (Camil, 2019). Selain itu *buzzer* menggunakan akun *bot* secara masif dengan memanfaatkan otomasi mesin dan algoritma media sosial sehingga dapat menghasilkan kicaun frekuensi tinggi dan menghasilkan *trending topic*. Kedua, cara lainnya adalah *buzzer* membuat cuitan atau konten yang berisi *meme*, pernyataan terkait isu, hingga video-video supaya muncul sudut pandang tertentu di masyarakat (Priatmojo & Mukti, 2019). Ketiga, *buzzer* menggunakan cara “psikologi terbalik” atau konsep *social proof* dalam membuat sebuah konten, yakni adanya kecenderungan manusia merasa tindakannya benar apabila mengikuti tindakan yang dilakukan oleh orang banyak. Maka dalam proses bekerjanya *buzzer* mengupayakan untuk menjaga keberpihakan opini publik pada pemerintahan Jokowi dan menghancurkan pihak-pihak yang tidak sependapat dengan cara memanipulasi rasa simpati masyarakat.

MEMBANGUN NARASI “JOKOWI ORANG BAIK”

Pada pemerintahan Jokowi, *buzzer* memiliki pekerjaan selain menyerang pihak-pihak yang mengkritik Jokowi, juga menyampaikan konten dengan narasi yang membangun citra positif. Narasi tersebut selalu diproduksi seiring bersamaan dengan serangan *buzzer* kepada pengkritik, yang memiliki maksud bahwa kebijakan tersebut dikeluarkan karena “Jokowi orang baik”. Selain itu narasi ini juga menciptakan opini publik bahwa ketidakmampuan Jokowi dalam memerintah bukan karena kesalahan dia melainkan orang-orang disekitarnya. Hal tersebut membuat Jokowi sebagai seorang presiden tidak dapat dipersalahkan dengan setiap kebijakan yang dia keluarkan. *Buzzer* telah menjadi alat dari pencitraan Jokowi di media sosial untuk memenangkan opini publik guna tetap menguatkan pemerintahannya dan mengesampingkan berbagai kelemahan di pemerintahan. Pada bagian ini akan dijelaskan bagaimana pemerintahan Jokowi membentuk narasi sebagai “orang baik” selama masa kepemimpinannya.

Beberapa aksi terkait dengan kritik kepada pemerintahan Jokowi menunjukkan bahwa adanya upaya untuk melakukan kontra narasi oleh *buzzer* dengan mereduksi aksi tersebut. Pertama, pada kasus #SawitBaik, *buzzer* membangun narasi dengan memproduksi konten di media sosial seperti *Twitter* yang menjelaskan bahwa kebakaran hutan bukanlah akibat dari pembukaan lahan baru oleh perusahaan kelapa sawit. Selain itu adanya kampanye #SawitBaik merupakan upaya pemerintah Jokowi untuk melawan perang dagang karena adanya pemberlakuan moratorium dari Uni Eropa mengenai impor minyak sawit. Moratorium tersebut dikeluarkan karena tanaman kelapa sawit tidak ramah lingkungan, hal ini juga mendapat dukungan dari para aktivis lingkungan hidup. Akan tetapi narasi #SawitBaik justru mengkampanyekan bahwa pemerintahan Jokowi serius dalam hal pemberdayaan terhadap minyak sawit untuk kebutuhan pengembangan industri dalam negeri dan peduli terhadap petani (Hakim, 2019). Fakta di lapangan justru narasi #SawitBaik tidak sesuai dengan apa yang dikatakan pemerintah dan malah menyesengsarakan masyarakat seperti masalah deforestasi, mempengaruhi keanekaragaman hayati di wilayah hutan, memicu konflik agraria dan menyebabkan kebakaran hutan (Briantika, 2020). Data Konsorsium Pembaruan Agraria

(KPA), jumlah 144 kasus konflik agraria di sektor perkebunan, sebanyak 83 kasus atau 60% terjadi di kelapa sawit (Konsorsium Pembaruan Agraria, 2019).

Kedua, awal masa pemerintahan Jokowi yang kedua terdapat aksi demonstrasi besar dengan tema #ReformasiDikorupsi, akan tetapi aksi tersebut direduksi maknanya oleh para *buzzer* pemerintah. Demonstrasi yang dilakukan oleh berbagai kelompok aliansi masyarakat sipil dengan tujuan mengemukakan kritik terhadap kebijakan pemerintah justru para *buzzer* menyebut aksi tersebut adalah aksi bayaran dan hanya ditunggangi kepentingan politik tertentu (Rachman, 2019). Kontra narasi tersebut berhasil membuat perpecahan di kalangan demonstran, para mahasiswa dan pelajar yang melakukan demonstrasi dicap negatif dan melakukan tindakan anarkis. Dengan membangun narasi #MahasiswaPelajarAnarkis dan #TurunkanJokowi membuat mahasiswa tidak solid dan berhasil mengalahkan isu sesungguhnya yakni mengawal sejumlah UU dan RUU yang dianggap bermasalah (Hidayat, 2019). Di samping itu penggunaan *buzzer* dikombinasikan dengan tindakan aparat keamanan yang represif dalam menghadapi demonstran aksi #ReformasiDikorupsi di Jakarta, Bandung, Makassar, Kendari, dan Ternate mengakibatkan lebih dari 1489 orang ditangkap dan 380 orang menjadi tersangka (Novellino, 2019). Hal ini menunjukkan adanya kolaborasi yang melibatkan *buzzer* dan aparat keamanan untuk menciptakan rasa takut serta pembungkaman terhadap kritik.

Ketiga, pada penanganan virus Covid-19 *buzzer* juga berperan bahwa apa yang dilakukan oleh Jokowi merupakan kerja keras dan tidak ada yang salah. Sejak munculnya kasus Covid-19 di Cina pada bulan Desember 2019, pemerintah tidak melakukan langkah waspada justru melalui *buzzer* pemerintah berusaha mempromosikan pariwisata dan juga menampilkan fakta terkait Covid-19 di Indonesia. Dalam memberikan informasi mengenai Covid-19 pemerintah justru menggunakan *buzzer* ketimbang ahli epidemiologi dan pemanfaatan *buzzer* untuk menggerakkan opini di media sosial (Rizal, 2020). Data menunjukkan bahwa terdapat dana sebesar 72 miliar rupiah untuk *buzzer* dan *influencer* untuk kegiatan *buzzer* di bidang pariwisata (Thomas, 2020). Ahli epidemiologi dr Tifauzi Tyassuma yang menjelaskan mengenai penanganan pemerintah terhadap Covid-19 yang tidak sesuai juga mendapat serangan dari *buzzer* dengan memutarbalikkan logika dan menghancurkan kredibilitasnya (Dwinanda, 2020). Klaim dari pemerintah penggunaan *buzzer* adalah upaya untuk membuat masyarakat tidak panik dan tidak takut terhadap Covid-19. Selain itu terdapat pernyataan bahwa justru tingkat kepercayaan publik meningkat kepada pemerintah akibat adanya koordinasi antar lembaga saat penanganan Covid-19. Akan tetapi, justru pemerintah abai terhadap penanganan Covid-19 tersebut dengan tidak mendahulukan tenaga medis serta mendengarkan masukan dari para ahli epidemiologi.

Tiga fenomena tersebut menunjukkan bahwa terdapat upaya sistematis yang dilakukan oleh pemerintah Jokowi untuk melakukan kontra narasi setiap kritik dengan *buzzer*. Narasi tersebut juga menjelaskan bahwa setiap kebijakan seharusnya tidak disalahkan kepada Jokowi selaku presiden. *Buzzer* dilibatkan pada penanganan untuk membungkam setiap kritik guna mengenasakan bahwa pemerintah Jokowi selalu memiliki citra positif sebagai “orang baik”. Upaya-upaya yang dilakukan untuk mendiskreditkan pemerintah berusaha diputarbalikkan faktanya dalam merebut ruang wacana di media sosial.

SIMPULAN

Artikel ini menunjukkan bahwa *buzzer* telah melaksanakan upaya hegemoni terhadap kesadaran publik untuk mendukung pemerintahan Jokowi dalam menjalankan kebijakannya. Berdasarkan perspektif Gramscian, maka upaya tersebut dapat dipandang sebagai upaya untuk mempertahankan “memenangkan” persetujuan publik. Kehadiran media sosial menjadi

medium strategis bagi pertarungan wacana dan membentuk opini publik. Gramsci melihat bahwa agen yang melaksanakan hegemoni atau menopang kekuasaan *status quo* adalah lembaga-lembaga keagamaan, pendidikan, kebudayaan, bahkan keluarga. Tetapi pada tatanan yang sudah berubah, dengan keberadaan media sosial, *buzzer* tampil menjadi agen yang “mengamankan” kebijakan pemerintah dari setiap kritik. Upaya “pengamanan” tersebut kerap kali melanggar prinsip-prinsip demokrasi karena *buzzer* menyerang pengkritik dengan menyebarluaskan informasi pribadi, melakukan peretasan, atau menyebarkan berita bohong. Ironisnya, keberadaan *buzzer* mendapatkan perlindungan dari keberadaan UU ITE dan adanya keberpihakan aparat keamanan karena dalam melakukan kerjanya tidak pernah ada penangkapan. Dengan demikian, dalam konteks yang lebih luas, keberadaan *buzzer* telah menjadi ancaman terhadap demokrasi dan dapat menciptakan pemerintahan despotis.

DAFTAR PUSTAKA

- Aria, P. 2019, Oktober 9. *Memotret Fenomena Buzzer dan Influencer Politik di Indonesia*. Diambil kembali dari katadata.co.id: <https://katadata.co.id/berita/2019/10/09/memotret-fenomena-buzzer-dan-influencer-politik-indonesia>
- Arigi, F. 2019. *Pengamat Ungkap Privilege Buzzer Istana, Salah Tak Kena UU ITE*.
- Bates, T. R. 1975. "Gramsci and the Theory of Hegemony". *Journal of the History of Ideas*, Vol. 36, No. 2, 351-366.
- Bradshaw, S., & Howard, P. N. 2019. *The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory Organised Social Media Manipulation*. Oxford: University of Oxford.
- Bradshwa, S., & Howard, P. 2019. *The Global Disinformation Order 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation*.
- Briantika, A. 2020, Januari 14. *Pak Jokowi, Tak Ada Sawit yang Ramah Lingkungan*. Diambil kembali dari tirto.id: <https://tirto.id/pak-jokowi-tak-ada-sawit-yang-ramah-lingkungan-espB>
- Camil, M. R. 2019, Oktober 16. *Memahami Cara Kerja Buzzer Politik Indonesia*. Diambil kembali dari theconversation.com: <https://theconversation.com/memahami-cara-kerja-buzzer-politik-indonesia-125243>
- Center for Inovation Policy and Governance . 2017. *Di Balik Fenomena Buzzer: Memahami Lanskap Industri dan Pengaruh Buzzer di Indonesia*.
- Damanik, M. J. 2019, Oktober 6. *Iman Brotoseno Tak Keberatan Disebut Buzzer Jokowi, Tapi Tak Dibayar*. Diambil kembali dari IDN Times: <https://www.idntimes.com/news/indonesia/margith-juita-damanik/iman-brotoseno-tak-keberatan-disebut-buzzer-jokowi-tapi-tak-dibayar/4>
- Dimejo, E. 2019, Oktober 6. *Sejarah Keberadaan Buzzer Politik di Indonesia*. Diambil kembali dari Tagar.id: <https://www.tagar.id/sejarah-keberadaan-buzzer-politik-di-indonesia>
- Dwinanda, R. 2020, April 8. *Dr Tifauzi Tyassuma: Buzzer Membunuh demi Nasi dan Receh* . Diambil kembali dari republika.co.id: <https://republika.co.id/berita/q8g4i7414/dr-tifauzia-tyassuma-embuzzerem-membunuh-demi-nasi-dan-receh>
- Ekayanta, F. B. 2019. "Ideology and Pragmatism: Discourse Factors in Infrastructure Development in Indonesia's Jokowi-JK Era". *Jurnal Politik Vol.4, No.2*, Februari.
- Fajrina, H. N. 2020, Juni 15. *Bintang Emon Diserang Buzzer, Diduga karena Terlalu Vokal*. Diambil kembali dari cnnindonesia.com: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200615165318-20-513531/bintang-emon-diserang-buzzer-diduga-karena-terlalu-vokal>

- Felicia, & Loisa, R. 2019. Actor Network and Cohort Cultures in the Business of Political Buzzer. *Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities* (hal. 309-315). Jakarta: Atlantis Press.
- Gerintya, S., & Ganesia, I. 2019, Agustus 31. *Jerat Setan "Pasal Karet"*. Diambil kembali dari tirto.id: <https://tirto.id/jerat-setan-pasal-karet-ehft>
- Ghafur, M. F. 2016, September 8. *Polemik Pasal Karet UU ITE: Sebuah Catatan Diskusi*. Diambil kembali dari lipi.go.id: <http://www.politik.lipi.go.id/kegiatan/tahun-2016/1079-polemik-pasal-karet-uu-ite-sebuah-catatan-diskusi>
- Gipty, M. 2020, Mei 27. *Disebut Sakit Hati karena Sering Kritik, Refly Harun Sindir Balik Buzzer: Dilayani, Habis Waktu*. Diambil kembali dari Tribunnews.com: <https://wow.tribunnews.com/2020/05/27/disebut-sakit-hati-karena-sering-kritik-refly-harun-sindir-balik-buzzer-dilayani-habis-waktu?page=all>
- Gramsci, A. 1977. *Selections from Political Writings 1910-1920*. London: Lawrence & Wishart.
- Gunadha, R., & Bhayangkara, C. S. 2020, Mei 29. *Iman Brotoseno, Pembela Jokowi yang Kini Jadi Direktur Utama TVRI*. Diambil kembali dari suara.com: <https://www.suara.com/news/2020/05/29/164642/iman-brotoseno-buzzer-jokowi-yang-kini-jadi-direktur-utama-tvri>
- Haircut, O. 2020, April 4. *Pengakuan Seorang Buzzer*. Diambil kembali dari remotivi.or.id: <https://www.remotivi.or.id/di-balik-layar/585/pengakuan-seorang-buzzer>
- Hakim, R. N. 2019, November 28. *Jokowi: Kalau Sawit Didiskriminasi Eropa, Kita Pakai Sendiri*. Diambil kembali dari kompas.com: <https://nasional.kompas.com/read/2019/11/28/18404661/jokowi-kalau-sawit-didiskriminasi-eropa-kita-pakai-sendiri>
- Hastanto, I. 2019, Oktober 1. *Debat Keaslian Grup WA Anak STM dan Perang Tagar Bikin Citra Buzzer Makin Negatif*. Diambil kembali dari vice.com: https://www.vice.com/id_id/article/8xwvvgg/debat-keaslian-grup-wa-anak-stm-dan-perang-tagar-bikin-citra-buzzer-makin-negatif
- Hidayat, R. 2019, Oktober 2. *Buzzer dan Polisi dalam Pusaran Grup Whatsapp STM*. Diambil kembali dari tirto.id: <https://tirto.id/buzzer-dan-polisi-dalam-pusaran-grup-whatsapp-stm-ei58>
- Hui, J. Y. 2020. "Social Media and the 2019 Indonesian Elections: Hoax Takes the Center Stage". *Southeast Asian Affairs*, 156-171.
- Hutomo, S. B. 2016. "Perang Informasi dalam Dunia Militer dan Bisnis". Dalam I. Syahputra, *Perang Semesta dalam Kajian Budaya dan Media* (hal. 91-103). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Huxley, A. 1932. *Brave New World*. London: Chatto & Windus.
- Ihsanuddin. 2019, Oktober 7. *Riuh "Buzzer" Pendukung Jokowi*. Diambil kembali dari kompas.com: <https://nasional.kompas.com/read/2019/10/07/10040881/riuh-buzzer-pendukung-jokowi?page=all>
- Jati, W. R. 2016. "Aktivisme Kelas Menengah Berbasis Media Sosial: Munculnya Relawan dalam Pemilu 2014". *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol.20, No. 2*, 147-162.
- Kisic, A. 2018. "The Use of Social Media in Political Campaigns: The Case of Croatia Local Elections 2017". *Central European Conference on Information and Intelligent Systems* (hal. 133-140). Varazdin: NOCC.
- Konsorsium Pembaruan Agraria. 2019. *Empat Tahun Implementasi Reforma Agraria*. Jakarta: Konsorsium Pembaruan Agraria.

- KumparanNews. 2018, September 5. *Suburnya Buzzer dan Berkembangnya Bisnis Penggiringan Opini*. Diambil kembali dari kumparan.com: <https://kumparan.com/@kumparannews/suburnya-buzzer-danberkembangnya-bisnis-penggiringan-opini-1536203838240146622>
- Lim, M. 2017. "Freedom to hate: social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia". *Critical Asian Studies Vol. 49, No. 3*, 411-427.
- Muhamad, I. 2020, April 24. *Kritik Pemerintah Dibungkam, Buzzer dan Kepolisian Berkongsi Ambil Peran*. Diambil kembali dari sumber.com: <https://www.sumber.com/news/hukum-politik/kritik-pemerintah-dibungkam-buzzer-dan-kepolisian-berkongsi-ambil-peran>
- Murwani, E., & Elmada, M. 2019. "Social Media Literacy and Politic Participation Early Voter in Tangerang". *Jurnal Sinergitas PKM dan CSR Vol. 3 No. 2*, 23-25.
- Mustofa, A. 2019, Oktober 10. *Kakak Pembina San Sponsor Buzzer*. Diambil kembali dari law-justice.co: <https://www.law-justice.co/artikel/73585/kakak-pembina-sang-sponsor-buzzer-jokowi/>
- Nasrullah, R. 2014. *Teori dan Riset Media*. Jakarta: Kencana.
- Novellno, A. 2019, Oktober 29. *Alergi Demonstrasi di Rezim Jokowi*. Diambil kembali dari cnnindonesia.com: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20191029074126-20-443690/alergi-demonstrasi-di-rezim-jokowi>
- Patricik, J. 2019, Januari 10. *Asal Usul Kelahiran Buzzer*. Diambil kembali dari CNN Indonesia Web Site: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20181210015736-185-352342/asal-usul-kelahiran-buzzer>
- Patrick, J. 2019, Januari 10. *Taktik Licik Buzzer Politik*. Diambil kembali dari cnnindonesia.com: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20181210130825-185-352433/taktik-licik-buzzer-politik>
- PinterPolitik. 2019, Oktober 7. *Buzzer Pro-Pemerintah, Penerapan Huxleyan*. Diambil kembali dari pinterpolitik.com: <https://www.pinterpolitik.com/buzzer-pro-pemerintah-penerapan-huxleyan/>
- Politik Today. 2020, Juni 20. *Haris Azhar Keberatan Penggunaan Buzzer oleh Pemerintah*. Diambil kembali dari politiktoday.com: <http://politiktoday.com/2020/06/haris-azhar-keberatan-penggunaan-buzzer-oleh-pemerintah/>
- Prabowo, H. 2019, Desember 27. *Banjir Kasus Pasal Karet UU ITE Sepanjang 2019*. Diambil kembali dari tirto.id: <https://tirto.id/banjir-kasus-pasal-karet-uu-ite-sepanjang-2019-eo4V>
- Priatmojo, D., & Mukti, F. G. 2019, Oktober 8. *Cara Kerja Buzzer Bikin Viral di Twitter Setiap Pagi*. Diambil kembali dari vivanews.com: <https://www.vivanews.com/berita/nasional/12008-cara-kerja-buzzer-bikin-viral-di-twitter-setiap-pagi?medium=autonext>
- R53. 2020, Juni 16. *Mengapa Buzzer Serang Bintang Emon?* Diambil kembali dari pinterpolitik.com: <https://www.pinterpolitik.com/mengapa-buzzer-serang-bintang-emon/>
- Rachman, D. A. 2019, Oktober 9. *Fenomenan "Buzzer" Politik, Bisingnya Media Sosial Hingga Pentingnya Pencerdasan Publik*. Diambil kembali dari Kompas.com: <https://yogyakarta.kompas.com/read/2019/10/09/06570621/fenomena-buzzer-politik-bisingnya-media-sosial-hingga-pentingnya-pencerdasan?page=2>
- Renaldi, A. 2019, September 17. *Bencana Asap Makin Parah, Kampanye Sawit Baik ala Kominfo Tuai Cacian Masyarakat*. Diambil kembali dari vice.com: https://www.vice.com/id_id/article/vb57nd/bencana-asap-makin-parah-kampanye-sawit-baik-ala-kominfo-tuai-cacian-masyarakat

- Rizal, J. G. 2020, Juni 26. *Komunikasi Soal Covid-19 Dinilai Bermasalah, Masyarakat Gagal Paham*. Diambil kembali dari kompas.com: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/06/26/192700865/komunikasi-soal-covid-19-dinilai-bermasalah-masyarakat-gagal-paham?page=all>
- Rosenberg, M., Confessore, N., & Cadwalladr, C. 2018, Maret 17. *How Trump Consultant Exploited The Facebook Data of Millions*. Diambil kembali dari The New York Times: <https://www.nytimes.com/2018/03/17/us/politics/cambridge-analytica-trump-campaign.html>
- Sani, A. F. 2020, Februari 24. *Pengamat Sayangkan Jokowi Sering Undang Buzzer Bahas Isu Penting*. Diambil kembali dari Tempo.co: <https://nasional.tempo.co/read/1311522/pengamat-sayangkan-jokowi-sering-undang-buzzer-bahas-isu-penting>
- Saraswati, M. S. 2018. "Social Media and The Political Campaign Industry in Indonesia". *Jurnal Komunikasi ISKI Vol. 3 No. 1*, 51-65.
- Seto, A. 2019. "Islamist Buzzers: Message Flooding, Ofine Outreach, and Astrourfing". *Austrian Journal of South-East Asian Studies Vol 12 No. 2*, 187-208.
- Setyaningrum, P. M. 2020, Juni 23. *Salah Langkah Pemerintah Hadapi Covid-19: Masa, Pake Buzzer*. Diambil kembali dari wartaekonomi.co.id: <https://www.wartaekonomi.co.id/read291318/salah-langkah-pemerintah-hadapi-covid-19-masa-pake-buzzer>
- Simon, R. 2004. *Gagasan Politik Gramsci*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Strinati, D. 1995. *An Introduction to Theories of Popular Culture*. London: Routledge.
- Sugiono, S. 2020. "Fenomena Industri Buzzer di Indonesia: Sebuah Kajian Ekonomi Politik Media". *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 4 No. 1*, 47-66.
- Sumartias, S., Sjachro, D. W., Romli, R., & Prastowo, F. A. 2019. "Political Culture and Virtual Democracy In Indonesia: The Campaign of President's Election 2018-2019". *PCCS*. Bandung : EAI.
- Syahputra, I. 2017. "Demokrasi Virtual dan Perang Siber di Media Sosial". *Jurnal ASPIKOM Vol. 3 No. 3*, 457.
- Syaifer, F. H. 2020, Juni 18. *Serangan Buzzer Melanggar Hak Kebebasan Berpendapat*. Diambil kembali dari haluan.co: <https://haluan.co/article/serangan-buzzer-melanggar-hak-kebebasan-berpendapat>
- tempo.co. 2019. *Pasal Karet UU ITE Sejoli Pembungkam Kritik*. Diambil kembali dari tempo.co: <https://interaktif.tempo.co/proyek/pasal-karet-uu-ite-sejoli-pembungkam-kritik/index.php>
- Thomas, V. F. 2020, Februari 26. *Dana Rp 72 Miliar Buat Influencer & Redam Isu Corona, Indef: Mubazir*. Diambil kembali dari tirto.id: <https://tirto.id/dana-rp72-miliar-buat-influencer-redam-isu-corona-indef-mubazir-eBqF>
- Wartawai, W., & Mustofa, A. 2019, Juli 12. *Saat Buzzer Penguasa Kebal Hukum dan Dibiayai Negara*. Diambil kembali dari lawa-justice.co: <https://www.lawa-justice.co/artikel/89284/saat-buzzer-penguasa-kebal-hukum-dan-dibiayai-negara/>
- Widhana, D. H. 2020, April 23. *Siapaakah Rasio Putra & Bagaimana Ia Mengkritisi Kebijakan Jokowi*. Diambil kembali dari tirto.id: <https://tirto.id/siapaakah-rasio-putra-bagaimana-ia-mengkritisi-kebijakan-jokowi-eQqo>
- Yordan, J., & Ludwianto, B. 2020, Juni 16. *Analisis Serangan Buzzer Pada Bintang Emon di Twitter, Dari Mana Asalnya?* Diambil kembali dari kumparan.com: <https://kumparan.com/kumparantech/analisis-serangan-buzzer-pada-bintang-emon-di-twitter-dari-mana-asalnya-1tcflU77NSA/full>

Yusuf, O. 2013, Agustus 27. *Di Indonesia "Buzzer" Jadi Orang Bayaran*. Diambil kembali dari kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2013/08/27/0912097/Di.Indonesia.Buzzer.Jadi.Orang.Bayaran>