

BUDAYA PARTISIPATIF DARING PADA FENOMENA ANIES BUBBLE DALAM KONTESTASI PEMILU 2024

Grozny Farrelsyah Permana

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta
201041208@mahasiswa.upnvj.ac.id

Jalan RS. Fatmawati Raya, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta

Abstrak

Fenomena Anies Bubble merupakan sebuah terapan dari budaya fans K-Pop yang hadir pada kontestasi pemilu 2024, hadirnya Anies Bubble merupakan inisiasi dari relawan pendukung Anies Baswedan yang kemudian lahir komunitas relawan pendukung Anies Baswedan pada platform Twitter. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana budaya partisipatif daring terjadi pada fenomena Anies Bubble dalam kontestasi Pemilu 2024 dengan menggunakan Teori Budaya Partisipatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan fenomenologi untuk mencoba menguraikan budaya partisipatif daring yang terjadi pada fenomena Anies Bubble dalam kontestasi Pemilu 2024. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam (in depth interview) dan dokumentasi. Kelima informan yang diwawancarai dipilih melalui teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa hadirnya Fenomena Anies Bubble yang merupakan terapan dari budaya fans K-Pop dengan segala aktivitas yang menggambarkan terjadinya budaya partisipatif secara daring, membuat Anies Baswedan mendapatkan performa terbaik pada platform Twitter dalam kontestasi Pemilu 2024. Terapan budaya fans K-Pop serta personifikasi Anies Baswedan sebagai sosok ‘idol’ menjadikan kehadiran Anies Bubble menjadi suatu hal yang baru, serta dirasa tepat untuk dipenetrasi kepada generasi muda. Budaya partisipatif daring yang terjadi dan ditandai oleh 4 jenis budaya partisipatif menurut Jenkins menyebabkan masyarakat pengguna twitter kaya akan informasi terkait Anies Baswedan, serta ikut berperan aktif dalam penyebaran arus informasi. Hadirnya Anies Bubble juga kemudian memelopori adanya akun-akun relawan pendukung lainnya secara daring, seperti Humanies, dan Olppaemi Project yang bertujuan memperluas proses penyebaran informasi seputar Anies Baswedan.

Kata Kunci: Budaya Partisipatif, Anies Bubble, Twitter

Abstract

The Anies Bubble phenomenon is an application of K-Pop fan culture that is present in the 2024 election contestation, the presence of Anies Bubble is an initiation from volunteers supporting Anies Baswedan which then gave birth to a community of volunteers supporting Anies Baswedan on the Twitter platform. This study aims to analyze how online participatory culture occurs in the Anies Bubble phenomenon in the 2024 Election contestation using Participatory Culture Theory. The method used in this study uses a qualitative research method through a phenomenological approach to try to describe the online participatory culture that occurs in the Anies Bubble phenomenon in the 2024 Election contestation. Data collection techniques use in-depth interviews and

documentation. The five informants interviewed were selected using purposive sampling techniques based on certain predetermined criteria. The results of the study revealed that the presence of the Anies Bubble Phenomenon, which is an application of K-Pop fan culture with all activities that illustrate the occurrence of online participatory culture, made Anies Baswedan get the best performance on the Twitter platform in the 2024 Election contest. The application of K-Pop fan culture and the personification of Anies Baswedan as an 'idol' figure made the presence of Anies Bubble something new, and was considered appropriate to be penetrated to the younger generation. The online participatory culture that occurred and was marked by 4 types of participatory culture according to Jenkins caused Twitter users to be rich in information related to Anies Baswedan, and to play an active role in the dissemination of information. The presence of Anies Bubble also pioneered the existence of other online volunteer support accounts, such as Humanies, and the Olppaemi Project which aimed to expand the process of disseminating information about Anies Baswedan. Keywords: Participatory Culture, Anies Bubble, Twitter

Keywords: *Participatory Culture, Anies Bubble, Twitter*

PENDAHULUAN

Kehadiran Anies Bubble dalam kontestasi pemilu 2024 yang merupakan sebuah aktivitas atas inisiasi para relawan pendukung, yang juga merupakan bentuk nyata atas adanya dampak dari kemajuan teknologi. Kemajuan serta revolusi teknologi yang terjadi membuat banyaknya fenomena yang terjadi secara digital, atau dalam hal ini adalah pada media sosial. Sebelumnya, Era Revolusi Industri 4.0 sudah dirasakan terutama oleh masyarakat di Indonesia yang bergelut dengan teknologi dalam beberapa tahun terakhir dan akrab dikenal dengan teknologi digital (Damayanti, 2018)

Di era modern dan serba digital ini, aktivitas kampanye yang terjadi sudah melalui adanya proses transformasi. Jika pada 2 edisi pemilu sebelumnya, kampanye secara luar jaringan dengan pemanfaatan billboard dan atribut lainnya di tempat umum, serta pemanfaatan big media seperti televisi yang masih menjadi andalan. Kini bukan berarti hal-hal tersebut sudah tidak dilakukan, melainkan adanya tambahan wadah baru yang memiliki kekuatan sama besarnya dibandingkan kedua hal tersebut, yaitu kampanye dengan memanfaatkan ruang digital, atau dalam hal ini adalah media sosial. Saat ini, lanskap media memang demikian berubah secara signifikan akibat globalisasi (Masduki et al., 2023).

Media ini banyak digandrungi terutama Gen Z dan Milenial yang merupakan penyumbang suara terbanyak pada Pemilihan Presiden 2024. (Masduki et al., 2024). Tidak sedikit ditemukan pada Pemilu 2024, terdapat banyak pergerakan kampanye yang dilakukan oleh para peserta Pemilu, hingga para relawan pendukung yang menjadikan media sosial sebagai wadah utamanya dalam menyebarluaskan informasi yang ingin disampaikan. Media online mampu menjadi sarana yang ampuh dalam menyampaikan pesan sehingga pengguna media online dapat dengan mudah memperoleh pengaruh dari pesan-pesan yang disampaikan (Masduki et al., 2020). Pergerakan, serta

aktivitas yang terjadi pada media sosial tersebut, kemudian peneliti kaitkan dengan sebuah teori bernama Budaya Partisipatif.

Budaya partisipatif merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Henry Jenkins. Teori ini menjelaskan sebuah keterikatan yang terjadi secara umum pada praktik fandom (Jenkins et al., 2009). Dalam budaya partisipatif, manusia bukan hanya berperan sebagai konsumen saja, melainkan juga berperan sebagai produsen, sehingga menyebabkan hilangnya batasan antara produsen dan konsumen yang kemudian dipersatukan kembali menjadi pemain dalam aliran budaya. Kemajuan teknologi yang menyebabkan semua hal menjadi serba digital, serta adanya kecenderungan masyarakat yang tidak dapat dipisahkan dengan media sosial memungkinkan budaya partisipatif terjadi secara daring melalui interaksi dunia maya.

Teori budaya partisipatif dalam konteks daring menjelaskan kondisi seorang individu atau komunitas virtual dapat berperan aktif dalam menciptakan serta menyebarkan konten berupa informasi ataupun hiburan. Para individu kemudian diposisikan dengan tidak adanya gap antara produsen dan konsumen. Komunitas virtual yang hadir dalam kontens budaya partisipatif secara daring memiliki peran sebagai inisiator, atau dalam hal ini adalah produsen. Komunitas virtual umumnya melakukan aktivitas-aktivitas secara daring, yang umumnya ditemukan pada media sosial. Aktivitas tersebut dapat berupa kreasi-kreasi konten fan fiction, fan art, ataupun berisikan informasi atas sebuah hal atau seseorang, yang dalam hal ini publik figur.

Mengutip dari laman harian informasi Kompas, Anies Bubble merupakan sebuah akun komunitas virtual yang diinisiasikan oleh para relawan pendukung Anies Baswedan pada platform twitter yang didalamnya berisi segala informasi, serta kampanye calon presiden nomor urut 01, Anies Baswedan. Terbentuknya kesamaan minat yaitu mendukung Anies Baswedan membuat lahirnya komunitas virtual atau Online Community. Komunitas Virtual merupakan sebuah entitas yang memiliki

beberapa karakteristik, yaitu terbentuk oleh sekumpulan orang, memiliki anggota yang saling berinteraksi, saling bertukar pikiran dan pendapat, dan memiliki kepentingan serta minat yang sama (Balasubramanian & Mahajan, 2001).

Penamaan “Bubble” menjadi sorotan publik karena istilah “bubble” seperti sudah tidak asing bagi para penggemar K-Pop. Mengutip dari laman harian informasi Kompas, Istilah “Bubble” merupakan sebuah terapan yang sebelumnya terkenal sebagai sebuah istilah dari layanan berbayar yang menciptakan terjadinya interaksi antara penggemar K-Pop dengan artis idolanya. Proses interaksi yang terjadi pada bubble ini dapat berupa membalas pesan, foto, hingga video yang dikirim oleh idolanya tersebut. Juru Bicara Timnas AMIN, David Nerotumilena, melalui laman harian informasi Kompas mengatakan bahwa terbentuk dan tumbuhnya Anies Bubble terjadi secara organik dan bukan dari hasil kreasi tim kampanye.

Pemanfaatan media sosial sebagai medium yang efektif untuk melakukan aktivitas kampanye kemudian melahirkan fenomena Anies Bubble pada kontestasi pemilu 2024. Hadirnya fenomena Anies Bubble sebagai sebuah peristiwa yang menunjukkan bentuk representatif dukungan yang diinisiasikan oleh relawan muda pendukung Anies Baswedan pada sosial media, khususnya platform twitter.

Melalui latar belakang tersebut, ditulisnya penelitian ini akan berisikan bahasan terkait bagaimana budaya partisipatif daring pada fenomena anies bubble dalam kontestasi pemilu 2024 terjadi, dan dapat berdampak pada atensi serta dukungan yang besar masyarakat pengguna media sosial twitter terhadap sosok Anies Baswedan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi penelitian selanjutnya di bidang ilmu komunikasi, terkait bagaimana budaya partisipatif daring yang terjadi dalam sebuah fenomena pada media sosial dapat menyebabkan atensi dan loyalitas yang kuat terhadap seorang politisi.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan fenomenologi. Metode penelitian kualitatif merupakan suatu metode yang berlandaskan paradigma Post-Positivisme (Sugiyono, 2020). Hal ini berdasarkan dari asumsi dasar paradigma Post-Positivisme yang menjelaskan bahwa peneliti melakukan observasi secara mendalam di lokasi penelitian dengan objektif. Fokus dari paradigma Post-Positivisme adalah tindakan-tindakan manusia sebagai ekspresi dari sebuah keputusan.

Penelitian fenomenologi merupakan jenis kualitatif yang melihat dan mendengar secara lebih dekat hingga terperinci penjelasan serta pemahaman individu tentang pengalaman pengalamannya (Setyowati, 2020). Dalam konteks penelitian kualitatif, hadirnya sebuah fenomena dapat dimaknai sebagai suatu hal yang terjadi dalam kesadaran penulis dengan menggunakan cara dan penjelasan tertentu bagaimana prosesnya menjadi terlihat jelas dan nyata.

Penulis memilih untuk menggunakan pendekatan fenomenologi dengan pertimbangan bahwa fenomena yang diteliti termasuk fenomena yang membutuhkan pengamatan serta observasi lebih dalam. Selain itu, fenomenologi juga menjelaskan sifat fenomena, sehingga mampu memberikan gambaran terkait sesuatu dengan apa adanya dan sesuai dengan kenyataan serta kebenaran yang terjadi (Setyowati, 2020).

Dalam penelitian ini, data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari wawancara mendalam kepada narasumber yang relevan, sementara data sekunder diambil dari jurnal, artikel, serta sumber-sumber *online* yang membahas tentang Budaya Partisipatif yang terjadi secara daring dan hadirnya fenomena Anies Bubble.

Analisis data pada penelitian ini dilakukan menggunakan teknik analisis data mode *Miles & Huberman* yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan serta verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas tentang bagaimana Budaya Partisipatif Daring yang terjadi pada Fenomena Anies Bubble yang berdampak pada masyarakat, khususnya pengguna twitter dalam kontestasi pemilu 2024. Hasil penelitian ini diperoleh melalui kegiatan wawancara mendalam yang dilakukan terhadap 5 informan yang terdiri dari 3 informan kunci, dan 2 informan pendukung.

Informan yang dipilih disesuaikan dengan peranan dan kontribusi yang relevan terhadap objek penelitian agar jawaban yang diperoleh bisa dipastikan kredibilitasnya. Wawancara penelitian dilakukan dengan sejumlah daftar pertanyaan yang telah disusun oleh peneliti. Pertanyaan yang diajukan kepada informan kunci membahas mengenai hal-hal yang relevan dengan aktivitas Anies Bubble di media sosial, bagaimana fenomena tersebut dapat berdampak pada masyarakat, serta direlevansikan dengan teori budaya partisipatif di dalamnya. Sedangkan pertanyaan yang diajukan kepada informan pendukung lebih difokuskan sebagai data pelengkap dari agar informasi yang diperoleh menjadi lebih akurat.

Sikap masing-masing informan terhadap fenomena Anies Bubble yang terjadi memiliki perbedaan. Namun, hasilnya memiliki kecenderungan yang sama, bahwa informan beranggapan bahwa adanya fenomena Anies Bubble merupakan sebuah hal yang baru dari segi pemanfaatan tools, adanya budaya partisipatif yang terjadi, pendekatan yang tepat untuk anak-anak muda, hal yang cukup efektif untuk dilakukan di twitter, serta sebuah terapan dari budaya fans k-pop yang ada. Untuk mengetahui secara detail bagaimana penilaian masing-masing informan, penulis mengajukan

pertanyaan kepada informan dengan membagi proses Fenomena Anies Bubble kepada 3 tahapan, yaitu pra Anies Bubble, Anies Bubble, dan pasca Anies Bubble.

Pada tahap pra Anies Bubble, melalui pandangan dari beberapa informan membuat peneliti menemukan beberapa kesimpulan. Hadirnya Anies Bubble merupakan sebuah terapan dari budaya fans K-pop, hal ini dibuktikan dengan pernyataan-pernyataan dari para informan yang merupakan fans K-pop yang menyatakan bahwa dari segi treatment apa yang dilakukan oleh Anies Bubble merupakan hal yang biasa dilakukan oleh budaya fanbase K-pop. Personifikasi Anies Baswedan sebagai sosok 'idol' juga menjadi perhatian para informan yang merupakan fans K-pop, mereka merasa bahwa Anies Baswedan dianggap seperti para fans K-pop menganggap idol mereka yang berasal dari Korea Selatan. Cara personifikasi tersebut terlihat sebagai suatu hal yang baru, karena penetrasinya mengarah terhadap anak-anak muda dan fans K-pop, namun menurut informan GR cara personifikasi yang dilakukan oleh dan terhadap politisi sejatinya sudah biasa dilakukan oleh politisi-politisi di Indonesia, guna mendekatkan dirinya kepada masyarakat.

Penggunaan twitter bagi masyarakat Indonesia utamanya adalah sebagai information platform atau sumber informasi utama yang mereka dapatkan di media sosial. Perbedaan tujuan pemakaian dari berbagai media sosial yang tersedia menjadi suatu hal yang membedakan Twitter dengan media sosial lainnya. Para narasumber mengatakan Instagram mereka gunakan untuk berinteraksi dan mengetahui keseharian teman, kerabat, ataupun orang-orang yang mereka kenal. Sedangkan TikTok dijadikan mereka sebagai entertainment platform, atau media sosial untuk mereka dapat mencari hiburan. Sedangkan Twitter dijadikan sebagai media sosial information source platform bagi masyarakat di Indonesia.

Contoh-contoh yang peneliti temukan, didukung dengan pernyataan dari para informan

serta adanya aktivitas pada Anies Bubble yang menggambarkan 4 jenis dari kelompok budaya partisipatif yang terjadi pada eksistensi Anies Bubble membuktikan bahwa hadirnya Anies Bubble dapat dikaitkan dengan sebuah teori, yaitu budaya partisipatif yang terjadi secara daring.

Anies Bubble sebagai pelopor, kemudian menyebabkan masyarakat yang dalam hal ini adalah pengguna media sosial twitter ikut berpartisipasi terhadap berbagai movement atau aktivitas yang digagas oleh Anies Bubble. Akun-akun relawan pendukung Anies Baswedan lainnya, yang juga menyerap budaya fans K-pop hadir setelah adanya akun Anies Bubble. Dengan adanya budaya partisipatif secara daring yang terjadi pada fenomena Anies Bubble, peneliti menemukan adanya tujuan utama dalam semua yang terjadi yaitu guna memperluas, serta mempertajam arus informasi tentang Anies Baswedan pada kontestasi pemilu 2024.

PENUTUP

Simpulan

Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya kecenderungan yang sama menanggapi budaya partisipatif yang terjadi secara daring pada fenomena Anies Bubble. Kehadiran Anies Bubble yang secara organik datang dari para pendukung yang menyerap budaya fans K-Pop, disertai dengan penetrasi yang tepat kepada generasi muda, dan dikaitkan dengan 4 jenis budaya partisipatif menurut Henry Jenkins yaitu Affiliations, Expressions, Collaborative Problem Solvings, dan Circulations yang terjadi secara daring pada fenomena Anies Bubble, membuat masyarakat lebih mudah memperoleh informasi seputar Anies Baswedan dan merasa menjadi bagian atau terpartisipatif pada aktivitas yang dilakukan oleh Anies Bubble.

Budaya Partisipatif yang terjadi secara daring, dan munculnya Personifikasi sosok Anies Baswedan sebagai sosok 'idol' dan 'abah' yang hadir secara organik dibentuk oleh Anies Bubble serta relawan pendukung lainnya

membuat Anies Bubble memiliki performa terbaik di antara calon presiden lainnya pada pemilu 2024 silam di platform twitter, menurut informasi yang peneliti peroleh dari tim media Anies Baswedan. Adanya aktivitas yang menggambarkan definisi dari teori budaya partisipatif secara daring, seperti masyarakat dan para pengguna Twitter yang ikut berperan aktif dalam penyebaran informasi, hingga lahirnya akun-akun relawan pendukung lainnya setelah hadirnya Anies Bubble kemudian berdampak dan bermanfaat pada perolehan informasi masyarakat dalam kontestasi pemilu 2024, khususnya pada platform twitter.

Saran

Secara teoritis, penelitian ini memberikan saran pada penelitian selanjutnya untuk mengambil informan atau narasumber yang memiliki pengalaman mengenai media sosial dalam ranah politik lainnya untuk mendapatkan sudut pandang lainnya yang relevan dengan penelitian ini. Kemudian, dengan Fenomena Anies Bubble pada kontestasi pemilu 2024 yang telah diteliti ini, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengeksplorasi bagaimana sudut pandang yang membedakan Anies Bubble, dengan fenomena Penguin Ganjar Pranowo, dan Gemoy milik Prabowo Subianto secara lebih terkhusus.

Secara praktis, penelitian ini memberikan saran bagi penelitian selanjutnya untuk tetap memperhatikan kedalaman dari pengalaman setiap informan tanpa terkecuali. Selanjutnya peneliti juga memberikan saran kepada peneliti berikutnya untuk melakukan wawancara mendalam yang dimulai dari pandangan informan pendukung, lalu setelahnya divalidasi oleh pandangan dari para informan kunci. Hal tersebut dikarenakan informan pendukung, yang notabenehnya merupakan bagian dari pengguna media sosial di tengah masyarakat, akan memberikan pengalamannya sebagai representatif masyarakat luas. Peneliti juga memberikan saran untuk memperhatikan kembali waktu yang direncanakan dalam pengumpulan data pada informan, agar

penulisan penelitian dapat lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Balasubramanian, S., & Mahajan, V. (2001). The Economic Leverage of The Virtual Community. *International Journal of Electronic Commerce*, 5(3), 103–138. <https://doi.org/10.1080/10864415.2001.11044212>
- Damayanti. (2018). *Media Massa di Era Disrupsi 4.0*. PT. Pentas Grafika. <https://repository.bsi.ac.id/repo/files/290937/download/1819-Ganjil-->
- Jenkins, H. (2009). *Confronting The Challenges of Participatory Culture: Media Education for The 21st Century*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/8435.001.0001>
- Masduki, D., Karlinah, S., Maryani, E., Wibowo, & Kunto, A. (2023). Twitter and The Ideology of The Party in Indonesia. *European Chemical Bulletin*, 12. [10.48047/ecb/2023.12.si8.590](https://doi.org/10.48047/ecb/2023.12.si8.590)
- Masduki, D., Widianingsih, Y., & Simanihuruk, H. (2020). Beginner Voter Experience in Finding Information Through Mass Media and Social Media in the 2019 Presidential Election (Phenomenology Study of High School Students in Serang City, Banten). *IMC 2019*.
- Masduki, D., Widianingsih, Y., & Simanihuruk, H. (2024). Political Messages On Social Media And Gen Z's Choice In The 2024 Presidential Election: Phenomenological Study of Gen Z In Jakarta. *Pasundan Social Science Development*, 5(1), 72–80. unpas.web.id/index.php/pascidev/article/download/166/147
- Setyowati, Y. (2020). *Analisis Peran Religiusitas Dalam Peningkatan Akuntabilitas dan Transparansi Lembaga Amil Zakat (Studi Kasus Pada Rumah Zakat Jakarta Timur)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. <https://anyflip.com/xobw/rfpq/basic>