

THE POWER OF NETIZEN +62: KONTRUKSI KONFLIK FENOMENAL DI MEDIA SOSIAL

Eka Susilawati^{1*}, Rizqi Fitrianti², Noerma Kurnia Fajarwati³

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Bangsa

eka.susilawati@binabangsa.ac.id

ABSTRAK

Pertukaran informasi tanpa batas di era modern menghadirkan sebutan baru bagi khalayak pengguna media, salah satunya netizen +62. Di Indonesia, kekuatan netizen +62 tidak perlu diragukan terutama dalam mengkonstruksi sebuah isu realitas sosial yang berkembang dibagikan pada media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan baik buruknya keberadaan netizen +62 dikaji dari sudut pandang komunikasi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode etnografi virtual. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *netizen* +62 memiliki peran signifikan dalam memengaruhi aliran informasi dan interaktivitas di media sosial. Netizen +62 dalam hal ini bukan lagi sekedar menjadi objek paparan informasi, melainkan berperan aktif dalam mengendalikan arus informasi yang terjadi, sehingga memiliki kekuasaan untuk membangun konstruksi 'sendiri' terkait konflik fenomenal yang dibagikan di media sosial.

Kata kunci : Netizen, Teori Konstruksi Realitas Sosial, Media Sosial

ABSTRACT

Unlimited information exchange in the modern era presents a new name for the media user audience, one of which is netizen +62. In Indonesia, the power of netizens +62 cannot be doubted, especially in constructing a growing social reality issue that is shared on social media. This study aims to describe the pros and cons of the existence of netizens +62 studied from the point of view of communication. The study used a qualitative approach with virtual ethnographic methods. This study concludes that netizen +62 has a significant role in influencing the flow of information and interactivity on social media. Netizens +62 in this case are no longer just objects of information exposure, but play an active role in controlling the flow of information that occurs, so that they have the power to build their 'own' construction related to phenomenal conflicts that are shared on social media.

Keywords: Netizens, Social Reality Construction Theory, Social Media

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi memberikan dampak signifikan pada kemajuan media, dibuktikan oleh hadirnya media sosial seperti twitter, Instagram, facebook, path, line, telegram dan sebagainya. Media sosial merupakan media yang memperantarai individu dengan orang lain untuk mengkomunikasikan dirinya melalui unggahan foto, video, opini dan hal-hal lain yang bersifat informasi konsumtif (Jati, 2016). Dalam media sosial, bahkan individu merasa lebih ‘bebas’ untuk berbicara maupun mengomentari informasi yang ada, baik itu yang sifatnya relevan dengan konten yang dikomentari, atau hanya sekedar mengekspresikan reaksi atas konten yang ada (Prajarto, 2018).

Pengguna media sosial sendiri terus bertambah mengiringi hadirnya media sosial tersebut, yang hingga Januari 2021 tercatat sudah ada sebanyak 170 juta pengguna, naik sebesar 6,25% dari tahun sebelumnya. Banyaknya pengguna media sosial yang terus bertambah setiap waktunya menjadi fenomena menarik untuk dikaji, terutama dalam kaitannya dengan keberadaan warga media sosial yang lebih akrab disebut dengan istilah ‘netizen’. Di Indonesia, istilah netizen lebih dikenal dengan netizen +62 memiliki kekuatan yang sudah tidak perlu diragukan lagi, terutama untuk menggerakkan sebuah isu dan konflik fenomenal, karena netizen +62 sudah pasti menjadi yang paling pintar, paling benar dan paling terdepan (Sugiono, 2020).

Istilah netizen hadir sebagai akibat dari rasa jengah khalayak terhadap informasi yang disajikan oleh media mainstream. Kejengahan terjadi karena adanya framing informasi yang bias kepentingan dari pemilik media, sehingga informasi yang disampaikan dianggap tidak lagi objektif. Kondisi ini mendorong audiens mencari cara lain untuk menghasilkan, membagikan, serta mendapatkan informasi yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka (Kietzmann et al., 2011). Meskipun begitu, fenomena netizen +62 dalam menggerakkan sebuah isu masih menyisakan persoalan serupa dengan isu yang disampaikan oleh media mainstream. Hal ini karena netizen +62 cenderung bersifat skeptisisme terkait nilai aktualitas dan objektivitas informasi yang disampaikan. Oleh karena itu, dalam makalah ini akan dibahas tentang baik buruknya kekuatan netizen +62 dalam mengkontruksi konflik fenomenal di media sosial (Syarief, 2017).

Penelitian ini menggunakan teori konstruksi realitas sosial yang menekankan tentang proses bagaimana orang membangun pemahaman bersama mengenai makna. Makna dibentuk dan dikembangkan, dengan bekerjasama dengan orang lain bukan oleh setiap individu secara terpisah. Menurut Berger & Chaffe, komunikasi dianggap sebagai proses ekspresi, interaksi, dan pengaruh, yang dalam proses tersebut perilaku manusia atau organisme lainnya mengekspresikan mekanisme psikologis, keadaan, perangai (*trait*), dan melalui interaksi dengan individu lain dan menghasilkan dampak kognitif, emotif, dan perilaku (Lailiyah, 2015).

Konsep tentang realitas sosial telah menjadi gagasan penting dan populer dalam ilmu sosial, bahkan mendapat julukan sebagai gerakan konstruksi sosial yang memusatkan perhatiannya pada proses dimana para individu menanggapi kejadian disekitarnya berdasarkan pengalaman mereka. Ada empat asumsi yang mendasari pemikiran tersebut (Faulina et al., 2020). Pertama, suatu realitas tidak hadir dengan sendirinya secara objektif, tetapi diketahui atau dipahami melalui pengalaman yang dipengaruhi oleh bahasa. Kedua, realitas dipahami melalui kategori-kategori bahasa secara situasional yang tumbuh dari interaksi sosial di dalam suatu kelompok sosial pada saat dan tempat tertentu. Ketiga, bagaimana suatu realitas dapat dipahami, ditentukan oleh konvensi-konvensi komunikasi yang dilakukan pada saat itu. Stabil tidaknya pengetahuan lebih tergantung pada variasi kehidupan sosial dari pada realitas objektif diluar pengalaman. Keempat, pemahaman-pemahaman terhadap realitas yang tersusun secara sosial membentuk banyak aspek-aspek penting lain dari kehidupan. Bagaimana kita berfikir dan berperilaku dalam kehidupan sehari-hari pada dasarnya merupakan persoalan bagaimana kita memahami realitas kita (Huda, 2013).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dianalisa dengan pisau analisis berupa metode etnografi virtual, karena dianggap memungkinkan peneliti melihat perilaku netizen +62 pada media sosial secara komprehensif. Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial dan lain-lain (Bungin, 2019). Sedangkan metode etnografi virtual juga memungkinkan peneliti untuk memilih serta mengambil poin penting sebagai temuan penelitian yang dibutuhkan.

Metode etnografi virtual digunakan sebagai upaya investigasi atas penggunaan internet yang memiliki makna bagi kehidupan sosial masyarakat. Pada tataran ini, media interaktif dipahami sebagai baik budaya itu sendiri maupun sebuah artefak budaya (Hine, 2016). Dengan menggunakan metode etnografi virtual memungkinkan peneliti untuk melihat interaksi yang termediasi pada ranah virtual maupun fisik. Terlebih lagi, batasan antara yang “virtual” dan yang “nyata” tidak dapat dianggap sebagai sesuatu yang hadir secara sertamerta (*taken-for-granted*). Melihat konteks dalam penelitian ini, dengan media sosial Facebook dapat dipahami sebagai sebuah artefak budaya yang membentuk atau terbentuk oleh budaya itu sendiri. Metode ini memungkinkan peneliti untuk terlibat bersama objek kajiannya dalam rentang waktu yang ditentukan, bahkan secara berkala, tanpa harus membenamkan diri dalam jangka waktu yang lama (Prajarto, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena Konflik di Media Sosial dalam Pandangan Realitas Sosial

Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif, media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan (Mcquail, 2014). Media membentuk realitas sosial yang linier dengan visi media tersebut yang kemudian dikemas dalam pemberitaan. Dalam mengkonstruksi realitas, media memilih kejadian mana yang memiliki *news value* dan patut diekspos sebagai bahan berita dan mana yang tidak patut.

Konstruksi realitas di media dilakukan setidaknya dalam dua tahapan diantaranya seleksi isu dan penonjolan aspek. Seleksi isu menekankan pada bagaimana media memilih dan memilah fakta akan suatu realitas dari peristiwa yang terjadi. Media melakukan seleksi terhadap isu yang terkandung pada sebuah realitas peristiwa, dan memilahnya menjadi suatu informasi yang layak untuk disajikan sesuai kacamata media. Sedangkan aspek penonjolan aspek lebih menekankan pada penulisan fakta pada konstruksi yang dibangun. Hal ini berkaitan dengan pemilihan kata, kalimat, bahasan, gambar ataupun hal lain yang dapat membantu memvisualisasikan realitas pada khalayak.

Media adalah agen yang secara aktif menafsirkan realitas untuk disajikan kepada khalayak. Isi media pada hakikatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkatnya. Sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat merepresentasikan realitas namun juga bisa menentukan relief seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Akibatnya, media mempunyai peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikannya (Eriyanto, 2017).

Proses pembentukan dan konstruksi realitas itu, hasil akhirnya adalah adanya bagian-bagian tertentu dari realitas yang lebih menonjol dan lebih mudah dikenal. Akibatnya, khalayak lebih mudah mengingat aspek-aspek tertentu yang disajikan secara menonjol oleh media. Aspek-aspek yang tidak disajikan secara menonjol, bahkan tidak diberitakan, menjadi terlupakan dan sama sekali tidak diperhatikan oleh khalayak. Sebagaimana yang dikemukakan Robert N. Entman tentang konstruksi realitas oleh media sebagai proses seleksi dari berbagai aspek realitas sehingga bagian tertentu dari peristiwa itu lebih menonjol dibandingkan aspek lain (Eriyanto, 2017).

Kekuatan *Netizen* +62 dalam Mengkontruksi Konflik di Media Sosial

Ketertarikan *netizen* +62 terhadap berbagai konflik yang ada di media sosial diyakini dipengaruhi oleh faktor kemudahan akses dan interaktivitas antarpengguna. Adopsi *smartphone* dan *tablet* sebagai dua gawai yang paling banyak digunakan untuk mengakses internet memungkinkan *netizen* +62 dapat mengakses informasi di media sosial secara mudah dan kapan saja. Hal ini tentunya lebih praktis dibandingkan khalayak harus menonton berita hiburan di televisi atau

mengeluarkan biaya untuk membeli tabloid/majalah hiburan guna memperoleh informasi tentang selebritas atau figur public yang di idolakannya. Selain itu, informasi yang disampaikan dalam konten unggahan media sosial juga dapat disimpan sehingga *netizen* +62 dapat mengaksesnya kapan saja, berbeda dengan siaran televisi yang terjadwal secara rinci.

Di sisi lain, aspek interaktivitas turut menjadi hal yang menjadi daya tarik *netizen* +62 dalam mengakses media sosial. Berbeda dengan media cetak dan televisi, media baru memungkinkan interaktivitas antarpengguna terjadi secara simultan dalam konteks real time. Oleh karena itu, peran *netizen* +62 yang menjadi penentu arah diskusi terkait isu yang diunggah terasa lebih nyata dibandingkan audiens di televisi. Partisipasi aktif *netizen* +62 terhadap berbagai isu fenomenal yang terjadi ini seolah memberikan ruang berekspresi sehingga keterlibatan dan *sense of belonging* *netizen* terkait isu yang disampaikan cenderung lebih kuat dibandingkan partisipasi mereka di media konvensional. Lebih lanjut, partisipasi aktif *netizen* +62 dalam mengomentari unggahan tidak jarang mendorong terjadinya “perang komentar” (*comment war*) di antara sesama *netizen* sendiri.

Terjadinya *comment war* di antara para *netizen* umumnya terjadi kala terdapat individu-individu yang sama-sama mengomentari isu tertentu namun memiliki pendapat berbeda. Hal ini umumnya terjadi antara *netizen* yang merupakan penggemar (*lovers*) figur publik serta mengomentari dengan sentimen positif dan *netizen* yang merupakan *haters* sosok yang diunggah serta mengomentari dengan sentimen negatif. Meskipun demikian, pertentangan antara pesan dengan kedua sentimen biner ini bukan yang satu-satunya terjadi. Dalam beberapa komentar yang disampaikan dengan sentimen netral, komentar mereka terhadap *netizen* lain (umumnya kepada *netizen* yang mengomentari dengan sentimen negatif atau melakukan *comment war*) yang sama-sama mengomentari unggahan tertentu justru menjadi ironi. Ironi ini tercermin dari kesamaan aktivitas yang mereka lakukan yakni sama-sama mengomentari (*commenting*) unggahan maupun mengomentari komentar yang disampaikan oleh *netizen* lain.

Ironi lain yang juga muncul dalam pesan yang disampaikan *netizen* di kolom komentar dicerminkan pula melalui kecenderungan perbedaan kontras antara tindakan dan komentar yang disampaikan. Misalnya, komentar *netizen* yang menyebutkan bahwa mengomentari permasalahan orang lain dianggap tidak bermanfaat. Faktanya, dengan meninggalkan komentar tersebut, *netizen* sesungguhnya juga turut mengakses informasi yang diunggah, yang menunjukkan adanya perbedaan antara narasi komentar yang disampaikan dan perilaku (*actual behavior*) yang dilakukan *netizen*.

Dilihat dari kecenderungannya, hal ini banyak dijumpai pada *netizen* yang menyampaikan komentar dengan sentimen netral. Mayoritas pesan yang disampaikan *netizen* dalam kolom komentar cenderung didominasi oleh pesan dengan sentimen negatif. Sentimen negatif ini kerap

disampaikan baik dalam bentuk sarkasme maupun perkataan negatif secara vulgar dan frontal. Lebih lanjut, isu yang kerap disampaikan dalam pesan dengan sentimen negatif ini kerap kali berkaitan dengan isu agama dan moral. Pada tataran ini, *netizen* sering melakukan penilaian (*judgement*) baik buruk serta benar salahnya tindakan publik figur yang diberitakan. Isu agama dan moral ini bahkan kerap digunakan sebagai justifikasi *netizen* untuk menghujat public figur yang tidak mereka sukai.

Kecenderungan dominasi pesan dengan sentimen negatif ini pula yang kerap mendorong terjadinya *comment war* di antara para *netizen*. *Comment war* ini terjadi karena adanya kontestasi netizen dalam menyampaikan komentar yang sesungguhnya justru sama-sama menyampaikan pesan dengan sentimen negatif atas konten yang diunggah. Temuan menarik terkait *comment war* nampak dari kecenderungan antusiasme netizen dalam mengomentari unggahan dengan topik-topik tertentu yang umumnya berkaitan dengan sosok selebritas atau figur publik kontroversial. Umumnya, konten unggahan yang memuat tentang sosok kontroversial berpeluang lebih besar memancing *comment war* dari para netizen. Lebih lanjut, sosok kontroversial ini tidak serta merta berbanding lurus dengan tingkat popularitas dan besar jumlah penggemar yang dimiliki publik figur.

Kontradiksi Giat *Netizen* +62 dalam Konsep Jurnalistik

Giat yang dilakukan oleh *netizen* +62 dalam menanggapi berbagai konflik fenomenal yang terjadi di tanah air masih perlu banyak dikritisi, khususnya berkaitan dengan obyektivitas. Sebagai bentuk lain dari praktik jurnalisme, giat *netizen* +62 seharusnya turut dituntut untuk memuat prinsip obyektivitas dalam konten informasinya. Hal ini karena keriuhan informasi serta peluang besar bagi siapa pun untuk memproduksi konten informasi menyebabkan obyektivitas informasi yang disampaikan dipertanyakan. Lebih lanjut, persoalan tentang akurasi informasi juga masih belum bisa divalidasi secara empiris. Hal ini karena prosedur penyampaian informasi oleh *netizen* +62 umumnya kurang mengedepankan etika jurnalistik, bahkan lebih banyak yang cenderung mengandung unsur-unsur larangan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Kemampuan *netizen* +62 untuk menyampaikan informasi sesuai dengan etika jurnalistik, baik dalam bentuk komentar, maupun unggahan konten, pada satu titik masih banyak diragukan, terlebih akurasi dan obyektivitas informasi memiliki kaitan erat dengan sentimen yang termuat dalam informasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dapat disimpulkan bahwa *netizen* +62 memiliki peran signifikan dalam memengaruhi aliran informasi dan interaktivitas di media sosial. Hal ini kian menguatkan pandangan khalayak aktif

yang menempatkan netizen bukan sekadar menjadi objek paparan informasi, melainkan berperan aktif dalam mengendalikan arus informasi yang terjadi. Lebih lanjut, netizen bahkan dapat menciptakan struktur bahasa dalam realitas online yang kemudian terbawa dan berkembang dalam realitas offline. Hal ini cukup menarik untuk ditelaah mengingat pada masa sebelumnya, aktivitas yang terjadi dalam realitas online cenderung lebih banyak dipengaruhi oleh cara individu berinteraksi dalam realitas offline. Akan tetapi, hal yang berkebalikan justru terjadi sekarang saat realitas online pada satu waktu banyak memengaruhi realitas offline masyarakat. Kekuatan *netizen +62* dalam mengendalikan arus informasi di media sosial yang cukup populer di masyarakat sejatinya masih menyisakan tantangan terkait potensi penyebaran sentimen negatif sebagaimana banyak ditemukan pada kolom komentar akun. Akibatnya, konstruksi wacana yang dibangun *netizen +62* dan sarat akan sentimen negatif bukan tidak mungkin berpotensi memengaruhi wacana yang nantinya direproduksi dan disebar. Pada titik terjauh, konstruksi wacana dengan sentimen negatif ini dapat merusak citra diri selebritas atau public figur padahal akurasi dan objektivitas informasinya belum terbukti.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih disampaikan kepada Bapak Rektor Universitas Bina Bangsa dan segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang selalu kompak.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Raja Grafindo Persada.
- Eriyanto. (2017). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Kencana.
- Faulina, A., Chatra, E., & Sarmiati, S. (2020). Peran buzzer dan konstruksi pesan viral dalam proses pembentukan opini publik di new media. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.29210/30031390000>
- Hine, C. (2016). *Virtual ethnography*. SAGE Publications.
- Huda, G. N. (2013). Konstruksi Realitas Penahanan Angelina Sondakh Sebagai Tersangka Kasus Dugaan Suap Pembahasan Anggaran. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 299–319. <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/viewFile/111/59>
- Jati, W. R. (2016). Aktivisme Kelas Menengah Berbasis Media Sosial: Munculnya Relawan Dalam Pemilu 2014. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 20(2), 147. <https://doi.org/10.22146/jsp.24795>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social Media? Get

Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media. *Business Horizons*, 54(3), 241–51. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>.

Lailiyah, N. (2015). Presentasi Diri Netizen dalam Konstruksi Identitas di Media Sosial dan Kehidupan Nyata. *Jurnal Ilmu Sosial*, 14(2), 103–110.

Prajarto, N. (2018). Netizen dan Infotainment: Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram @lambe_turah. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 15(1), 33–46. <https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1367>

Sugiono, S. (2020). Fenomena Industri Buzzer Di Indonesia: Sebuah Kajian Ekonomi Politik Media. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 47–66. <https://doi.org/10.15575/cjik.v4i1.7250>

Syarief, F. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisa Wacana Twitter Sby). *Jurnal Komunikasi*, 3(1), 2579–329.