Perpustakaan KPK
Komisi Pemberantasan Korupsi
Direktorat Litbang
Gudang utama pengetahuan anti korupsi
PERPUSTAKAAN KPK
No. Induk : 2707049847
No. Panggil : A Ap 82

URGENSI PENGELOLAAN PENDENGUNG (BUZZER) MELALUI KEBIJAKAN PUBLIK GUNA MENDUKUNG STABILITAS POLITIK DI INDONESIA

THE URGENCY OF BUZZER MANAGEMENT THROUGH A PUBLIC POLICY IN ORDER TO SUPPORT THE POLITICAL STABILITY IN INDONESIA

Boy Anugerah

Alumnus Pascasarjana Kajian Strategik Ketahanan Nasional, Universitas Indonesia / Tenaga Ahli Bidang Politik di Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia (MPR RI)
boy.anugerahsip@gmail.com , +6281212735156

Abstrak: Pada mulanya, terminologi pendengung digunakan untuk merujuk kepada individu yang bertugas melakukan kegiatan promosi terhadap produk-produk tertentu untuk tujuan komersil. Namun demikian, sejak 2014, fenomena pendengung mulai mengalami pembauran dengan dunia politik. Aktor-aktor politik yang hendak berkontestasi dalam Pemilu merekrut para pendengung untuk mendukung kampanye politik di media sosial. Eksistensi pendengung semakin meningkat tatkala strategi komunikasi politik pemerintah juga melibatkan para pendengung di dalamnya. Penelitian ini bertujuan untuk merekomendasikan sebuah kebijakan publik kepada pemerintah dalam mengelola para pendengung dalam rangka mendukung stabilitas politik di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data penelitian dikumpulkan melalui metode *desk research*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa belum ada regulasi khusus yang mengatur eksistensi dan aktivitas pendengung di media sosial, sehingga berdampak negatif terhadap stabilitas politik di Indonesia.

Kata Kunci: Pendengung, kebijakan publik, stabilitas politik

Abstract: At the first, terminology of the buzzer is used to mention the individual who has responsibility to conduct promotion towards particular products for commercial purposes. Nevertheless, since 2014, the buzzer phenomenon has connected to the political world. Political actors who followed the general election have recruited the buzzer to assist their political campaign in the social media. The existence of the buzzer has increased since the government has involved them in examining the government's political communication strategy. This research was aimed to recommend a public policy to government in managing the existence and activities of the buzzer in order to support political stability in Indonesia. This research used qualitative descriptive approach. The data was collected through the desk research method. The results of research show that there is no particular regulation yet that manages the existence and activities of the buzzer in the social media. Therefore, it gives negative significances towards the political stability in Indonesia.

Keywords: Buzzer, public policy, political stability

PENDAHULUAN

Globalisasi, sebuah fenomena yang mana dunia menjadi tanpa batas (*borderless*) dan cenderung terhubung satu sama lain, yang dicirikan dengan kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi, telah menjadi katalisator yang mendorong berbagai kemajuan pesat dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satu indikasinya adalah kemunculan internet yang berasosiasi dengan kecanggihan perangkat komputer dan turunannya (*derivative devices*), hingga memproduksi kemunculan media sosial dalam berbagai platform. Merujuk pada hasil survei yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 2017, sedikitnya 143,26 juta jiwa dari total 262 juta penduduk Indonesia menggunakan internet. Dari jumlah 143,26 juta jiwa tersebut, 87,13 persen digunakan untuk mengakses media sosial [1].

Ada banyak platform di media sosial. Diawali dengan kemunculan Facebook pada 2004, kemudian diikuti dengan kemunculan Twitter pada 2006. Dewasa ini, masyarakat juga ramai menggunakan Youtube, Instagram, serta aplikasi komunikasi WhatsApp untuk berkomunikasi satu sama lain. Kemunculan berbagai platform media sosial tersebut memunculkan berbagai istilah bagi para penggunanya. Ada istilah *netizen*, *followers*, *influencers*, hingga *buzzer* atau yang disebut juga sebagai pendengung. *Buzzer* sendiri berasal dari bahasa Inggris yang berarti lonceng, bel, atau alarm. Sedangkan dalam *Oxford Dictionaries*, *buzzer* diartikan sebagai perangkat elektronik yang digunakan untuk membunyikan dengungan guna menyebarkan sinyal atau tanda tertentu [1].

Istilah pendengung pada awalnya berasal dari ranah pemasaran, yang pada awalnya dikenal sebagai *buzz marketing*, yakni suatu teknik pemasaran barang atau jasa untuk mendongkrak keuntungan bisnis melalui pergerakan arus informasi dari mulut ke mulut. Istilah pendengung makin populer ketika mereka yang berprofesi sebagai pendengung melakukan aktivitasnya melalui berbagai platform media sosial yang tersedia dan banyak digunakan oleh masyarakat. Dalam konteks media sosial, pendengung tidak hanya bekerja untuk mengunggah cuitan saja, namun juga menjalankan kampanye kepada para *follower* atau pengikut. Para pendengung dianggap memiliki kapasitas untuk melakukan persuasi karena kecakapannya untuk menjangkau dan mendistribusikan konten kepada berbagai pengguna media sosial [2].

Eksistensi para pendengung mulai muncul pada 2009, ketika media sosial Twitter mulai diterima secara luas dan banyak digunakan oleh masyarakat [3]. Dewasa ini, eksistensi pendengung mengalami semacam pembludakan kuantitas dan formalisasi, yang mewujud dalam suatu industri tertentu yang bergerak melalui agensi dan biro komunikasi. Daya jangkau pendengung saat ini tidak lagi berbasis pada Twitter, tapi merambah hampir seluruh media sosial. Dinamika yang paling signifikan yang dimunculkan oleh para pendengung adalah ketika objek promosi mereka mengalami pergeseran, dari memasarkan produk secara komersil, hingga bertugas membangun dukungan masyarakat terhadap para aktor politik yang sedang berkontestasi dalam suatu pemilihan umum [4]. Di Indonesia sendiri, metamorfosa pendengung politik bermula pada 2012, yakni sebagai alat pendongkrak popularitas para kandidat yang bertarung pada Pilkada DKI Jakarta [3].

Peran pendengung dalam menggalang persepsi publik pada saat kampanye politik yang dilakukan oleh aktor-aktor politik telah menjadi sebuah fenomena global. Bradshaw & Howard (2019) telah merilis hasil risetnya mengenai penggunaan pendengung politik di berbagai negara. Riset yang mereka lakukan dengan meneliti 70 negara sebagai sampel mengindikasikan bahwa sebanyak 89 persen negara menggunakan pendengung politik untuk menyerang lawan politiknya. Dalam konteks Indonesia, para pendengung kerap digunakan oleh aktor-aktor politik untuk membangun opini dan dukungan publik terhadap aktor politik tertentu. Kecenderungan yang berlaku di Indonesia adalah memproduksi diskursus politik dengan menggunakan akun-akun palsu (*fake accounts*) yang dikelola oleh manusia dan robot dalam jumlah masif untuk menciptakan konten yang bersifat misinformasi dan disinformasi [4].

Aktivitas pendengung sudah selayaknya

dicermati. Pendengung berbeda dengan pemengaruh (*influencer*). Jika pemengaruh didefinisikan sebagai seseorang yang memiliki pengaruh terhadap keputusan audiens dan lazim digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan sebuah produk, merek, atau gaya hidup tertentu sesuai dengan target audiens, maka definisi pendengung bersifat konotatif. Pendengung merupakan istilah yang ditujukan kepada individu atau akun yang mengamplifikasi pesan dan membangun percakapan di media sosial untuk tujuan tertentu. Mereka beroperasi dalam akun-akun palsu dan akun-akun anonim. Dalam konteks politik, para pendengung ini selalu mendengungkan narasi yang diinginkan oleh pembayarnya. Pendengung tak segan untuk menyebarkan hoaks atau kabar bohong serta mengkonstruksi kebencian terhadap pihak lawan.

Aktivitas pendengung yang beroperasi dalam ruang-ruang gelap media sosial, mengumbar informasi, data, dan opini tanpa verifikasi dan konfirmasi, bersembunyi dalam akun palsu dan anonim dan berkedok kebebasan berekspresi, merupakan fenomena yang sangat berbahaya dan dapat mengganggu stabilitas politik nasional. Keberadaan pendengung selama ini sering memperkeruh ruang publik karena menyebarkan informasi dengan imbalan uang tanpa secara terbuka dan jujur menandai kontennya di media sosial sebagai iklan. Penyebaran informasi tanpa tranparansi dan akuntabilitas berpotensi mengelabui khalayak ramai, menggiring opini, hingga merusak demokrasi karena mengacaukan persepsi publik. Ada fakta lain yang cukup mengejutkan. Hasil penelitian *Indonesia Corruption Watch* (*ICW*) pada akhir Agustus 2020 menyebutkan bahwa terdapat kecenderungan bahwa pendengung kerap digunakan oleh pemerintah untuk mengamankan kebijakan-kebijakannya [5].

Ada banyak penelitian yang sudah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya untuk mencermati ekses-ekses negatif yang ditimbulkan oleh para pendengung politik. Jati menyatakan bahwa para pendengung dan pemengaruh kerap menargetkan masyarakat kelas menengah sebagai target kampanye politik karena aktivitas mereka yang masif dalam menyebarkan konten-konten di media sosial [6]. Saraswati dalam risetnya mengenai media sosial dan dan industri kampanye politik di Indonesia menyatakan bahwa telah terjadi komodifikasi di media sosial oleh pelaku industri kampanye politik [2]. Felicia (2019) melalui riset studi kasus yang dilakukannya menyimpulkan bahwa para pendengung mendapat imbalan tertentu untuk memperluas informasi melalui mekanisme *retweet* dan penggunaan tagar sehingga isu yang dihembuskan dapat dilihat oleh para pengguna media sosial sebagai *trending topic*.

Penelitian ini sendiri menawarkan kebaruan (*novelty*), yakni telaah mengenai fenomena pendengung di media sosial dari sudut pandang ilmu politik dan studi kebijakan publik. Penelitian ini akan mencoba menjawab pertanyaan mengenai apakah ada keterkaitan antara ketiadaan regulasi dan banyaknya ekses negatif yang ditimbulkan oleh aktivitas para pendengung di media sosial. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, peneliti akan memaparkan terlebih dahulu secara deskriptif mengenai ekses-ekses negatif yang ditimbulkan oleh para pendengung seperti polarisasi di masyarakat, maraknya hoaks dan ujaran kebencian, serta misinformasi dan disinformasi di masyarakat dalam menyikapi suatu permasalahan.

Penelitian ini bertujuan untuk menyuguhkan rekomendasi kebijakan kepada pemerintah selaku perumus kebijakan (*policy maker*) dalam mengelola aktivitas para pendengung, sehingga dampak negatif dari eksistensi mereka dapat direduksi seminimal mungkin. Sedangkan bagi para peneliti lainnya yang berminat pada objek yang sedang dikaji, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pemantik (*trigger*) untuk melakukan penelitian lanjutan mengingat penelitian mengenai pendengung di ranah politik sebagai salah satu strategi bagi aktor-aktor politik masih sangat terbatas.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif (*qualitative approach*). Penelitian kualitatif dilakukan untuk menggali informasi mengenai suatu fenomena sedalam-dalamnya dan melalui pengumpulan data yang sedalam-dalamnya. Pada penelitian kualitatif, yang menjadi penekanan adalah persoalan kualitas, bukan pada kuantitas atau banyaknya

jumlah data yang diperoleh. Dalam penelitian kualitatif, eksistensi dan kapasitas peneliti memiliki peran sentral dalam setiap memahami dan menginterpretasikan objek yang diteliti [7].

Secara khusus, penelitian ini dijalankan melalui pendekatan kualitatif deskriptif. Penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif sendiri bertujuan untuk menggambarkan, merangkum berbagai situasi, kondisi, dan realitas sosial di masyarakat yang menjadi objek penelitian, serta lebih lanjut menarik realitas sosial tersebut ke permukaan sebagai sebuah karakter, sifat, model, ciri, sekaligus tanda dan gambaran mengenai situasi, kondisi, serta fenomena tertentu [8].

Peneliti sendiri memilih pendekatan kualitatif karena fenomena yang dicermati dalam penelitian ini, yakni aktivitas pendengung di ranah politik dan implikasinya terhadap stabilitas politik tanah air menuntut peneliti untuk mencari makna dan memberikan karakter, sifat, model, ciri, tanda, sekaligus gambaran terhadap fenomena tersebut. Lebih jauh, objek yang diteliti dalam penelitian ini menuntut peneliti untuk menggunakan kapasitas kognitifnya dalam melihat, mencermati, serta mengkonstruksi pemahaman mengenai fenomena yang terjadi melalui proses pengumpulan data yang relevan dan kredibel dalam menjawab pertanyaan penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik *desk research* dalam pengumpulan data (*collection data method*). Artinya data-data dikumpulkan adalah data sekunder yang diperoleh dari aktivitas mereferensi berbagai sumber ilmiah dan populer, seperti buku, jurnal, majalah, surat kabar, dokumen pemerintah, serta sumber-sumber kredibel lainnya yang relevan dengan tema penelitian yang dilakukan. Situasi pandemi COVID-19 yang melanda sejak Maret 2020 yang lalu menjadi limitasi atau batasan tersendiri bagi peneliti untuk mengumpukan data-data primer secara langsung dari lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendengung Politik

Di era revolusi industri 4.0. saat ini, eksistensi media sosial mengalami penguatan peranan. Keberadaan media sosial tidak hanya memainkan fungsi sebagai sarana komunikasi antar-individu, melainkan juga menjelma sebagai saluran partisipasi politik masyarakat. Ketika aspirasi masyarakat cenderung mengalami sumbatan (*bottleneck*) karena partai politik sebagai pilar penting demokrasi saat ini cenderung tidak mampu menjalankan fungsinya dalam mendengar dan menyerap aspirasi akar rumput (*grass root*), maka media sosial menjadi pilihannya. Di media sosial, masyarakat bebas berekspresi dalam menyikapi dan mengkritisi suatu isu, terlebih lagi isu-isu yang memiliki magnitudo yang besar dan bersentuhan langsung dalam kehidupan masyarakat. Seiring dengan perkembangan dalam penggunaannya, aktivitas masyarakat dalam menggunakan media sosial melahirkan berbagai peristilahan seperti *netizen*, *influencer*, hingga *buzzer* atau pendengung.

Pendengung secara umum didefinisikan sebagai individu yang menyebarluaskan, mengkampanyekan, atau mendengungkan suatu pesan atau konten tertentu. Pendengung di media sosial juga dapat dikatakan sebagai para pelaku pemasaran digital yang bertugas memperkuat pesan atau konten yang sudah dipublikasikan sebelumnya agar mampu menarik perhatian publik secara masif. Peran pendengung semakin vital tatkala di era pasca kebenaran (*post-truth*) saat ini, khususnya dalam konteks Indonesia, literasi digital masyarakat Indonesia belum terbilang baik sehingga opini publik terhadap suatu isu lebih gampang digiring dan dibentuk oleh para pendengung tersebut sesuai dengan kepentingan atau objektif yang diusung. Hal inilah yang menjadi celah sempit yang kerap dimanfaatkan oleh aktor-aktor politik yang berkepentingan dalam menggunakan jasa pendengung.

Para pendengung pada awalnya beroperasi dalam ranah bisnis, lebih tepatnya pemasaran suatu produk atau jasa. Mereka mengamplifikasi pesan yang sudah disampaikan oleh produsen agar pesan tersebut mendapatkan penekanan dalam artikulasinya ke publik, sehingga dengan demikian dapat mengundang atensi publik secara luas. Namun demikian, seiring dengan dinamika sosial politik masyarakat, keampuhan peran pendengung dalam mengamplifikasi pesan, serta eksistensi ranah siber yang tanpa batas, tanpa sekat, lebih ekonomis, dan

masih minim pengaturan, telah mengundang aktor-aktor politik untuk menggunakan jasa pendengung bagi kepentingannya. Hal ini wajar, karena baik dalam teori maupun praktik, ada persinggungan yang erat antara strategi komunikasi, pemasaran, dengan politik itu sendiri. Jika dalam bisnis yang dipasarkan adalah produk, maka dalam politik yang dipasarkan adalah aktor-aktor politik yang menginginkan citra dan tampilan yang baik di benak publik.'

Ada tiga sistem kerja yang dianut oleh para pendengung, baik pendengung bisnis maupun pendengung politik, yakni; (1) membangun citra positif (*supporting*); (2) mengklarifikasi citra (*defensive*); dan (3) menyerang dan merusak citra pesaing (*offensive*). Meskipun memiliki sistem kerja yang sama, pendengung bisnis dan pendengung politik memiliki perbedaan. Pendengung bisnis lebih banyak beroperasi di ranah *supporting* dan *defensive*, sedangkan pendengung politik lebih banyak bergerak di ranah *offensive* dengan membuat konten berdasarkan fakta, akan tetapi lebih banyak didominasi oleh hoaks dan ujaran kebencian dengan maksud merusak citra dan menimbulkan stigma negatif terhadap pesaing politik dari pihak yang mereka dukung [9]. Oleh sebab itu, pendengung politik cenderung memiliki makna yang konotatif, terlebih lagi mereka mayoritas beroperasi dengan memanfaatkan keuntungan di media siber dengan membuat akun-akun palsu sehingga sulit dituntut transparansi dan tanggung jawabnya.

Para aktor politik, baik partai politik, pejabat pemerintah, maupun para kandidat yang bertarung dalam sebuah pemilihan umum, menggunakan jasa pendengung dengan melakukan proses rekrutmen terlebih dahulu. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh *Center for Innovation Policy and Governance* pada 2017, sedikitnya ada tiga pola yang dipraktikkan dalam merekrut pendengung politik, yakni melalui rekrutmen berjenjang, pendekatan langsung, serta pengumuman lowongan. Dalam rekrutmen berjenjang, tim memantau aktivitas dan profil akun di media sosial, kemudian melakukan seleksi berdasarkan kriteria tertentu. Mereka akan mengundang pemilik akun yang dinilai layak ke pertemuan tatap muka. Pada pendekatan secara langsung, pemberi kerja menjajaki kemungkinan untuk bekerja sama dengan pendengung secara langsung. Sejumlah situs, seperti Sociabuzz, telah menyediakan informasi mengenai profil, segmen, dan tarif untuk promosi produk. Sedangkan pada mekanisme pengumuman lowongan, agensi akan mengumumkan adanya lowongan menjadi pendengung untuk produk atau topik tertentu.

Pendengung politik secara garis besar dibagi menjadi dua, yakni pendengung independen dan pendengung relawan. Pendengung independen memiliki karakter yang bebas dan tidak terikat oleh kelompok atau organisasi apapun. Mereka bisa digunakan untuk kepentingan *branding* atau kampanye semua konten yang bertemakan politik sesuai dengan pesanan dari agensi komunikasi, partai politik, politisi, ataupun aktor-aktor politik lainnya yang berkepentingan. Dengan karakteristik yang bebas dan tidak terikat ini, para pendengung kategori ini cenderung bersifat transaksional. Para pendengung ini bergerak sesuai dengan tuntutan para pembayar atau penyewanya dan mematok tarif tinggi untuk jasanya tersebut. Berdasarkan laporan Oxford University berjudul *"The Global Disinformation Order"* (2019), nilai kontrak pendengung di Indonesia berada pada rentang Rp 1 juta hingga 50 juta. Nilai kontrak tersebut tergolong rendah apabila dibandingkan dengan Tiongkok dan Brasil yang masing-masing berkapasitas maksimal dan medium.

Pendengung kedua adalah pendengung relawan yang memiliki sifat partisan. Pendengung tipe ini memiliki keterikatan dan persinggungan yang erat dengan figur yang mereka dukung, baik karena latar belakang sosialnya, pendidikannya, pekerjaannya, partai politik, hingga gagasan-gagasan yang diproduksinya. Karena bersifat partisan dan sukarela, para pendengung model ini disebut juga sebagai relawan politik digital.

Mereka tidak menerima kompensasi finansial atas dukungan yang mereka berikan karena semuanya dilakukan secara sukarela dengan mengedepankan semangat voluntarisme [9]. Meskipun bersifat sukarela dan tidak menuntut biaya atas jasanya, tetap ada konsekuensi negatif yang ditimbulkan. Pertama, akun anonim yang digunakan merupakan sebuah kondisi yang tidak bisa dituntut tanggung jawabnya. Kedua, relawan atau

simpatisan cenderung bersikap fanatik terhadap figur yang mereka usung, sehingga konten yang diproduksi terkadang tidak sesuai dengan realitasnya. Fanatisme tersebut juga berpotensi menyebabkan mereka melakukan aksi-aksi ofensif yang cenderung mendiskreditkan pihak lain, termasuk menyebar fitnah dan ujaran kebencian di media sosial.

Ekses Negatif Terhadap Stabilitas Politik

Ada banyak praksis empirik yang menujukkan betapa berkelitkelindannya aktivitas para pendengung dengan isu-isu politik kontemporer tanah air. Pada perhelatan Pilkada DKI Jakarta 2012 yang lalu, tim kampanye Joko Widodo dan Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) membentuk *Jakowi Ahok Social Media Volunteers* (JASMEV) pada 12 Agustus 2012. Pada saat itu, 10 relawan media sosial membangun jaringan informasi yang masif, berdaya jangkau luas, serta bersifat *real time*.

Walaupun JASMEV tersebut bersifat relawan, kelompok pegiat media sosial tersebut dipimpin oleh mereka yang berasal dari kalangan elit. Pada saat pembentukan JASMEV, Kartika Djoemadi ditunjuk sebagai Koordinator JASMEV. Pada Pemilu 2014, ketika Joko Widodo mengikuti kandidasi pertama kali sebagai presiden, Kartika Djoemadi kembali didapuk untuk menjadi Koordinator *Jokowi Advanced Social Media Volunteers* (JASMEV). Pada penugasan ini, Kartika Djoemadi memimpin sedikitnya 30.000 relawan. Setelah Joko Widodo memenangi Pilpres 2014, muncul kabar bahwa Kartika Djoemadi diangkat sebagai komisaris di salah satu BUMN. Jika isu ini benar, maka hipotesis banyak pihak bahwa banyak relawan yang digerakkan oleh seorang koordinator dengan misi politik tertentu benar adanya [4].

Gelaran Pilkada DKI Jakarta selalu memunculkan aroma persaingan yang ketat. Hal ini bisa dimafhumi mengingat Jakarta merupakan "etalase politik" paling penting para elit politik tanah air, sekaligus barometer untuk kompetisi politik yang lebih besar, yakni Pileg Nasional dan Pilpres. Oleh sebab itu, situasi panas di media sosial dalam perhelatan Pilkada DKI Jakarta tidak hanya terjadi pada 2012, tapi semakin meningkat eskalasi konfliknya pada 2017 ketika Anies Baswedan berhadap-hadapan dengan Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) yang menjabat sebagai petahana. Pertarungan antara para pendukung dan simpatisan tidak hanya berlangsung di area nyata, tapi lebih didominasi pertarungan konten di media sosial. Tidak dimungkiri bahwa selama pelaksanaan Pilkada DKI Jakarta 2017 tersebut, jagat media sosial dipenuhi oleh konten-konten yang bermuatan suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA).

Basuki Tjahaja Purnama yang kebetulan merupakan etnis minoritas Tionghoa dan beragama Kristen banyak menjadi objek kampanye negatif di media sosial. Pada periode tersebut, penggunaan media sosial mengalami lonjakan yang sangat tajam yakni aktivitas dari sedikitnya 176 juta akun [4].

Geliat para pendengung politik ternyata tidak hanya bermain pada level Pilkada saja, tapi juga merambah panggung yang lebih besar, yakni Pilpres. Pendengung politik mendapatkan sorotan ketika ajang Pilpres 2014 dan 2019 digelar. Pada dua hajatan politik tersebut, narasi yang digaungkan oleh para pendengung politik masih berkutat pada isu-isu yang bertemakan politik identitas. Pada Pilpres 2014, pendengung politik cenderung menyoroti aspek personal atau kepribadian dari kedua pasangan calon yang berkontestasi. Sedangkan pada Pilpres 2019, pendengung politik kedua kubu lebih banyak menghembuskan isu-isu agama. Hal ini dimulai setelah terjadinya aksi masa 212 pada 2016 [10].

Strategi kampanye dengan mengusung isu agama telah memecah masyarakat, sehingga mengalami polarisasi sosial yang berujung pada terciptanya konflik dan kerentanan persatuan di kalangan masyarakat menengah ke bawah. Pada momen ini, disinyalir ada pihak-pihak tertentu yang ingin mendapatkan kedudukan di pemerintahan setelah pasangan calon yang didukung memenangi pemilihan umum nantinya.

Aktivitas para pendengung juga memiliki persinggungan dengan aktivitas politik pemerintah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Persinggungan ini memiliki dua konteks. Pertama, aktivitas para pendengung yang menyerang kebijakan-kebijakan pemerintah. Kedua, aktivitas pemerintah yang disinyalir menggunakan para pendengung untuk menciptakan konter-aksi

terhadap aktivitas pendengung pihak oposisi, termasuk juga menggalang opini masyarakat untuk mendukung kebijakan pemerintah. Investigasi yang dilakukan oleh Majalah Tempo dengan mengutip pernyataan dari Kepala Biro Komunikasi Kementerian Keuangan RI (Kemenkeu RI), Rahayu Puspasari, bahwa Kemenkeu RI mencoba memetakan perang narasi utang di media sosial. Teridentifikasi beberapa akun-akun khusus yang mendengungkan isu hutang dan menyerang Kemenkeu RI sebagai institusi negara. Merespons serangan para pendengung ini, tim komunikasi Kemenkeu RI menjawab melalui berbagai akun resmi yang dimiliki seperti Instagram, Twitter, dan Facebook. Salah satu muatan utama yang disampaikan melalui media-media sosial tersebut adalah kebutuhan pembiayaan yang mendesak, sehingga pemerintah harus mencari pinjaman dari pihak lain.

Pendengung politik juga bermain pada isu-isu yang terkait dengan kebijakan pemerintah. Dalam isu revisi UU KPK beberapa waktu yang lalu misalnya, narasi yang dihembuskan oleh pendengung antara lain; (1) pendengung memunculkan istilah pegawai KPK sebagai anggota Taliban atau kelompok teroris; (2) pendengung mengiming-imingi pulsa untuk akun yang ikut mengamplifikasi tagar yang mereka munculkan; (3) mengikutsertakan akun-akun robot pendukung revisi UU KPK; dan (4) pada akhirnya, Presiden Joko Widodo ikut menyetujui revisi UU KPK. Pengesahan UU KPK tersebut tentu saja memantik resistensi masyarakat, khususnya kalangan masyarakat madani, karena revisi UU KPK tersebut dianggap melemahkan KPK dengan hadirnya Dewan Pengawas KPK. Hal ini mendorong munculnya gagasan agar pemerintah menerbitkan Perppu KPK. Merespons situasi ini, para pendengung politik kembali beraksi. Selama adanya tuntutan tersebut, para pendengung menghembuskan narasi ofensif di media sosial. Ada dua signifikansi yang ditimbulkan, pertama; para pendengung menyerang gerakan mahasiswa dan penyebutnya ditunggangi kepentingan politik, kedua; sebagai konsekuensinya, presiden tidak jadi mengeluarkan Perppu KPK yang diusulkan.

Penggunaan pendengung untuk aktivitas politik secara genealogis dan historis pada dasarnya dapat dilacak pada praksis sebelumnya di negara lain. Penggunaan pendengung politik begitu marak pada gelaran Pipres Amerika Serikat 2016 yang silam ketika Hillary Rodham Clinton berhadap-hadapan dengan Donald J. Trump yang akhirnya terpilih sebagai presiden. Pada kompetisi tersebut, para pendengung politik dikerahkan untuk menyerang Clinton pada berbagai isu krusial untuk menurunkan elektabilitasnya di mata masyarakat.

Isu-isu yang dihembuskan oleh pendengung politik pro-Trump antara lain penggunaan surat elektronik berdomain pribadi serta penyerangan terhadap Kedubes Amerika Serikat di Libya pada saat Clinton menjabat sebagai Menlu Amerika Serikat di era Barrack Obama. Strategi serangan melalui "udara" ini ternyata cukup efektif dalam menurunkan elektabilitas Clinton yang sebelumnya digadang-gadangkan oleh banyak pengamat politik di seluruh dunia bahwa ia akan memenangi pertarungan dengan mudah.

Beberapa realitas empirik di tanah air tersebut, ditambah dengan telaah historis di negara lain, menunjukkan beberapa dampak negatif dari eksistensi dan operasi yang dilakukan oleh pendengung politik di media sosial terhadap instabilitas politik nasional. Pertama, globalisasi yang membawa kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi melalui kemunculan media sosial seyogianya menjadi sarana dan infrastruktur virtual untuk memperkuat komunikasi dan kohesi masyarakat. Keberadaan media sosial sejatinya dapat mereduksi limitasi-limitasi dalam hal perbedaan geografis pada wilayah-wilayah yang didiami oleh masyarakat Indonesia. Keterbatasan jarak dapat dimediasi dengan media sosial yang bergerak tanpa sekat geografis, bahkan hambatan yurisdiksi negara. Hanya saja manfaat inheren ini justru disalahgunakan segelintir pihak yang mengutamakan kepentingan sendiri dan golongan untuk merusak kohesi sosial masyarakat dengan makin memperlebar jurang perbedaan melalui isu-isu politik identitas yang dihembuskan.

Kedua, Indonesia adalah sebuah entitas sosial dan politik yang disusun di atas keberagaman. Indonesia sangat beragam dalam hal suku, agama, bahasa, serta adat-istiadat masyarakatnya. Perbedaan inilah

yang coba disatukan oleh para pendiri bangsa melalui berbagai mekanisme substansial seperti Sumpah Pemdua 1928 dan Proklamasi Kemerdekaan 17 Agustus 1945. Pemerintah melalui institusi terkait seperti Lemhannas RI, BPIP, Kemendikbud RI, termaasuk MPR RI sebagai parlemen, juga secara konsisten dan persisten menyosialisasikan empat konsensus dasar kebangsaan, yakni Pancasila, UUD NRI 1945, konsepsi Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI), dan Bhinneka Tunggal Ika. Hanya saja upaya-upaya historis dan kontemporer yang dilakukan oleh para pendiri bangsa dan pemerintah saat ini menjadi hancur lebur tatkala para pendengung politik menghembuskan narasi-narasi yang merusak persatuan dan kesatuan bangsa di media sosial. Pada isu-isu Pilkada DKI Jakarta dan Pilpres 2014 dan 2019 misalnya, masyarakat terjerumus pada segregasi sosial yang sangat dalam.

Ketiga, demokrasi Indonesia sudah bergerak maju pasca terjadinya reformasi politik 1998 yang silam. Berbagai langkah demokrasi yang mendorong partisipasi publik juga giat digalakkan oleh pemerintah pasca reformasi. Salah satunya adalah Pilkada dan Pilpres secara langsung melalui amandemen konstitusi ketiga pada 2001. Partisipasi publik perlahan bergerak secara dinamis seiring dengan kesediaan masyarakat untuk menuju bilik-bilik suara pada berbagai ragam pemilihan umum yang digelar di tanah air. Hanya saja partisipasi politik tersebut menjadi tereduksi maknya tatkala partisipasi politik yang masif dikatalisasi oleh sentimen berbasis agama dan primordial yang didengungkan oleh pendengung di media sosial. Masyarakat "terpilin" menjadi pemilih yang emosional dan irasional, alih-alih pemilih yang matang dan terdidik sebagai produk negara yang bergerak maju dalam memeluk demokrasi. Dalam konteks ini, pendengung menanggung "dosa sejarah" atas kemunduran demokrasi secara substansial di tanah air.

Keempat, di era globalisasi dan disrupsi saat ini, postur ancaman, gangguan, hambatan, dan tantangan telah mengalami pergeseran yang signifikan. Perang tidak lagi dilakukan secara konvensional melalui bentrok fisik dan senjata. Perang dilakukan secara asimetris yang mana musuh menjadi sulit dikenali dan dipetakan kekuatannya. Fenomena pendengung politik harus dicermati secara lebih mendalam. Eksistensi pendengung politik tidak bisa disederhanakan pada terminologi pendukung pemerintah dan oposisi terhadap pemerintah, pendukung calon X *vis a vis* dengan pendukung calon Y saja. Lebih dari itu, ada indikasi bahwa pihak asing juga turut terlibat, baik secara pendanaan maupun infrastruktur jaringan, dengan menggerakkan sumber daya-sumber daya potensial di dalam negeri. Inilah yang harus diawasi dan dipetakan dengan pendekatan kewaspadaan nasional.

Kelima, keberadaan pendengung politik mempengaruhi citra pemerintah di mata publik. Temuan dari *Indonesia Corruption Watch* (ICW) yang menyatakan bahwa terdapat indikasi belanja negara sebesar Rp 1,29 triliun untuk berbagai aktivitas digital pada periode 2017-2019 cukup menohok pemerintah [5]. Meskipun temuan ini harus dikonfirmasi lagi, berita yang dirilis dan dibaca masyarakat berpotensi menggerus kepercayaan masyarakat. Jikapun pemberitaan tersebut salah, aktivitas para pendengung yang menggunakan akun-akun palsu dan anonim yang dengan gigih mendukung program-program pemerintah yang mendapat penolakan dari kalangan masyarakat sipil seperti isu omnibus law pada RUU Cipta Kerja yang saat ini sedang dibahas antara pemerintah dan parlemen, menimbulkan kesan bahwa pemerintah ada di balik para pendengung tersebut. Konsekuensinya, tercipta sebuah pandangan dan stigma bahwa pemerintah terkesan tidak cukup percaya diri dengan program-program yang digulirkan.

Ketiadaan Regulasi

Akar dari berbagai ekses negatif yang ditimbulkan oleh keberadaan dan aktivitas pendengung politik tersebut pada dasarnya terletak pada ketiadaan regulasi atau kebijakan dalam pengelolaannya. Ketika sebuah isu muncul di masyarakat, namun tidak disikapi melalui pengaturan dan mekanisme hukum yang memberikan konsekuensi hukum, maka isu tersebut akan terus menggelinding menjadi sebuah persoalan yang kian membesar (*domino effect*). Inilah yang dihadapi oleh Indonesia saat ini. Hal ini menjadi fatal ketika institusi yang menjalankan pengaturan justru terkesan

jaga ata

grove sekaligus area wisata bahari
i salah satu pendorong pertumbuhan
yarakat dengan mendirikan berbagai
seafood. "Ini adalah peran KKP yang
dan peduli dalam menangani pesisir.
potensi ekonomi yang berkembang."

belum cukup hirau dan paham bagaimana cara menyikapinya, baik secara taktis maupun strategis. Kecenderungan yang terjadi adalah pembiaran (*omissions*), sehingga berdampak pada segregasi dan polarisasi sosial di masyarakat yang mendalam, khususnya ketika ajang Pemilu digelar.

Menarik untuk mencermati pernyataan beberapa pejabat tinggi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI (Kemenkominfo RI) bahwa untuk saat ini tidak ada aturan yang melarang keberadaan para pendengung. Pejabat tersebut justru memberikan pernyataan bahwa posisi pendengung sama halnya dengan posisi pemengaruh selama tidak melanggar undang-undang. Pernyataan ini cukup disayangkan. Pertama, definisi dan aktivitas pendengung dan pemengaruh sudah jelas sangat berbeda. Ketika pemengaruh bekerja secara riil melalui akun-akun yang jelas dan menandai kontennya sebagai iklan politik, para pendengung bergerak melalui celah-celah sempit di media sosial dengan menggunakan akun anonim agar tidak terlacak identitasnya. Pelanggaran yang dilakukan oleh pemengaruh dapat ditindak secara hukum karena jelas identitasnya [3]. Sedangkan pelanggaran yang dilakukan oleh pendengung membutuhkan upaya lebih keras karena harus melacak dan mengindetifikasi terlebih dahulu siapa yang berada di belakang akun "bodong" tersebut.

Kedua, konsekuensi hukum yang dikenakan tidak spesifik mengatur keberadaan dan eksistensi pendengung. Konsekuensi hukum yang dikenakan adalah persinggungan dengan ranah lain. Selama ini, pemerintah masih berpijak pada UU No. 11/2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) ketika ada aktivitas media sosial yang melakukan hoaks, fitnah, dan ujaran kebencian.

Di situlah permasalahannya. Para pelaku kerap sulit ditangkap karena tidak jelas identitasnya. Secara khusus, UU ITE tidak mengenal dan mengatur perihal pemengaruh, pendengung, dan istilah-istilah lainnya di media sosial. Begitupula dengan pemberlakuan UU Pemilu ketika ada pelanggaran atau tindak pidana Pemilu yang dilakukan melalui media sosial. Sekali lagi, eksekusi sulit dilakukan karena harus melacak terlebih dahulu siapa pihak yang berada di belakang akun-akun palsu dan anonim yang menghembuskan narasi-narasi sesat di media sosial ketika Pemilu diselenggarakan tersebut.

Penggunaan UU ITE juga memunculkan polemik tersendiri jauh sebelum fenomena pendengung politik menyeruak. Pada awalnya UU ITE dimaksudkan untuk menjamin adanya kepastian hukum mengenai beragam informasi yang dilakukan secara elektronik oleh pengguna media-media sosial. Akan tetapi, dalam implementasinya, regulasi ini banyak digunakan untuk menindak para pelaku penghinaan dan pencemaran nama baik.

Sejak diundangkan hingga 2018, jumlah pelapor kasus ITE terbanyak adalah aparat negara, yakni sebanyak 35,92 persen. Fakta ini memberikan stigma negatif kepada pemerintah bahwa UU ITE kerap digunakan sebagai senjata terhadap lawan-lawan politik [4]. Konsekuensinya, penggunaan UU ITE untuk menindak para pendengung politik cenderung tidak efektif karena adanya penolakan dari masyarakat. Terlebih lagi jika fakta bahwa para pendengung kerap digunakan oleh para pejabat pemerintahan untuk mengamplifikasi kebijakan benar adanya. Dikhawatirkan akan ada standard ganda yang diterapkan. Fenomena menarik lainnya yang patut dicermati adalah ketika adanya *dissenting opinion* antara Kemenkominfo RI dan Kantor Staf Presiden yang digawangi oleh Jenderal TNI (Purn) Moeldoko. Moeldoko berpandangan sebaliknya, bahwa pendengung harus ditertibkan. Sayangnya pernyataan ini belum ditindaklanjuti melalui pembentukan kebijakan publik atau regulasi yang konkret.

Sebuah regulasi atau kebijakan publik menjadi kata kunci untuk mengatur eksistensi para pendengung politik. Dengan adanya kebijakan publik yang diinisiasi baik oleh pemerintah maupun parlemen, sebuah isu atau permasalahan di masyarakat akan diletakkan pada kerangka legal formal yang memiliki konsekuensi hukum apabila terjadi pelanggaran terhadapnya. Thomas R. Dye dalam *Understanding Public Policy* (1978) mendefinisikan kebijakan publik sebagai apa yang dipilih oleh pemerintah untuk dikerjakan atau untuk tidak dikerjakan. Sedangkan David Easton dalam *A System Analysis of Political Life*

(1965) mengartikan kebijakan publik sebagai pengalokasian nilai-nilai secara paksa kepada seluruh anggota masyarakat.

Secara umum, ada dua tujuan utama dari kebijakan publik, yakni; (1) tercapainya kesejahteraan masyarakat malalui peraturan yang dibuat oleh pemerintah; dan (2) diperolehnya nilai-nilai oleh publik, baik yang terkait dengan barang publik maupun jasa publik. Nilai-nilai tersebut dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas hidup, baik fisik maupun non-fisik [11].

Realitas empirik yang dipaparkan sebelumnya sudah cukup memadai untuk menjadi poin-poin penting dalam identifikasi masalah yang merupakan salah satu tahapan krusial dalam perumusan sebuah regulasi atau kebijakan publik. Kritik dan masukan, baik dari masyarakat maupun pegiat lembaga swadaya masyarakat, juga harus diletakkan sebagai input dalam formulasi kebijakan. Di sinilah dituntut kejelian dan kecakapan pemerintah dalam menangkap persoalan. Tudingan beberapa pihak yang menyebut pemerintah sebagai aktor politik yang juga turut menggunakan jasa pendengung dapat ditepis tatkala pemerintah menunjukkan keseriusannya dalam memberantas implikasi-implikasi negatif yang ditimbulkan oleh ulah para pendengung tak bertanggung jawab di media sosial. Secara garis besar, pengaturan pendengung berada pada tiga hal. Pertama, formalisasi dan legalisasi identitas para pendengung. Butuh kerja sama antara Pemerintah Indonesia dan penyedia berbagai platform sosial agar pembuatan akun menggunakan data yang terverifikasi seperti Kartu Tanda Penduduk (KTP), Surat Izin Mengemudi (SIM), dan sebagainya. Bagi mereka yang tidak menggunakan identitas resmi, maka akun tidak bisa dibuat.

Kedua, pengaturan konten. Kerja sama antara pemerintah dengan penyedia harus memasukkan poin mengenai konten yang dapat diblokir atau diproses secara hukum. Secara teknis hal ini dapat diterjemahkan dengan menggunakan kata-kata kunci yang dilarang penggunaannya, sehingga otomatis terblokir. Pemerintah juga dapat memperkuat poin kedua ini dengan melakukan *feasibility study* terlebih dahulu mengenai radaksi-redaksi kalimat atau isu-isu negatif yang sering digunakan oleh para pendengung di media sosial. Ketiga, ada sanksi pidana bagi para pendengung yang menyebarkan fitnah, ujaran kebencian dan hoaks di media sosial. Hal ini mengindikasikan bahwa Indonesia, meskipun menjunjung tinggi kebebasan berekspresi, namun demikian ada konsekuensi hukum bagi setiap pelanggaran yang dilakukan. Agar hal ini berjalan dengan baik, dibutuhkan pengawasan dan cek silang dari masyarakat, serta integritas dan independensi penegak hukum dalam menjalankan hukum yang berlaku.

Terakhir, terlepas dari kebijakan publik atau regulasi yang akan diproduksi, pemerintah dalam kerangka institusional kenegaraan, disarankan untuk tidak memanfaatkan jasa pendengung politik. Pemerintah sudah memiliki pranata-pranata komunikasi sendiri (contoh: Biro Humas) yang seharusnya lebih diefektifkan penggunaannya. Penggunaan pendengung hanya akan menunjukkan kelemahan pranata komunikasi yang sudah dimiliki dalam mengamplifikasi pesan yang sudah disampaikan.

SIMPULAN

Pendengung pada awalnya muncul dan bergerak di ranah pemasaran untuk mengamplifikasi pesan yang disampaikan oleh produsen di media sosial agar pesan tersebut mendapatkan efek gema yang lebih luas di masyarakat. Namun demikian, seiring dengan dinamika yang bergulir, serta persinggungan antara dunia bisnis dan politik, kiprah pendengung menyentuh garis batas dan merengsek masuk ke ranah politik. Para pendengung beroperasi pada relung-relung gelap media sosial dengan menggunakan akun-akun anonim dan palsu, sehingga tidak terlacak identitasnya. Mereka menjalankan strategi ofensif dengan menyerang lawan-lawan politik dari pihak yang membayar. Hal ini menimbulkan dampak negatif berupa instabilitas politik di dalam negeri. Beragam ekses negatif yang berujung pada instabilitas politik tersebut disebabkan oleh ketiadaan regulasi khusus yang mengatur persoalan.

Penggunaan UU ITE dan UU Pemilu tak cukup komprehensif dalam menindak para

pendengung. UU ITE membawa "cacat bawaan" karena kerap distigmakan sebagai senjata politik pemerintah. UU ITE juga tidak mengenal istilah pendengung dalam batang tubuhnya. Begitu juga dengan UU Pemilu yang hanya meletakkan pelanggaran dalam kerangka Pemilu saja. Oleh sebab itu, perlu digagas, baik oleh pemerintah maupun parlemen, sebuah regulasi khusus yang mengatur para pendengung. Regulasi tersebut sedikitnya akan memuat tiga hal penting, yakni (1) formalisasi dan legalisasi akun; (2) pengaturan konten atau narasi yang disampaikan; serta (3) sanksi hukum yang bersifat mengikat dan memberikan efek jera kepada para pelanggar. Dengan demikian, ekses negatif para pendengung yang merusak stabilitas politik nasional dapat direduksi.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Loisa, F. &. (2018). Peran Buzzer Politik dalam Aktivitas Kampanye di Media Sosial Twitter. *Jurnal Koneksi Vol 2(2) Desember 2018*, 352-359.

[2] Saraswati, M. (2018). Social Media and the Political Campaign Industry in Indonesia. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia Volume 3(1).*

[3] Christiany, Juditha. Buzzer di Media Sosial Pada Pilkada dan Pemilu Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi dan Informatika #3 Tahun 2019*, 199-212.

[4] Sugiono, S. (2020). Fenomena Industri Buzzer di Indonesia: Sebuah Kajian Ekonomi Politik Media. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 4(1)*, 47-66.

[5] Laporan Indonesia Corruption Watch (ICW). (2020). *Aktivitas Digital Pemerintah: Berapa Milyar Anggaran Influencer*, 2-21.

[6] Jati, W. (2017). Aktivisme Kelas Menengah Berbasis Media Sosial: Munculnya Relawan dalam Pemilu 2014. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Volume 20(2)*, 147.

[7] Kriyantono, R. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

[8] Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

[9] Arianto, B. (2019). Kontestasi Buzzer Politik dalam Mengawal APBD DKI Jakarta. *Jurnal Polinter Prodi Ilmu Politik FISIP UTA'45 Jakarta Volume 5(1) Maret-Agustus 2019*, 54-76.

[10] Fernandes, A. (2019). Politik Identitas dalam Pemilu 2019: Proyeksi dan Efektivitas. *Center for Strategic and International Studies (CSIS) Jakarta.*

[11] Easton, David. (1965). *A System Analysis of Political Life*. New York: John Wiley & Sons.