

Pembingkiaan Opini Publik Oleh Influencer Politik di Tiktok @andreasyudias : Studi Tentang Peran Buzzer Dalam Komunikasi Politik Digital

Najla Khairunnisa¹, Daffa Atha Fairuz Nabiha², Muhammad Yadzky³, Pia Khoirun Nisa⁴

¹²³⁴ Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Jakarta

ARTICLE INFO

Article history:

Received Juni, 2025

Revised Juni, 2025

Accepted Juni, 2025

Available online Juni, 2025

najlakhir30@gmail.com,
dfn.atha05@gmail.com,
yadzkyhq21@gmail.com,
pia.khoirotun@uinjkt.ac.id

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

ABSTRAK

Dalam era digital, media sosial telah menjadi arena utama dalam pembentukan opini publik, terutama menjelang kontestasi politik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran influencer politik dalam membentuk opini publik melalui aktivitas buzzer di platform TikTok dan Instagram, dengan fokus pada akun @andreasyudias. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan metode analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk serta teori framing dari Entman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Andrea Yudias sebagai influencer dan buzzer memanfaatkan kekuatan naratif, visual, serta retorika emosional untuk membentuk persepsi publik terhadap kebijakan pemerintah dan isu politik nasional. Dalam tayangan "Indonesia Gelap" maupun narasi kebijakan internasional, ditemukan pola framing yang menonjolkan ketegangan antara rakyat kecil dan elite politik. Penggunaan simbol, ajakan aksi, serta interaksi di kolom komentar memperkuat resonansi ideologis di kalangan audiens. Temuan ini memperlihatkan bahwa influencer digital memiliki kapasitas besar dalam

mempengaruhi cara berpikir dan bersikap masyarakat terhadap realitas politik. Oleh karena itu, literasi media menjadi sangat penting untuk mengimbangi arus informasi yang dibentuk secara subjektif di ruang digital.

Kata Kunci: framing, buzzer politik, influencer digital, opini publik, TikTok, komunikasi politik

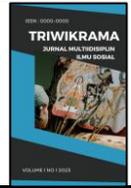
ABSTRACT

In the digital era, social media has become a central arena for shaping public opinion, especially in the lead-up to political contests. This study aims to analyze the role of political influencers in shaping public opinion through buzzer activities on TikTok and Instagram, focusing on the @andreasyudias account. The approach used is qualitative descriptive with critical discourse analysis based on Teun A. Van Dijk's model and Entman's framing theory. The findings show that Andrea Yudias, as an influencer and buzzer, leverages narrative power, visual elements, and emotional rhetoric to influence public perception of government policies and national political issues. In the "Indonesia Gelap" (Dark Indonesia) video and other content discussing international policy, framing patterns emerge that emphasize tensions between the lower class and political elites. The use of symbols, calls to action, and comment section interactions reinforce ideological resonance among audiences. These findings demonstrate that digital influencers possess significant capacity to influence public thought and political attitudes. Thus, media literacy is crucial to counterbalance the influx of subjectively constructed information in the digital space.

Keywords: framing, political buzzer, digital influencer, public opinion, TikTok, political communication

*Corresponding author

E-mail addresses: zukhrufi@gmail.com



1. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, media massa memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Media massa tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai instrumen pembentukan opini publik. Seiring berkembangnya teknologi digital, media sosial menjadi bagian dari media massa modern yang mengubah pola komunikasi antara individu dan kelompok sosial. Transformasi ini menyebabkan perubahan besar dalam dinamika pembentukan opini publik, di mana arus informasi menjadi lebih cepat, terbuka, dan interaktif.

Opini publik adalah ekspresi kolektif dari pandangan, sikap, atau keyakinan sekelompok orang terhadap suatu isu tertentu. Proses terbentuknya opini publik dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah media massa yang mampu membingkai informasi sedemikian rupa sehingga mempengaruhi persepsi dan interpretasi masyarakat. Dalam konteks ini, media tidak lagi sekadar menyampaikan fakta, melainkan juga membentuk narasi yang mengarahkan bagaimana suatu isu dipahami oleh publik.

Di era media sosial, peran media massa tradisional sebagian besar telah bergeser. Platform seperti Instagram, TikTok, X, dan Facebook menjadi ruang baru di mana opini publik dibentuk dan diperdebatkan. Salah satu aktor kunci dalam media sosial ini adalah influencer dan buzzer. Influencer merupakan individu yang memiliki pengaruh besar terhadap pengikutnya, baik dalam aspek gaya hidup, pandangan sosial, maupun pilihan politik. Mereka membangun kredibilitas dan kepercayaan audiens melalui konten yang mereka produksi, sehingga mampu mempengaruhi opini dan sikap publik secara luas.

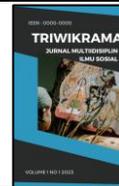
Sementara itu, buzzer dalam konteks politik sering kali berperan sebagai alat propaganda digital dimana mereka menggunakan kekuatan media sosial untuk mendukung atau menyerang isu, individu, atau kelompok tertentu sesuai dengan kepentingan yang ditugaskan kepada mereka. Kehadiran buzzer dapat menciptakan distorsi informasi, memperkuat polarisasi, serta mengarahkan opini publik secara tidak objektif.

Fenomena ini menjadi sangat relevan dalam konteks politik Indonesia. Dengan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai alat kampanye politik, para aktor politik kini lebih mengandalkan influencer dan buzzer untuk membentuk citra, membangun opini, dan menggiring preferensi publik. Kampanye politik yang dulunya mengandalkan media tradisional kini bergeser ke ranah digital, di mana narasi dibangun melalui meme, video singkat, dan postingan viral.

Salah satu fenomena yang menarik untuk dikaji adalah bagaimana konten yang diproduksi oleh tokoh-tokoh media sosial, seperti Andrea Yudias, membentuk opini publik terkait kebijakan pemerintah di Indonesia. Dalam kontennya di TikTok dan Instagram, Andrea Yudias membahas isu-isu strategis seperti kritik terhadap gerakan mahasiswa, kebijakan pemerintah dalam menghadapi korupsi, serta strategi ekonomi nasional menghadapi tantangan global. Dengan gaya komunikasinya yang santai namun tajam, Andrea mampu menarik perhatian generasi muda, yang merupakan pengguna utama media sosial di Indonesia.

Penelitian ini berfokus pada analisis terhadap konten media sosial yang diproduksi oleh Andrea Yudias sebagai studi kasus untuk memahami bagaimana narasi tentang kebijakan pemerintah dibangun dan bagaimana respons publik terbentuk. Penelitian ini penting mengingat tingginya intensitas penggunaan media sosial di Indonesia serta kuatnya pengaruh media sosial dalam membentuk persepsi dan sikap politik masyarakat.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami dinamika pembentukan opini publik di era digital, serta memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan peran media sosial dalam proses pembentukan opini publik. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pemerintah,



akademisi, dan praktisi komunikasi dalam merumuskan strategi komunikasi publik yang lebih efektif di era digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Framing

Teori framing (pembingkai) adalah konsep dalam ilmu komunikasi yang membahas bagaimana media atau individu memilih, menyoroti, dan menyajikan realitas tertentu sehingga membentuk cara pandang atau interpretasi khalayak terhadap isu atau peristiwa tersebut. Framing menekankan bahwa realitas sosial tidak pernah disampaikan secara netral, melainkan selalu melalui proses seleksi, penonjolan, dan interpretasi tertentu.¹

Dalam praktik jurnalistik, framing digunakan untuk:

- Menyederhanakan isu kompleks agar mudah dipahami publik.
- Menentukan prioritas isu mana yang dianggap penting.
- Mempengaruhi cara pandang dan opini publik terhadap suatu isu atau peristiwa.²

Teori framing menegaskan bahwa realitas sosial tidak pernah disampaikan secara netral. Setiap penyajian informasi selalu melibatkan proses seleksi, penonjolan, dan interpretasi yang membentuk cara khalayak memahami suatu isu. Dengan memahami teori ini, kita dapat lebih kritis dalam menelaah pesan-pesan yang disampaikan oleh media maupun aktor sosial lainnya.

Teori Framing dalam Komunikasi Politik

Teori framing dalam komunikasi politik menjelaskan bagaimana media dan aktor politik menyusun dan menyajikan informasi politik dengan cara tertentu sehingga membentuk persepsi dan interpretasi publik terhadap isu, tokoh, atau partai politik. Dalam konteks politik, framing berfungsi untuk menonjolkan aspek-aspek tertentu dari realitas politik, seperti masalah, penyebab, penilaian moral, dan solusi yang direkomendasikan, sehingga memengaruhi opini dan sikap masyarakat.

Konsep dan Penerapan Teori Framing dalam Komunikasi Politik

Definisi Masalah dan Penyebab

Media atau komunikator politik memilih isu-isu tertentu sebagai masalah utama dan mengaitkannya dengan penyebab tertentu, yang dapat berupa kebijakan, tokoh politik, atau kondisi sosial. Misalnya, pemberitaan tentang partai politik tertentu dapat dibingkai dengan menonjolkan isu korupsi atau prestasi partai tersebut.³

Penilaian Moral dan Rekomendasi Solusi

Framing juga melibatkan penilaian moral terhadap aktor politik atau kebijakan serta rekomendasi solusi yang dianggap tepat untuk masalah yang diangkat. Ini membentuk cara publik menilai benar-salah atau baik-buruk dalam konteks politik.⁴

Pembentukan Citra Politik

¹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), hlm.161-162.

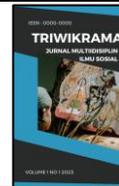
² Adhimurti Citra Amalia, "Teori Agenda Setting dan Framing dalam Media Relations," Binus University, 14 April 2020,

³ Sodikin, Ali. "Konstruksi Pemberitaan Pdp di Media Massa: Analisis Framing Pernyataan Pakar Komunikasi Politik di Kompas.com." *Journal Communication Spectrum*, vol. 4, no. 1, Jul. 2014, pp. 43-56, doi:[10.36782/jcs.v4i1.1770](https://doi.org/10.36782/jcs.v4i1.1770).

⁴ Muhammad Juhan Putra Sabuth Anjabi dan Anwari, "Analisis Framing Kampanye Capres 2024 pada Channel YouTube Najwa Shihab Episode 3 Bacapres Bicara Gagasan," *Spektra Komunika* 4, no. 1 (November 2024): 36–57

*Corresponding author

E-mail addresses: zukhrufii@gmail.com



Media melalui framing dapat membentuk citra positif atau negatif terhadap tokoh politik, partai, atau kebijakan. Contohnya, pemberitaan yang menonjolkan sisi positif seorang calon presiden dapat meningkatkan persepsi kredibilitas dan elektabilitasnya.

Pengaruh pada Persepsi dan Sikap Publik

Framing memengaruhi bagaimana publik memahami isu politik dan menentukan sikap atau pilihan politiknya. Misalnya, framing pemberitaan tentang visi "Indonesia Emas 2045" oleh Presiden Joko Widodo dapat membentuk persepsi optimis terhadap masa depan Indonesia dan kebijakan pemerintah⁵.

Peran Analisis Framing dalam Memahami Strategi Komunikasi Politik

Analisis framing berperan sangat penting dalam memahami strategi komunikasi politik karena membantu mengungkap bagaimana pesan politik dibentuk, disusun, dan disajikan kepada publik untuk memengaruhi persepsi, sikap, dan pilihan politik masyarakat. Berikut beberapa peran utama analisis framing dalam konteks komunikasi politik:

1. Mengidentifikasi Cara Penyajian Isu Politik

Analisis framing memungkinkan peneliti dan praktisi komunikasi untuk melihat bagaimana media atau aktor politik memilih dan menonjolkan aspek-aspek tertentu dari isu politik, sementara aspek lain dikesampingkan. Hal ini penting untuk memahami strategi komunikasi yang digunakan untuk membentuk opini publik dan mengarahkan perhatian masyarakat pada isu yang diinginkan (misalnya, keberhasilan atau kegagalan suatu kebijakan).

2. Memahami Pembentukan Persepsi dan Opini Publik

Framing berfungsi sebagai alat untuk mengkonstruksi realitas politik sehingga publik melihat suatu isu atau tokoh politik dari sudut pandang tertentu. Melalui analisis framing, dapat diketahui bagaimana media atau komunikator politik membentuk citra partai, kandidat, atau kebijakan, yang pada akhirnya memengaruhi sikap dan keputusan politik masyarakat.

3. Mengungkap Strategi Komunikasi Kampanye

Dalam kampanye politik, analisis framing membantu memahami bagaimana pesan kampanye disusun agar efektif dan persuasif. Misalnya, penekanan pada visi, misi, atau isu tertentu yang dianggap strategis untuk menarik dukungan pemilih. Analisis framing juga mengungkap risiko framing negatif yang dapat merugikan kandidat atau partai politik, sehingga strategi komunikasi harus dirancang untuk mengelola dan mengantisipasi hal tersebut.

4. Menilai Peran Media dalam Komunikasi Politik

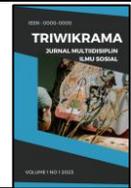
Media massa dan media sosial adalah arena utama dalam komunikasi politik. Analisis framing membantu menilai bagaimana media membingkai berita politik, apakah cenderung pro-pemerintah, oposisi, atau netral, serta bagaimana afiliasi politik media memengaruhi framing pemberitaan. Hal ini penting untuk memahami dinamika politik dan polarisasi yang terjadi di masyarakat.

5. Membantu Pengembangan Strategi Public Relations Politik

Analisis framing juga berguna bagi tim kampanye dan praktisi hubungan masyarakat (public relations) untuk merancang pesan yang tepat dan mengelola citra politik secara efektif. Dengan memahami framing yang beredar di media, mereka dapat menyesuaikan strategi komunikasi agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami sesuai tujuan.

Analisis framing adalah alat penting dalam memahami strategi komunikasi politik karena mengungkap bagaimana pesan politik dibentuk dan disajikan untuk memengaruhi persepsi dan opini publik. Dengan analisis framing, dapat diketahui strategi pemilihan isu, penonjolan aspek

⁵ Arfian Suryasuciramadhan, Bintang Ramadhan, dan Deden Deden, "Analisis Framing Komunikasi Politik Jokowi tentang Indonesia Emas 2045 di Media Online detik.com dan Kompas," *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya* 1, no. 3 (Agustus 2024): 66–74, <https://doi.org/10.62383/filosofi.v1i3.151>.



tertentu, serta pengelolaan citra politik oleh media dan aktor politik. Hal ini membantu para politisi dan tim kampanye dalam merancang komunikasi yang efektif dan mengantisipasi framing negatif yang dapat merugikan. Selain itu, analisis framing juga memberikan wawasan kritis terhadap peran media dalam membentuk realitas politik di masyarakat.⁶

Model Analisis Framing yang Sering Digunakan dalam Komunikasi Politik

Model Entman (1993)

Model ini sangat populer dalam analisis framing komunikasi politik. Entman menekankan empat fungsi framing: mendefinisikan masalah, mendiagnosis penyebab, membuat penilaian moral, dan merekomendasikan solusi. Model ini digunakan untuk menganalisis bagaimana media membingkai pernyataan pakar komunikasi politik atau pemberitaan partai politik.⁷

Model Pan dan Kosicki

Model analisis yang mengidentifikasi empat struktur framing dalam teks berita: sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Model ini menekankan bahwa setiap berita memiliki frame yang menjadi pusat organisasi ide, digunakan untuk memahami bagaimana media membangun kerangka konseptual dan ideologi dalam pemberitaan politik, termasuk dalam pemberitaan tentang tokoh politik dan kebijakan pemerintah.⁸

Contoh Penerapan

Studi tentang pemberitaan PDIP di media Kompas.com menggunakan analisis framing model Entman untuk melihat bagaimana pernyataan pakar komunikasi politik dibingkai dalam konteks realitas politik partai.⁹

Analisis framing pada konten YouTube "3 Bacapres Bicara Gagasan 2024" menunjukkan bagaimana penyajian isu dan narasi dalam media sosial dapat memengaruhi persepsi publik terhadap calon presiden.¹⁰

Pemberitaan politik tentang Prabowo di TV One menggunakan teknik framing untuk membentuk citra positif tokoh tersebut, yang berkaitan erat dengan teori agenda setting dan framing dalam media politik.¹¹

2. METODE

Objek penelitian ini adalah konten media sosial yang diproduksi oleh Andrea Yudias, khususnya yang membahas isu-isu nasional seperti "Indonesia Gelap", kebijakan pemerintah, hingga hubungan perdagangan internasional, yang diunggah melalui platform TikTok dan Instagram.

Jenis dan Sumber Data

⁶ Meti Nurhayati, "Komunikasi Politik dan Peran Media dalam Pemilihan Umum," *Lincah: Jurnal Inovasi dan Tren* 1, no. 2 (November 2023): 217–222.

⁷ Sodikin, Ali. "Konstruksi Pemberitaan Pdp di Media Massa: Analisis Framing Pernyataan Pakar Komunikasi Politik di Kompas.com." *Journal Communication Spectrum*, vol. 4, no. 1, Jul. 2014, pp. 43-56, doi:[10.36782/jcs.v4i1.1770](https://doi.org/10.36782/jcs.v4i1.1770).

⁸ Arfian Suryasuciramdhan, Bintang Ramadhan, dan Deden Deden, "Analisis Framing Komunikasi Politik Jokowi tentang Indonesia Emas 2045 di Media Online detik.com dan Kompas," *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya* 1, no. 3 (Agustus 2024): 66–74, <https://doi.org/10.62383/filosofi.v1i3.151>.

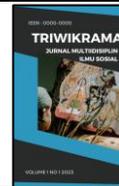
⁹ Sodikin, Ali. "Konstruksi Pemberitaan Pdp di Media Massa: Analisis Framing Pernyataan Pakar Komunikasi Politik di Kompas.com." *Journal Communication Spectrum*, vol. 4, no. 1, Jul. 2014, pp. 43-56, doi:[10.36782/jcs.v4i1.1770](https://doi.org/10.36782/jcs.v4i1.1770).

¹⁰ Muhammad Juhan Putra Sabuth Anjabi dan Anwari, "Analisis Framing Kampanye Capres 2024 pada Channel YouTube Najwa Shihab Episode 3 Bacapres Bicara Gagasan," *Spektra Komunika* 4, no. 1 (November 2024): 36–57

¹¹ Suci Ria Ardinata, Marini, dan Hagi Julio Salas, "Framing Pemberitaan Prabowo dalam Membentuk Citra Positif pada Media TV One," (Universitas Muhammadiyah Kotabumi, tanpa tahun), 56–63

*Corresponding author

E-mail addresses: zukhrufii@gmail.com



Dalam makalah ini, pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln (2005) Penelitian kualitatif adalah aktivitas yang berusaha memahami dunia sosial dalam konteks alami, dengan menafsirkan fenomena berdasarkan makna yang diberikan oleh orang-orang yang terlibat.¹² Penelitian kualitatif merupakan suatu teknik penelitian yang menggunakan narasi atau kata-kata dalam menjelaskan dan menjabarkan makna dari setiap fenomena, gejala, dan situasi sosial tertentu. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen kunci untuk memaknai dan menginterpretasikan setiap fenomena, gejala dan situasi sosial tertentu. Pemilihan metode kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan secara mendalam bagaimana media sosial, terutama melalui peran influencer politik dan buzzer, bisa membentuk opini publik. Penelitian ini tidak menggunakan angka-angka statistik, tetapi lebih banyak mengandalkan analisis isi dan pemahaman terhadap fenomena yang terjadi.

Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melalui teknik wawancara. Teknik wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung kepada narasumber, baik secara tatap muka maupun melalui media komunikasi lain, untuk mendapatkan informasi, pendapat, atau pengalaman terkait topik tertentu. Wawancara berguna untuk menggali informasi lebih dalam yang tidak bisa didapat hanya melalui observasi atau kuesioner.¹³

Analisi Data

Teknik analisis data merupakan langkah penting dalam proses penelitian yang bertujuan untuk mengolah, menginterpretasikan, dan membuat kesimpulan berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Analisis data dilakukan untuk memahami pola, hubungan, serta makna dari informasi yang diperoleh sehingga dapat menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis dalam suatu penelitian. Pada penelitian ini, kami menggunakan teknik analisis kualitatif deskriptif, yaitu mendeskripsikan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi tanpa menggunakan analisis statistik. Menurut Lexy J. Moleong, teknik analisis data merupakan suatu kegiatan pemeriksaan terhadap instrumen penelitian seperti dokumen, catatan, dan rekaman di dalam suatu penelitian. Hal serupa juga dijelaskan oleh Bogdan bahwa teknik analisis data merupakan sebuah proses yang bersifat sistematis dalam mencari dan menyusun data yang telah didapatkan melalui dokumentasi, wawancara, dan sebagainya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Konten Tiktok Andreas Yudias yang Membahas Indonesia Gelap

¹² Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2017.



Gambar 1. Cuplikan gambar konten Tiktok Andrea Yudias tentang Indonesia Gelap
(Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSrTLJsaC/>)

Pada konten TikToknya, dia membahas tentang Indonesia gelap. Dia beranggapan bahwa mahasiswa zaman sekarang kalau demo hanya mencari validitas dan hanya ikut briefing saja. Dia juga memberi contoh demo besar-besaran mahasiswa UI pada tahun 2013 yang memblokir jalur KRL gara-gara pembersihan pedagang serta menolak Pembangunan KRL, namun sekarang mahasiswa UI sama Masyarakat pada menikmati fasilitas KRL yang sekarang sudah jadi bagus dan lebih baik.

Andrea Yudias membahas pemerintah yang sedang membuat kebijakan untuk melawan koruptor serta melawan birokrat maling dan melawan oligarki. Dia mengkritik Mahasiswa yang malah protes kepada pemerintah dan dia mengatakan bahwa presiden berpihak kepada orang miskin, petani, dan penegakan hukum. Dia mempertanyakan mahasiswa yang katanya adalah kaum intelektual tapi malah ingin kebijakan-kebijakan tersebut dicabut.

Andrea Yudias juga menyinggung akun @virdianaurellio bahwa katanya kaum pintar intelektual, melek politik tapi malah paling depan minta kebijakan yang membela rakyat kecil buat dicabut. Dia mempertanyakan alasan @virdianaurellio ini untuk apa. Dia juga mempertanyakan mahasiswa yang berdemo itu pada nuntutnya aneh, minta penolakan efisiensi anggaran, menolak program makan bergizi gratis. Dia juga bilang kenapa tidak ada yang membahas tentang perampasan aset, sembako murah, pupuk murah, pakan ternak murah yang benar-benar memihak rakyat kecil.

Dia mengasihani rakyat kecil jika dibawa-bawa dan berkata bahwa cowok-cowok pada memikirkan perut diri sendiri. Tidak ada yang benar-benar memikirkan dampak langsungnya ke rakyat kecil. Dia dengan nada sedikit menantang mahasiswa untuk lebih berkepala dingin.

Konten Instagram Andrea Yudias yang Membahas Kebijakan Donald Trump ke Indonesia



Gambar 2. Cuplikan gambar konten Tiktok Andrea Yudias tentang Kebijakan Donald Trump ke Indonesia

(Sumber: <https://www.instagram.com/reel/DIGP5OkJqqa/?igsh=MWtueG5xOGxhNTR5Mg==>)

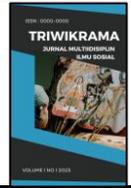
Andrea Yudias memulai awal video dengan membahas Indonesia yang mempunyai sumber daya alam, mulai dari barang mentah sampai barang jadi yang siap pakai. Dia berkata bahwa barang-barang di Indonesia banyak yang di jual di Amerika karena mereka butuh dan tidak bisa memproduksi sendiri disana. Pada saat itu terjadi transaksi jual beli barang antar negara atau ekspor dan impor.

Dia menyebutkan bahwa sebelumnya Ketika Indonesia membawa barang-barang tersebut hanya dikenakan tarif yang kecil bahkan ada beberapa barang yang tarifnya 0%, karena mereka lagi butuh barangnya. Tiba-tiba Donald Trump mengatakan bahwa barang dari Indonesia akan dikenakan tarif atau pajak 32% dan akan menyulitkan produsen barang di Indonesia yang sudah biasa ekspor ke Amerika.

Andrea Yudias memuji presiden Prabowo karena telah memprediksi hal itu sedari dulu. Dia juga bilang bahwa dari dulu presiden sudah preventif agar Indonesia tidak ketergantungan lagi terhadap barat terutama Amerika. Dia juga memuji sang presiden karena membawa Indonesia masuk ke dalam BRICS (*Brazil, Russia, India, China, and South Africa*) agar perputaran ekonomi negara Indonesia bisa ke negara-negara sesama anggota BRICS.

Dia juga mention perkataan Prabowo mengenai hirilisasi sumber daya alam atau proses pengolahan bahan mentah menjadi produk jadi atau siap pakai. Itu semua dilakukan agar Indonesia tidak selalu menjual sumber daya alam mentah ke luar negeri dan harus di proses terlebih dahulu agar nilai dari barang tersebut meningkat sehingga bisa dijual dengan harga yang mahal. Dia juga mengatakan bahwa proses hirilisasinya menggunakan tenaga kerja manusia yang pada akhirnya menciptakan lapangan pekerjaan.

Pembahasan terakhir mengenai MBG atau makan bergizi gratis bahwa setiap hari dapur MBG itu belanja bahan makanan dari pasar setempat, dimasak pakai tenaga manusia, dikirim pakai kurir dan mereka semua digaji yang pada akhirnya terjadi perputaran ekonomi yang kencang banget di seluruh Indonesia. Dia juga menyebut danantara akan membuat Indonesia tidak akan bergantung kepada negara asing.



PEMBAHASAN

Efektifitas Forum Dalam Program Desa Devia

Konstruksi Realitas Politik oleh Buzzer pada Tayangan Indonesia Gelap di TikTok @andreayudias” menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk.

Pendekatan teori:

Teori Konstruksi Sosial Realitas (Berger & Luckman) dan Analisis Wacana Kritis (Teun A. Van Dijk) digunakan untuk melihat bagaimana realitas politik dibentuk melalui narasi dan simbol dalam tayangan TikTok “Indonesia Gelap”.

Van Dijk membagi analisis wacana menjadi tiga dimensi:

1. Teks (struktur wacana)
2. Kognitif Sosial (Pengetahuan kolektif & ideologi)
3. Konteks Sosial (Struktur kekuasaan & relasi sosial)

Analisis

1. Struktur Teks (Level Mikro):

Dalam tayangan TikTok “Indonesia Gelap” oleh Andrea Yudias:

- 1.1 Judul dramatis → “Indonesia Gelap” mengonstruksi suasana mencekam & pesimistis tentang kondisi bangsa.
- 1.2 Pilihan diksi:
 - 1.2.1 Kata-kata seperti “*korupsi merajalela,*” “*rakyat tertindas,*” “*elite egois*” menciptakan efek emosional & citra negatif pada pemerintah/penguasa.
- 1.3 Visual & musik latar:
 - 1.3.1 Nuansa gelap, suara tegang, footage demonstrasi → memperkuat konstruksi “krisis” dan ketidakadilan.
- 1.4 Pola retorika:
 - 1.4.1 Narasi dibuka dengan keluhan masyarakat → disusul data/statistik (kadang tidak terverifikasi) → ditutup dengan ajakan: “saatnya rakyat bangkit.”

Andrea sebagai buzzer membangun narasi bahwa sistem pemerintahan saat ini sedang dalam kondisi darurat dan kehilangan arah, seolah menjadi “fakta publik”.

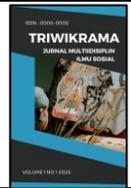
2. Kognisi Sosial (Level Meso):

- 2.1 Tayangan ini memperkuat pengetahuan kolektif publik yang kritis terhadap elite politik.
- 2.2 Andrea menggunakan skema berpikir populisme digital → menempatkan “rakyat” sebagai korban dan “penguasa” sebagai aktor antagonis.
- 2.3 Video ini mengaktivasi emosi marah dan curiga, memperkuat polarisasi politik (kita vs mereka).
- 2.4 Di ruang komentar, banyak netizen ikut menyampaikan narasi serupa: “betul bang, kita hidup makin susah...”

Terjadi resonansi ideologis: konten memperkuat dan mereproduksi sikap politik tertentu dalam benak publik.

3. Konteks Sosial (Level Makro):

- 3.1 Munculnya konten seperti ini erat kaitannya dengan polarisasi politik menjelang pemilu, meningkatnya distrust terhadap pemerintah, dan kondisi ekonomi yang dirasakan publik.
- 3.2 Andrea sebagai influencer dengan engagement tinggi dianggap sebagai “sumber kebenaran” oleh sebagian pengikutnya.



3.3 Potensi besar untuk menjadi alat framing elite politik tertentu yang berseberangan dengan pemerintah.

3.4 Dalam konteks media sosial, buzzer seperti Andrea Yudias memanfaatkan algoritma TikTok untuk menyebarkan konten secara masif & viral.

Konstruksi realitas politik digital dalam tayangan ini dibentuk oleh narasi, simbol, dan emosi yang disebarluaskan melalui platform digital, dan menjadi bagian dari dinamika kekuasaan kontemporer.

Kesimpulan

Tayangan *Indonesia Gelap* oleh Andrea Yudias bukan sekadar ekspresi opini, melainkan konstruksi realitas politik yang memengaruhi cara publik memahami situasi bangsa. Melalui strategi naratif, simbolik, dan emosional, buzzer membentuk persepsi publik secara kolektif. Dalam kerangka Van Dijk, ini bukan hanya soal teks, tetapi juga relasi kuasa, ideologi, dan sistem representasi di baliknya.

Table Coding Manual (Analisis Wacana Kritis - Teun A. van Dijk)

No.	Cuplikan Narasi/ Kalimat dalam Video	Kode (Label)	Tema Utama	Dimensi Van Dijk	Catatan
1.	“Indonesia makin gelap, dikuasai elite korup.”	<i>Narasi krisis, Anti-elite</i>	Framing musuh politik	Teks	Bahasa emosional, membentuk citra pemerintah buruk
2.	“Rakyat kecil makin susah, harga naik semua!”	<i>Keluhan ekonomi, Identitas rakyat</i>	Representasi penderitaan rakyat	Kognisi sosial	Menumbuhkan empati dan persepsi ketimpangan
3.	“Sudah saatnya rakyat bangkit, kita lawan!”	<i>Ajakan aksi, Mobilisasi</i>	Ajakan perlawanan	Teks + Sosial	Mengajak follower aktif secara politik
4.	Musik latar tegang, visual hitam-putih, footage demo	<i>Simbol krisis visual</i>	Dramatisasi realitas	Teks (non-verbal)	Strategi visual memperkuat makna narasi
5.	Komentar netizen: “Setuju	<i>Resonansi publik,</i>	Penguatan opini bersama	Kognisi sosial	Ada pengaruh terhadap pola pikir audiens



	bang, makin kacau negara ini.”	<i>Validasi sosial</i>			
6.	Influencer tagging akun media & tokoh publik	<i>Strategi viral, Amplifikasi pesan</i>	Distribusi wacana	Konteks sosial	Upaya memperluas jangkauan pengaruh politik

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Di Era Modern ini penggunaan media semakin tinggi jumlah penggunanya, hal tersebut menjadikan komunikasi memiliki cakupan yang lebih luas dalam penyebarannya. Berdasarkan teori-teori komunikasi di atas seperti agenda setting theory, spiral of silence theory, hypodermic needle theory, dan lain sebagainya dapat diterapkan pada cakupan komunikasi yang begitu luas seperti saat ini. Seperti halnya pada konten Andrea Yudias pada platform TikTok dan Instagram yang dapat mempengaruhi opini publik sebagai penikmat konten.

Peran influencer dan buzzer dalam dunia media online sangatlah signifikan dan krusial dalam membentuk opini publik. Influencer dapat berperan sebagai sumber informasi yang terpercaya, sedangkan buzzer dapat berperan sebagai penguat narasi dari informasi yang disebar. Keduanya berperan sebagai pencipta persepsi opini masyarakat dan didukung dengan besarnya persepsi di mayoritas masyarakat.

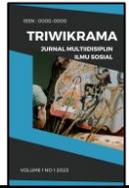
Maka penelitian ini menggambarkan bagaimana dinamika pembentukan opini masyarakat di era digitalisasi ini melalui berbagai platform media online seperti TikTok dan Instagram. Pembentukan opini publik juga dapat menyiroti bagaimana pentingnya efektivitas strategi yang digunakan pengguna media terutama sebagai influencer. Maka memahami dampak media sosial serta peran influencer menjadi hal yang krusial dalam membentuk opini masyarakat untuk menjadi masyarakat yang lebih responsif terutama dalam ranah politik.

Saran

Bagi masyarakat, penting untuk memiliki literasi media yang baik agar tidak mudah terpengaruh oleh narasi tunggal di media sosial. Masyarakat perlu memverifikasi informasi, mencari sumber lain, dan mengembangkan sikap kritis dalam menyikapi konten politik.

Bagi pemerintah, strategi komunikasi publik harus lebih adaptif dengan memanfaatkan media sosial sebagai kanal informasi utama. Pemerintah dapat bekerja sama dengan influencer yang memiliki rekam jejak positif untuk menyampaikan kebijakan secara lebih humanis dan dekat dengan masyarakat.

Bagi akademisi dan peneliti, fenomena ini membuka ruang luas untuk riset lanjutan mengenai pengaruh psikologis dan sosiologis media sosial terhadap pembentukan opini politik, terutama dalam konteks pemilu, kampanye digital, dan mobilisasi massa.



5. DAFTAR PUSTAKA

- Armylia M., Fonny W., 2021. Dampak Penggunaan Aplikasi Online TikTok (*Douyin*) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado, *Jurnal Ilmiah Society* Vol. 1 No. h. 2
- Chontina S., Salomo, dkk., 2022. Media Sosial Instagram sebagai Sarana Berkomunikasi di Lingkungan Masyarakat, *JIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* Vol. 5 No. 8 hal. 2846
Dikutip dari <http://2025.co.id/pengguna-tiktok-di-indonesia-2025-we-are-social> pada hari Selasa, 29 April 2025 pukul 07.15 WIB.
- Fadhila Hasna, Irwansyah, 2021. Memahami Influencer Marketing: Kajian Literatur dalam Variabel Penting Bagi Influencer, *Jurnal Teknologi dan Bisnis* Vol. 3 No. 2 hal. 336
- Fatimah W., Albari, 2023. Analisis Pengaruh *Influencer* Terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan JavaMifi, *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis dan Manajemen* Vol. 02 No. 03 hal. 189
- Efendi Erwan, Taufiqurrohman Abdillah, Supriadi Tris, Kuswananda Eki, “Teori Agenda Setting”, (*Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 7, No. 1, 2023), hal. 1716
- Juariyah, “Opini Publik dan Propaganda”, (LPPM Universitas Muhammadiyah Jember, 2019), hal. 6-7
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sukma, T. Silvana, dkk., 2024. Perkembangan Istilah Kata “*Buzzer*” di Indonesia: Pendekatan Linguistik Korpus, *JLA: Jurnal Lingus Aplicata* Vol. 8 No. 1 hal. 14