

Intisari

Studi ini bertujuan untuk mengkaji peran *buzzer* di media sosial *twitter* di dalam wacana Reklamasi Pantai Utara Jakarta. Data Semiocast menunjukkan, bahwa DKI Jakarta merupakan salah satu kota di dunia yang masyarakatnya paling banyak berinteraksi melalui *twitter*. Kondisi ini menjadikan label *buzzer* sebagai *opinion makers* memiliki peran atas wacana kontekstual menyangkut reklamasi teluk Jakarta. Mereka menampilkan informasi yang dibungkus lewat foto atau poster digital, video dan cerita yang didesain menarik dan mudah dipahami. Penelitian ini berusaha menjawab pertanyaan (1) Bagaimana peran *Buzzer* dalam wacana Reklamasi Teluk Jakarta ? (2) Apa dampak keterlibatan *buzzer* terhadap pengembangan ruang publik virtual ?. Penelitian ini sendiri menggunakan metode analisa kritis dari Norman Fairclough untuk melihat wacana atau isu yang ditimbulkan oleh *buzzer* dalam mendukung kebijakan reklamasi.

Hasil penelitian menyimpulkan, *Pertama*, *buzzer* menciptakan wacana bahwa kebijakan reklamasi merupakan bagian dari proyek Pengembangan Terpadu Pesisir Ibukota Negara yang merupakan proyek jangka panjang pemerintah pusat. *Kedua*, *buzzer* menginformasikan bahwa proyek reklamasi sebenarnya didukung oleh masyarakat terutama nelayan yang tinggal di wilayah ini. Agar wacana ini di terima oleh *followersnya*, *buzzer* memilih untuk menonjolkan aspek advokatif yang bersifat konstruktif didalam postingannya. Temuan lainnya walaupun hadir dalam bentuk kecil ialah kepentingan politik dari Ahok sebagai seorang petahana untuk suksesi di Pilkada DKI Jakarta tahun 2017.

Akhirnya dapat disimpulkan, bahwa *buzzer* memiliki peran sentral atas wacana menyangkut reklamasi Pantai Utara Jakarta di media sosial, tujuannya tak lain agar pesan yang disampaikan bisa mempengaruhi konstruksi berpikir dari *followersnya* sehingga mendukung kebijakan ini.

Kata Kunci : *Buzzer*, Reklamasi Jakarta, *Opinion Makers*, media social

Abstract

This study aims to examine the role of buzzer in twitter regards “Reklamasi Teluk Jakarta” project discourse. Semiocast data shows that Jakarta highest number of population who interact most with Twitter. This condition makes the buzzer has been labeled as opinion makers who have roles in the contextual discourse regarding “Reklamasi Jakarta” project. They display information wrapped in photos or digital posters, videos and stories that are designed to be interesting and easy to understand. This research wants to address the questions: (1) How is the role of Buzzer in “Reklamasi Teluk Jakarta” discourse? (2) What is the impact of Buzzer involvement on the development of virtual public space? This study also uses the Critical Discourse Analyst method from Norman Fairclough to see the discourse or issues generated by the buzzer in supporting “Reklamasi Teluk Jakarta”.

The research concludes that, Firstly, the buzzer creates a discourse that the reclamation policy is part of the Integrated Coastal Development project of the State Capital which is a long-term project of the central government. Secondly, the buzzer informs that the reclamation project is actually supported by the community, especially fishermen who live in this region. To make this discourse is received by their followers, the buzzer choose to highlight the advocative aspects that are constructive in the post. Besides, other findings show that even though in small percentage, that are the political interests of Ahok as an incumbent for succession in the DKI Jakarta election in 2017.

Finally it can be concluded that the buzzer has a central role over the discourse regarding the “Reklamasi Teluk Jakarta” project in social media. Their purpose is mainly to make their message can influence the thought construction from their followers to support the policy.

Keywords: *Buzzer, Reklamasi Jakarta, Opinion Makers, Social Media*