

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 SIGNIFIKANSI PENELITIAN

Media *online* selain mempunyai web sendiri untuk memuat beritanya, ia juga mempunyai media sosial untuk menyebarluaskan berita atau informasi tersebut seperti ke media sosial. Kehadiran media sosial yang digunakan sebagai sumber informasi khalayak tersebut telah mengubah pola interaksi sosial atau interaksi antar individual. Hal ini tentunya mengundang berbagai tanggapan dari masyarakat baik itu pernyataan baik maupun pernyataan yang cenderung dikeluarkan oleh *netizen* dengan sesuka hati.

Menurut Simangunsong (2017) dalam jurnalnya yang berjudul *Interaksi Antarmanusia Melalui Media Sosial Facebook Mengenai Topik Keagamaan*, keberadaan media sosial seharusnya dipergunakan untuk memperkuat hubungan atau mencari hubungan dengan orang lain. Namun, aktivitas individu di media sosial cenderung seenaknya dalam mengeluarkan pernyataan. Beberapa *netizen* di media sosial bahkan saling menyerang, melecehkan atau mencederai identitas yang sudah dimiliki oleh individu lainnya. Hal ini menunjukkan adanya kelemahan individu dalam literasi media sosial itu sendiri.

Salah satu dari banyak cara untuk menyebarkan kata-kata dan menghasilkan percakapan *online* di media sosial adalah melalui *buzzer*. Dikutip dari jurnal Wasisto Raharjo Jati, *Aktivisme Kelas Menengah Berbasis Media Sosial: Munculnya Relawan dalam Pemilu 2014* (2016), dikatakan bahwa *buzzer* secara sederhana dimaknai personal atau kolektif yang berperan sebagai “otak” atau kreator wacana/isu untuk diperbincangkan *netizen* dalam dunia maya. Dinamakan sebagai *buzzer* karena berkaitan dengan tugasnya mendengarkan (*buzzing*) suatu isu atau wacana untuk diterima dan ditangkap publik sebagai konstruksi berpikir. Keberadaan *buzzer* media sosial ini pula telah dianggap sebagai bagian penting dalam mendorong wacana *online* di Indonesia.

Melihat kaitannya dengan kegiatan Pemilihan Umum (pemilu) seperti yang akan berlangsung pada tahun 2019 mendatang, riuhnya penggunaan *buzzer* pada saat kampanye pada akhirnya memunculkan persaingan antara partai politik dan sejumlah politisi. Masing-masing ingin mengungguli yang lain, sehingga konten kampanye di media sosial pun dimanipulasi untuk menyebarkan kebohongan dan ujaran kebencian. Fenomena *buzzer* pada media sosial sebagai media penyampaian pesan dan kepentingan-kepentingan mereka menyita banyak perhatian publik karena dampak yang ditimbulkan gerakan *buzzer* ini dalam kehidupan sosial begitu luar biasa. Ini jelas dapat mempengaruhi kondisi sosio-politik kontemporer maupun kehidupan bernegara di masa depan. Sebab seperti diketahui penggunaan media sebagai alat utama kelompok *buzzer* dikhawatirkan memengaruhi pikiran, perasaan dan perilaku masyarakat.

Karakteristik media sosial yang dapat memungkinkan setiap penggunanya selain mengkonsumsi informasi namun juga dapat memproduksi sekaligus mendistribusikan informasi tersebut, memungkinkan siapa saja yang aktif di media sosial dapat masuk dan terlibat menjadi konsumen, sekaligus produsen informasi. Bahkan setiap aktivis atau pengguna media sosial berperan sebagai distributor pesan. Karena kecepatan dan segala kemudahannya untuk di akses, media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan informasi. Pesatnya perkembangan media sosial saat ini dapat membuat semua orang seperti memiliki media sendiri.

Menurut jurnal Iswandi Syahputra yang berjudul *Demokrasi Virtual dan Perang Siber di Media Sosial: Perspektif Netizen Indonesia (2017)* dikatakan bahwa riset yang dilakukan oleh Prabowo dan Arofah menunjukkan persaingan antar jenis media sosial berlangsung dengan ketat. Kondisi ini akan mengarah pada segmentasi pengguna media sosial di masa mendatang. Penelitian tersebut juga menggambarkan bahwa masing-masing media sosial memiliki kekuatannya masing-masing. Media sosial yang mampu mengakomodasi sifat agresif, progresif serta menampilkan *self*

performance akan menarik minat penggunanya. Sedangkan media sosial yang kurang mengenal karakter konsumennya akan ditinggalkan. Relasi antara media dengan individu tidak lagi linier (satu arah). Relasi individu dengan media sosial juga membentuk perilaku (budaya) baru di kalangan penggunanya, seperti budaya narsisme. Budaya narsisme tersebut semakin meningkat di masyarakat seiring dengan bertumbuhnya media sosial.

Di sebutkan juga dalam jurnal Iswandi kemudahan yang ditawarkan media sosial terhadap masyarakat *online (netizen)*:

Karakteristik media sosial tersebut memungkinkan setiap orang dapat berbagi informasi pada khalayak atau pada siapa saja yang dikehendaknya. Setiap orang di media sosial punya otoritas memilih dan membuat sendiri opini yang mereka inginkan. Di Indonesia, kemungkinan tersebut semakin lebih leluasa karena didorong dan disokong oleh iklim demokrasi yang menjamin setiap orang bebas berpendapat dan menyampaikan opininya di media sosial secara bebas. Masyarakat *online (netizen)* dan media sosial dapat berperan sebagai agen sosial dan perubahan politik. (Iswandi, 2017:16).

Besarnya jumlah pengguna media sosial dan iklim demokrasi yang memberikan kebebasan berpendapat di Indonesia menjadikan aktivitas di media sosial demikian tinggi, cepat, dan seketika (*real time*). Tinggi dan besarnya aktivitas di media sosial tersebut tidak jarang kemudian memicu dan memacu ketegangan antara pengguna media sosial, seperti Twitter dan Facebook. Ketegangan tersebut digerakkan oleh kerja aktor yang dikenal sebagai *opinion maker* di media sosial. *Opinion maker* di media sosial berdiri sendiri namun saling terhubung satu sama lainnya.

Gagasan tentang *opinion maker* mengacu pada konsep *opinion leader* dalam teori *Two Step Flow Comunication* yang diajukan oleh Ellihu Katz dan Paul Lazarsfeld dalam Iswandi (2017) untuk menggambarkan transfer informasi atau pesan melalui dua tahap. Tahap pertama, informasi atau pesan yang menyebar melalui media massa diterima oleh seorang *opinion leader* yang memiliki akses terhadap sumber informasi atau pesan tersebut. Tahap kedua, informasi atau pesan yang diterima seorang *opinion leader* tersebut kemudian menyebar kepada masyarakat.

Pada pengertian yang lebih luas dalam konteks media sosial saat ini, istilah *opinion leader* kemudian dapat dipahami sebagai orang yang memberi pengaruh atau dapat mempengaruhi pengikut mereka (*followers*) terhadap suatu isu tertentu yang sedang diperbincangkan di media sosial. Pada konteks yang telah berubah tersebut, seorang *opinion leader* bukan lagi sebagai pihak yang menyampaikan opini mereka karena memiliki akses pada sejumlah sumber informasi, tetapi dapat beralih menjadi *opinion maker*. Konteks media sosial yang sangat dinamis memberi kemungkinan bagi siapa saja menjadi seseorang yang mendesain opini yang diinginkannya.

Potret media sosial seperti itu disebut Klein dalam Iswandi (2017) sebagai '*web like image*'. Aktivitas di media sosial seperti jaring laba-laba. Dalam jaringan tersebut ada bagian inti (pusat jaringan) sebagai pusat seluruh aktivitas media sosial. Pusat inti jaringan (*hubs*) tersebut dihubungkan oleh seorang aktor sebagai perantara (*bridge*). Aktor perantara ini menyebarkannya pada aktor jaringan lainnya. Dikatakan oleh Borgatti dan Lopez-Kidwell dalam Iswandi (2017) bahwa dalam menilai, aktor yang berperan sebagai perantara dalam suatu ikatan yang lemah dengan aktor lainnya. Walau lemah, namun mereka intensif berhubungan di media sosial.

Aktor sebagai perantara yang membuat aktivitas di media sosial dinamis tersebut saling menstimulasi aktor lainnya. Saling stimulasi antar aktor dalam satu kelompok kepentingan dengan aktor lainnya yang melakukan hal serupa pada kelompok yang berbeda pada titik tertentu dapat memicu perang siber (*cyber war*). Perang siber (*cyber war*) dapat dipahami sebagai suatu situasi adanya proses penyangkalan, perusakan, berbagai modifikasi informasi dengan tujuan yang ditentukan si pengirim, seperti penyerangan, manipulasi, serangan balik, melalui berbagai cara *cyber*, psikologis, yang akan mempengaruhi/mengganggu pihak musuh dalam aspek infrastruktur dan pengambilan keputusan.

Menurut Iswandi (2017), selain itu bisa dengan cara penipuan, pengingkaran, penyangkalan, disinformasi, termasuk yang bersifat ancaman (halus maupun kasar) atas informasi aktual yang telah disampaikan oleh pihak pemerintah misalnya atau

pihak lain yang relevan. Berbeda dengan perang konvensional, perang siber tidak membutuhkan tempat (*place*), tetapi membutuhkan ruang (*space*).

Salah satu faktor pemicu adanya perang siber yaitu dengan adanya ujaran-ujaran kebencian atau *hate speech* yang banyak dilontarkan oleh beberapa khalayak dan sering dijumpai pada media sosial. Hal ini tentunya bukan lagi menjadi hal yang tabu untuk dilakukan oleh masyarakat, khususnya pengguna media sosial. Mereka seolah tak memikirkan akibat dari ujaran kebencian yang dilontarkan saat itu di kemudian hari. Pola pikir masyarakat pengguna media sosial saat ini seolah tidak memedulikan dampak yang terjadi dan cenderung memikirkan bahwa apa yang mereka utarakan itu hanya sekedar untuk mengemukakan pendapatnya saja.

Dijelaskan dalam jurnal Iswandi (2017), bahwa pengertian ujaran kebencian itu sendiri merupakan bahasa yang digunakan untuk mengekspresikan kebencian terhadap kelompok yang menjadi sasaran atau dimaksudkan untuk menghina, mempermalukan, atau untuk menghina anggota kelompok.

Namun demikian, menurut Lane dalam Iswandi (2017), ‘perang informasi’ di media sosial masih dalam tataran semantik. Mereka menyebutnya “*involves engaging and undermining the discursive norms and realities of the systems as a whole*”. Berbagai konten yang diproduksi aktor media sosial sengaja diciptakan untuk menghancurkan wacana normatif dan realitas sistem kekuasaan saat ini sebagai suatu kesatuan. Hal ini mirip dengan pengertian dalam *US Army Field Manual* yang mendefinisikan perang informasi sebagai tindakan yang diambil untuk mencapai superioritas informasi, dengan menyikapi informasi yang bermusuhan, proses berbasis informasi dan sistem informasi, dan mempertahankan informasi yang dimiliki, proses-proses informasi dan sistem-sistem informasi.

Seperti yang terjadi pada 23 Mei 2017, terdapat penyebaran ujaran kebencian atau *hate speech* pada salah satu akun di Instagram. Tersangka berinisial HP (23), admin akun Instagram @muslim_cyber1 ditangkap karena mengunggah *screenshot* (bidik layar) percakapan palsu antara Kapolri Jenderal Pol Tito Karnavian dengan Kabid Humas Polda Metro Jaya Kombes Argo Yuwono. Isi percakapan membahas kasus

pemimpin Front Pembela Islam (FPI) Habib Rizieq Shihab. Dalam potongan pesan itu, seolah Tito dan Argo berencana merekrut kasus untuk menjatuhkan Rizieq.

HP tak hanya membuat hoaks percakapan antara Tito dan Argo. Dalam akun @muslim_cyber1 itu juga termuat unggahan berbau SARA, fitnah, serta ujaran kebencian. Dalam sehari, akun tersebut bisa mengunggah tiga hingga lima gambar provokatif yang seluruhnya menyinggung ras dan suku tertentu. Selain HP, ada 18 admin lain yang mengoperasikan akun tersebut. Namun, baru HP yang dipidanakan karena polisi masih menelusuri keterlibatan admin lainnya.

Atas perbuatannya, HP akan dikenai Pasal 28 ayat (2) *juncto* Pasal 45a UU ITE dan atau Pasal 4 huruf d angka 1 *juncto* Pasal 16 UU Nomor 40 Tahun 2008 tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis, dengan dijatuhi hukuman enam tahun penjara terkait Undang-undang ITE kemudian ancaman hukuman paling lama lima tahun penjara terkait Undang-undang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis.

Kasus ujaran kebencian lain juga dilakukan oleh salah satu artis Indonesia, Ahmad Dhani. Ia ditetapkan menjadi tersangka menyebarkan ujaran kebencian pada kelompok tertentu melalui akun Twitternya @AHMADDHANIPRAST yang nadanya dianggap menghasut dan penuh kebencian terhadap pendukung Ahok.

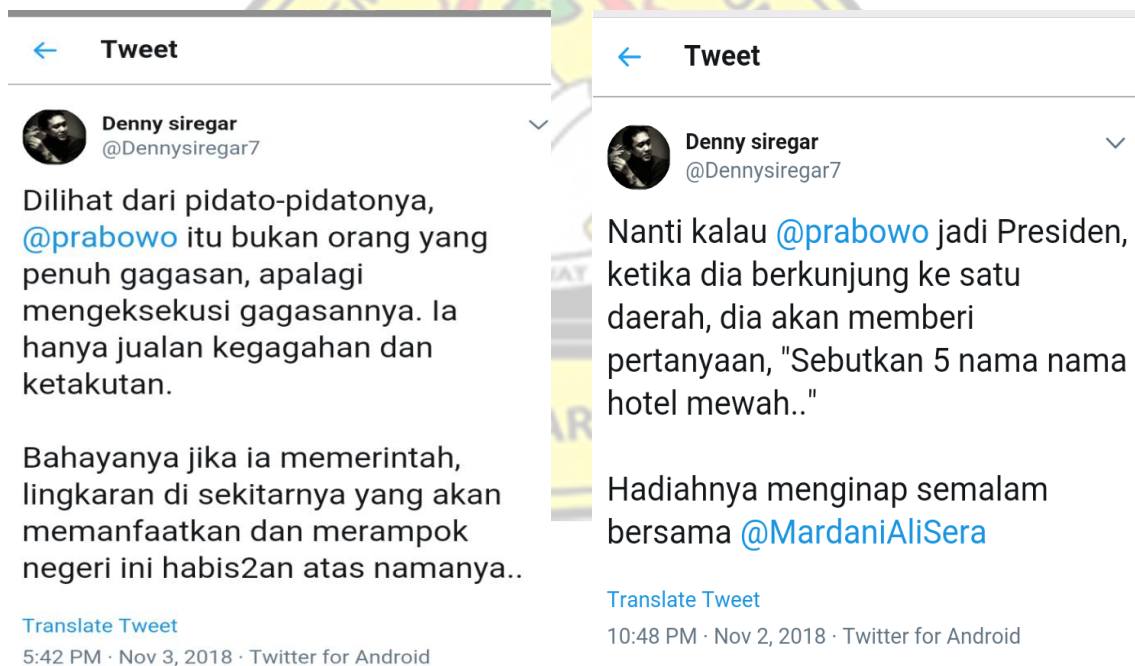
Dhani dilaporkan atas tuduhan melanggar Pasal 28 Ayat (2) *juncto* Pasal 45 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang ITE. Dhani hanya mengakui satu dari tiga *tweet* dari akun Twitter Dhani yang diperkarakan karena dinilai sarkastik. Dua lainnya, kata Dhani, diunggah oleh admin Twitternya. Tim kuasa hukum Ahmad Dhani yang tergabung dalam Advokat Cinta Tanah Air (ACTA) menilai, kasus ujaran kebencian yang dikenakan pada kliennya tidak layak dilanjutkan. Mereka menganggap kicauan Dhani bersifat umum dan tidak tendensius.

Melihat 2 kasus di atas, penulis tertarik untuk meneliti permasalahan yang akhir-akhir ini terjadi pasca pemilu presiden 2019 mendatang. Pasca pemilu presiden 2019, banyak sekali permasalahan yang timbul dikarenakan banyaknya pihak pendukung di antara dua kubu yang berbeda dari masing-masing pasangan calon presiden berlomba-

lomba untuk menunjukkan bahwa salah satu dari pihak merekalah yang memiliki potensi terbaik untuk dijadikan acuan penerus negara ini kedepannya.

Hal ini tentunya membuat beberapa pihak dari tim pendukung nekat untuk melakukan berbagai macam cara hanya untuk membuat pihak yang mereka dukung memang lah sosok yang patut dan seharusnya dipilih untuk memimpin negara ini kedepannya. Bahkan tak segan-segan mereka melakukan perbuatan yang diluar nalar, misalnya saja dengan cara menyebarkan ujaran kebencian. Salah satu contoh ujaran kebencian yang dilontarkan pasca pemilu presiden 2019 yaitu yang dicuitkan oleh akun Twitter milik Denny Siregar.

Gambar 1. Beberapa *tweet* dari Twitter Denny Siregar



Sumber: Twitter Denny Siregar (@Dennysiregar7)

Latar belakang, konteks dan beberapa hasil kajian tersebut mendorong penelitian tentang perang siber di media sosial dan polarisasi *netizen* di Indonesia penting untuk dilakukan. Hal tersebut dimaksudkan agar khalayak media sosial yang lazim disebut sebagai *netizen* memiliki literasi dalam aktivitas mereka di media sosial. Hal ini

menjadi penting untuk diteliti agar perang status di media sosial antara *netizen* tidak terjerumus pada penyampaian berbagai status ujaran penuh kebencian.

1.2 FOKUS PENELITIAN

Fokus penelitian ini untuk meneliti sebuah *tweet* dari sebuah akun Twitter bernama Denny Siregar yang merupakan sebuah akun *buzzer*, dimana akun tersebut mengutarakan pendapatnya mengenai Pemilu Presiden 2019. Dalam akun tersebut terlihat dalam pengucapannya memiliki unsur *Hate Speech* atau ujaran kebencian. Tweet yang peneliti analisis terhitung pada tanggal 8 Agustus 2018 sampai 23 November 2018.

1.3 PERTANYAAN PENELITIAN

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini penulis merumuskan permasalahan yaitu menganalisis:

1. Bagaimana sebuah *tweet* atau cuitan pada akun Twitter Denny Siregar yang merupakan akun *buzzer* media sosial mampu menarik tanggapan-tanggapan pro dan kontra di antara *netizen*?
2. Apa latar belakang ideologi si pemilik akun Twitter tersebut dalam memutuskan pengangkatan tema penulisan *buzzer* media sosial ini?

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini penulis memiliki tujuan yaitu:

1. Untuk menganalisa sebuah *tweet* atau cuitan pada akun Twitter Denny Siregar yang merupakan akun *buzzer* media sosial mampu menarik tanggapan-tanggapan pro dan kontra di antara *netizen*.
2. Untuk mengetahui latar belakang ideologi pemilik akun Twitter tersebut dalam memutuskan pengangkatan tema penulisan *buzzer* media sosial oleh akun Twitter Denny Siregar.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, terutama untuk penulis dan pembaca, adapun manfaatnya adalah:

1. Manfaat akademis, penulis dapat mengetahui penerapan teori analisis wacana dalam menganalisis sebuah fenomena yang sedang terjadi dalam dunia *online*. Selain itu diharapkan dapat menambah wawasan, sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan pemikiran penelitian – penelitian selanjutnya. Dari hasil penelitian ini dapat mengembangkan ilmu pengetahuan yang dimiliki dan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana pandangan dari khalayak yang pro dan kontra dalam menanggapi postingan “cuitan” atau *tweet* dari akun Twitter Denny Siregar mengenai pendapatnya yang kurang menyenangkan atau menjurus pada *Hate Speech* tentang keberlangsungan Pemilu Presiden 2019 mendatang.
2. Manfaat praktis, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran pada khalayak khususnya pengguna media sosial agar lebih cermat dan pandai dalam hal penggunaannya. Khususnya dalam hal memperoleh informasi dan mampu memilah akun-akun mana yang memberikan efek baik atau malah memberikan efek buruk.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mempermudah dalam memahami isi skripsi ini, sistematika penulisan dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan uraian mengenai latar belakang, signifikansi penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan. Di mana hal-hal yang menjadi pertimbangan utama peneliti dalam menentukan judul, pokok permasalahan dan media yang diambil untuk diteliti lebih dalam.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, tertera teori-teori komunikasi yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Terdiri dari teori dasar, definisi konsep dan kerangka berpikir.

Bab ini juga dijelaskan untuk menjadi landasan dan memberikan gambaran serta pemahaman untuk kepentingan analisis yang diperoleh peneliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan metode penelitian, metode pengumpulan data, penetapan informan, teknik analisis data, teknik keabsahan data, serta waktu dan lokasi penelitian. Pada bab ini juga peneliti akan menguraikan tata cara dalam menganalisis data sesuai dengan topik penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan mengenai deskripsi objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan. Dalam hal ini, bab ini berisikan tentang profil, visi dan misi dari kedua media *online* yang diteliti yaitu Viva.co.id dan Okezone.com. selanjutnya ada hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh selama penelitian yang berbentuk analisis berita di kedua media *online* tersebut mengenai peristiwa yang diteliti.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan dari analisis data dan saran yang diajukan peneliti untuk perbaikan kedepannya.