

Veritas Lux Mea

(Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristen)

Vol. 3, No. 1 (2021): 1-16

jurnal.sttkn.ac.id/index.php/Veritas

ISSN: 2685-9726 (online), 2685-9718 (print)

Diterbitkan oleh: Sekolah Tinggi Teologi Kanaan Nusantara

Tinjauan Etis Kristiani Terhadap Buzzer dalam Media Sosial

Yonatan Alex Arifianto

Sekolah Tinggi Teologi Baptis Indonesia, Semarang

arifianto.alex@gmail.com

Priyantoro Widodo

Sekolah Tinggi Teologi Baptis Indonesia, Semarang

priyantorowidodo@stbi.ac.id

Abstract: *The existence of cyber warfare using buzzers is very busy in the world of politics, so the author examines it so that it can be a lesson for believers to have self-integrity in actualizing their lives when using social media. Using descriptive qualitative methods with a literature study approach, it can be concluded that Christian ethical studies of buzzers in social media that are increasingly widespread need to be watched out for because they are very detrimental to the nation and state. Therefore, all elements of society can understand the concept of buzzer terms, social media and Christian ethics. So that the scope of the buzzer in social media related to problems can be minimized. The growing role of social media in political contestation also triggers a change from a deviant role from the essence of the meaning of buzzer. For this reason, every individual can interpret that the buzzer in Christian ethics is not justified if it becomes a mouthpiece for crime, especially to divide the nation's children. For this reason, the attitude of believers needs to be considered in using Social media in all Market Places.*

Keywords: *Buzzer, Social Media, Christian Ethics, Politics*

Abstrak: Adanya perang ciber menggunakan buzzer sangat ramai dalam dunia perpolitikan maka penulis mengkaji supaya menjadi pembelajaran bagi orang percaya untuk memiliki integritas diri dalam mengaktualisasikan hidupnya saat bermedia sosial. Menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literature maka Dapat disimpulkan bahwa kajian etis Kristiani terhadap buzzer dalam media sosial yang semakin marak ini sangat perlu diwaspadai karena hal tersebut sangat merugikan bangsa dan negara. Oleh sebab itu seluruh elemen lapisan masyarakat dapat memahami konsep dari terminologi istilah buzzer, media sosial dan etis Kristiani. Sehingga adanya ruang lingkup buzzer dalam media sosial berkaitan dengan problematika dapat di minimalisir. Peran bertumbuhnya media sosial aalam kontestasi politik juga memicu perubahan dari peran menyimpang dari esensi makna buzzer. Untuk itu setiap pribadi dapat memaknai bahwa buzzer dalam tinjauan etis Kristiani memang tidak dibenarkan bila hal itu menjadi corong kejahatan gterlebih pemecah belah anak bangsa. Untuk itu selanjutnya adanya sikap orang percaya perlu diperhatikan dalam menggunakan media Sosial di seluruh Market Places.

Keywords: Buzzer, Media Sosial, Etika Kristen, Politik

PENDAHULUAN

Di era revolusi industri dan era disrupsi peranan media sosial semakin memberikan arti penting bagi kehidupan berdemokrasi. Melalui jejaring yang dibangun di media sosial bisa menjadi salah satu saluran partisipasi untuk meramaikan informasi. Apalagi di era post-truth media sosial bisa mendorong tumbuhnya partisipasi digital sekaligus juga melahirkan banalitas atau kemerosotan kualitas intelektual dan akademik dalam politik digital. Hal itu disebabkan era posttruth informasi yang beredar akan lebih dipenuhi oleh disinformasi hingga hoaks. Perkembangan media sosial, juga turut diikuti oleh kehadiran para aktor warganet yang selama ini dikenal dengan buzzer dan influencer (Arianto, 2019). Fenomena hadirnya buzzer politik di Indonesia kini telah mulai dikenal dimasyarakat. Buzzer bebas menciptakan suatu opini untuk mempengaruhi pola pikir masyarakat yang menggunakan media sosial. Untuk opini masyarakat di media sosial (B. E. Safitri et al., 2020). Buzzer merupakan propaganda modern yang giat menyuarakan pendapatnya melalui media sosial guna mendongkrak popularitas pihak yang memiliki kepentingan, sehingga akhirnya masyarakat mampu tergiring opininya sesuai dengan tujuan para buzzer atau para orang-orang yang menggunakan jasa tersebut (B. E. Safitri et al., 2020). Peran penting buzzer sangat diharapkan sebab mereka bekerja dengan cara memberikan informasi berulang ulang agar menjadi viral atau trending, sehingga ramai diperbincangkan oleh banyak orang (Tahir et al., 2020). Sehingga dari informasi yang disebarkan memberi keuntungan bagi pengguna jasanya.

Haedar Nashir dalam peringatan Hari Pers Nasional 9 Februari 2021 menyatakan, musuh terbesar pers saat ini, khususnya daring, adalah para "buzzer" yang ia anggap tidak bertanggung jawab (A. Haryanto, 2021). Buzzer biasanya punya jaringan luas sehingga mampu menciptakan konten sesuai konteks, cukup persuasif dan digerakkan oleh motif tertentu. Singkatnya, buzzer adalah pelaku buzzing yang bertugas untuk membuat suara-suara bising seperti dengung lebah (A. Haryanto, 2021). Sebab akun buzzer disini dilihat sebagai sebuah akun yang dapat mempengaruhi tiap pengikutnya dengan terpaan informasi hingga akhirnya dapat berpengaruh juga pada pengambilan keputusan pengikut buzzer tersebut (Ajie & Andhika, 2005.) Tidak adanya konsekuensi hukum, ketika ada orang yang mau membully atau menyerang atau dianggap melanggar hukum, buzzer tersebut tinggal menutup saja akunnya atau menghapus akunnya atau dibiarkan saja hingga tidak aktif lagi (Mustika, 2019). Membuat pengguna media sosial dengan muda mempermainkan hukum. Akhirnya kehadiran buzzer berdampak pada kebingungan masyarakat.

Berkaitan dengan penelitian Tinjauan Etis Kristiani Terhadap Buzzer dalam Media Sosial, juga pernah dilakukan penelitian oleh Felicia Felicia dan Riris Loisa dengan judul Peran buzzer politik dalam aktivitas kampanye di media sosial twitter (Felicia & Loisa, 2019). Dengan kesimpulan buzzer dengan imbalan tertentu berperan untuk memperluas suatu informasi melalui aktivitas *retweet* terkait narasi dan *hashtag* harian hingga dapat dilihat oleh masyarakat dalam bentuk *trending topic*. Rieka Mustika juga melakukan penelitian serupa dalam artikel berjudul Pergeseran Peran Buzzer Ke Dunia Politik Di Media Sosial (Mustika, 2019). Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah Publik perlu aktif bersuara dalam melawan narasi negatif yang disebarkan buzzer di media sosial. Berdasarkan kedua penelitian tersebut

masih ada hal-hal yang belum diteliti yaitu tentang kajian etis kristiani terhadap buzzer, sebab bagaimana pandangan kekristenan untuk memberikan solusi bagi orang Kristen terkait persoalan yang terjadi di dunia maya. Oleh sebab itu artikel ini akan meneliti dan membahas tentang topik tersebut.

METODE

Metode yang digunakan penulis dalam penyusunan artikel ini adalah Fenomenologi, (S. E. Zaluchu, 2021) metode ini yang secara umum dipakai untuk penelitian ilmu-ilmu. Dan juga dilakukan penelitian dengan pendekatan studi kepustakaan atau library research. Penulis mengkaji dari pembahasan buzzer dan peran pentingnya dalam market place termasuk dalam perpolitikan. Alkitab sebagai sumber utama dalam membahas dan menganalisa serta menguraikannya tinjauan etis kristiani tentang buzzer. Sehingga dapat lebih mudah dipahami dan dimengerti. Penulis juga menggunakan sumber-sumber acuan dan rujukan yang dapat melengkapi penelitian ini yang masih dianggap menjadi sumber penunjang. Penulis juga serta merta menggunakan beberapa sumber tambahan dari buku-buku yang membahas tentang media sosial dan peran orang percaya dalam mengaktualisasikan iman percayanya. Penulis juga menggunakan sumber tambahan dari berbagai sumber jurnal OJS yang telah terbit.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terminologi Istilah buzzer, Media Sosial dan Etis Kristiani

Etika Kristen mencakup keseluruhan kehidupan manusia, sehingga tidak hanya dibatasi pada hal-hal rohani maupun gerejawi saja, namun juga menyangkut hal-hal yang bersifat duniawi. Etika Kristen tidak terbatas kepada kehidupan pribadi tetapi juga menyangkut perkara-perkara budaya, ekonomi, politik serta kehidupan yang menyangkut dengan pemerintahan (S. Zaluchu, 2018). Etika Kristen adalah etika teologis yang mengacu pada ajaran dan tingkah laku dari Yesus Kristen yang diimani sebagai Anak Allah yang membawa dan mengajarkan tentang kasih Allah akan dunia ini (Douma, 2007, p. 29). Kata Etika berasal dari Bahasa Yunani Ethos dan ēthos atau ta ethika dan ta ēthika. Kata Ethos artinya kebiasaan, adat, habitat, dan watak. Kata ēthos atau ta ethika dan ta ēthika lebih berarti kesusilaan, perasaan batin, atau kecenderungan hati dengan mana seseorang melaksanakan suatu perbuatan (J. Verkuyl, 2012, p. 1). Sebab orang Kristen tidaklah melihat kewajiban Etis mereka dengan standar kekristenan, melainkan dengan standar bagi orang Kristen, yakni Alkitab (Geisler, 2017, p. 17), dan semua etika kristen harus berdasarkan iman kepada Allah yang dinyatakan dalam Yesus Kristus (Brownlee, 2006, p. 29).

Hadirnya media sosial tentu tidak luput dari berbagai istilah yang kemudian muncul di media sosial seperti netizen, followers, influencer, hingga buzzer. Buzzer merupakan sosok akun media sosial baik anonim atau nyata (real) yang setiap saat menyebarluaskan, mengkampanyekan dan mendengungkan, suatu pesan atau konten kepada warganet dengan tujuan memperkuat pesan atau konten tersebut menjadi opini publik (Arianto, 2019). Rosen mengungkapkan “buzz is all the Word of Mouth about brand”, artinya buzz adalah semua dari mulut ke mulut (obrolan tentang merek). Awal dari fenomena buzzer adalah verbal perkataan yang disampaikan namun semakin majunya teknologi buzzer berkembang di media sosial

(Rosen, 2000, p. 20). Dalam praktek platform digital, fenomena penggaung awalnya ini diadaptasi dari teori difusi inovasi, yaitu menjelaskan sosok komunikator atau pembawa pesan, yang mendapatkan informasi dari media massa. Informasi ini yang kemudian digunakan untuk mempengaruhi orang sekitarnya (Akmaliah, 2018). Buzzer berasal dari bahasa Inggris yang berarti lonceng, bel, atau alarm sedangkan dalam Oxford Dictionaries, buzzer diartikan sebagai ‘An electrical device that makes a buzzing noise and is used for signalling’ yakni perangkat elektronik yang digunakan untuk membunyikan dengungan guna menyebarkan sinyal atau tanda tertentu (Felicia & Loisa, 2019). Sebab sejatinya Buzzer dianggap salah satu aktor paling penting dalam penggalangan opini di dunia maya yang menjalankan fungsi pemasaran (Juditha, 2018, p. 1).

Kemampuan media sosial untuk memengaruhi keputusan politik masyarakat secara masif membuat media ini juga banyak dipakai sebagai media pemasaran politik. Disamping biayanya lebih murah, jangkauan khalayaknya juga bisa lebih jauh untuk memperkenalkan calon pemimpin kepada masyarakat luas (Juditha, 2018, p. 8). Sistem kerja buzzer dalam menyebarluaskan, mengkampanyekan mendengungkan suatu pesan atau konten memiliki tiga kategori yakni, Satu, membangun citra positif (*supporting*), Dua, mengklarifikasi citra (*defensif*), Tiga, menyerang dan merusak citra pesaing (*offensive*) (Arianto, 2019). Buzzer yang dikendalikan oleh orang yang tidak bertanggung adalah orang-orang yang berperan menyebarkan opini-opini kepada publik dengan maksud dan tujuan tertentu, baik secara sukarela ataupun secara profesional yang dijadikan sebagai salah satu profesi untuk mendapatkan finansial (Felicia & Loisa, 2019).

Ruang Lingkup Buzzer dalam Media Sosial Problematika

Media sosial pun tumbuh menjadi pasar yang menarik secara ekonomis maupun politis. Peluang meraup untung maupun menggaet massa ini lantas dimanfaatkan oleh berbagai aktor, mulai dari industri periklanan hingga para pemain politik. Para pelaku ini menyuarakan kepentingannya dengan kicauan berbayar. Konon, pengicaunya adalah tokoh yang dinilai punya pengaruh atau yang belakangan ini kerap disebut dengan istilah buzzer (Mustika, 2019). buzzer selalu diidentikkan dengan akun penyebar hoaks hingga akun bayaran. Dengan demikian salah kaprah ini yang selalu membuat makna buzzer media sosial selalu berkonotasi negatif. Padahal, sejatinya buzzer media sosial adalah sosok akun media sosial yang setiap saat menyebarluaskan, mengkampanyekan dan mendengungkan suatu pesan dan konten dengan tujuan memperkuat suatu pesan dan konten tersebut sehingga menjadi opini publik. Dengan demikian, apa yang dilakukan oleh buzzer media sosial telah sesuai dengan koridor dalam konteks komunikasi digital yang mengedepankan partisipasi (Arianto, 2020).

Dalam praktek platform digital, fenomena penggaung awalnya ini diadaptasi dari teori difusi inovasi, yaitu menjelaskan sosok komunikator atau pembawa pesan, yang mendapatkan informasi dari media massa. Informasi ini yang kemudian digunakan untuk mempengaruhi orang sekitarnya (Akmaliah, 2018). Buzzer pada awalnya digunakan untuk mempromosikan suatu produk tertentu dengan atau tanpa imbalan tertentu. Namun, sejak tahun 2014, ketika pemilihan umum (pemilu) dilangsungkan di Indonesia, jasa buzzer mulai dilirik oleh aktor aktor politik. Dilansir dari Kumparan.com, profesi buzzer memiliki dua kategori yakni, buzzer yang

dilakukan secara sukarela dan buzzer sesuai permintaan. Biasanya buzzer sesuai permintaan ini dilirik oleh para aktor politik seperti untuk memenangkan pilkada, pileg, hingga pilpres (Felicia & Loisa, 2019). Sehingga Pesan yang disampaikan oleh orang-orang berpengaruh ini membuat produk atau jasa tertentu menjadi dikenal publik secara luas (Mustika, 2019).

Bertumbuhnya Media Sosial Dalam Kontestasi Politik

Kemajuan di zaman era disrupsi dan revolusi industri 4.0 terutama kemajuan dunia informatika dan teknologi digital sangat berperan penting bagi umat manusia. Kemajuan itu salah satunya adalah media sosial, media sosial merupakan salah satu bentuk komunikasi massa di era media baru atau media massa yang berbasis internet, atau lebih umum lagi media online (Darwis, 2021). Media sosial merupakan faktor yang menentukan perubahan dramatis dari struktur komunikasi yang mapan selama ini. Ini merupakan era beralihnya komunikasi massa ke era komunikasi interaksi berbasis internet (Khang et al., 2012). Hal itu disebabkan adanya kemajuan teknologi yang juga telah mendorong munculnya berbagai fitur layanan media sosial yang semakin inovatif, menarik, dan variatif. Perkembangan teknologi ini berdampak pada peradaban manusia, terutama yang berkaitan dengan interaksi multidimensional maupun multilateral (Nugraha, 2019).

Bangsa Indonesia termasuk salah satu negara terbesar dengan pengguna media sosial tertinggi di dunia. Adapun hal ini terjadi karena pertumbuhan pengguna Internet di Indonesia telah berkembang secara pesat. Media sosial sudah menjadi bagian yang tidak bisa terpisahkan dari kehidupan masyarakat Indonesia, yang bermanfaat dalam komunikasi dan membangun jaringan dalam berbagai market place (Sugiono, 2020). Sebab sejatinya Media sosial telah menjadi kekuatan baru dalam pembentukan ranah publik dewasa ini. Dibandingkan media konvensional, media sosial memiliki potensi yang lebih besar dalam produksi dan persebaran informasi (Rahmawati, 2016).

Fenomena penggunaan media sosial untuk berbagai macam aktivitas baik secara individual maupun secara berkelompok semakin menunjukkan bermanfaatnya media sosial untuk digunakan dalam berhubungan antar manusia (Simangunsong, 2016). Semakin majunya untuk menjalin jejaring komunikasi dan menyebarkan berita yang masif maka media sosial juga dapat menjadi indikator bagi penyebaran visi dan misi politikus dalam mencari simpati suara dukungan. Hal itu dapat saja menjadi kompetisi dalam bidang politik, penggunaan media sosial menjadi semakin massif dan seringkali individu menilai semakin mengarah pada degradasi individu sebagai pribadi, yang tidak lagi berkaca dari semboyan bangsa dan dasar negara Indonesia yaitu Bhennika Tunggal Ika dan Pancasila (Simangunsong, 2016). Dapat saja diakibatkan bahwa adanya peran Media Sosial ditunggangi oknum yang mendasari adanya kebencian yang menyebar dalam aktivitas di media sosial muncul. Sehingga berakibat juga bagi eforia kebebasan menyampaikan pendapat dalam suatu negara yang demokratis menjadi ajang untuk saling menyampaikan kebencian. Sehingga media sosial dapat digunakan sebagai kampanye negatif pada saat pemilihan umum (Syahputra, 2017). Perubahan pola interaksi antar individu tersebut disebabkan karena karakteristik media sosial memungkinkan setiap penggunanya tidak saja mengkonsumsi informasi, tetapi juga memproduksi informasi sekaligus mendistribusikan informasi tersebut. Karakteristik baru ini memungkinkan siapa saja

yang aktif di media sosial dapat masuk dan terlibat menjadi konsumen, sekaligus produsen informasi (Syahputra, 2017). Bahkan setiap aktivis atau pengguna media sosial berperan sebagai distributor pesan (Weeks & Holbert, 2013). Di era informasi saat ini, yang politis tidak hanya merembes ke dalam kehidupan kita melalui corong-corong media konvensional seperti televisi dan surat kabar. Media sosial semisal Twitter, Facebook, dan blog juga telah menjadi wahana utama dalam penyebaran wacana-wacana dan isu-isu bernilai politis (Rahmawati, 2016).

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 (Syahputra, 2017). Tingginya aktivitas dalam media sosial tersebut bahkan dapat berdampak pada pergerakan sosial dan perubahan politik di Indonesia (Nugroho & Syarief, 2012). Karena media sosial merupakan saluran komunikasi para aktor politik untuk berkomunikasi dengan pendukung dan pemilih. Bentuk komunikasinya adalah membangun opini publik sekaligus menggalang banyak dukungan politik. Penggunaan media sosial juga meningkatkan jaringan komunikasi politik, hubungan politik, dan partisipasi publik dalam pemilu (Darwis, 2021).

Namun adanya dampak positif dan negatif yang diakibatkan menggunakan media sosial bagi kontestasi politik. Dampak buruknya bagi banyak individu menjadi saling menyerang, menuduh, melakukan stereotypes, bahkan mengganggap etnis dan agamanyalah yang paling unggul dibandingkan dengan lainnya (Simangunsong, 2016). Seperti yang terjadi dalam kontestasi pemilu Presiden tahun 2014 dan 2019 serta pemilihan Kepala daerah di ibukota Jakarta. Dua momentum politik elektoral di Indonesia, yaitu Pilpres 2014 dan Pilkada Jakarta 2017, kedua pasangan calon presiden dan adanya pertaruhan perebutan kursi gubernur DKI menggunakan media sosial sebagai agitasi politik mempengaruhi publik pemilih (Akmaliah, 2018, p. 11).

Peran Menyimpang dari Esensi Makna Buzzer

Di era revolusi industri 4.0 peranan media sosial semakin memberikan arti penting bagi kehidupan berdemokrasi. Dengan jejaring yang dibangun media sosial bisa menjadi salah satu saluran partisipasi kewargaan. Apalagi di era post-truth media sosial bisa mendorong tumbuhnya partisipasi digital sekaligus juga melahirkan banalitas politik digital (Arianto, 2019). Buzzer merupakan kegiatan pemasaran di market place dalam peran sosial dan managerial dimana seorang individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka mau dan butuhkan melalui menciptakan atau menukarkan barang dan nilai dengan satu sama lain (Kotler & Armstrong, 2001), dan juga buzzer yang pada awalnya dimaknai sebagai suatu aktor yang bertugas untuk mengamplifikasi pesan di media dalam konteks promosi bisnis telah mengalami pergeseran konsep akibat kontestasi politik di dunia (Sugiono, 2020).

Perkembangannya buzzer sudah masuk dalam dunia politik, dunia *black campaign* yang bertujuan untuk kepentingan kelompok politikus. Kini pemasaran politik semakin banyak digunakan dalam sistem politik demokratis di mana dukungan massa sangat penting untuk

mempertahankan kekuatan (Juditha, 2018). Karena kemajuan teknologi komunikasi di Indonesia telah menjadikan media sosial sebagai salah satu media yang memegang peranan penting dalam menyampaikan kampanye politik. Beberapa orang menggunakan momentum kontestasi politik sebagai ajang untuk mencari keuntungan finansial, salah satunya dengan bekerja menjadi buzzer di media sosial (Sugiono, 2020). Sebab Fenomena buzzer yang terjadi di 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 (Nisa, 2019, p. 2). Seiring dengan pergeseran konsep buzzer di media sosial, berbagai literatur secara langsung menyatakan bahwa buzzer adalah sosok yang berbahaya bagi keberlangsungan demokrasi (Felicia & Loisa, 2019). Fenomena munculnya buzzer politik perlu mendapatkan perhatian khusus yang perlu ditelaah dalam sudut etika Kristen. Buzzer politik telah menjadi bagian dari pengguna media sosial dan digunakan sebagai propaganda politik di berbagai negara (Bradshaw & Howard, 2019).

Buzzer dinilai memiliki peran yang cukup penting dalam membentuk suatu topik pembicaraan di media sosial, sehingga tidak sedikit tokoh atau kandidat politik tertentu memberdayakan mereka untuk memenangkan kontestasi politik tersebut. Adapun melalui sifat interaktivitasnya, media sosial memungkinkan penggunaannya untuk ikut bersuara pada sebuah topik percakapan tertentu (Sugiono, 2020). Dimedjo dalam kutipan Sugiono mengatakan bahwa Istilah buzzer sendiri muncul pada tahun 2009 untuk kepentingan promosi suatu perusahaan. Tahun itu merupakan awal dimana media sosial twitter hadir di Indonesia. Adapun pada tahun 2009 terjadi ledakan pengguna media sosial di Indonesia dan alur informasi di media sosial menjadi bergerak sangat cepat (Sugiono, 2020). Perlu diketahui seiring berkembangnya media sosial, buzzer sudah merambah ke semua media sosial seperti; Instagram, Facebook, Whatsapp hingga Youtube dengan tujuan memperkuat sebuah konten. Dengan demikian, bisa ditarik simpulan bahwa buzzer adalah orang yang menyebarluaskan, mengkampanyekan, mendengungkan, suatu pesan maupun konten. Sehingga buzzer media sosial bisa dikatakan sebagai tim pemasaran digital yang tujuannya memperkuat pesan atau konten tersebut di media sosial agar bisa menarik atensi publik seluas mungkin. (Arianto, 2019) Sebab itu buzzer atau netizen yang mendulang keuntungan dari media sosial dapat berperan sebagai agen sosial perubahan politik (Gordon, 2017). Tetapi juga dapat menjadi pemecah belah anak bangsa atau mencederai proses demokrasi, karena konten-kontennya mampu memecah belah masyarakat (Syahputra, 2017), dengan konten yang dibumbuhi berita palsu sebagai ketidakbenaran yang diproduksi secara sengaja untuk menyamarkan suatu kebenaran. Hoax atau berita palsu dalam pengertian ini menjadi akan sangat ditentukan oleh motif dan maksud dari pembuatnya. Oleh sebab itu pula, menjadi agak tidak jelas dan kabur antara kebohongan, kecurangan, kejahatan, hoax dan kebenaran. Penyebaran ujaran kebencian dan hoax di media sosial memungkinkan lebih cepat menjalar dan menyebar secara luas karena karakteristik media sosial yang spesifik (Syahputra, 2017).

Buzzer dalam tinjauan Etis Kristiani

Dari hal tersebut peneliti perlu mengkaji bagaimana peran buzzer dalam media sosial yang di tinjau dari perseptif etis kristiani, sehingga mendapat gambaran dan konsep yang benar dari tinjauan Alkitab. Peran buzzer sesungguhnya sangat menolong dalam setiap market place. Buzzer dalam membantu menyebarkan kebaikan dan menjadi peran pelopor bagi kemanusiaan memang tidak bertentangan dengan iman kristen. Namun adanya definisi buzzer yang mengalami pergeseran makna dan tujuannya sejak tahun 2014, pada tahun tersebut partai politik banyak menggunakan jasa mereka untuk kampanye Pilpres 2014. Hal itu juga disebabkan adanya motif utama yang membuat seseorang atau akun tertentu untuk menjadi buzzer, motif komersial dan motif sukarela. Sehingga dalam pilkada maupun pilpres sangat militan mendukung paslon (H. Haryanto, 2014). Sehingga penggunaan buzzer untuk kepentingan politik ini mengubah definisi dan makna tersebut. Sebelumnya, ia memiliki konotasi positif, kemudian berubah menjadi cenderung negatif. Memang pada tahun 2012, khususnya Pilkada DKI, buzzer digunakan dalam politik, tapi maknanya masih cenderung positif seiring dengan belum maraknya kampanye hitam yang dilakukan oleh buzzer (Akmaliah, 2018). Hal yang dilakukan oleh buzzer adalah memfitnah para calon pemimpin kepala daerah atau calon presiden dengan berita hoak. Sebab sejatinya hoaks sebagai upaya untuk memutarbalikan kebenaran (fakta) dengan menggunakan alat media saat ini sehingga dapat menyebar secara cepat. Hoak tersebut sebagai sarana untuk meyakinkan orang lain seolah-olah kejadian tersebut benar-benar terjadi tetapi pada kenyataan tidak dapat diverifikasi kebenarannya (Gumilar et al., 2017). Walaupun Media sosial memang dapat menjadi media yang efektif dalam menyebarkan informasi mengenai kebijakan pemerintah, tetapi pelibatan buzzer yang kerap kali membangun narasi dengan menyudutkan kelompok-kelompok tertentu bukanlah cara yang tepat (Pambudi et al., 2021).

Hoak merupakan bentuk penipuan berupa berita bohong atau berita palsu yang bertujuan untuk membuat lelucon, iseng, dan membentuk opini publik yang menyesatkan (A. Safitri & Dewi, 2021). Sumber penyesatan ini berasal dari buzzer yang sengaja untuk menghancurkan karakter bahkan nama baik paslon. Buzzer menyebarkan berita boong yang memutarbalikan kenyataan dari aslinya. Sesungguhnya berbohong adalah salah satu tindakan yang sengaja menyembunyikan sebagian besar dari kebenaran (Fu, 2007). Dalam Kitab Keluaran dinyatakan pesan yang tegas bahwa “Janganlah engkau menyebarkan kabar bohong; janganlah engkau membantu orang yang bersalah dengan menjadi saksi yang tidak benar (Kel. 23:1). Memang diakui bahwa tidak semua orang memiliki hati yang jujur dalam memberikan atau mensharingkan segala informasi kepada publik hal itu disebabkan ada muatan politik untuk menjatuhkan lawan atau kelompok yang bersebrangan. Hal ini bila dilakukan dengan sengaja mengakibatkan konflik. Terlebih kebanyakan dari masyarakat tidak memfilter informasi yang dibagikan di media sosial, seringkali orang lupa melakukan verifikasi asal usul dari berita tersebut sehingga tidak terkontrol dan menjadi masalah besar atau viral di berbagai media (Gumilar et al., 2017). Untuk itu orang percaya harus bijak dalam memanfaatkan segala yang berkaitan dengan media sosial, terlebih memastikan dahulu sumber informasi dan konten yang akan dibagikan kepada orang lain (Rahadi, 2017).

Amsal 3:21-22 memperingatkan bahwa setiap orang untuk berlaku bijaksana: Hai anakku, janganlah pertimbangan dan kebijaksanaan itu menjauh dari matamu, peliharalah itu, maka itu akan menjadi kehidupan bagi jiwamu, dan perhiasan bagi lehermu. Teks ini mengingatkan kita agar menguji segala sesuatu. Orang yang memiliki pertimbangan akal-sehat akan menelusuri dan memverifikasi informasi yang diterimanya. Ia tidak mudah terseret, sebaliknya, ia dapat menetapkan pilihan untuk meneruskan atau tidak berita tersebut. Inilah golongan orang-orang yang cerdas berpikir, bijak dalam bersosial media (Pattinakotta & Samosir, 2018, p. 79). Sebab dalam kekristenan orang percaya diajarkan untuk mengasihi Allah dan mengasihi manusia (Matius 22:37-40). Kedua hukum itu merupakan intisari dari ajaran kekristenan. Bila orang sungguh-sungguh mengasihi Allah, maka ia pasti mengasihi manusia begitu pula sebaliknya. Bila seseorang sungguh-sungguh mengasihi manusia, maka ia juga akan mengasihi Allah. Mengasihi Allah tidak bisa tidak mengasihi manusia. Mengasihi Allah dan manusia tidak dapat dipisahkan. Keduanya utuh dan saling menyempurnakan. seperti juga yang diungkapkan Yesus “Tetapi kepada kamu, yang mendengarkan Aku, Aku berkata: Kasihilah musuhmu, berbuatlah baik kepada orang yang membenci kamu; mintalah berkat bagi orang yang mengutuk kamu; berdoalah bagi orang yang mencaci kamu. (Lukas 6:27-28) Yesus jelas mengajarkan saling mengasihi dan saling menghargai, ajaran Yesus tidak bertentangan dengan norma dan hukum yang ada dimanapun (Arifianto & Santo, 2020).

Paulus dalam tulisannya kepada jemaat Efesus mengatakan bahwa “Karena itu, perhatikanlah dengan saksama, bagaimana kamu hidup, janganlah seperti orang bebal, tetapi seperti orang arif, dan pergunakanlah waktu yang ada, karena hari-hari ini adalah jahat. Sebab itu janganlah kamu bodoh, tetapi usahakanlah supaya kamu mengerti kehendak Tuhan” (Ef. 5:15-17). Sebagai orang percaya diharapkan lebih bijaksana dalam menggunakan media sosial dalam menyebarkan berita yang tidak jelas dan provokatif, yang dapat menimbulkan konflik horizontal. Oleh karena itu orang percaya diharap dengan bijak dapat memahami pesan komunikasi yang perlu disebarluaskan dan mana yang tidak perlu disebarluaskan. (Heryanto et al., 2017, p. 133) Maka orang percaya diharapkan dapat mengikuti perintah Alkitab dan hidup dalam pimpinan Roh Kudus sebab Roh Kudus memberikan hikmat dan pengertian untuk menjalani di setiap langkah perjalanan hidup (Arifianto & sumiwi Rachmani, 2020). Sehingga orang percaya hidup dalam moral yang sesuai dengan kebenaran firman Allah sebagai contoh menggunakan mulut dengan bijaksana. Janganlah ada perkataan kotor keluar dari mulutmu, tetapi pakailah perkataan yang baik untuk membangun, di mana perlu, supaya mereka yang mendengarnya, peroleh kasih karunia. (Efesus 4:29). Untuk saat ini dihimbau untuk menggunakan hikmat Tuhan sebelum membagikan maupun membuat konten hoak.

Sikap Orang percaya Menggunakan Media Sosial dalam seluruh Market Place

Media sosial yang digunakan dengan tidak jujur memiliki dampak negatif jika dihubungkan dengan etika dan moral. Media sosial bisa dibilang adalah wadah bebas setiap individu untuk berinteraksi, mendapat, serta memberikan informasi. Kebebasan inilah yang seringkali dilupakan penggunaannya bahwa dalam penggunaan media sosial juga memerlukan kesadaran etika dan moral (A. Safitri & Dewi, 2021). Media sosial juga sejatinya memiliki fungsi kritis dalam hal mempertukarkan wacana, membangun kesadaran, hingga menciptakan inovasi. Selain itu juga mendorong sentimen publik, mengatur kemarahan publik, simpati,

sukacita, dan ketakutan dalam masyarakat dengan adanya pesan yang disampaikan (Alkatiri, A. B. M., Nadiah, Z., & Nasution, 2020). Oleh karena itu orang percaya sebagai entitas yang dibentuk dan dibangun oleh Tuhan, ditempatkan oleh Tuhan di dalam konteks sosial, politik, ekonomi dan budaya tertentu. Oleh sebab itu harus memiliki tanggung jawab dalam menjaga keutuhan bangsa (Pattinakotta & Samosir, 2018, p. 23), yang berkaitan dengan penggunaan media sosial. Namun yang terjadi dalam dunia politik yang terjadi akhir-akhir dapat dilihat bahwa politik yang digaungkan oleh elite kepentingan hanya sebatas pertarungan retorika politis, dan menariknya, wacana-wacana kosong tanpa landasan data mendapatkan animo luar biasa dari para antek militan (Cebong dan Kampret) (Jatmiko, 2019). Padahal berpolitik bukan sesuatu yang buruk. Dengan demikian, jabatan dan kekuasaan itu dipandang sebagai kesempatan untuk mengabdikan kepada Tuhan melalui pelayanan kepada rakyat (Manafe, 2017).

Berpolitik bukan berarti boleh kompromi dengan dosa atau halhal yang tidak berkenan kepada Allah. Dalam berpolitik semua orang percaya harus mengedepankan prinsip firman Tuhan supaya tidak terjadi hasil keputusan yang bertentangan dengan isi firman Tuhan. Mazmur 37:27 berkata: “Jauhilah yang jahat dan lakukanlah yang baik, maka engkau akan tetap tinggal untuk selama-lamanya.” Sebab kesetiaan dan ketaatan kepada firman dan melakukannya dengan sungguh-sungguh maka dalam sikap dan perilaku membawa nama Tuhan dipermuliakan melalui kehidupan orang percaya dalam menggunakan media sosial (Manafe, 2017). Sebab teknologi baik sistem informatika maupun gadget sangat tidak bertentangan dengan Alkitab bila hal itu tidak melawan hukum kebenaran tersebut seperti yang dinyatakan Paulus kepada jemaat di Korintus “Segala sesuatu halal bagiku, tetapi bukan semuanya berguna. Segala sesuatu halal bagiku, tetapi aku tidak akan membiarkan diriku diperhamba oleh sesuatu apapun” (Kor. 6:12).

Internet adalah media yang dianggap tepat sebagai wadah ekspresi karena netizen mempunyai pandangan yang luas dan bebas untuk melakukan apapun di dunia internet (Bastomi & Mustaqimatul Hidayah, 2019). Sehingga hal itu dapat menjadi ajang bagi buzzer memperkeruh kondisi serta dapat juga menimbulkan kejahatan terlebih bagi para penyalahgunaan kekuasaan, penyalahgunaan informasi yang dapat menyesatkan yang mengkhawatirkan (Alinurdin, 2018). Dari peristiwa tersebut membawa dampak bagi siapa pun untuk memiliki potensi menjadi korban (Rastati, 2016). Maka dari itu sebagai orang percaya dapat menanamkan nilai-nilai Alkitabiah bagi setiap orang yang percaya.

Konsekuensi Logis dari Penyimpangan Buzzer dari Esensi

Dasar pengaturan penyebaran berita palsu atau hoax yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 yang telah mengalami perubahan menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 pasal 28 ayat 1 dan 2. Selain itu peraturan penyebaran berita palsu atau hoax juga dijabarkan dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1946 pasal 14 dan 15. Lebih khusus, pelaku penyebar berita palsu bisa dijerat dengan pasal-pasal lain terkait yakni pasal 311 dan 378 KUHP, Pasal 27 ayat 3 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang No. 40 tahun 2008 tentang penghapusan diskriminasi ras dan etnis, serta para pelaku penyebaran berita palsu juga dapat dikenakan pasal terkait ujaran kebencian (*hate speech*) (Siddiq, 2017).

Masyarakat juga harus bijak dalam menggunakan media sosial dengan berpikir ulang atas informasi apa yang ingin dibagikan ke orang lain yang nantinya akan dibagikan juga oleh orang lain tersebut (Siddiq, 2017). Dasar hukum yang jelas dan terang tentang konsekuensi para buzzer maupun pengguna media sosial dalam menjalankan aksinya maka harus berhadapan dengan hukum yang berlaku.

Peran dan Pertanggungjawaban pihak terkait dalam menghadapi Buzzer

Pemerintah dalam hal ini kepolisian sangat mengharapkan kerja sama dengan pengiat media sosial guna menyebarkan dan menggunakan aplikasi media sosial dengan bijak. Namun bila himbauan itu tidak diindahkan oleh penggiat sosial dalam hal ini buzzer, maka akan mendapat konsekuensi hukum yang berlaku. Walaupun dalam sistem perpolitikan dan pemerintahan yang menganut asas demokrasi, terbuka ruang bagi orang percaya untuk mengaktualkan rasa peduli sebagai tindakan untuk bijak dalam menggunakan media sosial sebab hal itu juga berarti ada kesempatan yang mesti disyukuri dan diisi dengan rasa tanggung jawab sebagai sebuah amanat sebagai orang percaya gereja (Pattinakotta & Samosir, 2018, p. 27). Tanggung jawab dan sikap pemerintah terhadap buzzer yang sudah menyinggung SARA maka perlu ditertibkan. pemerintah untuk memanggulangi fenomena hoax yang sedang terjadi pemerintah telah membentuk Badan Siber Nasional. Lembaga baru itu bertugas melacak sumber kabar hoax dan melindungi situs pemerintah dari serangan peretas (Pakpahan, 2017). Oleh karena itu Pemerintah harus lebih giat lagi mensosialisasikan UU ITE agar masyarakat lebih paham lagi cara menggunakan media sosial dan internet dengan cerdas dan bijaksana dan kiranya media sosial dan internet digunakan untuk kebaikan hidup dan memperbaiki kehidupan (Pakpahan, 2017).

Nilai nilai Kristen yang harus diaktualisasikan

Kekristenan dan orang-orang yang percaya terus ditantang untuk menghadirkan diri dalam sebuah keterlibatan yang konstruktif, kreatif, realistis, dan kritis dalam membangun bangsa demi mewujudkan citra kemanusiaan yang adil dan beradab (Pattinakotta & Samosir, 2018, p. 36). Untuk itu sikap sebagai pengguna media sosial diharapkan untuk memiliki integritas dan hidup dalam takut akan Tuhan. Sebagai warga yang menggunakan media sosial. Bagi para percaya diharapkan membawa politik dalam media sosial sebagai sebuah seni hidup dan ilmu dimaknai sebagai upaya bersama untuk mewujudkan kesejahteraan dan keadilan bagi warga kota atau negara (Pattinakotta & Samosir, 2018, p. 24). Hal ini tentu sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Alkitab: Usahakanlah kesejahteraan kota ke mana kamu Aku buang, dan berdoalah untuk kota itu kepada TUHAN, sebab kesejahteraannya adalah kesejahteraanmu (Yeremia 29:7). Untuk itu efektivitas dalam berpolitik dapat membawa orang percaya untuk memanfaatkan dan mengakses sebanyak mungkin informasi dan berita tentang rekam jejak paslon dan ikut berkampanye di media sosial dengan bijak. Kita juga dipanggil menjadi warga yang sadar hukum dan giat mencegah penyebaran hoaks dengan melaporkannya ke pihak yang berwajib (Pattinakotta & Samosir, 2018, p. 80).

Bila fitnah atau hoak yang disebarakan menyangkut kepercayaan atau SARA yang tertuju kepada orang Kristen maka sikap sebagai orang percaya harus sesuai dengan apa yang di ajarkan Paulus kepada jemaat di Roma yaitu, Roma 12:17-21, "Janganlah membalas kejahatan dengan kejahatan; lakukanlah apa yang baik bagi semua orang! Sedapat-dapatnya, kalau hal itu bergantung padamu, hiduplah dalam perdamaian dengan semua orang! Saudara-saudaraku yang kekasih, janganlah kamu sendiri menuntut pembalasan, tetapi berilah tempat kepada murka Allah, sebab ada tertulis: Pembalasan itu adalah hak-Ku. Akulah yang akan menuntut pembalasan, firman Tuhan. Tetapi, jika seterumu lapar, berilah dia makan; jika ia haus, berilah dia minum! Dengan berbuat demikian kamu menumpukkan bara api di atas kepalanya. Janganlah kamu kalah terhadap kejahatan, tetapi kalahkanlah kejahatan dengan kebaikan. Sebab Allah menghendaki baik karena memang baik menurut natur kebaikan-Nya yang tidak berubah (Geisler, 2017, p. 146). Sehingga diharapkan orang percaya bersikap baik dan menghormati kepada semua orang dalam lingkungan nyata maupun dalam komunitas media sosial harus menjadi berkat dan terang. Terlebih sikap iman Kristen untuk terus memberikan teladan, dalam market place politik (Arifianto & Suseno, 2021).

KESIMPULAN

Media sosial dalam penggunaannya sangat bermanfaat bagi bisnis, promosi wisata, keagamaan dan seluruh market place yang menggunkan internet of thing sebagai dasar dalam menjalankan aktivitasnya. Namun sebagai orang percaya yang memiliki dasar kebenaran Alkitab sebagai pondasi dalam seluruh aktualisasi. Maka kekristenan mengajar setiap pribadi manusia untuk menjadi berkat disetiap waktu, seperti yang Yesus ajarkan bahwa orang percaya harus menjadi terang dan garam yang berdampak bagi sesama. Untuk itu prilaku buzzer yang tidak sesuai dengan dasar etis iman kristen dan norma hukum yang berlaku di bangsa ini untuk ditinggalkan.

Dapat disimpulkan bahwa kajian etis Kristiani terhadap buzzer dalam media sosial yang semakin marak ini sangat perlu diwaspadai karena hal tersebut sangat merugikan bangsa dan negara. Oleh sebab itu seleuruh elemen lapisan masyarakat dapat memahami konsep dari terminologi istilah buzzer, media sosial dan etis Kristiani. Sehingga adanya ruang lingkup buzzer dalam media sosial berkaitan dengan problematika dapat di minimalisir. Peran bertumbuhnya media sosial aalam kontestasi politik juga memicu perubahan dari peran menyimpang dari esensi makna buzzer. Untuk itu setiap pribadi dapat memaknai bahwa buzzer dalam tinjauan etis Kristiani memang tidak dibenarkan bila hal itu menjadi corong kejahatan gterlebih pemecah belah anak bangsa. Untuk itu selanjutnya adanya sikap orang percaya perlu diperhatikan dalam menggunakan media Sosial di seluruh Market Places.

Untuk itu adanya sikap hidup dalam kebenaran harus dimiliki oleh setiap orang percaya, terlebih sikap yang menjadi contoh dan teladan dalam bersosial media. Dari sikap tersebut diharap dapat memberi dampak bagi semua orang disekelilingnya. Namun betapa masifnya berita hoak dan segala sesuatu yang ditimbulkan akibat berita tersebut berdampak kepada perpecahan bangsa. Maka pemerintah harus bekerja keras menghimbau kepada rakyatnya untuk cerdas dalam bermedia sosial dalam segala market place. Begitu juga penyedia platform

media sosial juga harus berani bertindak menutup akun pribadi atau group dalam komunitas di media sosial bila terindikasi menyimpang dari norma hukum yang berlaku.

REFERENSI

- Ajie, Y. P., & Andhika, D. R. (n.d.). Memahami Pola Transmisi Pesan oleh Akun Buzzer di Sosial Media. *Surakarta*, 12 Desember 2019, 99.
- Akmaliah, W. (2018). Bukan Sekedar Penggaung (Buzzers): Media Sosial dan Transformasi Arena Politik. *MAARIF*, 13(1), 9–25.
- Alinurdin, D. (2018). Etika Kristen Dan Teknologi Informasi: Sebuah Tinjauan Menurut Perspektif Alkitab. *Veritas: Jurnal Teologi Dan Pelayanan*, 17(2), 91–105. <https://doi.org/10.36421/veritas.v17i2.309>
- Alkatiri, A. B. M., Nadiah, Z., & Nasution, A. N. S. (2020). Opini Publik Terhadap Penerapan New Normal Di Media Sosial Twitter. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 11(1), 19–26.
- Arianto, B. (2019). Kontestasi Buzzer Politik dalam Mengawal APBD DKI Jakarta. *Jurnal Polinter: Kajian Politik Dan Hubungan Internasional*, 5(1), 54–74.
- Arianto, B. (2020). Salah Kaprah Ihwal Buzzer: Analisis Percakapan Warganet di Media Sosial. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 5(1), 1–20.
- Arifianto, Y. A., & Santo, J. C. (2020). Iman Kristen dan Perundungan di Era Disrupsi. *Angelion: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen*, 1(2), 149–163. <https://e-journal.sttberitahidup.ac.id/index.php/jan/article/view/73>
- Arifianto, Y. A., & sumiwi Rachmani, A. (2020). Peran Roh Kudus dalam Menuntun Orang Percaya kepada Seluruh Kebenaran Berdasarkan Yohanes 16 : 13. *Jurnal Diegesis*, 3(1), 1–12.
- Arifianto, Y. A., & Suseno, A. (2021). Filsafat Politik dan Praktisnya dalam Persepektif Iman Kristen. *Jurnal Antusias*, 6(2), 76–91.
- Bastomi, H., & Mustaqimatul Hidayah, S. N. (2019). Fenomena Perundungan Di Sosial Media: Telaah Dampak Perundungan Bagi Remaja. *AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 6(1), 235. <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v6i2.6437>
- Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2019). *The global disinformation order: 2019 global inventory of organised social media manipulation*. Project on Computational Propaganda.
- Brownlee, M. (2006). *Pengambilan Keputusan Etis Dan Faktor-Faktor Di Dalamnya*. BPK Gunung Mulia.
- Darwis, M. (2021). Peran Sosial Media dalam Budaya Politik. *JURNAL SIPATOKKONG*

BPSDM SULSEL, 2(1), 93–103.

Douma, N. (2007). *Kelakuan Yang Bertanggung Jawab*. BPK Gunung Mulia.

Felicia, F., & Loisa, R. (2019). Peran buzzer politik dalam aktivitas kampanye di media sosial twitter. *Koneksi*, 2(2), 352–359.

Fu, T. (2007). Bohong Putih Ditinjau dari Perspektif Etika Kristen dan Pengajaran Alkitab. *Veritas : Jurnal Teologi Dan Pelayanan*, 8(1), 111–127. <https://doi.org/10.36421/veritas.v8i1.168>

Geisler, N. L. (2017). *Etika Kristen*. Literatur SAAT.

Gordon, S. (2017). *Online communities as agents of change and social movements*. IGI Global.

Gumilar, G., Adiprasetyo, J., & Maharani, N. (2017). Cerdas Menggunakan Media Sosial Dalam Menanggulangi Berita Palsu (Hoax). *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 35–40. <http://journal.unpad.ac.id/pkm/article/download/16275/7939>

Haryanto, A. (2021). *Apa Itu Buzzer Politik? Arti, Strategi, Sejarah dan Pola Rekrutmen*. Tirto.Id. <https://tirto.id/apa-itu-buzzer-politik-arti-strategi-sejarah-dan-pola-rekrutmen-gaaE>

Haryanto, H. (2014). Kebangkitan Party ID: Analisis Perilaku Memilih dalam Politik Lokal di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 17(3), 291–308.

Heryanto, G. G., Wahyudi, A., & Mukti, A. (2017). Melawan Hoax di Media Sosial dan Media Massa. In *Yogyakarta: Trustmedia Publishing*.

J. Verkuyl. (2012). *Etika Kristen Bagian Umum*. BPK Gunung Mulia.

Jatmiko, M. I. (2019). Post-truth, media sosial, dan misinformasi: pergolakan wacana politik pemilihan presiden indonesia tahun 2019. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 20(1), 21–39.

Juditha, C. (2018). Buzzer di Media Sosial: Antara Marketing Politik dan Black Campaign dalam Pilkada. In D. H. Santoso (Ed.), *New Media & Komunikasi Politik* (p. 1). Mbridge Press.

Khang, H., Ki, E.-J., & Ye, L. (2012). Social media research in advertising, communication, marketing, and public relations, 1997--2010. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 89(2), 279–298.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). Prinsip-prinsip pemasaran. *Jakarta: Erlangga*.

Manafe, F. S. (2017). Sikap Kristen Dalam Arena Politik. *Missio Ecclesiae*, 6(April), 1–16. <https://jurnal.i3batu.ac.id/index.php/me/article/view/66>

Mustika, R. (2019). Pergeseran Peran Buzzer Ke Dunia Politik Di Media Sosial. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 2(2), 144–151. <https://doi.org/10.17933/diakom.v2i2.60>

- Nisa, F. (2019). *Analisis Tweet Buzzer dalam Media Sosial (Analisis Wacana Kritis Penyebaran Hate Speech oleh Akun Twitter Denny Siregar terkait Pemilu Presiden 2019)*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Nugraha, M. T. (2019). Hoax di Media Sosial Facebook: Antara Edukasi dan Propaganda Kepentingan. *JSW: Jurnal Sosiologi Walisongo*, 3(1), 97–108.
- Nugroho, Y., & Syarief, S. S. (2012). *Beyond click-activism?: New media and political processes in contemporary indonesia*. Citeseer.
- Pakpahan, R. (2017). Analisis Fenomena Hoax Diberbagai Media. *Konferensi Nasional Ilmu Sosial & Teknologi (KNiST)*, 1(2013), 479–484. <http://seminar.bsi.ac.id/knist/index.php/UnivBSI/article/view/184>
- Pambudi, H. J., Nugroho, A. L. A., Handoko, L., & Dianastiti, F. E. (2021). Buzzer di Masa Pandemi Covid-19: Studi Analisis Wacana Kritis Kicauan Buzzer di Twitter: STUDY OF CRITICAL DISCOURSE ANALYSYIS OF BUZZER’S TWEET IN TWITTER. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 23(1), 75–89.
- Pattinakotta, H. A., & Samosir, A. R. (2018). *Pemilu Damai dan Demokrasi Bermartabat: Perspektif Teologi Kristen Protestan* (R. Hutabarat (ed.)). Badan Pengawas Pemilihan Umum Republik Indonesia. http://www.bawaslu.go.id/sites/default/files/publikasi/SERIAL_BUKU_PENGAWASAN_PARTISIPATIF_AGAMA_PROTESTAN.pdf
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku pengguna dan informasi hoax di media sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 58–70.
- Rahmawati, D. (2016). Media Sosial Dan Demokrasi Di Era Informasi. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 2(2), 3–4. <https://doi.org/10.7454/jvi.v2i2.40>
- Rastati, R. (2016). Bentuk Perundungan Siber Di Media Sosial Dan Pencegahannya Bagi Korban Dan Pelaku. *Jurnal Sositologi*, 15(2), 169–186. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2016.15.02.1>
- Rosen, E. (2000). *Kiat Pemasaran dari Mulut ke Mulut (The Anatomy of Buzz)*. Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Safitri, A., & Dewi, D. A. (2021). Implementasi Nilai-Nilai Pancasila sebagai Pedoman Generasi Milenial dalam Bersikap di Media Sosial. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 3(1), 78–87.
- Safitri, B. E., Yuanshandika, M. F., & Damayanti, R. (2020). Peranan Buzzer Politik Membentuk Opini Masyarakat Melalui Tagar# Pemilu2019 Di Media Sosial. *Research Gate*, 1(1), 1–10.
- Siddiq, N. A. (2017). Penegakan Hukum Pidana Dalam Penanggulangan Berita Palsu (Hoax) Menurut Undang-Undang No.11 Tahun 2008 Yang Telah Dirubah Menjadi Undang-

- Undang No.19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *Lex Et Societatis*, 5(10), 26–32.
- Simangunsong, B. A. (2016). Interaksi Antarmanusia Melalui Media Sosial Facebook Mengenai Topik Keagamaan. *Jurnal Aspikom*, 3(1), 65–76.
- Sugiono, S. (2020). Fenomena Industri Buzzer di Indonesia: Sebuah Kajian Ekonomi Politik Media. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 47–66.
- Syahputra, I. (2017). Demokrasi virtual dan perang siber di media sosial: Perspektif Netizen Indonesia. *Jurnal Aspikom*, 3(3), 457–475.
- Tahir, R., Kusmanto, H., & Amin, M. (2020). Propaganda Politik Hoaks dalam Pemilihan Presiden Tahun 2019. *PERSPEKTIF*, 9(2), 236–251.
- Weeks, B. E., & Holbert, R. L. (2013). Predicting dissemination of news content in social media: A focus on reception, friending, and partisanship. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 90(2), 212–232.
- Zaluchu, S. (2018). Sudut Pandang Etika Kristen Menyikapi Pembangkangan Sipil (Civil Disobedience). *DUNAMIS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani*, 3(1), 24. <https://doi.org/10.30648/dun.v3i1.176>
- Zaluchu, S. E. (2021). Metode Penelitian di dalam Manuskrip Jurnal Ilmiah Keagamaan. *Jurnal Teologi Berita Hidup*, 3(2). <https://doi.org/10.38189/jtbh.v3i2.93>