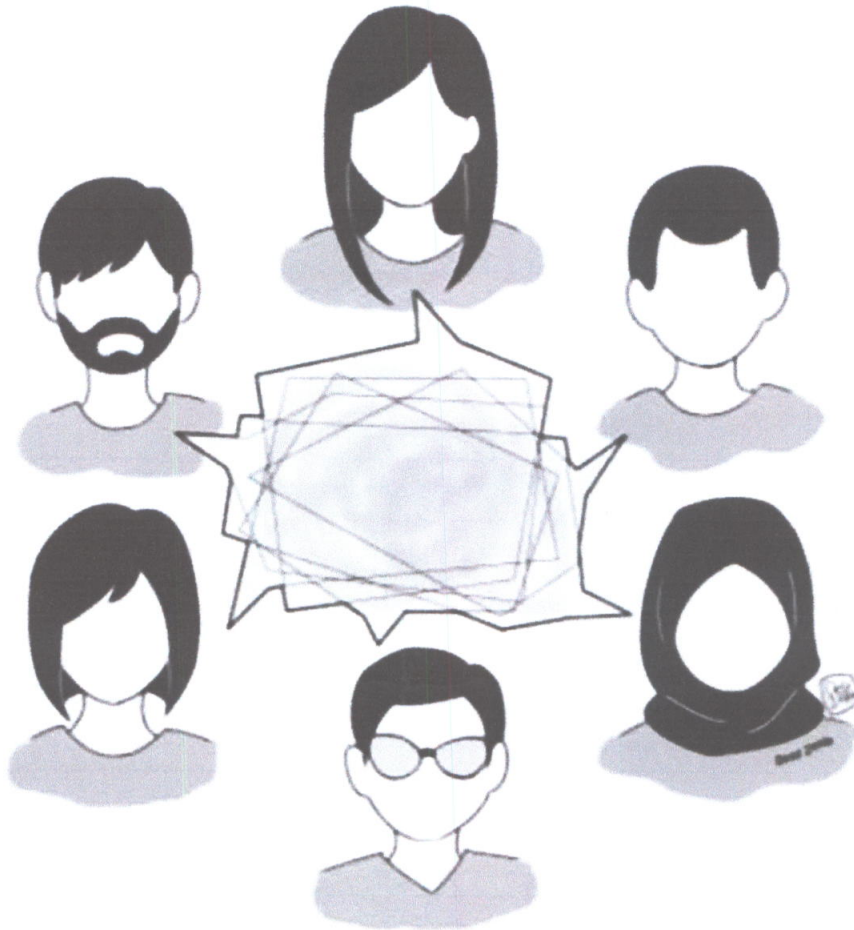


Buzzer adalah Kita

Murudin
Dosen Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Malang



Saat kuliah berlangsung, saya ditanya mahasiswa, "Pak, siapa yang akan keluar sebagai pemenang pada Pilpres 2019?" Saya jawab dengan singkat, "Yang menang adalah buzzer".

"Kok bisa?" tanya mahasiswa lebih lanjut. Lalu kuliah pun mendiskusikan persoalan komunikasi politik menjelang Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019.

Saya bisa memaklumi pertanyaan mahasiswa tersebut. Kebanyakan di antara mereka adalah pemilih pemula dari generasi milenial. Sehingga, untuk menastudikan pada siapa pasangan presiden yang akan dipilih, tentu masih kebingungan. Bisa juga, mereka sudah mempunyai pilihan.

Tentu saja pilihan ini bisa berdasar karena kecenderungan pilihan orang tua. Bisa karena pengaruh pergaulan dan tidak banyak dipengaruhi oleh pemikiran rasional. Maka, pertanyaan mereka ke saya itu, saya anggap wajar. Mungkin mereka membutuhkan penguat pilihan dalam menghadapi Pilpres 2019.

Sebagai dosen tentu saya berusaha untuk tidak mengarahkan mereka membabi buta. Biarlah mereka memakai selera pribadi sendiri. Tugas saya tentu menyuplai data dengan banyak sisi. Yang menarik bagi saya adalah penjelasan soal buzzer politik menjelang Pilpres 2019. Mengapa membahas buzzer penting? Bukankah itu keniscayaan perkembangan teknologi komunikasi? Bukankah itu juga konsekuensi media sosial?

Buruk Makna

Soal buzzer memang bukan sekadar persoalan nyata dunia media sosial kita. Tetapi, buzzer telah berkembang menjadi sebuah mesin yang memengaruhi pola pemikiran masyarakat. Sederhananya begini: buzzer mendidik kita untuk mencapai sebuah tujuan dengan tidak usah susah payah, tetapi cukup mempunyai modal besar lalu membeli buzzer akhirnya bisa meraih tujuan.

Bukankah ini sangat berbahaya

bagi perkembangan masyarakat, apalagi mahasiswa sebagai tulang punggung bangsa ini di masa datang? Inilah yang sangat memencangkan. Apalagi masyarakat kita itu berada dalam kondisi kemaruk kemenangan. Mauanya menang tetapi tidak siap kalah. Sehingga apapun akan dilakukan untuk meraih kemenangan itu. Maka, buzzer pun digunakan.

Saya kemudian bercerita kepada mahasiswa. Sebenarnya, buzzer itu tak jauh beda dengan *influencer* atau *rainmaker*. Di era internet dan media sosial ini, mereka sebenarnya bertugas untuk mempromosikan, mengiklankan, mengampayekan suatu produk ke pihak lain. Produk yang dimaksud bisa merek, orang, kelompok atau event. Tujuannya, agar orang lain itu mengetahui dan mendukung apa

yang diinformasikan oleh buzzer tersebut. Dalam hal ini buzzer punya kemanfaatan positif.

Kemudian, buzzer menjadi istilah yang mempunyai pemburukan makna. Sebab, ia kemudian dipakai untuk kegiatan politik dengan tujuan meribut atau mempertahankan kekuasaan. Saling menyetar, saling cari, memengaruhi orang lain agar sesuai keinginan buzzer. Karena pengaruhnya yang kuat untuk memengaruhi, maka keberadaan buzzer semakin terkenal dan meroket. Politisi pun tidak tanggung-tanggung membayar buzzer untuk meraih tujuan. Makna buruknya, buzzer itu orang atau pihak yang sengaja dibayar untuk memengaruhi orang yang membayarnya.

Akhirnya, buzzer hanya punya

tugas membuat topik baru sesuai pesanan atau yang mendukung ide pembayar dan melawan topik yang menyetar "tuannya". Termasuk pula, penggunaan data seadanya untuk mengundang dan menarik banyak pengguna media sosial hingga menciptakan sebuah *trending topic*. Data benar sering tak penting karena masyarakat tidak sampai meneliti apakah data yang disebarkan buzzer dicik kebenarannya. Pokoknya asal sesuai dengan kecenderungan diri dan kelompoknya, masyarakat akan ikut menyebarkannya.

Buzzer Baru

Dalam kuliah itu kemudian saya menjelaskan lebih lanjut. Bahwa dalam perkembangannya, buzzer tidak lagi menunjuk pada sosok individu atau kelompok

yang bertugas menyebarkan berita bohong atas perintah "tuannya". Artinya, semangat buzzer tidak hanya berada pada mereka yang sengaja dibayar menjadi buzzer. Buzzer telah berkembang menjadi semangat menyebarkan berita bohong (hoaks). Jadi, jika ada seseorang yang menyebarkan berita tanpa dia mengecek kebenarannya maka ia bisa digolongkan sebagai buzzer.

Termasuk di sini jika mereka hanya menyebarkan lautan, status atau kalimat dari pihak lain tanpa mengetahui kebenaran informasinya. Mereka cenderung menyebarkan informasi hanya karena sesuai dengan kecenderungan dirinya, bukan apakah informasi itu benar dan berguna bagi orang lain. Intinya, menurut syahwat politiknya saja.

Jika pernyataan di atas benar, maka betapa banyaknya buzzer-buzzer di sekitar kita. Betapa banyak pula berita-berita bohong ada di sekitar kita. Jika kita termasuk kemaruk dan punya syahwat politik bisa jadi akan ikut-ikutan menjadi buzzer, bahkan tanpa kita sadar.

Jika itu sudah terjadi, Pilpres 2019 sebenarnya pertarungan antar-buzzer. Sementara elite politik tenang-tenang saja menikmati kegaduhan yang ada di masyarakat. Elite politik tinggal membayar buzzer sungguhan. Pada buzzer sungguhan ini akan menciptakan buzzer-buzzer lain tanpa menghiraukan biaya.

Mereka akan bergerak dan bekerja, menyebar kebencian, menyindir yang memunculkan kegelisahan dan sentimen pihak lain. Jika di masyarakat sudah timbul kekacauan dengan tidak bisa berpikir jernih, maka target buzzer sudah berhasil. Tugas mereka kemudian mengasap opini publik untuk mengarahkan opini sesuai keinginan para buzzer itu.

Jika itu terjadi, betapa memunculkan kehidupan di sekitar kita ini. Masyarakat jadi tidak mengetahui mana informasi yang dipercaya dan mana yang tidak. Minimalis apa yang terjadi di media sosial.

Apakah keceramasan di masyarakat yang seperti itu masih akan kita "bakar" agar tercipta keadaan yang chaos? Atau jangan-jangan kita sendiri telah menjadi buzzer baru itu?