

MEDIA DAN DINAMIKA SOSIAL POLITIK INDONESIA

Editor:
Edi Santoso

Diterbitkan oleh:

FISIP Universitas Jenderal Soedirman
bekerjsama dengan:
Yayasan Literasi Bangsa

Media dan Dinamika Sosial Politik Indonesia

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

All Right Reserved

Cetakan Pertama, 2018

ISBN : 978-602-7369-07-8

PENULIS :

- Adi Permana Sidik, Nunung Sanusi
- AG. Eka Wenats Wuryanta
- Aliyah Nur'aini Hanum, Tri Urada
- Ariesta Amanda
- Denada Faraswacyen, Asep Miftahuddin
- Desideria Lumongga Dwihadiah
- Dwi Ariyanti, Dyah Mentari Putri, Susi Dhewi Harum
- Dyna Herlina S, Benni Setiawan, Siti Machmiyah
- Edi Santoso
- Eko Hero, Fatmawati
- Kartika Parhusip, Heppy Haloho
- Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, Elisabeth Nugrahaeni P, Dini Safirti
- Maulana Rifai
- Mite Setiansah
- Ocvita Ardhiani, Paujiatul Arifah, Wahyuni Choiriyati, Fikri S.Akbar
- Rahman Asri
- Setyasih Harini
- Vera Wijayanti Sutjipto, Maulina Larsati, Marisa Puspita Sary
- Wahyu Eka Putri, Eriyanto

EDITOR : Edi Santoso

REVIEWER : Agung Noegroho, Tyas Retno Wulan, Hariyadi, Nanang Martono,
Lutfi Makhasin, Alizar Isna, Wahyuningrat, Ayusia Shabita Kusuma, Elpeni
Fitrah, Agus Haryanto, S. Bakti Istiyanto

DESAIN SAMPUL & TATA LETAK : B. Satria

PENERBIT:

FISIP Universitas Jenderal Soedirman

bekerjasama dengan:

Yayasan Literasi Bangsa

Jl Brigjen Encung, Gg. Karang Indah 2 No 6 Purwokerto

www.literasibangsa.org

KATA PENGANTAR

Media tak mungkin dipisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Media, meminjam istilah Marshal McLuhan, telah menjadi *extension of man*. Keterbatasan indra manusia teratasi oleh kehadiran media yang kini menjadi perpanjangan (*extension*) dari mata dan telinga kita. Batas-batas geografi kini menjadi nisbi oleh coverage media yang kini nyaris tak terhingga. Apalagi di era internet, media baru (*new media*) sungguh-sungguh menjadikan nyata ramalan McLuhan tentang the global village. Kita kini hidup di kampung yang tak berbatas (*borderless*) atas jasa teknologi komunikasi bernama internet. Lokalitas telah melebur menjadi globalitas (*glocal*).

Tapi apa makna dari keterhubungan yang terfasilitasi oleh media itu? Apalagi yang diharapkan oleh manusia ketika impian menyebarkan kabar secara simultan untuk banyak orang kini semudah mengetukkan jari tangan? Di masa kejayaan komunikasi massa, ada ketimpangan informasi, di mana pemilik media yang bertumpu pada segelintir orang yang punya kapital (sehingga bisa memiliki perusahaan media). Maka, orang memimpikan demokratisasi komunikasi massa, yang kemudian terwujud di era komunikasi siber. Akses informasi melonjak tak terkira. Siapapun yang punya akses internet bisa menerima informasi dari manapun, juga bisa memproduksi atau mereproduksi informasi untuk siapapun. Ternyata demokratisasi komunikasi massa tak seindah yang dibayangkan. Keterhubungan menciptakan kemudahan di satu sisi, tetapi juga menciptakan masalah di sisi yang lain.

Di Indonesia, pemerintah bisa jadi membanggakan terus meluasnya akses internet oleh masyarakat. Impian Palapa Ring kian menjadi nyata. Tapi kini, pemerintah dan segenap rakyat dibuat khawatir oleh kecenderungan pengguna media sosial yang mengancam persatuan. Sejak Pilpres 2014, media sosial telah menjadi ruang 'pertempuran' di antara pihak-pihak yang berkompetisi dalam dunia politik. Sayangnya, 'pertempuran' itu diwarnai oleh tindakan destruktif seperti penyebaran hoax yang makin tak terkendali. Segregasi sosial mengancam kita, dengan peruncingan identitas berdasar ras, suku, atau agama. Semboyan 'bhinneka tunggal ika' yang selama ini kita banggakan terancam runtuh oleh semangat sektarian yang terus dikobarkan di media sosial.

Apa yang kita anggap sebagai kebenaran makin absurd di era digital. Kabar yang menyebar, tanpa kejelasan pangkal dan ujungnya, yang kemudian diterima dan mungkin juga disebarluaskan kembali oleh pengguna yang rendah literasi kini menyuburkan fenomena 'post truth'. Itulah kebenaran yang dibangun oleh prasangka, bukan fakta. Persepsi kini lebih penting dari kenyataan. Gejala ini memang bukan khas Indonesia. Bahkan contoh besarnya terjadi di Amerika Serikat ketika Donald Trump memenangi Pilpres atau di Inggris dengan peristiwa Brexit-nya. Orang melihat apa yang ingin dilihatnya. Peluang demoratisasi komunikasi massa pun terasa pupus oleh kecenderungan pengelompokan orang berdasar apa yang disukainya. Keragaman informasi menjadi tak berarti oleh fenomena kedunguan tersebut.

Sementara kebijakan struktural dari pemerintah belum kelihatan, tingkat literasi media masyarakat juga rendah. Sebuah paduan sempurna untuk menjadikan kita korban sebagai gelombang media baru yang telah menciptakan banjir informasi. Ketika digitalisasi telah menjadi gaya hidup, sayangnya kita belum siap mental. Euforia gadget pun ditandai oleh banyak kejadian yang meyesakkan dada, masalah kejahatan siber (*cybercrime*), kecanduan gim, atau masalah sosial lainnya. Perluasan akses internet ternyata tak sebanding dengan tingkat kemampuan untuk memanfaatkannya secara konstruktif.

Demikianlah dinamika yang kita rasakan hari-hari ini. Tulisan-tulisan dalam buku ini merupakan ikhtiar untuk membaca dunia media dalam pergumulan masyarakat, khususnya di Indonesia. Tema yang beragam disatukan oleh perhatian yang sama tentang keberadaan media, baik dari sisi produsen pesan ataupun konsumen pesan. Perspektifnya pun beragam, ada yang konstruktifis, ada pula yang kritis. Semuanya semoga menjadi pengaya kajian kita tentang dunia media dan dinamikanya.

Akhirnya, untuk para penulis dari berbagai perguruan tinggi terkemuka di Indonesia ini, kami ucapkan banyak terima kasih. Semoga semangat kolaboratif ini terus berlanjut untuk proyek-proyek akademis lainnya.

Purwokerto, Agustus 2018
Editor

Edi Santoso

KATA PENGANTAR.....	iii
BAGIAN 1. MEDIA, IDENTITAS, DAN KONFLIK SOSIAL	
Ideologi dan Kekuasaan dalam Kampanye Anti Ketakutan di Media Sosial (Studi Pada Penyebaran Tagar Kami Tidak Takut, Kami Bersama Polisi di Antara Pengguna Facebook)	3
<i>The Power Of Emak-Emak: Politik Identitas Ibu Rumah Tangga di Era Digital</i>	25
Pesan Kebencian Di Media Sosial (Analisis Isi Perbincangan di Facebook dan Twitter Seputar Isu PKI dan Wahabi)	39
Melawan Arus Budaya Media: Resistensi Media Alternatif Berbasis Islam ‘Ummat TV.....	57
<i>Post-Truth, Cyber Identity Dan Defisit Demokrasi (Wacana Lacanian Atas Kecenderungan -Problematika Identitas Dan Konsolidasi Demokrasi dalam Masyarakat Informasi Indonesia)</i>	73
BAGIAN 2. POLITIK DI MEDIA SOSIAL	
<i>Re-Branding Personal Anies Baswedan di Kalangan Pemilih Pemula</i>	93
<i>Rock The Vote Indonesia: Pemanfaatan Social Media dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Muda pada Pemilihan Gubernur Jawa Barat 2018</i>	111
<i>Political Branding Melalui Video Blog Presiden Joko Widodo (Analisis Multimodality Pada Video Blog Jokowi dengan Tema Rakyat)</i>	127
BAGIAN 3. MEDIA BARU DAN GENERASI MILENIAL	
<i>Self Image Remaja tentang Cantik Melalui Self Portrait Di Instagram</i> ”	147
Media, Budaya, & Politik Di Era Milenial (Generasi Milenial Harus Peduli Media Sebagai Arus Informasi Utama Dalam Budaya)	159
Memanfaatkan Teknologi Komunikasi Berbasis Kearifan Lokal Bagi Remaja Perempuan Generasi Milenial	167

BAGIAN 4. KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA BARU

Pola Komunikasi Mahasiswa di Media Sosial (Studi Etnografi Komunikasi pada Mahasiswa USB YPKP)	183
Pola Komunikasi Tutor dan Siswa Melalui Whatsapp dalam Program Ruangguru Digitalbootcamp Paket C	191
Identifikasi Jiwa Wirausaha Melalui Pemanfaatan <i>Media Online</i> pada Mahasiswa	205

BAGIAN 5. DINAMIKA LITERASI MEDIA

Gambaran Kemampuan Literasi Media Mahasiswa Program Studi Humas Universitas Negeri Jakarta dalam Menerima Informasi Melalui Sosial Media	217
Literasi Media Baru dan Budaya Baru di Masyarakat Indonesia	229
Literasi Digital di Sekolah Dasar (Studi Kasus 4 SD Swasta di Kotayogyakarta)	237

BAGIAN 1

MEDIA, IDENTITAS, DAN KONFLIK SOSIAL

IDEOLOGI DAN KEKUASAAN DALAM KAMPANYE ANTI KETAKUTAN DI MEDIA SOSIAL

**(Studi pada Penyebaran Tagar Kami Tidak Takut, Kami
Bersama Polisi di antara Pengguna Facebook)**

Desideria Lumongga Dwihadiah

Pendahuluan

Indonesia yang penduduknya terdiri dari berbagai macam suku bangsa, bahasa daerah. Agama dan kepercayaan, ideologi politik, sosial budaya, ekonomi, politik merupakan suatu tantangan tersendiri dalam membina kesatuan dan persatuan bangsa. Keanekaragaman yang dimiliki bangsa Indonesia sejatinya merupakan kekayaan dan keindahan bangsa dan negara. Akan tetapi di lain pihak beragamnya agama dan kepercayaan yang dianut masyarakat Indonesia menjadi sebuah tugas tersendiri bagi seluruh elemen masyarakat agar tidak terjadi saling gesekan antara penganut kepercayaan yang satu dengan yang lain, walaupun pada akhirnya hal tersebut memang tidak dapat dihindari di dalam masyarakat majemuk seperti yang terdapat di tanah air.

Gesekan-gesekan yang timbul akibat adanya perbedaan kepercayaan di Indonesia terbukti sering kali menyebabkan konflik di antara pengikutnya, baik konflik-konflik kecil maupun konflik yang besar hingga menimbulkan korban jiwa seperti konflik di Ambon tahun 1999 hingga 2000an, kerusuhan di Poso tahun 2000 dan Tolikora bulan Juni tahun 2015. Hal ini menjadi alasan mengapa masalah kesatuan dan persatuan bangsa menjadi sebuah isu yang sangat penting di Indonesia.

Salah satu peristiwa paling terakhir yang terjadi di Surabaya dan Sidoarjo melalui peristiwa teror bom bunuh diri beberapa waktu lalu tepatnya tanggal 13 dan 14 Mei 2018 di saat umat muslim di Indonesia sedang mempersiapkan diri memasuki bulan suci Ramadhan. Peristiwa meledaknya bom ini sangat mengguncangkan masyarakat di tanah air, karena di saat keadaan pemerintahan berjalan dengan baik dan minimnya gejolak yang terjadi di masyarakat, tiba-tiba insiden ini terjadi terlebih karena untuk pertama kalinya bom bunuh diri ini melibatkan keluarga yang terdiri dari anak-anak dan wanita sebagai pelakunya.

Suasana mencekam yang terjadi karena peristiwa bom bunuh diri ini tidak hanya terjadi di Surabaya tetapi di seluruh Indonesia karena gencarnya pemberitaan bahwa pelaku merupakan bagian dari sebuah jaringan radikal yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Hal ini diperparah dengan kenyataan bahwa bom yang meledak terjadi secara beruntun dalam dua hari di beberapa tempat ibadah, rumah susun sewa bahkan kantor kepolisian juga menjadi target peledakan bom bunuh diri tersebut.

Beredarnya berbagai informasi dan foto-foto para korban di berbagai media sosial juga menambah ketakutan masyarakat akan berulangnya peristiwa bom bunuh diri. Surabaya kota tempat peledakan bom bunuh diri yang merupakan kota terbesar ke dua di Indonesia berubah menjadi sebuah kota yang sunyi karena masyarakat dicekam ketakutan untuk keluar rumah dan melakukan aktivitas sehari-hari, sehingga kegiatan ekonomi di kota ini sempat mengalami kelesuan selama beberapa hari pasca ledakan bom (Heryawan, 2018).

Seiring dengan gencarnya pemberitaan dan informasi terkait peristiwa peledakan bom bunuh diri, timbul pula suatu gerakan untuk meredam ketakutan masyarakat melalui media sosial. Kampanye yang dilakukan untuk memerangi rasa takut dan menimbulkan perasaan positif di masyarakat ini merupakan antithesis dari kampanye ketakutan (*fear campaign*). Selama ini masyarakat lebih mengenal *fear campaign* yang biasanya ditujukan untuk memberi peringatan terhadap berbagai macam bahaya sosial seperti penggunaan narkoba, seks bebas bahkan bahaya mengendarai mobil dalam keadaan mabuk dan sebagainya. *Fear campaign* dilakukan dengan tujuan agar angka kematian akibat narkoba atau HIV serta angka kematian di jalan raya dapat ditekan.

Sedangkan kampanye yang ditujukan untuk menanggulangi rasa takut dan menumbuhkan perasaan positif seperti harapan, kepercayaan dan optimism di kalangan masyarakat dapat dikategorikan sebagai kampanye yang merupakan kebalikan dari *fear campaign* dan dalam penelitian ini akan disebut sebagai kampanye anti ketakutan (*anti- fear campaign*).

Kampanye anti ketakutan yang dilakukan pasca ledakan bom bunuh diri di Surabaya dan Sidoarjo yang secara sadar maupun tidak dilakukan oleh para pemilik akun media sosial dengan memasang status

menggunakan tanda pagar yang disingkat dengan istilah tagar atau dalam Bahasa Inggris dikenal dengan istilah *hashtag* (#). Tagar yang banyak beredar di berbagai media sosial pasca ledakan adalah #kamitidaktakut dan #kamibersamapolisi. Penggunaan tagar ini dilakukan karena memiliki tujuan agar menumbuhkan perasaan aman, mengurangi ketakutan, menunjukkan sikap spontan dan berani (Koran-jakarta, 2018) serta menggalang dukungan untuk melawan tindak terorisme (faktualnews.co, 2018; cnnindonesia, 2018). Selain itu ke dua tagar tersebut juga bertujuan untuk mengapresiasi serta mendukung polisi menindak tegas pelaku dan otak di balik peristiwa ledakan bom bunuh diri tersebut (inet.detik.com. 2018). Dalam beberapa saat tagar ini menyebar bersamaan dengan tulisan status dari para pemilik akun media sosial dan tanpa disadari menjadi sebuah kampanye tersendiri yang dibuat oleh masyarakat yang ditujukan kepada masyarakat juga.

Beberapa tahun sebelum kampanye tagar untuk melawan terror bom bunuh diri di Surabaya dan Sidoarjo, di Belgia dan Barcelona juga pernah terjadi kampanye anti ketakutan sesaat setelah terungkap tentang larinya tersangka teroris pengebom dari Paris tahun 2015 ke Belgia dan sesudah terjadinya kerusuhan di Las Ramblas dan resor pantai di Cambrils tahun 2017. Penduduk di Belgia dan Barcelona pada saat yang berbeda sama-sama mengedarkan berbagai foto kucing di akun media sosial mereka masing-masing dengan tujuan agar para teroris tidak mendapatkan informasi apapun tentang langkah-langkah yang diambil pihak kepolisian dan menjadi bingung (Rawlinson, 2015; Molloy, 2017).

Penggunaan media sosial untuk mengirimkan pesan tertentu atau mempersuasi kalangan masyarakat yang lebih luas telah banyak dilakukan selama ini, contohnya berbagai gerakan social masyarakat yang pernah terjadi tidak hanya di Indonesia tetapi juga di seluruh dunia. Dalam survey The Pew Internet American Life & Project tahun 2010 terhadap perilaku masyarakat Amerika dalam pemilu, didapati bahwa media sosial membantu orang awam untuk menjadi agen persuasi dan memanfaatkan jaringan pribadinya untuk menunjukkan nilai yang dianut, sikap, pendapat, atau ideologi yang mereka hargai (West, 2011).

Media sosial juga dikenal sebagai alat yang sangat efektif dalam mempengaruhi khalayak dan banyak digunakan dalam berbagai kampanye

politik seperti kampanye pemilihan presiden Amerika tahun 2007 yang membawa Obama menjadi presiden (Hamilton, 2011; Vandercook, 2011). Kampanye pemilihan Gubernur dan wakil Gubernur DKI tahun 2012 yang dimenangkan pasangan Joko Widodo (Jokowi) dan Ahok serta kampanye presiden RI tahun 2014 yang menjadikan Jokowi sebagai presiden juga banyak menggunakan media sosial untuk memperkenalkan kandidat, menggalang dana kampanye serta mempengaruhi para pemilih. Platform media sosial lebih banyak dipilih karena media baru memiliki keunggulan yang dapat menjangkau khalayak lebih luas dengan biaya yang lebih rendah (Vonderschmitt, 2012; Frentasia, 2012).

Media sosial sebagai sebuah bentuk atau *platform* dari media baru memiliki kelebihan dapat saling terkoneksi, biaya jauh lebih rendah, merupakan media yang konvergen dan distribusi yang sangat luas (Rosengard, Tucker-McLaughlin, & Brown, 2014 ; Pridmore, 2013), dan juga memungkinkan konten yang beraneka ragam buatan dari para penggunanya (*user generated content*) (Rosengard, Tucker-McLaughlin, & Brown, 2014), akan tetapi konsekuensi dari kelebihan tersebut sering kali pula media sosial disalahgunakan oleh para penggunanya dengan membuat berbagai konten atau membagikan konten yang belum terbukti kebenarannya. Pengguna dan pencipta konten-konten di media sosial lebih sulit untuk dimonitor karena jumlah penggunanya tidak dapat dihitung karena banyaknya dengan arus informasi yang begitu kompleks. Dalam kaitannya dengan terorisme, media sosial juga banyak digunakan sebagai media untuk propaganda aksi mereka dalam rangka menyebarluaskan ketakutan dan intimidasi (Bertram, 2016).

Tinjauan Pustaka

Ideologi dan Kekuasaan

Pengertian tentang Ideologi yang relevan dengan penelitian ini antara lain dikutip dari Eagleton (1991) yang mendaftar berbagai makna Ideologi, antara lain sebagai kumpulan ide yang menjadi karakteristik dari sebuah kelas sosial, yang melegitimasi kekuatan politik yang dominan, bentuk pemikiran yang dimotivasi oleh kepentingan sosial serta seperangkat keyakinan yang berorientasi pada tindakan.

Clifford Geertz dalam bukunya *The Interpretation of Cultures* (1973) memandang studi tentang ideologi sebagai sebuah studi yang mempelajari bentuk-bentuk simbolik, pernyataannya ini dikutip oleh Thomson (1991) yang melihat bahwa bentuk-bentuk simbolik yang dimaksud bisa berupa tindakan, ujaran, gambar dan teks yang diproduksi dan dikenali oleh masyarakat serta memiliki makna yang dikonstruksi bersama pula.

Dalam studi ekonomi politik, media massa memiliki sebuah kekuatan budaya dan Thomson membedakannya dalam sebuah bentuk kekuatan yang memiliki empat macam bentuk yaitu kekuatan ekonomi, kekuatan politik, kekuatan yang memaksa (*coercive power*) dan kekuatan simbolik. Kekuatan simbolik adalah sebuah dimensi penting dari media massa karena media tidak hanya memiliki bentuk tetapi juga mengkomunikasikan konten (isi media) kepada publik yang memungkinkan upaya untuk mempengaruhi pikiran dari anggota masyarakat (Fuchs, 2017 : 92).

Ideologi sebagai sebuah konsep Marxisme menggambarkan bahwa ide-ide dominan dalam suatu masyarakat mencerminkan minat dari kelompok atau kelas ekonomi yang sedang memerintah atau sedang berkuasa. Teori Marxis menggunakan gagasan ideologi untuk menggambarkan proses melalui mana ide-ide dominan dalam masyarakat mencerminkan kepentingan kelas ekonomi yang berkuasa (Stoddart, 2007). Dari berbagai penjelasan di atas menunjukkan bahwa antara ideologi dan kekuasaan tidak dapat dipisahkan antara yang satu dengan lainnya.

Media massa merupakan pembawa pesan-pesan yang sarat ideologi karena kemampuannya untuk menjangkau masyarakat luas, terlebih dengan adanya inovasi teknologi komunikasi di abad ke 20 di mana media baru (*new media*) muncul dengan teknologi digital menggunakan jaringan internet sehingga memungkinkan penyebaran informasi maupun berita secara lebih luas dan lebih cepat. Pridmore (2013) menjelaskan bahwa media sosial sebagai salah satu bentuk media baru memiliki kemampuan untuk memberi komentar, berbagi, merespon, mengkritik, merubah dan menambah informasi yang memungkinkan *user generated content* dan bersifat interaktif dengan tujuan membangun koneksi sosial.

Media sosial memungkinkan penggunaanya untuk membangun hubungan dengan orang lain yang memiliki kesamaan baik latar belakang,

minat, pandangan dan ide sehingga intensitas komunikasi yang dilakukan juga lebih tinggi, hal ini dikenal dengan sebutan *homophily* (McPherson, Lovin & Cook, 2001). Samovar, Porter, McDaniel & Roy (2017) bahwa orang pada umumnya selalu ingin membangun hubungan dengan orang lain yang sama dengannya. Kedua pernyataan ini menguatkan pendapat Aristoteles sejak dahulu kala dalam karyanya berjudul Retorika bahwa orang hanya akan menyayangi dirinya sendiri (*love those who are like themselves*).

Facebook sebagai media sosial yang paling populer di Indonesia dan data tahun 2018 menunjukkan bahwa pengguna Facebook di Indonesia berjumlah 130 juta pengguna dan merupakan yang terbesar di Asia Tenggara dan terbesar ke empat di dunia (wearesocial.com, 2018; Septania, 2018). Facebook merupakan sebuah *web based platform* yang mengintegrasikan media yang berbeda dengan teknologi informasi dan komunikasi dan memungkinkan profil pengguna yang menunjukkan gambaran tentang pengguna, semua koneksi yang dimilikinya dan membangun hubungan antar pengguna yang terlihat dalam daftar koneksi serta komunikasi yang terjadi di antara pengguna (Fuchs, 2017). Dan para pengguna Facebook yang memiliki kesamaan dalam berbagai hal dapat membentuk kelompok-kelompok sesuai dengan minat dan kebutuhan masing-masing, sebagai contoh para penggemar drama Korea membentuk Komunitas Pencinta Drama Korea, atau para penggemar animasi membentuk Komunitas Animasi Indonesia dan masih banyak lagi.

Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa dalam media sosial juga terjadi kelompok-kelompok sebagaimana dalam masyarakat sosial di dunia nyata, karena dengan media sosial akibat adanya interkoneksi atau saling keterhubungan memungkinkan untuk membangun *sense of community* (Royer, 2012). Akibatnya, di dalam media sosial juga memungkinkan terjadinya perbedaan antara mereka yang termasuk dalam kelompok (*ingroup*) dan orang lain atau asing yang tidak termasuk dalam kelompok (*outgroup*), atau perbedaan antara *aku* dan *liyan*. Perbedaan yang mendasar tentu saja adalah pada fakta bahwa kelompok-kelompok yang terbentuk dalam media sosial bersifat maya dan tidak dibatasi secara geografis.

Dalam setiap kelompok di media sosial seperti Facebook, layaknya kelompok dalam masyarakat tentu saja memiliki kekuatan yang menggerakkan yang berada di belakangnya. Hal ini tidak terbatas hanya pada komunitas yang dibentuk berdasarkan minat maupun berdasarkan ide-ide atau keinginan yang sama, namun juga termasuk komunitas yang dibentuk melalui media sosial untuk melakukan gerakan sosial (Lopes, 2014). Gerakan sosial seperti yang banyak dibentuk akhir-akhir ini melalui Facebook, sebagai contoh gerakan sadar imunisasi, gerakan relawan Jokowi dan sebagainya. Kelompok-kelompok yang terbangun atas dasar gerakan sosial tidak hanya yang bersifat jangka panjang tetapi juga dapat terbentuk secara spontanitas karena adanya suatu peristiwa yang menimbulkan perhatian masyarakat secara luas seperti gerakan mendukung kepolisian memberantas terorisme dengan #kamidibelakangpolisi dan #kamitidaktakut beberapa waktu lalu.

Sebagaimana komunitas lain gerakan dengan menggunakan tagar #kamidibelakangpolisi dan #kamitidaktakut juga pasti memiliki sebuah kekuatan dan ideology yang menggerakkan di belakangnya dan penelitian ini ingin menelaah lebih jauh kekuasaan dan ideology tersebut terutama dalam media sosial Facebook. Long, Wall, Bakir dan McStay (2013) menjelaskan bahwa media juga dapat menjadi tempat bagi orang menunjukkan pengaruh, kekuasaan atau kekuatan (*exercise power*), di mana kelompok yang memiliki kekuasaan di masyarakat tersebut membuat minat mereka menjadi dominan di tengah masyarakat.

Metode Penelitian

Metode yang akan digunakan untuk menganalisa permasalahan ini menggunakan metode Analisa Wacana Kritis atau dalam Bahasa Inggris dikenal dengan *Critical Discourse Analysis* atau *CDA*. Norman Fairclough yang menggagas CDA dan metode ini merupakan metode baru di dalam penelitian sosial dan budaya. Bulan Januari tahun 1991 Van Dijk, Fairclough, Kress dan Wodak serta Van Leeuwen meresmikan CDA sebagai metode penelitian dalam ilmu sosial dan budaya (Haryatmoko, 2016).

Para ahli sepakat untuk menerima tiga postulat CDA yaitu pendekatan yang berorientasi ke masalah sosial sehingga menuntut pendekatan lintas ilmu yang berorientasi ke masalah sosial, keprihatina utama untuk

mendemistifikasi ideologi dan kekuasaan melalui penelitian semotik (tulisan, lisan atau visual), reflektif dalam semua proses penelitian dengan mengambil jarak untuk memeriksa nilai dan ideology peneliti (Wodak & Meyer dalam Haryatmoko, 2016).

Analisa wacana dalam Ilmu Komunikasi bersumber dari pemikiran Marxis yang termasuk dalam wilayah ranah tradisi pemikiran kritis (Baran & Davis, 2012; Littlejohn, 2002). Teori yang menjadi dasar dalam penelitian ini adalah Analisis wacana kritis atau Critical Discourse Analysis (CDA). CDA ada di dalam wilayah tradisi kritis dan membawa ranah tradisi tersebut dalam analisis sosial serta masuk ke dalam studi bahasa, dan berkontribusi pada analisis sosial yang kritis yang terfokus khusus pada wacana, dan hubungan antara wacana dan elemen sosial lainnya (hubungan kekuasaan, ideologi, institusi, identitas sosial, dan sebagainya) (Fairclough, 2013). Analisa wacana kritis adalah upaya untuk menunjukkan bagaimana teks dan pembicaraan dipakai untuk kepentingan mereka yang mempunyai kekuasaan dalam masyarakat (Tracy, Guillem, Robles & Casteline, 2011).

Analisa wacana dengan menekankan pada elemen kekuasaan diperkenalkan oleh Foucault pada era 1970-an. Wacana mengacu pada aturan yang diinstitutionalisasikan yang mengatur cara membicarakan topic tertentu. Wacana sendiri adalah suatu kekuasaan dan tidak berdada di tangan rakyat (Littlejohn & Foss, 2016). Sedangkan wacana sendiri adalah suatu proses pengembangan dari komunikasi, yang menggunakan simbol-simbol, yang berkaitan dengan interpretasi dan peristiwa-peristiwa, di dalam sistem kemasyarakatan yang luas (Teknokrat). Wacana adalah penggunaan lisan atau tertulis dari subjek, yang ditangani atau dibahas panjang lebar (Carling).

Norman Fairclough (2013) menjelaskan bahwa CDA adalah suatu upaya untuk mengkaji secara sistematis hubungan antara kausalitas (penyebab) dan determinasi antara praktek wacana, peristiwa dan teks serta menjelaskan struktur sosial dan budaya secara lebih luas, dan untuk mempelajari bagaimana praktek, peristiwa dan teks muncul dari mana dan dibentuk secara ideologis dari hubungan kekuasaan dan upaya untuk meraih kekuasaan. Littlejohn & Foss (2016) menyatakan bahwa CDA mengombinasikan analisis yang diilhami oleh kajian linguistik yang lebih

mendalam dengan perhatian pada kekuasaan dan ketimpangan sosial, dan berupaya mengungkapkan cara kerja bahasa dalam relasi kekuasaan sosial. Norman Fairclough mendasarkan analisa CDA pada pertanyaan utama tentang bagaimana menghubungkan teks yang mikro dengan konteks masyarakat yang makro. Fairclough berusaha membangun suatu model analisis wacana yang mempunyai kontribusi dalam analisis sosial dan budaya. Fairclough membuat model yang mengintegrasikan secara bersama analisis wacana yang didasarkan pada linguistic, pemahaman sosial dan politik dan secara umum mengintegrasikan pada perubahan sosial (Darma, 2014 : 126).

Eriyanto (2001) juga menjelaskan bahwa model Fairclough sering disebut juga model perubahan sosial (*social change*) dan model ini memandang wacana tidak hanya bersifat membangun suatu pemahaman tertentu tetapi juga tersusun dengan runtut. Pendekatan Fairclough intinya menyatakan bahwa wacana merupakan suatu bentuk praktik sosial yang mereproduksi dan mengubah pengetahuan, identitas dan hubungan sosial yang mencakup hubungan kekuasaan dan sekaligus bentuk struktur dan praktik sosial yang lain (Darma,2014 : 129).

Dengan demikian berdasarkan model analisis Fairclough ada tiga aspek penting yaitu praktik sosial budaya (*socio cultural practice*), praktik teks dan teks itu sendiri (Teknokrat). Konsep wacana diterapkan oleh



Gambar 2.1. Model CDA Norman Fairclough (Eriyanto, 2001)

Fairclough dengan menggunakan tiga hal yang berbeda, yaitu dalam pengertian yang paling abstrak wacana mengacu pada penggunaan bahasa sebagai praktik sosial, wacana dipahami sebagai jenis bahasa yang digunakan dalam suatu bidang khusus seperti wacana politik atau ilmiah dan dalam penggunaan yang paling konkret wacana digunakan sebagai suatu yang dapat dihitung dan mengacu pada cara bertutur yang memberikan makna yang berasal dari pengalaman yang dipetik dari perspektif tertentu (Darma, 130).

Menurut Fairclough (2013) wacana adalah praksis sosial dalam bentuk interaksi simbolis yang bisa terungkap dalam pembicaraan, tulisan, gambar, diagram, film. CDA beranggapan bahwa wacana berkontribusi secara signifikan dalam menciptakan relasi-relasi kekuatan sosial yang tidak setara di antara berbagai kelompok sosial masyarakat yang ada (Munfarida, 2014 : 5).

Littlejohn dan Foss (2011) menjelaskan bahwa ada beberapa pokok pikiran utama dalam tradisi kritis yaitu suatu upaya untuk mencoba memahami sebuah sistem yang telah lama dianggap benar, dengan struktur kekuatan dan keyakinan serta ideology yang mendominasi masyarakat serta upaya untuk membuka keadaan sosial yang sebenarnya yang telah menindas dan upaya untuk menekankan kekuatan emansipasi serta menciptakan kesadaran untuk menghubungkan teori dan tindakan. Upaya ini dilakukan untuk mencapai perubahan dari kondisi yang ada dan telah mempengaruhi masyarakat.

Dalam metode CDA menjelaskan adanya hubungan antar tiga aspek yaitu Bahasa, Ideologi dan Kekuasaan. Teks, bahasa dan komunikasi harus selalu dipertimbangkan dalam konteks sosialnya, karena masing-masing membentuk dan diinformasikan oleh proses yang lebih luas dalam masyarakat. Dengan cara ini, teks tidak hanya melaporkan secara pasif kepada dunia, tetapi mereka mengilhami dengan makna, mengarangnya, membentuk perspektif dan menyebut dunia menjadi ada. Wacana jangka panjang dapat digunakan dalam keadaan ini karena mengacu pada berbagai cara di mana komunikasi antara orang tercapai (Critical Discourse Analysis, 2017).

Munfarida (2014) menjelaskan bahwa Fairclough mendefinisikan diskursus dengan tiga cara yang berbeda. Pertama, dalam pengertian yang

paling abstrak, diskursus dimaknai sebagai penggunaan bahasa sebagai praktik sosial. Kedua, diskursus diartikan sebagai sejenis bahasa yang digunakan dalam bidang tertentu, seperti diskursus politik, diskursus saintifik, dan lain-lain. Ketiga, dalam pengertian yang paling kongkrit, diskursus digunakan untuk menunjuk cara berbicara yang memberikan makna terhadap pengalaman-pengalaman dari perspektif tertentu, misalnya diskursus feminis, diskursus marxis, diskursus neoliberal, dan sebagainya.

Fairclough menggambarkan tiga karakteristik wacana yang menggambarkan operasinya dalam kehidupan sosial, sebagai “bagian dari tindakan” yaitu genre (cara bertindak), wacana (cara mewakili) dan gaya (cara untuk menjadi ada).

Wacana sendiri adalah suatu komunikasi kebahasaan yang terlihat sebagai sebuah pertukaran di antara pembicara dan pendengarnya sebagai sebuah aktivitas personal di mana bentuknya ditentukan oleh tujuannya sosialnya (Hawthorn dalam Darma, 2014). Lebih lanjut Darma juga mengutip ahli Bahasa Indonesia, JS Badudu yang menyatakan bahwa wacana adalah rentetan kalimat yang berkaitan dengan dan menghubungkan proposisi satu dengan proposisi lainnya serta membentuk satu kesatuan dan terbentuklah makna serasi di antara kalimat-kalimat. Sedangkan Kekuasaan dengan kekuatan yang juga memiliki arti yang sama dalam Bahasa Inggris yaitu *Power*. Dalam kaitan dengan media, kekuasaan memberikan kemudahan dalam mempraktekkan kekuatan antara lain kekuasaan yang dimiliki oleh pemilik media, pimpinan media maupun para pemangku kepentingan lainnya. Dalam dunia media sosial, kekuasaan yang dimiliki bukan lagi kekuasaan yang ada di satu pihak saja tetapi pada para pengguna (*user*). Long, Wall, Bakir & McStay (2013) menjelaskan ada dua aspek terkait dengan kekuasaan yaitu kekuasaan untuk mengontrol (*power of control*) yang merupakan kemampuan untuk menentukan tindakan orang/ pihak lain (*others*) yang banyak dipandang negatif. Yang kedua adalah kekuasaan untuk menentukan sendiri (*power of self determination*), erat kaitannya dengan ide tentang kebebasan dari penggunaan kekuasaan atau dari kewajiban kepada mereka yang memiliki kekuasaan.

Hasil Penelitian & Pembahasan

Tabel 4.1. Status Facebook Akun yang Diteliti

Nama	Status	Tanggal Posting	Keterangan
YES	Indonesia berduka... masalah anda mentolerir kekejaman ini dengan diam? Jangan tunggu sampai keluarga kita menjadi korban #kamitidaktakut	13 Mei 2018	Disertai dengan gambar "Pray for Our Nation"
	Jangan pernah bersimpati pada teroris wahai teman2ku. Mereka tidak peduli apa agamamu. Mereka membunuh siapa saja yang tidak sepaham #kamitidaktakut#kamidibelakangpolisi	13 Mei 2018	
	Catat! Jangan dukung yang pro terorisme dan kejahatan kemanusiaan! Kami dukung #kamidibelakangpolisi	14 Mei 2018	
NTS	#kamitidaktakut#Indonesiabersatu#lawanterorisme#prayforSurabaya#prayforIndonesia	13 Mei 2018	Disertai gambar "Tidak semua teroris bergerak di lapangan, ada pula yang bergerak di media sosial"
	#kamitidaktakut#kamidibelakangpolisi#kamibersamaPolri#TutupasTerorisme#TurutberdukauntukSurabaya	14 Mei 2018	Disertai gambar Bendera Merah Putih dengan Tagar #Kamitidaktakut#Indonesiabersatumelawansegalaterorisme
WB	Stop sebarakan gambar! Lebih baik berdoa dan memberi dukungan kepada pemerintah #basmiteroris#kamidibelakangpolisi	13 Mei 2018	Disertai foto tangan yang sedang berdoa
	Share dari teman... inilah contoh para penganjur paham radikal yang menjadi sumber ideology teroris #kamitidaktakut	14 Mei 2018	
	Semoga menginspirasi untuk tidak terjebak #kamitidaktakut#SaveNKRI#NKRIhargamati	15 Mei 2018	
SN	Mari kita lawan... lawan... lawan! demi NKRI tercinta, mari bergandeng tangan #kamitidaktakut	13 Mei 2018	Disertai foto orang menancapkan bendera merah putih dengan tulisan "Seribu Teror Tak Akan Membuat Kami takut, kita lawan!"
	Surabayapastibisa#basmiterorisme#kagumpemimpinnegri#kamidibelakangpolisi	14 Mei 2018	

Dari berbagai akun Facebook yang menggunakan tagar #kamidibelakangpolisi dan #kamitidaktakut, peneliti mengamati bahwa akun-akun yang memberikan tanda tagar #kamitidaktakut dan #kamidibelakangpolisi terdiri dari berbagai kalangan baik media, organisasi sosial dan pemerintahan serta akun-akun pribadi. Penelitian

difokuskan terutama pada status akun media sosial dengan tanda tagar #kamitidaktakut dan #kamidibelakangpolisi pada tanggal terjadinya pengeboman yaitu 13 – 14 Mei 2018 dan beberapa hari sesudahnya saat masih banyak pemilik akun menyatakan keprihatinannya.

Jumlah pengunggah status Facebook dengan tanda tagar #kamitidaktakut dan #kamidibelakangpolisi pada ke dua tanggal tersebut yang terkoneksi menggunakan aplikasi hashatit.com didapat kurang lebih 85 akun. Dan dari jumlah tersebut yang hendak diteliti adalah akun-akun milik pribadi yang konsisten dalam menyuarakan dukungannya kepada pemerintahan yang sekarang, kepada tokoh pemerintahan yang bersih dari korupsi dan kepada Demokrasi Pancasila di Indonesia tanpa melihat latar belakang agama dan kelompok sosial maupun politik dan masuk dalam jaringan koneksi dengan peneliti mendapatkan sebanyak tiga akun pribadi yang termasuk di dalamnya. Akun tersebut adalah milik YES, NTS, WB dan SN.

Analisa Teks

Dari beberapa status yang menjadi obyek dalam penelitian ini dapat kita lihat bahwa semua akun menuliskan statusnya menggunakan gaya bahasa non formal yang digunakan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa penulis status tersebut adalah bagian dari masyarakat pada umumnya dan membuat status yang ditujukan kepada anggota masyarakat lainnya. Penulisan status pada umumnya juga tidak mengacu pada aturan tata kalimat Bahasa Indonesia yang baku. Apabila diamati satu persatu status yang ditampilkan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.2.

Dapat kita amati bahwa wacana yang dominan pada status YES adalah pengkonstruksian pesan untuk menggugah orang lain secara pribadi maupun kelompok tentang bahaya terorisme. Konstruksi pesan dilakukan melalui kalimat tanya dan kalimat perintah yang bertujuan agar tidak lagi menerima paham yang salah dengan membiarkan orang-orang yang memiliki pemahaman berbeda bebas berkeliaran dan mempercayai bahwa segala tindakannya merupakan cerminan ajaran agama serta tidak membiarkan tindak kekejaman terror terjadi lagi.

Tabel 4.3. Makna Status Akun NTS

Nama & No	Status	Bentuk Status	Bentuk Komunikasi Interpersonal	Makna
1.	#kamitidaktakut#Indonesiabersatu#lawanterorisme#prayforSurabaya#prayforIndonesia	Menggunakan Tagar	Kami	Ingin menyampaikan maksudnya secara singkat yaitu tidak takut kepada terorisme dan menginginkan persatuan bangsa untuk melawan tindakan terorisme agar tidak terulang lagi di Surabaya maupun Indonesia
2.	#kamitidaktakut#kamidibelakangpolisi#kamibersamaPolri#Tumpas Terorisme#TurutberdukauntukSurabaya	Menggunakan Tagar	kami	Penggunaan tagar digunakan agar dapat menyampaikan maksudnya secara singkat yaitu tidak takut terhadap teroris dan mendukung polisi untuk menumpas terorisme serta bersimpati kepada para korban

Dari status yang dibuat oleh pemilik akun menunjukkan bahwa wacana yang berusaha disampaikan adalah sebuah pesan dengan singkat tetapi tegas bahwa tidak boleh ada ketakutan terhadap tindakan terorisme dan semua orang harus mendukung tindakan polisi dan pemerintah menumpas terorisme dan bersimpati kepada para korban dan keluarga dan menjaga persatuan di dalam masyarakat juga diberikan.

Wacana yang ingin dibangun oleh WB sebagai pemilik akun yang menulis status di atas adalah ajakan untuk mendukung upaya pemerintah menumpas terorisme sekaligus menjaga persatuan bangsa dan memberikan contoh serta peringatan kepada masyarakat agar berhati-hati. WB berupaya membangun wacana secara lebih netral dan menunjukkan perlunya membina kerohanian yang benar.

Sebagai pemilik akun SN membangun wacana agar semua orang secara aktif dan kolektif melakukan tindakan melawan terorisme dan mempercayai serta mendukung upaya pemerintah dalam membasmi terorisme.

Tabel 4.4. Makna Status Akun WB

No	Status	Bentuk Status	Bentuk Komunikasi Intrapersonal	Makna
1.	Stop sebar gambar/Lebih baik berdoa dan memberi dukungan kepada pemerintah #basmiteroris#kamidibelakangpolisi	Menggunakan kata perintah "Stop"	Menggunakan gambar tangan sedang berdoa	Memberikan perintah kepada orang lain secara tegas untuk tidak menyebarkan gambar para korban tindakan terorisme dan mendukung upaya penanggulangan teroris oleh pemerintah (polisi) dengan doa. Gambar digunakan untuk menggugah agar semua berdoa
2	Share dari teman... inilah contoh para penganjur paham radikal yang menjadi sumber ideology teroris #kamitidaktakut	Mengulang pesan dari orang lain		Memberikan contoh yang didapat dari pendapat orang lain
3	Semoga menginspirasi untuk tidak terjebak #kamitidaktakut#SaveNKRI #NKRIhargamati	Menggunakan kata "semoga" dan Tagar		Upaya untuk mengajak agar orang lain lebih berhati-hati (tidak terjebak) Penggunaan tagar untuk menunjukkan bahwa tidak takut dan mendukung persatuan bangsa

Status yang dibuat oleh ke lima pemilik akun media sosial Facebook ini menunjukkan bagaimana mereka menggambarkan atau merepresentasikan peristiwa terorisme dengan bom bunuh diri ini merupakan sebuah peristiwa yang menyedihkan dan harus ditentang dengan cara diberantas hingga ke akarnya, baik kelompok-kelompok maupun individu-individu yang mendukung terorisme. Selain itu, terorisme direpresentasikan sebagai sebuah ancaman sehingga harus dilawan serta menyatakan dukungan kepada pemerintah dan polisi dan bekerja sama untuk menanggulangi bahaya terorisme dengan memberi tagar #kamidibelakangpolisi.

Himbauan yang disampaikan oleh ke lima pemilik akun kepada masyarakat luas untuk melakukan tindakan mulai dari berdoa hingga melawan secara aktif juga ditampilkan dalam status yang dibagikan melalui penggunaan tanda tagar #kamitidaktakut. Identitas penulis dalam setiap

Tabel 4.5. Makna Status Akun SN

No	Status	Bentuk Status	Bentuk Komunikasi Intrapersonal	Makna
1.	Mari kita lawan...lawan...lawan 1 demi NKRI tercinta, mari bergandeng tangan #kamitidaktakut	Menggunakan sebuah ajakan "mari"	Kita	Secara lebih tegas mengajak untuk melakukan tindakan aktif untuk bersama-sama melawan teroris demi persatuan bangsa
2	Surabayapastibisa#bas miterorisisme#kagumpe mumpinunegeri#kamidib elakangpolisi	Menggunakan Tagar		Suatu bentuk kekaguman kepada upaya pemerintah sekaligus ajakan untuk bersatu membasmi terorisisme secara bersama-sama dan mendukung polisi

akun jelas menunjukkan posisi mereka sebagai pihak yang menentang peristiwa terorisme.

Penggunaan kata "lawan" dan "basmi" memperkuat pesan tentang perlunya tindakan aktif untuk menolak dan menentang serta menghabiskan semua upaya memperjuangkan paham radikal dengan melakukan kekerasan. Penggunaan kata "dukung" memperkuat suatu pesan tentang perlunya tindakan untuk membantu pemerintah dan aparat penegak hukum.

Pesan dominan yang dapat dilihat dari status Facebook yang dibuat oleh ke lima pemilik akun adalah perlunya optimisme dan harapan untuk bangsa dalam perjuangan mencapai persatuan, serta upaya aktif melawan terorisme dan mendukung tindakan yang diperlukan untuk menanggulangi masalah terorisme.

Praktik Diskursif

Praktik Diskursif merupakan dimensi yang berhubungan dengan proses produksi dan konsumsi teks (Eriyanto, 2001). Teks yang diproduksi

oleh para pemilik akun Facebook dengan mengkomunikasikan secara interpersonal, sehingga orang yang membaca status tersebut menyadari adanya kebutuhan bersama yang mendesak untuk menciptakan keamanan bersama di kalangan masyarakat.

Dalam membuat atau memproduksi teks tersebut ke lima pemilik akun menyadari bahwa selama ini ada paham ideologis yang bertentangan dengan semboyan Negara dan hakikat dari Pancasila yang mendasari Negara. Ideologi radikal yang menggunakan dalih kebebasan beragama dalam masyarakat demokrasi Indonesia yang sejatinya adalah sebuah paham yang menghalalkan kekerasan. Ideologi ini tidak sejalan dengan falsafah Negara, akan tetapi terpelihara selama ini karena adanya pihak-pihak yang melindungi keberadaan mereka.

Penggunaan media sosial seperti Facebook mempercepat distribusi teks tersampaikan kepada khalayak luas dan merupakan media yang saat ini lebih banyak digunakan orang untuk menyampaikan pesan mereka. Konsumsi teks juga dapat dilakukan setiap waktu selama teks tersebut ada dalam lini masa (*timeline*) dari orang-orang yang terkoneksi dalam hubungan pertemanan dengan penulis status. Dengan demikian maksud dan pesan teks dapat dipastikan dilihat dan diterima oleh khalayak yang lebih luas.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik akun yang menuliskan status, peneliti mendapatkan bahwa baik informan YES, NTS dan WB sejak awal memang sangat memperhatikan perkembangan politik di tanah air termasuk para pemimpin daerah saat ini. Mereka merindukan pemimpin yang bersih, jujur dan terbuka seperti figur pemimpin bangsa yang saat ini menjadi kepala Negara, juga seorang mantan gubernur yang sangat dikenal karena kejujuran dan keberaniannya. Sejak lama baik YES, NTS dan WB sering menyuarakan pendapat mereka melalui akun yang mereka miliki masing-masing. YES memiliki latar belakang pendidikan di bidang ekonomi dan saat ini menjadi pegawai swasta di sebuah perusahaan di Jakarta, sedangkan NTS dan WB sama-sama berprofesi sebagai dosen dan memiliki latar belakang sarjana dalam bidang Ilmu Sosial sehingga sangat menaruh perhatian terhadap perkembangan politik dan dinamika masyarakat. Ke tiga informan berjenis kelamin laki-laki. Sedangkan bagi NS yang merupakan seorang ibu rumah tangga, posting status yang sering

dilakukannya adalah sebagai bentuk keprihatinan terhadap keadaan di tanah air terutama terkait kasus-kasus korupsi, pemecatan seorang pemimpin daerah yang jujur dan masalah konflik antar agama. NS menaruh perhatian terhadap berbagai hal tersebut didasarkan atas kekhawatirannya sebagai seorang ibu yang memiliki putri di bawah umur, di mana ia menginginkan putrinya dapat tumbuh dalam lingkungan masyarakat yang saling menghormati dan tidak mempermasalahkan perbedaan yang ada baik agama maupun suku ataupun ras dan golongan. Semua informan menaruh perhatian yang sama akibat keprihatinan bersama akan tumbuh suburnya radikalisme di Indonesia sehingga menimbulkan berbagai kasus seperti yang terjadi di Surabaya dan Sidoarjo ini.

Praktik Sosiokultural

Praktik ini berhubungan dengan dimensi konteks di luar teks (Eriyanto, 2001). Konteks yang dimaksud mencakup banyak hal, seperti konteks situasi, konteks praktik institusi media dan hubungannya dengan masyarakat atau budaya dan sistem politik tertentu.

Indonesia dengan kondisi sosial politik yang terus mengalami naik dan turun memang tidak dapat dipungkiri menimbulkan berbagai masalah di kalangan masyarakat sendiri. Masalah ini sering kali menjadi besar dan menimbulkan pertentangan antar kelompok. Terorisme sebagai sebuah bentuk permasalahan akibat perbedaan paham dalam keyakinan agama telah terbukti beberapa kali menimbulkan kasus yang menggoncang rasa aman di tanah air. Ideologi radikalisme terbukti telah beberapa kali menimbulkan konflik di tanah air.

Status berisi keprihatinan, himbauan serta harapan untuk menggalang kekuatan melawan terorisme dan radikalisme melalui media sosial ini berdasarkan paham bahwa Indonesia sebagai Negara persatuan yang telah memproklamkan keberadaannya dengan dasar Negara Pancasila yang menghargai perbedaan. Paham ini juga menginginkan bahwa Indonesia tetap sebagai sebuah entitas kesatuan yang terdiri dari berbagai latar belakang masyarakat dengan agama, keyakinan dan suku yang berbeda-beda.

Selama ini terutama beberapa tahun belakangan sejak era reformasi dicanangkan, kelompok-kelompok radikal telah terbukti tumbuh subur di Indonesia. Dukungan dari berbagai pihak baik pemuka agama maupun pemimpin-pemimpin masyarakat dari berbagai elemen seperti partai politik, organisasi sosial masyarakat yang sering melakukan upaya-upaya yang intinya menekan kaum minoritas yang ada di masyarakat. Gerakan 212 yang merupakan puncak dari gerakan yang sudah pernah dilakukan sebelumnya pada tanggal 14 Oktober dan 4 November 2016 dilaksanakan oleh berbagai organisasi masyarakat dengan dalih sebagai sebuah aksi membela agama yang ternyata hanya merupakan kedok dari alasan sebenarnya yaitu keinginan untuk mengganti dasar Negara (Paat, 2017). Berbagai gerakan tersebut menimbulkan ketakutan dan perasaan terteror di benak masyarakat Indonesia terutama pada kelompok masyarakat minoritas. Dengan adanya peristiwa bom yang terjadi di Surabaya dan Sidoarjo dalam dua hari berturut-turut di bulan Mei 2018 membuktikan ketakutan masyarakat yang sudah ada selama ini. Karena itu perlu adanya sebuah upaya untuk melawan ketakutan tersebut yang berasal dari masyarakat sendiri, sebagaimana gerakan yang ada dalam dunia nyata, demikian pula gerakan sosial dilakukan melalui media sosial.

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa terjadi upaya untuk membangun sebuah wacana tentang Indonesia yang berupaya melawan wacana yang sudah ada selama ini di media terutama media sosial. Wacana baru merupakan suatu bentuk menggantikan hegemoni wacana yang lama penuh kekerasan dan pemaksaan atas dasar radikalisme digantikan oleh wacana bersama yang berisi pesan kedamaian dan persatuan serta dukungan kepada keutuhan bangsa merupakan sebuah bentuk hegemoni wacana individu (*hegemonic individual discourse*).

DAFTAR PUSTAKA

- Arswendo. (2018, Mei 19). *#kamibersamapolisi dan Makin Waspada*. Diakses dari <http://www.koran-jakarta.com/kamibersamapolisi-dan-makin-waspada>
- Baran, S.J., Davis, D.K. (2014). *Mass Communication Theory : Foundations, Ferment, Future*. Boston : Wadsworth Cengage Learning
- Bertram, Luke. (2016). *Terrorism, The Internet and The Social Media Advantage : Exploring How Terrorist Organization Exploit Aspects of the Internet, Social Media and How These Same Platforms Could be Used to Counter-Violent Extremism*. *Journal for Deradicalization*, 7, 225-252
- Critical Discourse Analysis. (2007). Diakses pada 26 Juni 2018, dari <https://www.history.ac.uk/1807commemorated/media/methods/critical.html>
- Digital in 2018 : World's Internet Users Pass The 4 Billion Marks. (2018). Diakses pada 28 Juni 2018, dari <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>
- Darma, Y.A. (2014). *Analisa Wacana Kritis dalam Multiperspektif*. Bandung : Refika Aditama
- Duanprakhon, Pornjan. (2012). *Critical Discourse Analysis of News Headlines: A Case of Youth Crime in Thailand*. (Master Thesis, National Institute of Development Administration, 2012) . Diakses dari <http://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2012/b180479.pdf>
- Eagleton, Terry. (1991). *Ideology ; An Introduction*. Diakses dari <https://blogs.common.s.georgetown.edu/engl-594-fall2013/files/2013/08/Ideology.pdf>
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana : Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta : LKIS
- Fairclough, N. (2013). *The Routledge Handbook of Critical Discourse Analysis*. Diakses dari <https://www.routledgehandbooks.com/doi/10.4324/9780203809068>
- Long, P., Wall, T., Bakir, V., McStay, A. (2013). *Media Studies : Texts, Production, Context*, 2nd ed. New York : Routledge Taylor & Francis
- Lopes, A.R. (2014). *The Impact of Social Media on Social Movement: The New Opportunity and Mobilizing Structure*. Diakses dari https://www.creighton.edu/fileadmin/user/CCAS/departments/PoliticalScience/Journal_of_Political_Research_JPR_/2014_JSP_papers/Lopes_JPR.pdf
- Molloy, Mark. (2017, Agustus 18). *Why People are Sharing Cat Photos to the Barcelona Attack*. Diakses dari <https://www.telegraph.co.uk/news/2017/08/18/peopl-sharing-cat-photos-response-barcelona-attack>
- Munfarida, E. (2014). *Analisa Wacana Kritis dalam Perspektif Norman Fairclough*. *Komunika*. 8 No. 1, 1 - 19
- Noor, Achmad R. (2018, Mei 13). *Ada Bom di Gereja Surabaya, Ganjar : #KamiTidakTakut*. Diakses dari <http://inet.detik.com>

- Perkasa, Anugerah. (2018, Mei 14). *Ledakan Surabaya dan Sidoarjo, #kamitidaktakut Menggema*. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi>
- Pridmore, Jason. (2013). *New Media and Social Media : What's The Difference?*. Working Paper. Diakses dari https://www.academia.edu/1122278/New_media_and_social_media_-_whats_the_difference_v_2.0
- Rawlinson, Kevin. (2015, November 23). *National Emergency? Belgians respond to terror raids with cats*. Diakses dari <https://www.theguardian.com/world/2015/nov/22/national-emergency-belgian-responds-with-cats>
- Royer, Alice. (2012). (Digital) Revolution Girl Style Now! : Subcultures, Social Media, Subjectivity and The Videos of Sadie Benning and Thirza Cuthand. *UCLA: Center for the Study of Women*. Diakses dari <http://escholarship.ucop.edu/uc/item/1x86x4ng>
- Samovar, L.A., Porter, R.E, McDaniel, E.R., Roy, C.S. (2017). *Communication Between Cultures*, 9th ed. Boston: Cengage Learning
- Septania, R.C. (2018). *Indonesia Pengguna Facebook Terbanyak ke 4 di Dunia*. (2018, 2 Maret). *Kompas.com*. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/02/08181617/indonesia-pengguna-facebook-terbanyak-ke-4-di-dunia>
- Stoddart, Mark C.J. (2007). *Ideology , Hegemony, Discourse: A Critical Review of Theories of Knowledge and Power*. Diakses dari <https://www.jstor.org/stable/23252126>
- Teknokrat, I. (n.d.). *Analisa Wacana Kritis Model Norman Fairclough*. Diakses pada 30 Juni 2018, dari https://www.academia.edu/20941198/Analisis_Wacana_Kritis_Model_Fairclough
- Thomson, John. (1991). *Ideologi and Modern Culture : Critical and Social Theory in the Era of Mass Communication*. Diakses dari <https://leseprobe.buch.de/images-adb/1c/de/1cde906f-3af0-4fef-b080-f3c31ef05eb5.pdf>
- Tracy, K., Guillem, S.M., Robles, J.S., Casteline, K.E. (2011). *Critical Discourse Analysis and (US) Communication Scholarship*. Dalam Salmon, C.T. (Ed). *Communication Yearbook 35*. New York & London : Routledge Taylor & Francis Group
- Vandercook, Steven. (2011). *How Social Media Can be Used to Gain Competitive Advantage in Political Campaigns*. (Honors Thesis, Florida State University, 2011). Diakses dari <http://diginole.lib.fsu.edu/islandora/object/fsu:204444/datastream/PDF/view>
- Van Dijk, T.A. (2009). *Discourse Studies : A Multidisciplinary Introduction*. London : Sage Publications Ltd
- Vonderschmitt, Kaitlin L. (2012). *The Growing Use of Social Media in Political Campaigns : How to Use Facebook, Twitter and Youtube to Create an Effective Social Media Campaign*. (Paper Capstone, Western Kentucky University, 2012). Diakses dari https://digitalcommons.wku.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1366&context=stu_hon_theses

THE POWER OF EMAK-EMAK: POLITIK IDENTITAS IBU RUMAH TANGGA DI ERA DIGITAL

Mite Setiansah & Nana Sutikna

Pendahuluan

Berdasarkan data Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia tahun 2017, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 143.260.000 orang atau 54,68% dari total jumlah penduduk Indonesia yaitu, 262.000.000 orang. Jumlah pengguna internet di tanah air memang selalu mengalami peningkatan yang signifikan. Tahun 1998 ketika internet mulai masuk ke ruang-ruang publik, pengguna internet Indonesia masih sekitar setengah juta orang saja. Tidak mencapai 20 tahun jumlah tersebut sudah meningkat hampir tiga ratus kali lipat.

Fakta yang juga mencuat adalah bahwa dari jumlah 143, 26 juta orang pengguna internet tersebut, 48,57% di antaranya atau 69.581.382 orang adalah perempuan. Hal itu berarti bahwa relasi perempuan dengan teknologi internet khususnya, sudah hampir seimbang dengan laki-laki. Kehadiran internet dan teknologi digital telah mengubah citra teknologi yang sebelumnya dianggap sebagai *property* laki-laki menjadi sangat ramah terhadap perempuan (*women friendly*).

Keramahan teknologi digital terhadap perempuan tidak hanya membuat perempuan akrab dengan internet namun bahkan menjadi sangat lekat. Perempuan tidak hanya membangun kultur baru dalam relasinya dengan teknologi digital bahkan juga membangun sosok baru tentang identitas keperempuanan mereka.

Dua puluh tahun lalu, tidak pernah terbersit dalam pikiran bahwa suatu saat kita akan melihat atau mendengar *curhatan* seorang istri tentang suaminya di media sosial. Sesuatu yang sebelumnya hanya dijadikan bahan omelan di dalam dinding rumah atau dituangkan dalam diary atau dalam obrolan bisik-bisik dengan tetangga, kini bisa disaksikan jutaan orang di media sosial. Video viral tentang Bu Dendy dan Mpok Alfa adalah sedikit saja dari sekian perilaku perempuan era digital yang kini sering disebut sebagai emak-emak zaman *now*.

Menyebut seorang perempuan dengan istilah emak-emak terasa berbeda dibanding menyebut sosok yang sama dengan panggilan ibu. Emak adalah

terma yang sebelumnya sudah mulai ditinggalkan karena dianggap sudah kuno. Namun kini justru menjadi *hits* lagi dalam makna yang cenderung berbeda. Perempuan membahasakan istilah emak seolah ingin membangun identitas diri bahwa mereka bukanlah ibu-ibu rumah tangga biasa. Mereka adalah sosok berbeda yang tidak hanya menerima, pasif, tidak berdaya, dan bahkan tidak bergaya sebagaimana identik dengan makna ibu, yang selama ini dipahami sebagai konstruksi dominan.

Rumusan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi politik identitas yang dilakukan ibu rumah tangga (emak-emak) di era digital. Secara lebih rinci, masalah penelitian dirumuskan dalam beberapa pertanyaan berikut: Bagaimana ibu rumah tangga memaknai konsep emak dan ibu? Bagaimana media digital memberikan kekuatan dan keberdayaan (*empowering*) kepada ibu rumah tangga? Bagaimana praktek politik identitas dilakukan oleh ibu rumah tangga melalui media digital?

Metode Penelitian

Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan teknik observasi terhadap akun media sosial *facebook* yang dimiliki oleh lima orang perempuan (Lies, Kiki, Titin, Yanti, Lois) yang dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Di samping itu, data juga dikumpulkan melalui wawancara dengan informan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis data interaktif. Validitas data diuji dengan menggunakan teknik triangulasi sumber.

Tinjauan Pustaka

Relasi Perempuan dan Teknologi Digital

Dalam sejarah perkembangan manusia, alat atau mesin seringkali diposisikan sebagai penanda kemanusiaan yang membedakannya dengan tumbuhan dan hewan. Alat kemudian menempatkan manusia sebagai superior. Alat digunakan manusia untuk berburu, untuk bercocok tanam, untuk melindungi diri dari hewan buas dan beragam aktivitas lain yang pada umumnya dilakukan laki-laki dan kemudian diklaim sebagai peran produktif. Sementara perempuan lebih banyak berada di rumah dengan tugas mengurus rumah, hamil, melahirkan, dan merawat anak-anak.

Terkait dengan kondisi tersebut Lorber mengutip Mencher (dalam Ore, 2003: 102) menyebutkan bahwa, *"Wherever a task is done by women it is considered easy, and where it is done by [men] it is considered difficult."* Teknologi hadir sebagai instrument yang membantu laki-laki untuk mengerjakan tugas-tugasnya yang sulit, yaitu mengeksplorasi dan bahkan merusak alam. Sementara pekerjaan perempuan adalah pekerjaan yang mudah dan tidak memerlukan teknologi. *"A house, a household, housework and home life: this is not the scenario that is spontaneously evoked by word technology"* (Cockburn, 1997: 361). Pandangan yang membuat perempuan kemudian teralienasi dari teknologi.

Namun sebagaimana relasi gender antara laki-laki dan perempuan yang kini telah bergeser serta batasan ruang domestik dan publik yang semakin kabur, relasi perempuan dan teknologi juga mengalami perubahan. Kehadiran internet dan teknologi digital telah mengkonstruksi relasi baru antara perempuan dan teknologi. Perempuan tidak hanya mampu mengakses teknologi namun juga mampu menggunakannya sebagai alat perjuangan gendernya, sebagai media transformasi dan pemberdayaan. Sebagaimana yang dikatakan oleh Donna Haraway (dalam Ganito, 2012: 80) bahwa, *"technology can empower women, or at least allow of gender transformation."*

Politik Identitas

Secara sederhana identitas dapat dipahami sebagai penanda tentang siapa diri seseorang. Identitas akan menentukan bagaimana seseorang berperilaku dan diperlakukan. Dengan demikian meskipun terdapat sejumlah klaim bahwa identitas adalah sesuatu yang stabil, namun faktanya identitas seseorang seringkali tidak tunggal. Setiap konteks akan menuntut seseorang untuk berperilaku sesuai dengan konteksnya, yang berarti pula akan menuntut seseorang untuk menyesuaikan identitasnya. *"All identities depend on exclusion, on 'othernesses. Who we are is defined by who we are not."* (Hall dalam Bell, 2001: 117). Pada titik ini, tampak bahwa identitas bukanlah sesuatu yang sifatnya terberi (*given*) melainkan dikonstruksi secara sosial sesuai dengan konteks dan relasi yang terjadi dalam interaksi yang ada.

Konstruksi sosial identitas akan selalu terkait dengan relasi kekuasaan. Terkait dengan hal tersebut, Castells (2010: 7-8) menyebutkan

adanya tiga bentuk dan asal mula identitas. Pertama adalah *legitimizing identity*, yaitu identitas yang diperkenalkan oleh institusi dominan kepada masyarakat untuk memperluas dan merasionalisasi dominasi mereka. Bentuk identitas kedua adalah, *resistance identity*. Identitas resisten ini dihasilkan oleh mereka yang posisinya direndahkan atau distigmatisasi oleh logika dominan yang kemudian membangun perlawanan dan pertahanan yang berbasis pada prinsip berbeda dari atau berlawanan dengan mereka yang membentuk institusi sosial itu. Bentuk identitas ketiga yang diajukan Castells adalah *project identity*. Identitas ini terbentuk ketika para pelaku sosial berdasarkan material budaya yang mereka miliki kemudian membangun identitas baru yang mendefinisikan ulang posisi mereka di masyarakat. Bentuk identitas kedua yang disebutkan Castells di atas kemudian diakui oleh para ilmuwan sebagai wujud politik identitas.

Politik identitas juga sering dipahami sebagai biopolitik yang berbicara tentang satu kelompok yang diidentikkan oleh karakter biologis atau tujuan-tujuan biologisnya dari suatu titik pandang, sebagai contoh adalah politik ras dan politik gender (Hellner dalam Abdillah, 2002: 42). Politik identitas telah memposisikan kelompok-kelompok tertentu dalam relasi kuasa berdasarkan identitas yang dimiliki oleh masing-masing kelompok. Perbedaan yang dimiliki oleh kelompok etnik atau ras tertentu misalnya membuat mereka mendapat perlakuan yang berbeda juga. Untuk bisa memperoleh identitas sebagaimana yang diharapkan, kelompok-kelompok subordinat termasuk perempuan kemudian melakukan resistensi atas identitas yang diberikan kepada mereka.

Era Digital dan Identitas yang Cair

Teknologi telah mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi yang lain. Hal itu dijelaskan melalui pendekatan determinisme yang mengatakan bahwa ada relasi satu arah antara mesin/ teknologi dengan orang/ masyarakat. Jika teknologi berubah maka masyarakat ikut berubah atau ikut terpengaruh. Kehadiran sebuah teknologi baru akan pula diikuti oleh terbentuknya kultur baru di kalangan masyarakat penggunaannya. Berdasarkan perkembangan teknologi tersebut, McLuhan membagi sejarah manusia menjadi empat periode, yakni masa masyarakat suku (*tribal age*), masyarakat beraksara (*literate age*), masa cetak (*print age*), dan era elektronik (*electronic age*) (Griffin, 2003: 342). Era

elektronik bagi sebagian orang dibatasi pada era dimana media audio visual berkembang di masyarakat, sehingga dengan demikian kini era tersebut bahkan sudah lewat dan berganti dengan era digital (*digital age*) dengan kultur baru yang khas.

Pada era digital, orang dipertemukan dan melakukan komunikasi dimediasi oleh komputer (*computer mediated communication*) yang terkoneksi melalui jaringan internet. Ketika seseorang melakukan *log in* ke jaringan tersebut maka mereka memasuki sebuah ruang virtual (*cyberspace*) yang didalamnya apapun bisa terjadi. Di ruang itu pula setiap orang bisa menjadi apa atau siapa saja (*fluid identity*). Terkait dengan hal tersebut, Sherry Turkle dalam bukunya *Life on The Screen: Identity in the Age of The Internet* mengatakan bahwa, "*the computer profoundly shapes our ways of thinking and feeling, how ideas carried by technology are reshaped by people for their own purposes, how computers are not just changing our lives but changing our selves*" (Turkle, dalam Trend, 2001: 236). Kehadiran komputer tidak hanya mengubah hidup kita bahkan juga mengubah diri kita. Lebih jauh Laurent Lesnard (2005) menyatakan bahwa, "*The arrival of this information age is supposed to disrupt the previous forms of inequalities and of social organization but also to remodel identities.*"

Hasil dan Pembahasan

Ibu dan Emak Zaman *Now*: Serupa Tapi Tak Sama

Sebutan emak zaman *now* bahkan sebutan emak itu sendiri, baru mulai banyak digunakan sekitar dua atau tiga tahun terakhir. Ketika beragam representasi dan ekspresi tentang perempuan menikah dan memiliki anak bermunculan di media sosial. Mulai dari beragam *meme* tentang emak-emak berdaster hingga video viral tentang Mpok Alfa dan Bu Dendy. Ketika dipertanyakan kepada para informan tentang siapa ibu dan siapa emak, jawaban yang diberikan hampir serupa. Beberapa di antaranya adalah sebagai berikut:

Ibu itu perempuan yang sudah menikah dan sudah punya anak...*kalo* emak zaman *now* itu emak yang kekinian, *gak* kudet¹ tapi updet² *gitu lah teh*... Tapi kalo dilihat dari beberapa video seperti sosok Mpok Alfa atau Bu Dendy, sebutan ibu seperti mengalami peyorasi ya dengan sebutan emak zaman *now*...jadi beda dengan makna ibu. (Kiki, 30 tahun, D4 Kebidanan, ibu rumah tangga dengan dua anak)

Emak zaman now itu emak yang mandiri tanpa mengandalkan orang lain dalam hal apapun..selagi bisa. Emak *yaa* hampir sama dengan ibu...tapi sepertinya ibu lebih tinggi lagi jabatannya dari emak..*haha*... karena *kok* saya merasa jadi emak tapi belum bisa jadi ibu..*haha*.. ibu itu *kayak* lebih bisa lagi dalam banyak hal..lebih sabar lagi dalam banyak masalah..dan lebih dewasa lagi dalam mengambil keputusan. Sebenarnya *kalo* dari artinya sama *yaa*...Cuma itu, istilah emak baru muncul sekarang-sekarang jadi kesannya lebih mencerminkan ibu-ibu sekarang. Seperti seorang emak *gak* harus bisa masak tapi ibu pasti bisa masak. Seorang emak masih butuh jalan-jalan atau ketemu temen-temennya *kalo* seorang ibu *kayaknya udah* tidak perlu itu. (Titin, 30 tahun, S1 Matematika, Ibu Rumah Tangga)

Pendapat kedua informan tersebut di atas jelas sekali menunjukkan bahwa sebuah emak atau emak zaman *now* adalah sebuah bentuk resistensi terhadap makna ibu yang menjadi konstruksi sosial dominan yang ada sebelumnya. Istilah ibu dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diterjemahkan sebagai wanita yang telah melahirkan seseorang; *mak*; sebutan untuk wanita yang sudah bersuami; panggilan yang takzim kepada wanita baik yang sudah bersuami maupun yang belum. Dalam kamus yang sama, ibu sebagai kata benda diterjemahkan dan dituliskan secara berurutan dengan kata /*ke i bu an*/ sebagai kata sifat dari ibu yang didefinisikan sebagai bersifat seperti ibu (lemah lembut, penuh kasih sayang, dan sebagainya); kewanitaan (<https://kbbi.web.id/ibu>).

Sementara itu di dalam kamus yang sama tidak ditemukan kosakata *emak*. Istilah yang mendekati adalah *mak* yang berarti orang tua perempuan; ibu atau sebutan kepada orang perempuan yang patut disebut ibu atau dianggap sepadan dengan ibu (<https://kbbi.web.id/mak>). Kosakata *emak* ditemukan dalam kamus Bahasa Sunda dimana *mak*, *emak* atau panggilan *ema* merupakan panggilan halus kepada ibu (*indung*) (<https://www.kamusdaerah.com>). Dengan demikian, secara harfiah, makna ibu dan emak sesungguhnya tidak berbeda.

Definisi yang termuat dalam kamus tersebut secara eksplisit didominasi oleh stereotype gender yang sangat mapan. *Stereotype* yang secara artifisial tampak seolah memuja perempuan karena diidentikkan dengan semua atribut positif tentang sosok seorang ibu. Namun disisi lain,

stereotype itu telah memberikan beban tersendiri bagi perempuan yang merasa dirinya belum mampu atau tidak memiliki atribut yang memenuhi kriteria ideal menurut masyarakat tersebut.

Atribut-atribut mulia tentang sosok ibu akan banyak bertebaran di media sosial setiap kali menjelang hari ibu. Impian, harapan, alam bawah sadar atau apapun namanya tentang gambaran seorang ibu yang mulia telah menjadi semacam *doxa*³ yang mudah ditemukan pada saat-saat seperti itu. Beberapa di antaranya bisa berbunyi sebagai berikut:

Ibu (kata benda); Seorang yang memberikan waktu 24 jam sehari tanpa meminta bayaran.

Ibu (kata kerja) mencintai, mengayomi, melindungi, mendidik, membimbing, memberi kenyamanan, memelihara, mendukung, merangkul, menghargai, menyemangati, dll.

“Ibu adalah seseorang yang bisa mengambil tempat siapapun tetapi tempatnya tidak bisa tergantikan siapapun.”

“Rumah adalah tempat di mana ibu berada.”

Membaca definisi tentang ibu, tentu saja semua ibu akan merasa tersanjung namun di sisi lain tersirat makna betapa beratnya beban menjadi seorang ibu. Maka mudah dipahami jika kedua informan di atas dan mungkin jutaan ibu muda lain kemudian melakukan resistensi atas identitas ibu dan keibuan yang dikonstruksi dan diwariskan secara sosial dari generasi ke generasi. Mereka ibu, tetapi bukan ibu yang seperti disebutkan dalam kamus-kamus bahasa. Mereka adalah emak *zaman now*. Serupa tapi tak sama dengan ibu.

Internet dan Media Sosial: Kekuatan Digital Untuk Emak

Melintasi ruang dan waktu nilai-nilai sosial diwariskan dari generasi ke generasi, termasuk konstruksi sosial tentang bagaimana menjadi istri dan ibu. Barkow (dalam Cross, et.al., 2004: 37) mengatakan bahwa, “*Most cultures support and reinforce men for choosing women who are dependent, nurturing and willing to sacrifice for male defined goals*”. Kebanyakan budaya masyarakat akan mendukung laki-laki untuk memilih perempuan yang tergantung, apa adanya dan mau mengorbankan diri untuk mendukung tujuan suaminya. Nilai-nilai demikian secara langsung ataupun tidak seringkali merepresi perempuan. Membuat suaranya tidak didengar, membuat gerak langkahnya menjadi terbatas, dan bahkan tidak memiliki kuasa atas tubuhnya sendiri karena dia harus selalu mengalah dan berkorban untuk tujuan atau kebahagiaan suami dan keluarga.

Kehadiran internet dan media sosial telah membukakan akses bagi perempuan untuk bersuara, untuk didengar, untuk dilihat bahkan untuk melakukan aktivitas yang selama ini terbatas oleh dinding ruang domestik menjadi jauh menembus ruang dan waktu. Seperti yang dikatakan oleh sejumlah informan berikut:

Media sosial buat saya awalnya hanya untuk menghilangkan kejenuhan di rumah, *gak* begitu penting. Tapi sekarang lain *dong*, dimanfaatkan untuk semaksimal mungkin silaturahmi dan berikhtiar. Hidup jadi lebih *amazing*, tidak monoton, tambah teman, tambah ilmu dan wawasan. Sebelum ada media sosial informasi dan teman terbatas. Contoh *kalo* ada penggalangan dana buat sosial pasti sangat terbatas di lingkungan keluarga atau daerah saja. Pengajian atau taklim pun terbatas. Setelah ada medsos, seolah tidak ada lagi batas ruang dan waktu, yang tadinya hanya di lingkungan terdekat bisa melintasi daerah, pulau, negara bahkan benua. IRT jadi lebih dapat berperan dalam beberapa hal, meski sambil diam di rumah (Lies, 42 tahun, Sarjana Ekonomi, Ibu Rumah Tangga).

Jadi IRT bukan cita-cita saya dulu tapi sekarang beda. Perkembangan teknologi jadi bisa memberi peluang IRT untuk bisnis online juga. Kalo cuma mengandalkan offline mungkin gak bisa sebesar sekarang. Benar-benar terbantu karena sosmed. Alhamdulillah rezeki itu peluang besarnya memang dari berdagang buktinya sekarang Allah kasih lebih dibanding waktu saya kerja kantoran dulu. Sayang aja kalo sosmed tidak dimaksimalkan untuk cari uang, sehingga di rumah pun tetap bisa punya penghasilan (Yanti, 42 tahun, Sarjana Ekonomi, Ibu Rumah Tangga)

Kelima informan dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga. Kiki yang alumni kebidanan sebelumnya adalah juga seorang dosen. Keinginan untuk menjalani pengasuhan kedua balitanya secara langsung membuat Kiki memutuskan untuk menjadi ibu rumah tangga. Namun demikian bagi Kiki menjadi ibu rumah tangga tidak menjadikannya sosok tidak berdaya yang hanya diam di rumah bergantung pada suami. Kehadiran media sosial membuatnya bisa tetap melakukan dakwah, bisa mencari ilmu, bisa berbagi. Beranda *facebook*nya kerap kali diisi postingan tentang berbagai hal maupun isu keislaman. Bahkan Kiki pun sering

diundang mengisi kajian tentang perempuan dan kesehatan baik dalam forum kajian hingga ke radio siaran.

Informan kedua adalah Titin. Sebelumnya dia bekerja sebagai karyawan di perusahaan swasta. Bisnis *multilevel marketing* yang difasilitasi melalui media sosial membuatnya memutuskan untuk berhenti dan menjadi ibu rumah tangga. Aktivitasnya sekarang lebih banyak di rumah, melakukan promosi usaha di media sosial, membina member di WAG (*WhatsApp Group*) dan sesekali menemui member-membarnya termasuk mereka yang di luar kota. Penghasilan yang diperoleh Titin setelah memutuskan menjadi ibu rumah tangga dan berbisnis *online* di rumah bisa mencapai tujuh puluh juta rupiah per bulan.

Lies sebagai informan ketiga, sebagai ibu rumah tangga dia terbiasa dengan aktivitas memasak. Media sosial kemudian membantunya untuk menjalankan bisnis kuliner. Dia memproduksi aneka sambal botolan, jajanan dan bumbu khas Tasik yang kemudian dipasarkan melalui media sosial. Lies juga menggunakan media sosial untuk menggalang dana dan menyuarakan aspirasi politiknya. Sebagai putri seorang wartawan Lies memiliki minat yang cukup tinggi terhadap masalah politik. Masalah yang dulunya adalah domain laki-laki, kini juga menjadi isu yang familiar bagi perempuan.

Yanti, mantan karyawan bank perkreditan rakyat (BPR). Merasakan bahwa media sosial betul-betul telah membawa dia ke posisi yang justru lebih baik dibanding ketika masih berstatus pekerja kantor. Dia bisa berada di rumah, mendampingi anak-anaknya sekaligus memiliki penghasilan yang justru jauh lebih besar daripada ketika dia masih bekerja di BPR.

Lois, adalah informan terakhir, juga adalah seorang ibu rumah tangga dengan satu anak. Lois juga memanfaatkan media sosial untuk mengembangkan bisnis onlinenya dan sebagai sarana hiburan. Lois biasa berinteraksi bercanda bahkan mengunggah video-videonya ketika bernyanyi menggunakan aplikasi *online*.

Hingga tataran ini, maka tidak berlebihan jika Hardey (2002:576) mengatakan bahwa, "*For some users and women in particular, the internet offers a space for emotional expression that is perceived to be unavailable in elsewhere*". Internet telah memberikan ruang berekspresi bagi perempuan yang sebelumnya tidak tersedia.

Menghadirkan Sosok Emak Baru: Politik Identitas Ibu Rumah Tangga

Konstruksi dominan tentang sosok ibu yang sempurna secara sosial pada akhirnya kerap melahirkan perlakuan diskriminatif, stereotype dan subordinatif kepada perempuan, khususnya ibu rumah tangga. Di sisi lain sebagaimana dikatakan oleh Foucault tentang kekuasaan yang produktif, *'Where there is power, there is resistance'* (Foucault, dalam Gauntlett, 2002: 120) maka dalam konteks ini, kondisi itu pun dapat ditemui dengan mudah. Kuasa wacana tentang ibu rumah tangga yang penuh dengan atribut normative kemudian menimbulkan perilaku resisten dari perempuan ibu rumah tangga sendiri. Mereka melakukan aktivitas politik identitas melalui beragam media sosial yang mereka miliki untuk menghadirkan sosok emak baru yang berbeda dengan sosok ibu konvensional.

Berikut adalah beberapa contoh postingan kelima informan di akun facebook mereka masing-masing.





Report - Rekap Bonus

Start date : 30-06-2018 📄 (844 views)

End date : 02-07-2018 📄 (844 views)

Total

PSB	NBB	MBS	NLB
888,000	778,300	12,174,000	2,339,300

No.	Tanggal	Jenis Bonus	Jumlah
1.	30-06-2018	Network Balance Bonus	2,070,000
2.	30-06-2018	Network Development Bonus	24,300
3.	30-06-2018	Network Leadership Bonus	231,000



Jika dicermati beragam bentuk representasi diri di atas tidak lain dari merupakan sebuah *performance* tentang bagaimana para ibu itu ingin dilihat. Terkait dengan hal tersebut Fiske mengatakan bahwa, “*Looking makes meanings; it is therefore a means of entering social relations, of inserting oneself into the social order in general and of controlling one’s immediate social relations in particular*” (Fiske, 2000: 323). Penampilan akan memberikan makna yang kemudian akan menentukan bagaimana seseorang akan memasuki sebuah relasi sosial, bagaimana seseorang akan menempatkan diri dalam tatanan sosial secara umum dan mengontrol relasi sosialnya secara khusus.

Bagi para ibu rumah tangga, menampilkan performa yang berbeda tentang ibu dengan mengusung sosok baru yaitu *emak zaman now* dapat dikatakan juga sebagai upaya untuk menunjukkan kuasa mereka untuk menentukan sendiri dimana mereka ingin diposisikan dalam masyarakat, *the power of emak-emak*.

Perempuan, dijelaskan Fiske selalu memiliki kemampuan (*power*) menghadapi beragam bentuk subordinasi dalam kehidupan sehari-harinya yang patriarkis, “*Women, despite the wide variety of social formations to which they belong, all share the experience of subordination under patriarchy and have*

evolved a variety of tactical responses that enable them to deal with it on a day – to – day level” (2000: 321).

Kesimpulan

1. Perempuan memaknai konsep ibu dan emak secara berbeda. Ibu adalah identitas yang dilegitimasi (*legitimizing identity*) oleh institusi sosial dominan dalam masyarakat sementara emak adalah identitas perlawanan (*resistancy identity*) yang dikonstruksi untuk merepresentasikan sosok ibu yang dirasakan lebih sesuai dengan kondisi saat ini (zaman *now*.)
2. Media sosial (digital) telah memberikan kekuatan (*empowering*) bagi perempuan ibu rumah tangga untuk mengakses dan juga berpartisipasi aktif dalam bidang sosial, ekonomi, bahkan politik tanpa dibatasi oleh sekat ruang dan waktu.
3. Politik identitas untuk menghadirkan sosok emak baru dilakukan perempuan melalui media digital melalui berbagai foto, status, postingan, kutipan yang dirasa dapat membangun performa baru mereka sebagai perempuan yang memiliki kuasa atas diri mereka sendiri dan juga bisa berkontribusi bagi lingkungan.

Daftar Pustaka

- Abdillah S, Ubed. 2002. *Politik Identitas Etnis, Pergulatan Tanda Tanpa Identitas*. Magelang: Indonesiatara
- Bell, David. 2001. *An Introduction to Cyberculture*. London & New York:Routledge
- Castells, Manuel. 2010. *The Power of Identity, Second Edition with a New Preface*. Oxford: Blackwell Publishing
- Cockburn, Cynthia. 1997. “Domestic Technologies: Cinderella and The Engineers” dalam *Women’s Studies International Forum*, Vol.20, No. 3. P. 361-371
- Cross, Linda Berg, et. al. 2004. “Single Professional Women: A Global Phenomenon Challenges and Opportunities” dalam *Journal of International Women’s Studies* Vol. 5 No. 5 June 2004. Hal. 34-59

Fiske, John. 2000. "Shopping For Pleasure: Malls, Power, and Resistance" dalam Schor, Juliet B dan Holt, Douglas B. (eds). 2000. *The Consumer Society Reader*. New York: The New Press

Ganito, Carla. 2012. "Women on The Move: The Mobile Phone as a Gender Technology" dalam *Comunicação and Cultura*, No. 9. Vol. 210. Hal. 77-88

Gauntlett, David. 2002. *Media, Gender, and Identity*. London & New York: Routledge

Hardey, Michael. 2002. "Life Beyond The Screen: Embodiment and Identity Through the Internet." Dalam *The Editorial Board of The Sociological Review 2002*. Oxford: Blackwell Publishing.

Laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2017

Laurent Lesnard, "Social Change, Daily Life and the Internet", Chimera Working Paper Number: 2005-07.

Lorber, Judith. 2003. "The Social Construction of Gender." Dalam Ore, Trace E. 2003. *The Social Construction of Difference and Inequality, Race, Class, and Sexuality*. 2nd edition. New York: McGraw-Hill Companies. Inc.

Turkle, Sherry. 2001. "Who Am We?" dalam Trend, David. *Reading Digital Culture*. Massachusetts: Blackwell Publishing

PESAN KEBENCIAN DI MEDIA SOSIAL

(ANALISIS ISI PERBINCANGAN DI FACEBOOK DAN TWITTER SEPUTAR ISU PKI DAN WAHABI)

Edi Santoso

PENDAHULUAN

Kehadiran media baru (*new media*) tak hanya membawa banyak kemudahan, tetapi juga tantangan. Salah satunya, adalah masalah etika yang kian meningkat seiring dengan laju penggunaan media berbasis internet. Pesan kebencian (*hate speech*) misalnya, kini semakin meningkat jumlahnya di ranah *online*. Di Inggris misalnya, jumlah orang yang ditahan karena kejahatan ucapan di internet meningkat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2010 tercatat 625 orang ditahan dalam kasus ini, yang meningkat menjadi 857 orang pada tahun 2015. Jadi, ada peningkatan 37 persen dalam rentang lima tahun (seperti dikutip Leam Deacon dari Freedom of Information Request yang dibuat oleh Metropolitan Police). BBC pernah menyebut tahun 2015 sebagai ‘The Year that Angry Won The Internet’, berdasarkan data yang menunjukkan tingginya pesan kebencian di internet. Sebagai contoh, berdasarkan analisis Demos, rata-rata 480 ribu pesan berisi kebencian ras di tweet-kan melalui Twitter tiap bulan pada tahun 2015. Bandingkan dengan angka 10 ribu pada tiga tahun sebelumnya. Dalam pandangan UN Human Rights Council Special Rapporteur on Minority Issues (HRC, 2015), pesan kebencian di ranah *online* menjadi tantangan baru. Sementara statistik yang memberikan gambaran global tentang fenomena ini belum tersedia, platform jejaring sosial dan organisasi yang diciptakan untuk memerangi kebencian telah menunjukkan bahwa pesan kebencian yang disebarakan secara *online* semakin umum dan telah menimbulkan perhatian yang belum pernah terjadi sebelumnya. Menurut HateBase-aplikasi berbasis web yang mengumpulkan contoh pesan kebencian *online* di seluruh dunia, sebagian besar kasus kebencian atas individu terjadi berdasarkan etnis dan kebangsaan. Hasutan untuk kebencian yang berfokus pada agama dan kelas juga telah meningkat.

Di Indonesia sendiri, memang belum ada data kuantitatif yang menunjukkan peningkatan pesan kebencian di ranah *online*. Namun, beberapa peristiwa terakhir menunjukkan dampak mengerikan dari beredarnya pesan kebencian, misalnya dalam kasus kerusuhan Tanjung Balai. Kejadian yang terjadi pada Juli 2016 ini berawal dari kesalahpahaman beberapa orang, yang kemudian diunggah dan disebarluaskan melalui media sosial. Orang yang menerima pesan tanpa memahami persoalan sesungguhnya kemudian tersulut amarah, dan turut menyebarkan pesan itu. Pesan yang sambung menyambung itu kemudian memunculkan kemarahan massa, hingga mengakibatkan kerusakan sebuah tempat ibadah. Sebelum kasus ini, pesan kebencian juga marak terutama pada saat hajatan politik seperti pemilihan legislatif (pileg) dan pemilihan presiden (pilpres). Pilpres 2014 tercatat sebagai kontestasi yang menyedot perhatian besar para *netizen*. Dua kelompok pendukung saling berhadapan dan sama-sama 'militan'. Dari sinilah kemudian populer istilah 'hater', karena memang pesan-pesan kebencian diproduksi dan direproduksi secara massal oleh masing-masing kubu untuk menegasikan kelompok lainnya. Suasana ini tak serta merta meredup seiring berlalunya pilpres. Pada saat menjelang pilkada DKI 2017 misalnya, suasana pilpres 2014 kembali terulang. Masing-masing kelompok saling serang dengan pesan-pesan kebencian di ranah *online*. Kondisi ini semakin memanas ketika terjadi kasus dugaan penistaan agama oleh salah satu kontestan Pilkada DKI, Basuki Tjahaja Purnama.

Di antara perbincangan panas, yang seringkali juga berkaitan dengan kontestasi politik, menyangkut isu wahabi dan PKI. Dua istilah yang merujuk pada kelompok tercitrakan sebagai momok. PKI adalah organisasi terlarang, berdasarkan TAP MPRS No 25 Tahun 1966. Secara formal, organisasi ini memang sudah mati, tapi secara ideologi, oleh sebagian kalangan, dianggap belum hilang, sehingga ada istilah 'bahaya laten PKI'. 'Hantu' PKI sering dihadirkan untuk menyerang atau mendiskreditkan kelompok dalam perbincangan di media sosial. Sedangkan 'wahabi' adalah istilah yang merujuk pada sosok Muhammad bin Abdul Wahab, salah satu tokoh agama terkemuka di semenanjung Arabia di abad pertengahan (Mangasing, 2008). Namanya juga sering disebut sebagai salah satu pendiri Kerajaan Arab Saudi. Tokoh yang identik

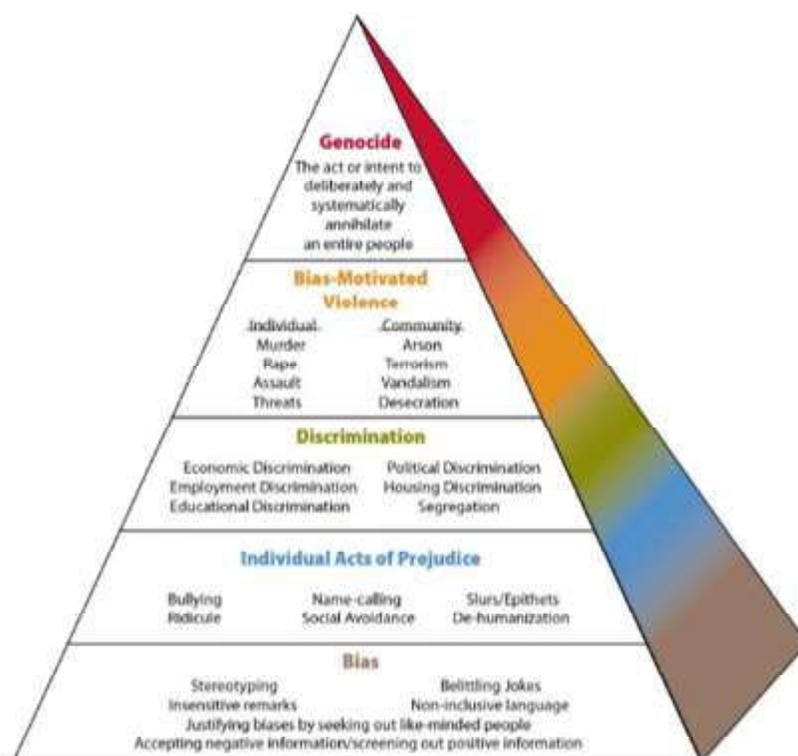
dengan gerakan pemurnian akidah ini, dikemudian hari oleh beberapa kalangan dikait-kaitkan dengan berbagai gerakan radikal. Maka, jadilah istilah 'wahabi' sebagai bentuk peyoratif (istilah yang mengalami kecenderungan makna negatif). Istilah ini kemudian dalam berbagai perbincangan di media sosial menjadi label untuk menyerang kelompok tertentu. Label 'PKI' dan 'Wahabi' kemudian menjadi praktik ujaran kebencian di media sosial.

Menurut UNESCO (Gagliardon, 2015), pesan kebencian merujuk pada ekspresi hasutan untuk menyakiti (khususnya diskriminasi, permusuhan, dan kekerasan) terhadap sasaran kelompok sosial atau demografis tertentu, misalnya perkataan yang membela, mengancam, atau mendorong tindak-tanduk kekerasan. Konsep ini kadang diperluas pada ekspresi yang menumbuhkan iklim prasangka dan intoleransi yang diasumsikan menjadi bahan bakar diskriminasi, permusuhan, dan serangan kekerasan. Dalam bahasa umum, definisi pesan kebencian cenderung meluas, kadang bahkan mencakup kata-kata yang menghina penguasa atau individu. Terutama pada saat-saat krusial, seperti saat pemilu, konsep pesan kebencian mungkin rentan terhadap manipulasi. Tuduhan mengobarkan kebencian mungkin diperdagangkan antara lawan politik atau digunakan oleh mereka yang berkuasa untuk mengekang perbedaan pendapat dan kritik. Sementara itu, menurut Council of Europe (Weber, 2009), pesan kebencian meliputi segala bentuk ekspresi yang disebarkan untuk menghasut, mempromosikan atau membenarkan kebencian ras, xenophobia, anti semitsme, atau bentuk kebencian lain yang berakar pada intoleransi, termasuk intoleransi yang diekspresikan nasionalisme dan etnosentrisme agresif, diskriminasi dan permusuhan terhadap minoritas dan warga pendatang.

Alois A. Nugroho (2016) mengutip Rita Kirk Whillock dalam esainya yang berjudul "Ethical Considerations of Civil Discourse: The Implication of The Rise of Hate Speech (dalam Denton, ed., 2000) menyebut bahwa pesan kebencian pada hakikatnya adalah "anihilis retorik" terhadap lawan. Meskipun hanya melalui kata-kata, pesan kebencian itu bertujuan untuk meniadakan atau mematikan lawan. Akibatnya, dialog atau diskursus menjadi macet. Tak ada kesediaan untuk menghargai dan mendengarkan lawan bicara. Tak ada kesediaan untuk terbuka, untuk belajar, dan berubah.

Dari penelitiannya, Bartlett (2015) menyebut pesan kebencian sebagai potret gelap internet, di luar masalah pornografi anak, perdagangan obat terlarang, provokasi, dan pasar asasinasi. Internet sendiri, menurut Barlett (2015), sudah menjadi platform politik yang penting di berbagai belahan dunia, mulai dari kampanye Barack Obama di Amerika Serikat hingga flash mob gerakan pendudukan. Akan tetapi, teknik yang sama juga digunakan gerakan-gerakan politik ekstrem untuk menyebarkan pesan kebencian dan merekrut pendukung baru.

Untuk memahami kontekstualisasi tindakan diskriminatif, termasuk pesan kebencian, dan kemungkinan konsekuensinya, Liga Antifitnah (The Anti-Defamation League) mengembangkan piramida sebagai berikut:



Gambar 1. Piramida Kebencian

Piramid tersebut menunjukkan perilaku bias, yang muncul secara kompleks dari bawah ke atas. Dimulai dari hal yang nampak lumrah, seperti *stereotyping* atau informasi negatif, kebencian bisa terus meningkat eskalasinya, hingga di level puncak yang paling mengerikan, yakni genosida.

Pesan kebencian di ranah *online* memang tidak memiliki perbedaan esensial dengan pesan serupa di ranah *offline*, namun ada beberapa karakteristik (Gagliardon, 2015) yang harus menjadi perhatian kita. *Pertama*, kekekalan pesan (*permanence*). Di ranah *online*, pesan bisa bertahan dalam waktu yang lama, dan dalam format yang berbeda bisa lintas platform dan dapat diulang melalui tautan (*link*). Arsitektur platform akan berpengaruh pada berapa lama pesan bertahan. Pada Twitter misalnya, ada 'trending topic' yang menggambarkan bagaimana pesan cepat tersebar, menjadi pembicaraan global, namun tak lama usianya. Sedangkan pada Facebook, ada peluang pesan akan bertahan lebih lama.

Kedua, pengembaraan pesan (*itinerancy*). Bahkan ketika pesan sudah dihapus, di ranah *online*, bisa dibangkitkan lagi dalam platform yang sama dengan nama yang berbeda atau dimunculkan dalam ruang *online* yang berbeda. *Ketiga*, anonimitas atau kepalsuan (*false name*). Dalam kondisi anonim, orang akan merasa lebih nyaman dan aman untuk menyebarkan pesan kebencian. Dengan menggunakan identitas palsu misalnya, orang akan merasa aman dari penuntutan. *Keempat*, transnasionalitas (*transnationality*). Pesan yang menyebar lintas negara akan memunculkan persoalan tersendiri, misalnya terkait mekanisme hukum untuk mengatasinya.

Meskipun pesan kebencian di ranah *online* memiliki karakteristik yang unik, bukan berarti kita bisa membangun asumsi bahwa apa yang terjadi di ranah *online* terpisah dari apa yang terjadi di ranah *offline* (*digital dualist assumption*). Jurgensen (2011) mengatakan, media sosial memiliki banyak hal yang bisa dilakukan dengan dunia fisik. Dunia *offline* kita juga terus dipengaruhi oleh media sosial. Keluar dari asumsi *dualist* ini berarti kita harus memberi penekanan pada konteks munculnya pesan kebencian di ranah *online*: bahwa pesan kebencian di internet adalah ekspresi dari fenomena yang lebih luas, dari rasisme yang meluas dan terus meningkat.

Beberapa studi telah dilakukan untuk mengamati penyebaran pesan kebencian di dunia *online*. Misalnya, penelitian oleh MRAP—sebuah organisasi dari Perancis, yang pada 2008-2009 menganalisis lebih dari 2000 URL, tidak hanya situs kebencian itu sendiri, tetapi juga *link* ke dan dari situs ini yang mengarah ke forum, blog, situs jejaring sosial dan video. Riset ini menggambarkan jaringan kebencian. Sebuah kecanggihan dari banyak kelompok kebencian dalam menyebarkan ideologi mereka. Ditampilkannya satu video, misalnya, mengarahkan pengguna pada video dan musik kebencian lainnya, komunitas yang berbagi pandangan sama, dan sumber daya lainnya (CoE, 2012).

Rogers (2013) yang memfokuskan pada gerakan ekstrim kanan melakukan pemetaan *online* sayap kanan ekstrim dan populis di 13 negara Eropa. Rogers menyebutnya sebagai “a picture of the right according to the web”. Pemetaan ini menemukan adanya perpindahan gerakan sayap kanan dari web menuju media sosial. Penulis menunjukkan bahwa tidak hanya organisasi pemuda dan pemuda yang telah meninggalkan web dan sekarang menggunakan media sosial, tetapi juga ‘kanan baru’, sehingga semakin baru pembentukan sayap kanan, semakin *update* media yang mereka gunakan. Rogers pun mendorong penelitian baru untuk fokus pada jaringan media sosial dan daya tarik konten dan kegiatan untuk pengikut hak ini, mempelajari keterlibatan mereka dalam hal seperti, saham, komentar pada pengikut kelompok ini.

Studi lain, yang dilakukan di Inggris, telah difokuskan pada pelaku Islamophobia di Twitter, menyusul serangan Woolwich Mei 2013 (Awan, 2013). Studi ini meneliti 500 tweets dari 100 pengguna Twitter, melihat hashtag #Woolwich, #Muslim dan #Islam, untuk menganalisis bagaimana Muslim dipandang oleh pelaku pelecehan *online*, yang bertujuan untuk memberikan tipologi karakteristik pelaku. Mayoritas (72%) dari tweets yang dianalisis dibuat oleh laki-laki yang tinggal di Inggris, dan lebih dari 75% dari tweets menunjukkan sentimen Islamophobia yang kuat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah analisis isi kualitatif. Hsieh & Shannon (2005) mendefinisikan analisis isi kualitatif sebagai sebuah metode penelitian

untuk interpretasi subyektif teks melalui proses klasifikasi koding secara sistematis, sehingga bisa diidentifikasi tema atau polanya. Analisis isi kualitatif berfokus pada makna, tema, pola, lebih dari semata menghitung kata atau mengurai aspek kuantitatif teks. Jadi, metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami realitas sosial dalam sudut pandang subyektif-saintifik. Metode ini, dalam istilah McQuail (2005), termasuk dalam kategori *structural analysis of texts*, yang bersifat kualitatif, holistik, selektif, ilustratif, spesifik, makna laten, dan bersifat relatif bagi pembaca. Analisis isi kuantitatif klasik memiliki sedikit jawaban atas pertanyaan dari kategori-kategori, bagaimana sistem kategori dibuat: "Bagaimana kategori didefinisikan...adalah sebuah seni. Hanya sedikit tulisan yang menjelaskan hal tersebut." (Krippendorff, 1980). Namun, dalam pendekatan kualitatif, hal tersebut akan menjadi pusat perhatian, yakni membuat aspek-aspek interpretasi, kategori-kategori, sedekat mungkin dengan materi, untuk memformulasikan dalam istilah-istilah material. Dalam analisis isi kualitatif, para peneliti telah mengembangkan apa yang disebut sebagai prosedur kategori induktif, yang diorientasikan pada formulasi proses reduktif dalam psikologi pemrosesan teks (Van Dijk, 1980).

Di antara tiga pendekatan analisis isi kualitatif, peneliti memilih *directed content analysis*. Dalam pendekatan ini, koding dimulai dari sebuah teori atau temuan penelitian yang relevan. Kemudian, selama analisis data, peneliti membenamkan diri dalam data, sehingga menemukan makna atau pola tertentu. Tujuan pendekatan ini untuk memvalidasi atau memperluas sebuah kerangka konseptual atau teori (Hsieh and Shannon, 2005).

Berbeda dengan analisis isi kuantitatif yang mensyaratkan sampel probabilitas, pada pendekatan kualitatif ini, sampel diambil secara purposif, yakni teks-teks relevan, yang bisa menjawab pertanyaan penelitian. Peneliti akan menganalisis teks dalam media sosial terpilih, yakni tulisan dan gambar pada *Twitter* dan *Facebook*, yang terkait dengan isu penistaan agama oleh Basuki Thahaja Purnama

Proses analisis, diawali dengan melakukan pengamatan terhadap beberapa akun media sosial yang sering memuat pesan kebencian, baik berupa gambar ataupun teks, terkait dengan wacana PKI dan Wahabi. Pada fase ini juga, peneliti mulai mengidentifikasi akun-akun yang berpotensi untuk diamati lebih lanjut, baik berdasarkan isi atau bahasa yang

digunakan. Kedua, adalah fase seleksi unit analisis. Peneliti memilih beberapa akun yang paling sering memuat pesan kebencian, selain juga mempertimbangkan tingkat *update* dari akun tersebut. Akun-akun yang dinamis (sering di-*update*) akan diprioritaskan untuk dianalisis lebih lanjut. Tahap ketiga, peneliti memastikan isi media sosial terkait untuk proses analisis selanjutnya, berdasarkan kriteria masing-masing media sosial. Misalnya, dalam *Facebook*, selain akun pribadi, juga terdapat beberapa grup yang relevan untuk diteliti. Keempat, fase pengorganisasian data. Kelima, membuat koding terbuka. Peneliti memilah isi teks berdasarkan tema-tema tertentu, sesuai dengan hasil pengamatan. Lembar koding dibuat untuk mensistematisasi dan memudahkan dalam menginterpretasikan teks. Dalam lembar koding ini, teks kemudian dikelompokkan sesuai dengan jenisnya. Ada teks yang berupa tulisan, dan ada pula yang berupa gambar. Tulisan di media sosial juga ada yang bersifat statis (yang selalu ada di halaman pertama), misalnya tulisan slogan pada *banner*, ada juga yang bersifat dinamis, yakni tulisan yang menjadi bagian isi media. Pengelompokan teks secara tematis akan mempermudah peneliti dalam membuat kategorisasi dan abstraksi. Dari kategorisasi ini, penulis kemudian membuat kesimpulan tentang bentuk dan model penyebaran pesan kebencian di Twitter dan Facebook.

PEMBAHASAN

Dalam sejarah resmi negeri ini (yang ditulis oleh rezim), PKI adalah noktah hitam dalam perjalanan bangsa ini. PKI dianggap sebagai kelompok radikal yang terkait dengan serangkaian tindak kekerasan dan upaya kudeta atas pemerintahan yang sah. PKI juga identik dengan kelompok tak beragama, yang tentu saja berada di seberang mayoritas masyarakat Indonesia yang berketuhanan. Atas segala perbuatannya, oleh rezim Orde Baru, PKI diganjar dengan TAP MPRS No 25 Tahun 1966 sebagai kelompok terlarang di negeri ini. Segala yang berbau PKI akan dicap sebagai anti NKRI. Maka, di era Orde Baru ada pembersihan birokrasi dari unsur-unsur PKI, sehingga warga yang terdeteksi memiliki hubungan darah dengan mantan anggota PKI tak bisa menjadi PNS, atau yang terlanjur menjadi PNS mendapat sanksi pemecatan. Selanjutnya, PKI seringkali menjadi label

yang berdimensi politik. Maksudnya, stigma PKI sering dipakai untuk menyerang lawan-lawan politik.

Sementara itu, istilah 'wahabi', bisa diartikan sebagai pengikut Muhammad bin Abdul Wahab, salah satu tokoh agama terkemuka di semenanjung Arabia di abad pertengahan (Mangasing, 2008). Muhammad bin Abdul Wahab juga sering disebut sebagai salah satu pendiri Kerajaan Arab Saudi. Istilah wahabi, kadang juga dikaitkan dengan dengan kelompok 'Salafy', yang merujuk pada ulama salaf (ulama terdahulu). Wahabi atau Salafi menandai gerakan konservatisme Islam. Gerakan ini, oleh beberapa kalangan dikait-kaitkan dengan berbagai gerakan radikal, mengingat pendekatannya yang sering atau cenderung mengkafirkan atau mem-bid'ah kan pihak lain (karenanya, kadang disebut sebagai gerakan tabdi' atau takfiri). Maka, jadilah istilah 'wahabi' sebagai bentuk peyoratif (istilah yang mengalami kecenderungan makna negatif). Sama seperti istilah PKI, kata 'wahabi' juga kemudian dalam berbagai perbincangan di media sosial menjadi label untuk menyerang kelompok tertentu.

Penelitian ini mengungkap perbincangan yang terindikasi sebagai ujaran kebencian dengan menggunakan jargon PKI atau wahabi di media sosial. Adapun media sosial yang di amati adalah Twitter dan Facebook. Pertama-tama, akan ditampilkan bentuk-bentuk pesan yang terkait isu

Kasus Ahok adalah panggung lawan politik di Pilkada dan diboncengi Wahabis lokal agar DKI rusuh. Setelahnya dia msk dan ISIS dpt rumah baru. (@ASapardan, 4 Mar 2017)

@Stakof Dan apa jadinya kalo wahabis lokal dukung IS? Saudi's Kingdom terancam mamen... (@dafihusna 9 Sep 2014)

Agama adl candu | inilah yg saya sebut #komunisGayaBaru #bahayaPKI cc: @GeneralMuldoko (@frans_surya, 15 May 2016)

Sahur dilarang. Jual qurban dilarang. Takbir dilarang. Besok... Adzan dilarang. Shalat dilarang. Puasa dilarang. #bahayaPKI (@frans_surya 12 Jul 2015).

Wahabi maupun PKI di media sosial terkait. Tehtu saja, mayoritas berupa teks, seperti berikut ini:

Gambar 1. Fanpage Facebook Anti-Wahabi



Gambar 2. Flyer anti-Wahabi



Gambar 4. Akun Twitter anti-PKI



Sumber: Twitter@Rbicara

Gambar 3. Akun Twitter anti-PKI



Sumber: Twitter @gmacan70

Selain teks berupa tulisan, terdapat juga pesan-pesan grafis seperti berikut:

Dari analisis isi yang dilakukan secara kualitatif, ada beberapa temuan:

Pertama, labelling negatif wahabi berkaitan dengan terorisme. Ada beberapa pihak yang mengkaitkan aksi terorisme dengan gerakan wahabi. Dengan kata lain, wahabi dianggap sebagai ideologi yang menjadi akar gerakan radikal dan teror. Ini nampak, antara lain dalam tulisan Abu Janda (Permadi Arya) dalam akun Facebook-nya:

Ketika rentetan bom bunuh diri meledak di berbagai penjuru dunia dari london sampai madrid sampai irak buah karya gerombolan begal SALAFIS WAHABIS bernama Al-Qaeda, dunia tidak mengerti apa itu “Salafi Wahabi”.. dunia hanya tau ISLAM. (2)
Ketika Amrozi,cs meledakkan Sari Club pada serangan Bom Bali I, dunia tidak tau Amrozi juga menganut aliran radikal “Salafi Wahabi” yang berasal dari Arab Saudi ini.. dunia hanya tau Amrozi ISLAM. (3)

Ketika dunia bergetar merinding menyaksikan video-video eksekusi manusia brutal nan sadis oleh ISIS, dunia tidak tau ISIS juga beraliran “Wahabi” sama seperti aliran yang dianut organisasi induknya Al-Qaeda.. dunia hanya tau ISIS itu ISLAM. (4)...(FB Abu Janda, 15 Juli 2015)

Begitu juga dalam tweet @Asapardan, yang menyebut gerakan wahabi lokal sebagai perpanjangan tangan dari ISIS (Negara Islam Irak dan Suriah, dedengkot terorisme global pasca al Qaidah):

Contoh lain nampak dalam ciutan Twitter berikut:

Wahhabis Lokal Retweeted #NO2ISIS

Kasus Ahok adalah panggung lawan politik di Pilkada dan diboncengi **Wahabis lokal** agar DKI rusuh. Setelahnya dia msk dan ISIS dpt rumah baru. (@Asapardan, 4 Maret 2017)

Kedua, labelling negatif PKI terkait dengan ideologi ateis dan kekejaman. PKI yang berideologikan komunis identik dengan gerakan yang antiagama – dengan slogan populernya ‘tuhan telah mati’ (dikutip secara bebas dari pernyataan Karl Marx). Dalam konteks Indonesia PKI juga identik dengan serangkaian tindak kekerasan dan kekejaman, misalnya dalam pemberontakan PKI Madiun atau gerakan kudeta 30 September 1965 (G30S/PKI). Label ini, antara lain nampak dalam beberapa tulisan di media sosial berikut:

Sahur dilarang. Jual qurban dilarang. Takbir dilarang. Besok... Adzan dilarang. Shalat dilarang. Puasa dilarang. [#bahayaPKI](#) (@frans_surya 12 Jul 2015)

Agama adl candu | inilah yg saya sebut [#komunisGayaBaru](#) [#bahayaPKI](#) cc: @GeneralMuldoko (@frans_surya 15 May 2016)

Pada tanggal 1 Oktober 1965, Partai Komunis Indonesia atau PKI berusaha melancarkan pemberontakan untuk kesekian kalinya dan akibat peristiwa biadab yang dilancarkan orang-orang komunis dan pengikutnya, maka Bangsa Indonesia harus kehilangan sejumlah perwira tinggi, perwira menengah dan perwira pertamanya yang merupakan putra-putra terbaik di lingkungan Angkatan Bersenjata Republik Indonesia. Selain itu, gugur pula seorang putri Jenderal Abdul Haris Nasution yang bernama Ade Irma suryani Nasution.

Para perwira itu adalah Jenderal TNI Anumerta Achmad Yani, Letjen Anumerta S Parman, Letjen Anumerta Suprpto, Letjen Anumerta M.T Haryono, Mayjen

TNI Anumerta Donald Isac Pandjaitan, Mayjen TNI Anumerta Sutoyo Siswomiharjo, Brigjen Anumerta Katamso Dharmokusumo, Kolonel Anumerta Sugiyono Mangunwiyoto, dan Kapten Pierre Andreas Tendean.

Tentu bisa dibayangkan betapa pilunya keluarga-keluarga yang ditinggalkan akibat pemberontakan yang dilancarkan PKI yang para pelakunya antara lain segelintir perwira seperti Letnan Kolonel Untung. Karena itu, setiap tanggal 1 Oktober, bangsa ini mengenang pemberontakan yang memilukan hati itu. (Insanial Burhamzah, Fanpage FB Yunus Yosfiah Center, 5 Mei 2014

Gambar 5. Fanpage FB Anti-PKI



Gambar 6. Fanpage FB Anti-Wahabi



Ketiga, dengan *labelling* negatif itu, baik PKI ataupun Wahabi tak boleh dibiarkan di Indonesia. Keduanya harus ditumpas habis sampai ke akarnya, sehingga ada ungkapan ‘waspadai bahaya laten PKI dan Wahabi’. Berikut beberapa contoh kampanye ‘penumpasan’ PKI dan Wahabi:

Keempat, istilah PKI dan Wahabi dipakai untuk mendeskreditkan kelompok tertentu. PDIP merupakan kelompok yang sering menjadi sasaran ujaran kebencian dengan label ‘PKI’, karena kebetulan ada beberapa keturunan ‘kader’ PKI yang sekarang aktif di partai berlogo banteng moncong putih ini. Karena Jokowi merupakan kader dan didukung oleh PDIP, maka para pendukung Jokowi pun juga menjadi sasaran label PKI. Misalnya, di

Gambar 7. Baner PDIP-PKI



sumber: [Twitter @Rbicara](#)

Gambar 8. Fanpage FB PDIP-PKI



Sumber: Fanpage FB ‘Bubarkan PDIP Generasi PKI

Twitter, ada akun yang berkicau, “Bahaya laten pki sdh bkn ancaman lg seiring munculnya aliran sesat jokowiyah” ([Abie Dwi Putra](#)), “PKI berevolusi menjadi PDIP” ([Fachry Asir](#)).

Berikut beberapa contoh posting di Twitter dan Facebook yang mengkaitkan PDIP/ pendukung Jokowi dengan PKI:

Sementara itu, tudingan ‘Wahabi’ dialamatkan ke kelompok Islam konservatif yang cenderung menjadi oposisi pemerintahan Jokowi.

...organisasi masyarakat pertama di Indonesia yang masuk dalam kategori kelompok neo-Wahabi adalah Muhammadiyah dan Persatuan Islam (Persis). Kedua organisasi ini bertahan sebagai kelompok neo-Wahabi sampai muncul gelombang baru neo-Wahabi pada tahun 1980-an.

Kelompok-kelompok neo-Wahabi yang baru mulai bermunculan sepanjang dekade 1980-an dan 1990-an sebagai buah program-program yang dilakukan (DDII) yang dimulai pada dekade 1970-an. Kemunculan mereka bermula dari ketidakpuasan mereka terhadap keberadaan Muhammadiyah dan Persis yang kurang konsisten terhadap Quran dan Sunnah.

Di antara kelompok baru neo-Wahabi yang dimaksud Ridwan adalah kelompok tarbiyah yang kemudian berubah menjadi (PKS) dan NII (HTI). PKS memiliki hubungan ideologis dengan Ikhwanul Muslimin di Mesir, sedangkan HTI memiliki hubungan historis dengan Ikhwanul Muslimin. Baik PKS atau pun HTI, masing-masing menempuh jalur politik untuk mencapai tujuan mereka. Cita-cita mereka adalah memformalisasikan syariat Islam di dalam negara. (Fanpage FB Wahabi Setan Salafi, 14 Januari 2015)

Gambar 9. Fanpage FB Anti-PKS



Ada kelompok yang bahkan dituding sebagai wahabi dan PKI sekaligus. PKS misalnya, sebagai sebuah lembaga resmi yang diakui oleh undang-undang (sebagai partai politik), menjadi sasaran ujaran kebencian berupa label komunis dan wahabi. Berikut contoh sebuah fanpage Facebook yang menggunakan nama PKS Komunis dan Wahabi:

Kelima, ujaran kebencian dengan label 'PKI-Wahabi' banyak terkait dengan masalah politik. Terutama sejak pilpres 2014, netizen seolah terpecah menjadi dua kelompok yang saling berseberangan. Kelompok pendukung Jokowi—sering disebut sebagai 'Kecebong' di satu sisi dan kelompok pendukung Prabowo—sering disebut sebagai 'Kampret' di sisi yang lain. Polarisasi ini terus berlanjut, bahkan menguat pada momen Pilkada DKI 2017. Masing-masing kelompok terlibat dalam saling sahur ujaran kebencian. Kubu Jokowi sering dikaitkan dengan PKI, sedangkan kubu Prabowo sering dikaitkan dengan Wahabi.

Begitu juga pas Pilkada DKI kemarin. Rupanya Ahok telah menjadi berkah yang membuat kaum Wahabi ini rukun dan bersatu. Setelah Ahok lengser justru kelompok 212 yang tadinya kompak akhirnya pecah menjadi Presidium 212,

Gambar 10. Akun Twitter PDIP-PKI



Persaudaran Alumni 212, dan Garda 212 yang masing-masing merasa lebih berhak menyangand sebutan sebagai kelompok alumni 212. Tapi untunglah radikalisme

di Indonesia belum separah di Timur Tengah. Kaum hobi demo ini paling cuma teriak “Bunuh, Bunuh” saja dan belum sampai bikin perang saudara beneran yang menewaskan ribuan orang. (Fanpage FB, KataKita, 23 Maret 2018)

KESIMPULAN

Dari pembahasan di atas, bisa disimpulkan, pertama, diskursus PKI dan Wahabi dipakai dalam konflik antar kelompok dalam bentuk ujaran kebencian. Kedua, label negatif PKI berkaitan dengan stigma anti agama, anti-NKRI, dan kekejaman. Ketiga, label Wahabi identik dengan gerakan radikal dan terorisme. Keempat, ujaran kebencian berlabel Wahabi dan PKI dipakai untuk mendiskreditkan kelompok tertentu. Kelima, ujaran kebencian berlabel Wahabi dan PKI berkaitan erat dengan konflik politik. PDIP dan PKS, termasuk dua partai politik yang paling sering menjadi korban ujaran kebencian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Awan, I. 2013. *Victims of Anti-Muslims Hate*. Diakses tgl 06/06/2015, di <http://tellmamauk.org/wp-content/uploads/2013/09/appg.pdf>
- Bartlett, Jamie. 2015. *The Dark Net: Inside the Digital Underworld*. New York: Melville House Publishing
- Deacon, Liam. 2015. Massive Increase In Arrests For ‘Hate Speech’ On Social Media, diakses pada 6/11/2016 di <http://www.breitbart.com/london/2016/06/04/massive-increase-in-arrests-for-hate-speech-on-social-media/>
- Folkert, Jean & Lacy, Stephen. 2004. *The Media in Your Life: An Introduction to Mass Communication*. New York: Pearson
- Gagliardon, et.al. 2015. *Countering Online Hate Speech*. Paris: UNESCO Publishing
- Hsieh, H.-F., & Shannon, S.E. 2005. Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288.
- McQuail, Denis. 2005. *McQuail’s Mass Communication Theory* 5th edition. California: Sage Publication.
- Nugoho, Alois A. 2016. *Komunikasi dan Demokrasi: Esai-esai Etika Komunikasi Politik*. Yogyakarta: Kanisius
- Osler, A. and Starkey, H. 2005. *Changing Citizenship*. Berkshire: Open University Press.
- Rogers, Richard. 2013. *Right-wing Formations in Europe and Their Counter-Measures: An Online Mapping*. Amsterdam: Digital Media Initiative

Weber, Ane. 2009. *Manual on Hate Speech*. Strasbourg: Council of Europe Publishing

Wendling, Mike. 2015. *2015: The year that angry won the internet*. diakses pada 5/11/2016 di <http://www.bbc.com/news/blogs-trending-35111707>

<http://news.okezone.com/read/2016/07/30/340/1450999/postingan-di-media-sosial-penyebab-kerusuhan-tanjung-balai>

MELAWAN ARUS BUDAYA MEDIA: RESISTENSI MEDIA ALTERNATIF BERBASIS ISLAM 'UMMAT TV'

**Ocvita Ardhiani, Paujiatul Arifah, Wahyuni Choiriyati, Fikri
Syawaludin Akbar**

PENDAHULUAN

Media sebagai sumber informasi tentu sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia. Manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa lepas dari interaksi sosial, salah satunya yaitu melakukan pertukaran informasi. Aktifitas mencari dan memberikan informasi tersebut dapat menggunakan berbagai media, seperti radio, surat kabar, televisi dan internet. Berdasarkan survey *Nielsen Consumer Media View* menyatakan yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia yaitu televisi berada diposisi pertama dengan 96%, Media luar ruangan 53%, internet 44%, radio 37%, koran 7%, tabloid dan majalah 3% (Lubis, neilsen.com 2017 diakses pada 13 Juni 2018). Televisi sebagai media primadona bukan berarti telah mampu menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Televisi juga memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan *financial* agar bisa tetap mengudara dan menjadi pilihan masyarakat. Sehingga program yang ditayangkan sebuah media televisi seringkali tidak lagi memikirkan kualitas untuk dikonsumsi oleh khalayak. Seharusnya televisi seimbang dalam membuat program dan tetap berpegang teguh pada fungsi komunikasi massa sebagai pengawasan, penafsiran, keterkaitan, penyebarluasan nilai dan hiburan (Dominic (2001) dalam Ardianto (2007)). Program acara hiburan begitu banyak dipilih untuk diproduksi karena memiliki *rating* tinggi dan mampu mendatangkan minat pengiklan. Menurut Komisioner KPI Pusat, sebesar 63% masyarakat menyukai jenis program hiburan dengan perincian; siaran series 33%, *entertainment* dan *movie* masing-masing 15%. Sementara, konten religius hanya 2%, berita 10%, informasi lain 9% dan olahraga 11%. *Audience* konten hiburan memiliki presentase tinggi akan tetapi tidak sebanding dengan kualitas program siarannya, KPI menyebutkan konten hiburan memiliki kualitas siaran yang buruk (Cahyono, Tribunlampung.co.id 2017 diakses pada 13 Juni 2018).

Dosi (2012) mengatakan media bisa menjadi wahana untuk mendominasi, menguasai, mengarahkan pikiran publik, mengkonstruksikan realitas, dan menanamkan ideologi. Hal ini menuntut masyarakat agar cerdas dalam memilih media dalam mendapatkan informasi. Dari data tersebut pula muncul media alternatif sebagai pilihan untuk melengkapi informasi yang lebih mendidik ketika masyarakat merasa jenuh dengan tayangan yang disajikan oleh media *mainstream* (arus utama). Hadirnya media alternatif bukan hanya untuk memberikan informasi yang berbeda dengan media arus utama seperti yang dipaparkan InCheol Min (2004) dengan judul penelitian "*Perception of the Audience by the Alternative Press Producers: a Case Study of the Texas Observer, Culture & Society*" bahwa media alternatif politik di Texas memiliki banyak jumlah *audience* dikarenakan memiliki informasi yang berimbang dan banyak memasukan suara dari masyarakat serta gerakan nasional. Menurut Sullivan (Maryani, 2011) media alternatif juga dilihat sebagai media bawah tanah yang produk-produknya merupakan perlawanan dengan media arus utama.

Media alternatif yang bermuculanpun beragam, media yang disebut sebagai media komunitas ini memiliki berapa jenis mulai dari radio, majalah, tabloid, internet, hingga televisi. Salah satu contoh media alternatif adalah radio komunitas seperti Marsinah FM yang kerap membahas isu buruh dan perempuan, majalah berbahasa daerah seperti Damar Jati, ataupun radio Angkringan di Jogjakarta. Masih sedikitnya media alternatif yang muncul dan terpolarisasi, membuat tidak semua kalangan masyarakat bisa lepas dari media arus utama sebagai penyebar informasi. Kini media alternatif juga telah merambah ke stasiun televisi parabola tidak berbayar yang tayangannya bisa disaksikan oleh semua kalangan masyarakat. Ummat TV menjadi salah satu media alternatif yang muncul dengan memanfaatkan media televisi berbasis satelit dan juga *streaming*.

Ummat TV berdiri karena melihat kebutuhan masyarakat terhadap televisi islami yang sifatnya mengedukasi. Selain menayangkan program pendidikan anak dan keluarga, hadirnya Ummat TV juga untuk mengimbangi siaran-siaran televisi swasta nasional yang lain yang tidak berlatar belakang islami. Sehingga para pendiri berkeinginan membentuk televisi yang berlandaskan nilai dan budaya islami dengan nama Ummat TV yang berorientasi pada dakwah dan pendidikan (www.ummat.tv)

diakses pada 25 Maret 2016). Sebagai media alternatif yang baru tiga tahun mengudara, struktur dalam Ummat TV masih memiliki masalah, hal ini dibuktikan oleh hasil wawancara pra penelitian dengan salah satu karyawan Ummat TV.

Narasumber juga menjelaskan sebagai sebuah stasiun televisi Ummat TV tetap memiliki tayangan unggulan yaitu Tahsinul Qira'ah hal ini dilihat dari banyaknya respon melalui telepon dari audience ketika siaran langsung program tersebut. Walaupun memiliki program unggul, namun dengan tidak adanya program *news* membuat Ummat TV tidak mampu menghadirkan informasi aktual kepada khalayaknya agar bisa mengimbangi siaran-siaran televisi swasta nasional yang lain yang tidak berlatar belakang islami sesuai dengan keinginan pendiri Ummat TV. Berdasarkan pemaparan tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana proses Strukturasi dan Ideologi dalam pembuatan program utama Ummat TV serta bagaimana program Ummat TV menjadi program Resistensi yang bersifat *counter hegemony* dari budaya media *mainstream*?

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Strukturasi Anthony Giddens

Penggunaan teori strukturasi dari Anthony Giddens untuk melihat strukturasi dari Ummat TV, dari strukturasi tersebut dapat dilihat ideologi yang dimanifestasikan lewat sebuah wacana dan penggunaan teori dari Giddens sangat mampu membaca hal tersebut. Giddens berusaha melintasi orientasi yang bermacam-macam itu dengan memikirkan kembali tujuan dan hubungan antara tindakan dan struktur. Menurut Giddens Melalui dualitas struktur dimaksudkan bahwa struktur sosial (keduanya) terdapat dalam lembaga sosial (*human agency*) dan pada saat yang sama struktur tersebut menjadi aturan yang sangat sederhana. Setiap tindakan produksi secara bersamaan berarti tindakan reproduksi struktur yang memungkinkan suatu tindakan dapat dikembangkan.

Tindakan yang mengganggu tatanan sosial, merusak konvensi, atau melawan kemapanan hirarki terbentuk melalui ciri-ciri struktural yang dimunculkan kembali lewat tindakan, sekalipun dalam bentuknya yang dimodifikasi. Hubungan yang erat antara produksi dan reproduksi ini oleh

Giddens disebut sebagai ciri kehidupan sosial yang berulang (Thompson, 2007).

Giddens menyatakan bahwa salah satu proposisi utama teori strukturasi adalah bahwa aturan dan sumber daya yang digunakan dalam produksi dan reproduksi tindakan sosial sekaligus merupakan alat reproduksi sistem (dualitas sistem). Sehingga dalam kasus pada media massa menyebabkan informasi yang disajikan sebuah media tidak lagi sepenuhnya netral (Giddens, 2004). Struktur dapat berupa peraturan tertulis maupun tidak, kebiasaan-kebiasaan, sumber daya yang dibutuhkan untuk beoperasinya ruang berita, serta tatanan hubungan di antara *Human agent* yang berinteraksi pada suatu ruang berita (Kartosapetro, 2014).

Aspek tindakan dan agensi yang bermacam-macam merupakan bagian dari model stratifikasi tindakan (*stratification model of action*). Model ini menggambarkan batasan-batasan usaha untuk mengurangi tindakan dengan memfokuskan pada agen individu. Karena itu pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan para agen dalam melakukan suatu tindakan dibatasi baik oleh konsekuensi-konsekuensi tindakan yang tidak disengaja (*Unintended consequences of actions*) atau kondisi-kondisi tindakan yang tidak diketahui (*Unacknowledged Conditions of action*). Dalam komunikasi, makna yang terdapat dalam suatu interaksi para agen menggunakan pola-pola interpretatif yang pada level struktur dapat dianalisa sebagai aturan-aturan semantik. Ketika para agen menerapkan sanksi dalam interaksi maka mereka menggunakan norma-norma yang pada level struktur, dapat dianalisa sebagai aturan-aturan moral (Thompson, 2007).

METODE PENELITIAN

Paradigma memiliki arti orientasi umum terhadap dunia dan sifat penelitian yang dipegang kuat oleh peneliti (Creswell, 2013). Penelitian ini menggunakan paradigma Kritis, memandang bahwa terdapat hal-hal yang perlu di dilihat secara mendalam pada media alternatif Ummat TV agar peneliti dapat mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana proses strukturasi, ideologi yang dimanifestasikan dalam bentuk wacana, serta bagaimana cara Ummat TV melakukan resistensi dan *counter hegemony* pada budaya media arus utama. Subjek dalam penelitian adalah stasiun televisi komunitas berbasis islam yaitu Ummat TV. Untuk melakukan analisis yang

sesuai dengan metode, penulis melakukan analisis terhadap acara Tahsinul Qira'ah yang menjadi acara unggulan di Ummat TV.

Metode penelitian kualitatif yaitu menghasilkan data deskriptif sehingga merupakan rinci dari suatu fenomena yang diteliti (Wibowo, 2013). Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian adalah *Critical Discourse Analysis* (Analisis Wacana Kritis) Norman Fairclough. Fairclough membagi analisis wacana menjadi tiga level yaitu, *teks*, *discourse practice*, dan *sociocultural practice* (Eriyanto, 2012). analisa pada level *teks* tayangan unggulan Ummat TV yaitu Tahsinul Qira'ah episode 11 April 2016, 19 April 2016, dan 21 April 2016, menggunakan analisis naratif Algirdas Greimas (model aktan), memiliki enam peran yaitu pengirim, objek, penerima, pendukung, subjek dan penghambat yang disebut oleh Greimas sebagai aktan (*actant*), dimana aktan tersebut berfungsi mengarahkan jalannya cerita. Pada level Produksi Konsumsi mewawancarai tiga penonton Ummat TV yaitu Andika Ibnu Sadif, Aisyah Yahya, Syah Al-Faruq, Andi Rahmanto (Manajer Produksi), Rizki (Tim Produksi), Widodo Cahyono (Tim Kreatif). Informan pada level *sociopractice* adalah Muhammad Sabana (Kominfo dan Aktivis VOP (*Voice of Palestine*)).

HASIL PENELITIAN

Analisi level teks

Tahsinul Qira'ah Episode Surah Al Zalzalah 11 April 2016

Berdasarkan analisis naratif, terlihat dari narasi yang diatur oleh tim produksi menampilkan pembelajaran tentang tata cara membaca al qur'an yang baik dan benar serta memberikan nasihat tentang nilai-nilai agama islam. Hal tersebut banyak terdapat dalam poros keinginan, yaitu menjadikan objek sebagai target dakwah. Diantaranya dengan memberikan koreksi atas bacaan penelpon, memberikan penjelasan tentang kandungan surah yang dibacakan, dan memberikan nasihat kepada pemirsa tentang nilai-nilai agama islam. Sedangkan, pada poros pengiriman hanya terdapat beberapa saja, karena tidak banyak yang berperan sebagai pengirim pesan dan penerima pesan. Sedangkan pada poros kekuasaan tidak terdapat satu pun karena tidak ada yang bertindak sebagai penghalang dalam acara tersebut .

Tahsinul Qira'ah Episode Surah Muhammad ayat 22-25 19 April 2016

Analisis naratif pada episode ke dua tidak jauh berbeda dengan episode pertama dari narasi yang diatur oleh tim produksi dilihat pada poros keinginan dan poros pengiriman. Sedangkan pada poros kekuasaan terdapat perbedaan antara episode ini dengan episode pertama yaitu dalam episode ini terdapat satu poin dimana *host* yang juga adalah HRD dari Ummat TV memberikan intruksi kepada tim kreatif untuk menunjukkan bacaan surah muhammad ayat 22-25 pada layar televisi.

Tahsinul Qira'ah Episode Surah Al Bayannah ayat 6-8 21 April 2016

Analisis pada episode ke tiga dilihat dari poros keinginan, poros pengiriman dan poros kekuasaan tidak jauh berbeda dengan episode pertama. Perbedaan dari episode ini adalah dimana pembawa acara atau *host* berbeda dengan pembawa acara pada episode pertama dan kedua. Perbedaan lain adalah dengan adanya penambahan durasi yang semula 30 menit menjadi 50 menit dan juga begitu banyaknya penelpon yang masuk pada episode ini membuat perbedaan lain dengan kedua episode sebelumnya.

Simpulan dari hasil analisis ke tiga episode adalah adanya penanaman ide atau gagasan yang dilakukan oleh Ummat TV. Gagasan ke agamaan atau lebih tepat gagasan tentang agama islam ingin coba di berikan kepada khalayak, khususnya belajar membaca al qur'an lewat program unggulan Ummat TV yaitu, Tahsinul Qira'ah. Dari hasil analisis teks tersebut dapat dilihat pula bahwa Ummat TV ingin menanamkan warna dan budaya media yang berbeda dengan stasiun televisi lainnya. Hal ini pula yang menjadi indikasi bahwa Ummat TV ingin melakukan sebuah perlawanan terhadap budaya media arus utama yang sangat kurang menyediakan tayangan bernuansa pendidikan khususnya pendidikan mengenai agama. Namun disisi lain tidak konsistennya Ummat TV dalam menyediakan pembawa acara pada setiap episodenya menjadikan sebuah kekurangan Ummat TV dalam memproduksi sebuah acara. Tidak konsistennya Ummat TV dalam menyediakan pembawa acara akan berdampak pada kebingungan pemirsanya.

Analisis Level Produksi Konsumsi

Analisis level produksi konsumsi dilakukan dengan teknik wawancara kepada pihak Ummat TV dan penonton Ummat TV, ditemukan

persamaan atau kesepahaman pesan yang dikemas oleh Ummat TV. Tujuan dasar Ummat TV adalah untuk berdakwah. Maksud dakwah disini adalah menyebarkan nilai-nilai Islam dengan bijaksana, arif, santun, serta berusaha untuk menjalin persatuan antar ummat Islam. Ummat TV sampai saat ini, berusaha menghindari tayangan yang sifatnya dapat mengundang perdebatan di dalam masyarakat Islam, seperti menyinggung pemerintahan atau politik. Ummat TV hanya menayangkan materi-materi yang sifatnya secara mayoritas sudah disepakati oleh ummat Islam, seperti mengajak umat Islam kepada tauhid, menjalankan rukun Islam, rukun iman, menjauhi maksiat, menjauhi kesyirikan. sehingga dakwah ini masih harus diperkuat. Oleh karenanya, Ummat TV tidak ingin masuk dalam ranah khilafiyah yang disitu banyak menimbulkan perdebatan dan menyita banyak pikiran.

Ummat TV berdiri di latarbelakangi karena kebutuhan masyarakat akan televisi berbasis islam yang menayangkan konten edukasi nilai-nilai agama. Kebutuhan ini dapatkan karena meihat sangat jarang nya stasiun televisi nasional yang memberikan tayangan edukasi berbasis agama tersebut. Sehingga kemudian Ummat TV muncul sebagai bentuk perlawanan komunitas muslim yang ingin memberikan edukasi kepada masyarakat. Dalam ranah media massa Ummat TV lebih layak disebut sebagai media alternatif. Bagi tim produksi Ummat TV belum bisa untuk melakukan perlawanan terhadap budaya media arus utama. Karena jika untuk melakukan perlawanan, maka media arus utama terlalu kuat untuk dilawan.

Dalam pandangan civitas Ummat TV media arus utama sebenarnya sudah memberikan tayangan agama dan pendidikan, meskipun porsi nya memang minim dibandingkan tayangan hiburan. Dan sayangnya, tayangan hiburan yang ditampilkan justru nilai-nilai yang ditampilkan bertentangan dengan tayangan agama atau pendidikannya. Sehingga terjadi inkonsistensi nilai-nilai moral dan pendidikan dari tayangan yang ditampilkan oleh media arus utama. Media arus utama menayangkan pesan kesederhanaan dalam tayangan keagamaannya, namun pada tayangan hiburan justru menonjolkan kehidupan yang hedonisme. Permasalahan inilah yang akhirnya menjadikan Ummat TV hadir untuk memberikan alternatif tayangan pada masyarakat. Bukan saja tayangannya

yang membawa nilai dakwah Islam dan nilai moral, namun juga konsistensi nilai-nilai yang ditampilkan dalam program-program tayangannya.

Analisis Level *Sosiopractice*

Pada level ini melihat teks dengan situasi, institusi dan sosial yang sedang terjadi di Indonesia. Pada situasi dan institusi peneliti melihat menggunakan studi literatur dari jurnal terdahulu mengenai bagaimana media sejak dulu hingga sekarang dengan situasi yang seperti apa. Kemudian pada sosialnya peneliti mencoba membenturkan hasil wawancara Kominfo dengan teori dan hasil dari produksi dan konsumsi. Konglomerasi media telah melahirkan dampak buruk bagi industri media dimana program-program yang disajikan oleh media massa tidak lagi proporsional. Mengedepankan keuntungan membuat media-media arus utama memberikan porsi lebih besar kepada konten hiburan di bandingkan dengan konten edukasi. Hal ini yang menjadi salah satu penyebab banyaknya bermunculan media alternatif di Indonesia. Kapitalisme mampu merusak konsistensi media massa dalam menyebarkan informasi yang bebas dari arus kepentingan. Pemilik media yang juga adalah politisi, membuat media arus utama ikut terjebak dalam propaganda partai politik pemiliknya. Parpolisasi media arus utama menyebabkan informasi yang di sampaikan oleh media arus utama cenderung memihak kepada salah satu golongan ataupun kelompok. Sehingga masyarakat tidak lagi benar-benar bebas dalam mendapatkan informasi.

Media alternatif sebagai media yang melakukan perlawanan terhadap media arus utama masih kurang mampu melakukan perlawanan tersebut. Hal ini dapat dilihat dalam hasil penelitian Eddyono (2012) bahwa matinya dua radio komunitas karena di dominasi faktor eksternal, meliputi: adanya aturan yang di keluarkan negara atau pemerintah untuk membatasi gerak-gerak radio komunitas. Akibatnya radio komunitas tak bisa berbuat untuk menyelesaikan persoalan internal yang sudah sejak lama ada. Jika pemerintah benar-benar ingin mendukung keberadaan radio, keberadaan sejumlah aturan yang membebani radio komunitas harus di hapuskan. Hal ini menjadi bukti bahwa banyak media alternatif yang tidak mampu bertahan untuk melakukan perlawanan terhadap media arus utama.

DISKUSI

Strukturasi Ummat TV

Sebuah tujuan dalam korporasi pada hakikatnya tidak bisa dicapai hanya dengan kinerja perseorangan akan tetapi hasil kerja kolektif seluruh anggota. Hadirnya sebuah struktur dalam sebuah korporasi sangatlah penting agar distribusi tugas bisa lebih efektif dan efisien sehingga mampu mengantarkan para anggotanya mencapai tujuan yang telah di sepakati. Begitupula dengan Ummat TV, walaupun didirikan oleh sebuah komunitas, Ummat TV mempunyai strukturasi seperti media pada umumnya yang bertujuan untuk mendistribuisikan tugas dengan lebih efektif dan efisien. Strukturasi dalam Ummat TV dibuat agar setiap anggota mampu berjalan sesuai jalur untuk mencapai tujuan yaitu untuk menjadi media dakwah bagi para pendirinya dan menjadi media berbasis islami yang menyiarkan edukasi dengan nilai dan budaya islam kepada para khalayaknya. Untuk mencapai tujuan tersebut Ummat TV melakukan usaha dengan menyajikan program-program yang kental dengan konten islami. Konten edukatif dengan nuansa islami tentu memiliki andil penting dalam eksistensi Ummat TV.

Konsistensi konten islami yang di produksi Ummat TV tidak lepas dari peran besar ust. Muhammad Zaitun Rasmin Lc., MA sebagai pendiri. Dalam teori strukturasi Anthony Giddens dalam sebuah strukturasi terdapat seorang agensi/aktor yang mempengaruhi tindakan-tindakan aktor lain atau melakukan dominasi atas aktor lainnya. Begitupula dalam Ummat TV, Zaitun Rasmin sebagai manajer eksekutif menentukan setiap konten yang akan di produksi oleh Ummat TV. Lolosnya sebuah program untuk di produksi tidak lepas dari kriteria yang di tetapkan oleh Zaitun Rasmin. Kriteria Islami ini di terapkan dengan mengacu pada wadah islamiyah tempat Zaitun Rasmin mengkaji konteks nilai-nilai ke islaman. Pengaruh besar dari Wadah Islamiyah ini menuntut pula Ummat TV untuk tidak menayangkan sosok wanita dalam setiap programnya. Tidak berhenti sampai disitu efek besar lainnya adalah membuat Ummat TV sampai saat ini tidak mau untuk melakukan kontestasi dengan media arus utama untuk memasuki channel televisi nasional.

Permasalahan munculnya sosok wanita dalam sebuah tayangan adalah permasalahan khilafiyah atau masalah yang masih mengandung perdebatan. Merujuk kepada stasiun televisi berbasis Islam lainnya seperti Muhammadiyah TV (MuTV) atau MUI TV maka dapat disaksikan tayangan

yang menampilkan sosok wanita. Namun sebagai bentuk kehati-hatian untuk menghindari perdebatan, Ummat TV lebih memilih untuk tidak menampilkan sosok wanita didalam setiap programnya. Hal ini disebabkan latarbelakang direktur utama yang berada dalam komunitas Wadah Islamiyah yang begitu ketat dalam menerapkan ajaran agama. Bukan hanya wanita akan tetapi musik juga masuk dalam instrumen yang dilarang muncul dalam setiap program Ummat TV. Hal lain yang membuat Ummat TV begitu ketat dalam menerapkan ajaran Islam juga karena pengaruh mazhab agama.

Civitas Ummat TV sadar dengan hal tersebut, seperti yang dituturkan WC salah satu karyawan Ummat TV bahwa konten program yang memberikan pendidikan Islam yang dibuat dengan universal dapat diterima oleh pemirsa. Namun dalam setiap programnya tidak luput diselipkan hadist atau surat-surat dalam ayat suci al-qur'an sebagai pembelajaran. Kreatifitas untuk memudahkan masyarakat mendapatkan pendidikan agama dinilai WC masih terdapat kekurangan. Kekurangan tersebut diungkapkan WC ada pada kualitas visual program Ummat TV. Program yang ditayangkan Ummat TV dinilai WC masih jauh dari kata berkualitas.

Ideologi Ummat TV

Televisi yang merupakan salah satu media dalam komunikasi dimana pesannya bersifat umum, menimbulkan keserempakan, dan dikontrol oleh *gatekeeper* (Nurudin, 2009) kini menjadi memiliki budaya baru sebagai alat propoganda ideologi dari pemilik media maupun pemilik kepentingan lain. Berbeda halnya dengan media alternatif, pilihan untuk menjadi media islami dilakukan oleh Ummat TV bukan tanpa sebab. Hal ini mengingat masih begitu sedikitnya media *mainstream* yang menghadirkan konten pendidikan islami dalam programnya. Sehingga hal itu pula yang melatarbelakangi berdirinya Ummat TV sebagai media alternatif dengan menghadirkan konten edukasi islami dalam setiap programnya.

Terdapat tiga pihak yang memiliki pengaruh paling besar dalam organisasi media yaitu pihak manajemen, profesional media, dan pendukung teknik atau teknologi. Ketiga pihak ini berada di tengah medan pertarungan yang membuat keputusan di tengah berbagai hambatan,

batasan dan tuntutan serta berbagai upaya untuk memuaskan pengaruh dan kekuasaan ke dalam organisasi media (Morrissan, 2010) Dominasi Zaitun Rasmin sebagai direktur eksekutif memiliki peranan penting dalam menghadirkan nuansa Islami disetiap program Ummat TV. Dominasi inilah yang kemudian menjadikan Ummat TV berpandangan pada pemikiran Islam dari Zaitun Rasmin dan juga Wadah Islamiyah. Dimana kemudian pemikiran-pemikiran itu dimanifestasikan lewat program-program yang di tayangkan oleh Ummat TV, dominasi pemikiran ini bisa disebut juga sebuah ideologi.

Dari banyaknya media alternatif yang bermunculan menjadikan nilai-nilai agama sebagai dasar pemikiran dari sebuah media sangat jarang ditemui. Media alternatif yang muncul biasanya mengedepankan isu sosial, budaya, dan suara-suara kritik maupun perubahan. Bukan hanya itu, berdirinya media alternatif juga atas dasar ingin menyuarakan wacana minoritas yang selama ini kurang mendapatkan tempat yang sesuai porsinya pada media arus utama. Menentukan konten dan makna terdapat kontestasi ideologi atau pemahaman terutama tentang masalah masuknya wanita dalam sebuah program Ummat TV. Kontestasi ini terjadi dalam sebuah strukturasi Ummat TV yang melibatkan dua kekuatan besar yang memiliki pengaruh besar pula di Ummat TV.

Pada dasarnya dijelaskan oleh WC sebagai salah satu karyawan Ummat TV bahwasannya donatur Ummat TV yang berasal dari arab tidak mempermasalahkan adanya wanita didalam tayangan Ummat TV. Hal itu mengingat bahwa pada stasiun televisi di Arab sendiri memunculkan sosok wanita dalam tayangannya. Namun disisi lain direktur utama dan juga manajer produksi Ummat TV mempermasalahkan hal tersebut hal ini dikarenakan mereka berdua tergabung dalam Wadah Islamiyah yang sangat berhati hati untuk membahas masalah syahwat. Kontestasi yang terjadi dalam strukturasi Ummat TV tentu menjadi suatu hal yang tidak lumrah. Hal ini mengingat bahwa Ummat TV adalah media alternatif yang didirikan oleh komunitas yang memiliki tujuan yang sama untuk melakukan hegemoni pemikiran yang selama ini jarang diakomodir oleh media arus utama. akan tetapi dalam perjalanannya untuk mencapai tujuan tersebut terdapat sebuah kontestasi dalam menentukan sebuah kriteria program yang layak ditayangkan oleh Ummat TV sebagai media alternatif.

Hal berbahaya dari kontestasi yang tidak disikapi dengan bijak menjadikan Ummat TV terpecah dan akhirnya memberhentikan siarannya sebagai media alternatif hasil penelitian ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahman (2015), media-media yang mengusung nilai-nilai idealisme termasuk dan terutama media islam pluralis dan moderat seperti *Ulumu Qur'ani* mati. Pertarungan ideologi, problem determinasi kelas industri media, tekanan politik rezim, serta memburuknya manajemen media massa Islam alternatif menjadi pemicu paling urgen bagi kematian *Ulumul Qur'an*.

Resistensi dan Counter Hegemony Ummat TV

Indutri media yang begitu pesat dan membawa keuntungan bagi para pemiliknya membuat media arus utama melupakan fungsi dari media massa itu sendiri. Porsi program yang tidak seimbang dan hanya mengedepankan hiburan menjadi media arus utama banyak mendapatkan perlawanan. Kurang diberikannya porsi bagi komunitas untuk menyuarakan pemikirannya sehingga komunitas akhirnya berinisiatif untuk mendirikan media alternatif.

Mengusung wacana suara minoritas untuk diangkat kepermukaan adalah salah satu alasan berdirinya sebuah media alternatif, ketidakpuasan terhadap wacana yang diberikan media arus utama serta konglomerasi media yang hanya mengedepankan keuntungan adalah alasan lain banyak bermunculannya media alternatif. Dengan membawa landasan pemikiran fundamental masing-masing munculnya media alternatif juga adalah bentuk perlawanan bagi media arus utama. Selain itu misi propaganda ideologi juga menjadi tujuan lain dari berdirinya media alternatif, tidak berhenti sampai disitu misi lain dari berdirinya media alternatif adalah untuk melakukan perlawanan terhadap dominasi budaya media arus utama.

Ummat TV sebagai salah satu media alternatif yang ada di Indonesia membawa landasan pemikiran agama sebagai ideologinya untuk melakukan perlawan terhadap budaya media arus utama yang hanya mementingkan keuntungan di bandingkan kualitas konten yang di tayangkan. Ummat TV melakukan perlawanan terhadap media arus utama dengan memanifestasikan ajaran-ajaran islam dan program-program yang di produksi dan dittayangkan melalui parabola tidak berbayar sehingga

membuat masyarakat tidak perlu pusing memikirkan biaya untuk dapat mengakses program Ummat TV. Selain itu agar mampu menjangkau semua kalangan, Ummat TV juga memanfaatkan media sosial sebagai alternatif lain agar pemirsa Ummat TV yang tidak memiliki parabola bisa ikut menyaksikan tayangan Ummat TV.

Walaupun berbagai cara dilakukan Ummat TV sebagai bentuk perlawanan atas media arus utama, namun sejatinya Ummat TV tetap belum mampu melakukan perlawanan dominasi budaya media arus utama. Hal ini dikarenakan Ummat TV hanya bisa diakses melalui sebuah perangkat parabola sehingga bagi mereka yang tidak memilikinya tidak bisa mengakses Ummat TV. Walaupun media sosial menjadi alternatif lain untuk mengakses Ummat TV namun pembangunan infrastruktur interal di Indonesia belum merata, sehingga menjadi masalah baru bagi Ummat TV untuk menyebarkan edukasi agama kepada masyarakat.

Masalah lain yang menjadi penyebab tidak masuknya Ummat TV ke dalam channel TV nasional terletak pada permasalahan biaya operasional yang mahal dan sangat menjadi pertimbangan Ummat TV yang hanya mengandalkan biaya dari investor. Biaya tersebut sebenarnya masih jauh dari kata cukup untuk membangun sebuah perusahaan media terlebih minimnya Sumber Daya Manusia yang ada di Ummat TV. Para petinggi Ummat TV sadar bahwa untuk ikut berkontestasi dalam channel media arus utama membutuhkan biaya yang sangat besar. Biaya tersebut sebenarnya bisa saja didapatkan Ummat TV dengan menyediakan layanan iklan dalam setiap jeda programnya. Namun tentu hal ini akan bersebrangan dengan tujuan yang ingin memberikan pendidikan agama Islam secara gratis. Pada dasarnya terbentuknya Ummat TV sebagai media alternatif memang diperuntukan untuk melakukan resistensi terhadap budaya media arus utama. Namun dalam perjalanannya melakukan resistensi memiliki kendala. Hal ini yang menyebabkan hingga saat ini pesan yang ingin disampaikan Ummat TV belum dapat sepenuhnya diterima oleh semua kalangan masyarakat.

Adapun kendala yang dialami Ummat TV, *Pertama* adalah minimnya sumber daya manusia sebagai tulang punggung perusahaan membuat Ummat TV kurang optimal dalam menyediakan audio visual alternatif bagi masyarakat. Kemasan program yang dibuat terbilang masih melupakan kualitas audio visualnya, sehingga pada akhirnya pesan yang

disampaikan melalui audio visual terhambat. Hal yang terbilang sangat kecil akan tetapi berdampak pada penyajian program yang juga akan menarik minat dari penonton Ummat TV. Kekurangan ini menjadi pertanda bahwa Ummat TV lebih mementingkan kuantitas program tanpa mempedulikan kualitas dari program yang mereka sajikan kepada masyarakat.

Kedua disebabkan oleh petinggi dalam struktur yang ada di Ummat TV bukan berasal dari kalangan *broadcaster*. Hal ini menyebabkan kurang sesuainya keputusan-keputusan yang ambil oleh para petinggi Ummat TV dalam mengorganisasikan pembuatan sebuah program. Para petinggi Ummat TV yang berlatarbelakang pendidikan agama hanya bisa memantau pesan yang dimasukan dan disampaikan pada sebuah program tanpa mempedulikan kualitas audio visual dari program itu sendiri padahal sebuah stasiun televisi akan memiliki banyak penonton jika tayangan yang disajikannya dikemas dengan sangat baik melihat keinginan masyarakat. Hal ini yang tidak diperhatikan di Ummat TV sehingga tayangan yang disajikan bisa mendisorsi pesan yang akan disampaikan. Hal ini dikarenakan dana operasional yang hanya datang dari donatur. Untuk mendapatkan dana operasional dan mempertahankan perusahaan agar tidak gulung tikar, para petinggi Ummat TV harus membuat laporan tentang seberapa aktif Ummat TV dalam memproduksi program acara.

Ketiga, dalam usahanya melakukan resistensi dan *counter hegemony* Ummat TV masih belum dapat melakukannya dengan optimal. Hanya mengudara lewat satelit parabola dan mengandalkan eksistensi media *cyber* menjadi hambatan lain bagi Ummat TV. Tidak masuknya Ummat TV kedalam frekuensi siaran televisi nasional menyebabkan kurang optimalnya melakukan resistensi terhadap budaya media arus utama. Hal ini dilakukan Ummat TV untuk menghindari perdebatan dan kekisruhan masyarakat terkait konten yang disajikan Ummat TV. Selain itu, ummat islam di Indonesia masih terbagi-bagi atas nama golongan sehingga Ummat TV khawatir terjadi keributan jika ikut serta dalam melakukan siaran pada frekuensi media arus utama. Para agen Ummat TV sadar jika tidak ikut serta melakukan siaran dalam frekuensi televisi arus utama Ummat TV belum mampu melakukan perlawanan terhadap media arus utama.

KESIMPULAN

Sebagai media alternatif, Ummat TV dapat menjadi alternatif masyarakat untuk mendapatkan informasi. Selain itu masyarakat juga mendapatkan tayangan yang lebih bermanfaat dan berimbang yang tidak lagi berada dalam lingkaran kepentingan politik pemilik media tersebut. Manfaat ini diberikan oleh Ummat TV sebagai salah satu media alternatif yang ada di Indonesia dengan mengusung media berbasis pendidikan nilai-nilai islami. Proses strukturasi Ummat TV dimulai dari penyampaian ide kepada tim kreatif yang kemudian ide ini langsung didiskusikan dengan para tim produksi Ummat TV tanpa harus menunggu persetujuan manajer utama terlebih dahulu. Setelah mendapatkan kesepakatan dari tim kemudian dirancangan tahap pra produksi hingga akhirnya sampai pada tahap pasca produksi dan penyiaran program.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa dalam proses strukturasi dalam Ummat TV memiliki beberapa kendala. *Pertama*, kurangnya sumber daya manusia menyebabkan program Ummat TV kehilangan kualitasnya. *Kedua*, didalam strukturasi Ummat TV, direktur utama dan manajer produksi menjadi seseorang yang paling menentukan pesan dan konten dalam program Ummat TV. Sehingga hal inilah yang menyebabkan Ummat TV menjadikan Islam beraliran Salafi sebagai basis program siarannya. Namun dalam menentukan isi konten direktur utama Ummat TV terlibat kontestasi ideologi dengan donatur mengenai adanya peran wanita dalam sebuah tayangan. Hal lain yang dihasilkan dari penelitian ini adalah Ummat TV menjadikan konten Islami sebagai bentuk resistensi dan *counter hegemony* terhadap media mainstream atau media arus utama. Namun karena mengalami beberapa kendala pada akhirnya hingga saat ini Ummat TV belum optimal dalam melakukan hal tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, Elvinaro, Lukiaty., Komala, Siti., Karlinah. (2007). *Komunikasi Massa suatu pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Cahyono, Robertus Didik Budiawan. (2017). *Acara Apa Yang Paling Diminati Penonton Televisi? Ini Hasil Survei Komisi Penyiaran Indonesia*. Tribunlampung.co.id diakses pada 13 Juni 2018

- Creswell, John W. (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Dosi., Eduardo. (2012). *Media Massa Dalam Jaringan Kekuasaan: Sebuah Studi Tentang Relasi Kekuasaan di Balik Wacana*. NTT: Ladero
- Eddyono, Aryo Subarkah (2012). *Radio Komunitas dan Kegagalannya Sebagai Media Counter Hegemony (Studi Kasus pada Radio Panagati dan Angkringan di Yogyakarta)*. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Eriyanto. (2012). *Analisis wacana pengantar analisis teks media*. Yogyakarta: LKiS Group
- _____. (2012). *Analisis Naratif: Dasar-dasar dan penerapannya dalam analisis teks berita media*. Yogyakarta: LKiS Group
- Giddens, Anthony. (2004). *The Constitution of Society: Teori Strukturasi untuk analisis sosial*. Malang: Citra Mentari Group
- InCheol Min. (2004). *Perception of the Audience by the Alternative Press Producers: a Case Study of the Texas Observer, Culture & Society*. SAGE Publications (London, Thousand Oaks and New Delhi), Vol. 26(3): 450-458
- Lubis, Mila. (2017). "Tren Baru Dikalangan Pengguna Internet Di Indonesia". www.Nelisen.com diakses pada 13 Juni 2018
- Maryani, Eni. (2011). *Media dan perubahan sosial suara perlawanan melalui radio komunitas*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Morrisan. (2010). *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya, dan Masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Rahman, Fathor. (2015). *Runtuhnya Media Islam Alternatif (Analisis Kritis Terhadap Penyebab Matinya Uloomul Qur'an 1998)*. Malang: Univeristas Brawijaya
- Kartosapoetro, Ishadi S. (2014). "Media & Kekuasaan: Televisi Di Hari-Hari Terakhir Presiden Soeharto". Jakarta: PT Kompas Media Nusantara
- Thompson., John B. (2007). *Analisis Ideologi: Kritik Wacana Ideologi-Ideologi Dunia International Grandbook of the Studies in the Theory of Ideologi*. Jogjakarta: IRCiSoD
- Wibowo, Indiawan Seto Wahyu. 2013. "Semiotika: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi". Jakarta: Mitra Wacana Media
- www.ummat.tv diakses pada 25 Maret 2016

POST-TRUTH, CYBER IDENTITY DAN DEFISIT DEMOKRASI

**(Wacana Lacanian atas Kecenderungan -
Problematika Identitas dan Konsolidasi Demokrasi
dalam Masyarakat Informasi Indonesia)**

AG. Eka Wenats Wuryanta

Pengantar

Hadirnya ruang publik baru di era globalisasi yang dikenal dengan internet melalui media sosialnya juga melahirkan kebiasaan dan nilai baru yang merupakan bagian penting dalam masyarakat demokrasi. Di sisi lain, publik semakin mudah melakukan akses informasi apapun dari media dengan bantuan internet. Mereka tidak perlu menunggu berita yang sedang terjadi pada keesokan hari dalam surat kabar, dengan internet kejadian yang baru terjadi beberapa jam yang lalu dapat langsung dilihat di media online.

Menurut Jenkins dan Thorburn dalam bukunya *Democracy and New Media* (2004: 8-11) media sosial membentuk medan baru dalam relasi-relasi sosial. Dimulai dari terbentuknya *cyberspace*, lalu membentuk *cyberculture*, dan *cyber democracy*. Percakapan publik dalam media sosial tumbuh yang akhirnya menjadi indikator partisipasi politik dalam konteks sosial. Media sosial ini akan membuat perubahan menyangkut berbagai aspek kehidupan masyarakat seperti perubahan kultur media, ekonomi sampai kepada bentuk pemerintahan serta aliansi politik.

Dalam buku yang sama mengutip pendapat Ithiel de Sola Pool media sosial adalah teknologi untuk memajukan kebebasan. Munculnya media sosial berpotensi membawa pengaruh politik karena berbagai kekuatan sosial, ekonomi, dan kultural akan membentuk ruang-ruang publik menjadi terbuka. Ada semacam pandangan bahwa dalam *cyberspace* dapat berubah menjadi *civic cyberspace*. Asumsi ini berkembang karena penggunaan media sosial dapat memunculkan peran baru bagi para penggunanya untuk langsung menjadi netizen. Yaitu sebuah

kewarganegaraan yang aktif dan partisipatif untuk terlibat dalam proses-proses sosial bahkan politik.

Belakangan ini di berbagai pemberitaan media massa bahkan yang kita temui di cyberspace marak mengangkat tentang konflik dan kekerasan. Sumber berita dalam kasus konflik ini sangat beragam. Mulai dari konflik internasional, konflik horizontal, konflik yang bersifat politis, hingga persoalan yang bersifat domestik, semuanya menjadi bahan pemberitaan yang mampu menyedot perhatian masyarakat.

Perbedaan pendapat yang pada awalnya hanya berkisar dalam persoalan pilihan politik kemudian melebar menyinggung isu-isu lainnya, termasuk isu sara dan ideologi. Buntutnya, mulai terjadi segregasi di tengah-tengah masyarakat. Istilah “kami” dan “mereka” dalam konotasi yang negatif pun menjamur di sejumlah media sosial, khususnya Facebook atau twitter. Dalam sudut pandang ini, penulis ingin menggambarkan fenomena cyber demokrasi di Indonesia dalam hadir nya new public sphere (konsep Jürgen Habermas) di media sosial. Kehadiran new media ini diharapkan mampu memberikan ruang baru demokrasi bagi rakyat untuk menyatakan pendapatnya secara bebas sekaligus mengawasi jalannya situasi politik dan pemerintahan. Pendapat itu didukung oleh Castells dalam bukunya *Informational Politics and the Crisis of Democracy* (1997: 367) yang menyatakan bahwa cyberspace merupakan wadah baru bagi masyarakat untuk menciptakan perubahan politik, menghindari terjadinya konflik antara pasar bebas dan pasar tertutup, serta untuk mengatasi perpecahan karena jarak antara masyarakat yang inklusif dan eksklusif. Ruang ini tidak lain merupakan hasil dari transformasi teknologi yang ada.

Dalam konteks faktual terjadi kontradiksi. Munculnya dikotomi antara ruang baru demokratisasi sebagai angin segar kebebasan berekspresi yang dulunya media massa dikekang, kini maraknya kasus penyebaran berita hoax oleh oknum-oknum buzzer pada lingkaran cyber demokrasi di media sosial, penyebaran hoax, caci maki, serang fitnah yang dimainkan emosi sehingga mengesampingkan orang dalam menerima fakta dan objektif realita sesungguhnya mengacaukan proses demokratisasi di Indonesia. Dalam perspektif Jacques Lacan, tindakan subjek dalam konteks sempitnya adalah partisipasi demokrasi dilihat sebagai bentuk usaha untuk memenuhi hasratnya. Akibatnya, pemenuhan hasrat menjadi utama,

daripada tindakan partisipasi tersebut. Untuk memperoleh hasrat ini, subyek tidak perlu benar-benar berpartisipasi, ia cukup hanya perlu merasakan sensasi berpartisipasi. Partisipasi demokrasi yang kelihatan nyata tapi tidak ada yang terjadi secara kongkret.

Ini pun memberikan alasan bahwa akhir-akhir ini munculnya post truth dimana orang cenderung tidak mencari kebenaran melainkan sesuatu yang cocok dengan keyakinan dan perasaan meskipun itu salah dan defisit demokrasi yang mengaburkan esensi-esensi dari demokrasi itu. Jalan Demokratisasi ini juga selain memicu konflik yang banyak terjadi di media sosial, juga diperparah dengan lahirnya polarisasi adalah karena perbedaan pendapat dalam menyikapi kontes Pilkada Serentak tahun 2017 kemarin, khususnya pada Pilkada DKI Jakarta. Ancaman ini pun di cemaskan rakyat Indonesia yang heterogen disebabkan konflik tersebut di pakai kembali dalam Pilkada tahun 2018 nanti.

Ketika saat ini media baru dianggap sebagai ruang publik baru dalam berdemokrasi yang merefleksikan kenyataan, maka dapat dikatakan bahwa wajah dari masyarakat Indonesia adalah wajah yang penuh dengan konflik dan kekerasan. Konflik merupakan fenomena yang hadir dalam keseharian masyarakat Indonesia, setidaknya itulah yang ditampilkan oleh media saat ini. Paper ini mau mencoba merefleksikan pola dan kecenderungan isu demokrasi, media dan politik informasi yang berlangsung. Seberapa jauh masalah system politik berhubungan dengan masalah identitas individu? Dan sejauh mana konsep Lacan mampu merefleksikan politik informasi dan konsolidasi politik berikut demokratisasi yang berlangsung dinamis pada masyarakat Indonesia modern? Bagaimana konsolidasi demokrasi berlangsung dengan kondisi sosial dan system politik yang masih harus dikembangkan secara rasional.

Diskursus 1: Identitas Politik Indonesia dalam Perspektif Jacques

Lacan

Tulisan ini memakai konsep 'identitas hasrat' ini ke dalam bentuk yang operasional. Perspektif ini dimulai dengan Mark Bracher and Lacan 1993 dalam bukunya *Discourse, and Social Change: A Psychoanalytic Cultural Criticism*. Pintu masuk Bracher untuk operasionalisasi ini adalah definisi utama dari Lacan (1996: 43) sendiri tentang hasrat, yaitu bahwa hasrat

adalah selalu “hasrat akan yang lain” (“*desire finds its meaning in the desire of the other*”).

Frase “hasrat akan yang lain” ini mengandaikan tiga makna bias. Ambiguitas ini menunjuk pada tiga landasan pembedaan hasrat. Landasan pertama, kata “hasrat” bisa merupakan hasrat untuk menjadi dan bisa juga hasrat untuk memiliki. Pembedaan ini sesuai dengan terminologi libido narsistik dan libido analitik oleh Freud dalam bukunya *The Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud* (1953: 76-89). Kedua, kata “akan,” menunjukkan bahwa subjek hasrat tersebut bisa menjadi subjek aktif (yang punya hasrat) dan objek pasif (yang menjadi objek hasrat). Terakhir, kata “yang lain” inilah yang merupakan identitas objek hasrat. Mengacu ke penjelasan Lacan, identitas hasrat ditempatkan pada tiga ranah yang saling berhubungan, yaitu: ranah imajiner dan ranah simbolik.

Jika menggunakan refleksi dialektis Lacan, maka terdapat dua ragam manusia politik pasca Orba. Dua ragam manusia politik itu disebut sebagai, manusia histeria dan manusia obsesif. Dua ragam termasuk dalam tahap kompulsif. Dalam tahun-tahun politik ini, mereka berkumpul bersama, penuh sesak, mengikuti perayaan demokrasi. Dua ragam manusia bisa ditemui di dunia nyata dan dunia maya. Dua ragam manusia tersebut saling mengharap, saling minta dukungan dan kerja sama, dalam ketulusan sekaligus kebohongan yang telah menjadi rahasia bersama. Bagi Lacan, dua kondisi kejiwaan ini disebabkan oleh masalah kronis yang sama, yakni, fantasi kekuasaan yang berpusat pada sang tokoh, yang bisa diberi nama dan wajah siapa pun. Saking kosongnya sosok pemimpin ini, oleh Lacan disebut *big other*, kedua makhluk politik tersebut berusaha mengisi sosok sakral ini, menggarap dan membentuknya, dengan dua cara yang sama sekali berbeda.

Manusia politik pertama adalah manusia histeria. Manusia ini biasa disebut dengan rakyat, manusia-manusia ini datang dari berbagai latar belakang agama, suku, kelas ekonomi, golongan sosial. Mereka bersatu dalam satu jenis sikap dan tindakan: menyerahkan kedaulatan diri sepenuhnya kepada sang pemimpin. Kesuksesan dan kejatuhan sang pemimpin dirasa sebagai kemuliaan dan kehinaan diri mereka sendiri. Tanpa kehadiran sang pemimpin yang dipuja-puji itu, politik dianggap

tak berguna dan demokrasi sedang krisis. Pada titik tertentu -bagi mereka, krisis demokrasi berarti krisis kepemimpinan, sebuah ketidakhadiran tokoh idola. Sang pemimpin diberhalakan sedemikian rupa dalam rangka melayani fantasi bernegara sebagai jalan menuju surga dan menistakan bangsa-bangsa lain. Konsolidasi dan mobilisasi manusia jenis ini merupakan prasyarat mutlak menuju dua masa depan politik nasional yang sama-sama berbahaya yaitu teokrasi dan fasisme.

Politik histeria memicu nafsu berkuasa bagi mereka yang terpelajar. Mereka merasa bisa memenuhi fantasi histeria rakyat ini. Mereka paham rakyat yang histeria membutuhkan pemimpin sebagai model. Model dalam pengertian model harta, jabatan, genealogi fisik dan belas kasih moral. Dalam panggung politik, mereka tidak sekedar mencitrakan diri tapi juga dicitrakan sesuai kehendak histeria massa. Bakal pemimpin ini selalu tersedia. Wajah lama dan wajah baru tak ada bedanya karena mereka selalu datang dari kasta politik dan kelas ekonomi yang relatif sama. Namanya oligarki, warisan sejarah politik nasional dari masa ke masa. Dalam histeria massa, mereka tak perlu bekerja keras untuk menjadi cerdas dan dekat dengan rakyat. Diri mereka adalah bentuk materialisasi fisik dari sebuah fantasi histeria.

Manusia politik kedua adalah mahluk obsesif-kompulsif. Berbeda dari histeria, manusia jenis ini tidak menyerahkan kedaulatan kepada sang pemimpin. Mereka menokohkan sang pemimpin agar mereka sendiri kelak menjadi pemimpin. Tidak hanya pandai, mereka sangat cerdas. Keinginan berkuasa disembunyikan di lubuk hati sambil memperlihatkan kesetiaan yang dibuat-buat kepada sang tokoh. Sang tokoh berpuas diri setelah berhasil menjadi pemimpin tetapi bagi kaum obsesif ini dirasa sebagai kepuasan sementara sampai nanti tiba saatnya membongkar kuasa politik penguasa. Mereka berasal dari oligarki dan juga dari kelas politik pemula yang ingin segera berada dalam lingkaran istimewa tersebut.

Jumlah mereka tak banyak dan kita mudah menjumpai manusia jenis ini di sekitar sang pemimpin dan bakal pemimpin. Habitat mereka di sekitar dan di dalam istana, pengurus partai politik, intelektual partisan, dan para pengusaha, yang semuanya mencari peruntungan nasib sebagai kroni negara, kelompok pemenangan oligarki. Mereka bekerja secara terbuka dan tak sedikit yang bermain di belakang layar. Satu hal yang

pasti, mereka sangat tahu tentang cara kerja kekuasaan, sangat paham kelebihan dan kelemahan sang pemimpin. Seluruh rahasia politik ada di tangan mereka. Itu juga sebabnya, ketika berkuasa pemimpin lebih mempunyai kekuatiran dan takut dengan kelompok ini daripada menghabiskan waktu mendekati diri dengan rakyat. Sejarah oligarki politik Indonesia penuh sesak dengan makhluk jenis ini. Itu juga sebabnya system politik selalu disuguhkan dengan rangkaian drama politik yang unik dan berbeda yaitu: kudeta kasar dan halus, konflik internal partai politik, koalisi tanpa ideologi, dan saling sandera dalam penanganan korupsi dan sebagainya.

Jika demokrasi harus dilaksanakan dengan nalar rasional, maka situasi demokrasi kita sedang berada dalam kondisi gawat-darurat. Tidak cukup saja dengan memuliakan rakyat dan menistakan pemimpin. Dibutuhkan dekonstruksi mental agar jiwa politik kembali kritis dan revolusioner.

Diskursus 2: Politik Informasi, Post Truth dan Media

Wacana tentang *informational politics* atau politik informasi, tentu akan sangat berhubungan dengan kehadiran media teknologi informasi di era kontemporer. Manuel Castells (1997: 311) dalam artikel yang berjudul *Informational Politics and the Crisis of Democracy* berpendapat bahwa era baru teknologi informasi telah memasukkan berbagai aturan baru dalam konteks transformasi sosial budaya, yang secara signifikan berpengaruh pada substansi politik. Informasi dan komunikasi politik pada dasarnya berada dalam ruang lingkup media elektronik dengan berbagai pesan yang dibawa, hingga interaksi antara media dan penonton mereka disebut sebagai interaksi dua arah. Terdapat hal menarik dalam media elektronik seperti TV, radio, televisi, dan internet yang telah menjadi ruang khusus dalam urusan politik. Hal ini bukan berarti menunjukkan bahwa seluruh urusan politik dapat direduksi menjadi gambar, teks dan suara untuk kemudian dikomunikasikan melalui media, namun tanpa media tidak akan ada kesempatan untuk memenangkan atau mengolah kekuatan. Tanpa kehadiran media, proposal atau kandidat politik tidak memiliki kesempatan untuk memperoleh dukungan secara luas. Politik secara tidak langsung telah terbingkai dalam hal substansi, organisasi, proses dan

kepemimpinan, dengan logika yang melekat pada sistem media terutama media elektronik. Proses ini tidak hanya berdampak pada pemilihan umum, namun juga organisasi politik, pengambilan keputusan dan pemerintahan.

Media sebagai sumber berita yang kredibel mampu menjelaskan mengenai bagaimana media telah menjadi bagian dalam ruang politik (Castells, 1997: 322). Apabila pengambil keputusan berniat untuk menyajikan programnya, mereka hanya butuh menyampaikan pesan melalui media. Di dunia yang semakin jenuh dengan informasi, pesan yang paling efektif adalah pesan yang paling sederhana dan disajikan dalam secara dikotomis atau bersifat bipolar, yakni baik dan buruk. Oleh karena itu, media berita harus berkonsentrasi pada pesan-pesan negatif untuk dapat mempengaruhi pendapat politik dan personalisasi peristiwa. Hubungan menarik lain antara media dengan politik dapat ditemukan dalam *politics of scandal* atau *politics of libido* (dalam istilah Lacan). Castells (1997: 333) menyatakan di satu sisi media menjadi dasar bagi perebutan kekuasaan, namun di sisi lain politik media menjadi operasi kelembagaan yang semakin mahal. Dari sini para aktor dituntut untuk mencari dukungan finansial bahkan hingga melewati batas hukum demi menutupi biaya yang diperlukan. Hal ini yang menjadikan tindak korupsi semakin meluas. Penggunaan dan penyalahgunaan kekuasaan untuk kepentingan pribadi seakan menjadi fitur khas bagi politik informasi (Castells: 1997: 341).

Konstruksi ulang demokrasi dan pengembangan politik informasi cenderung menuju pertumbuhan fragmentasi sistem politik (pembelahan framen unsur politik). Fragmentasi ini merupakan akibat dari system politik partai yang bersifat dikotomistik. Di satu pihak terjadi lokalisasi dan lokalisme, tapi di sisi yang lain terjadi referendum dan dukungan politik personal. Menurut Castells (1997: 349), terdapat tiga kecenderungan bagi perkembangan politik informasi. Pertama, rekonstruksi negara lokal dengan meningkatnya partisipasi politik warga pada pemerintah daerah dengan *support* keberadaan teknologi informasi. Kedua, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan politik dan komunikasi horizontal antar masyarakat, serta pemberdayaan antar kelompok masyarakat. Akses informasi online dan komunikasi melalui komputer memberikan fasilitas difusi dan pengambilan informasi, serta menawarkan kemungkinan debat dan interaksi dalam forum elektronik

melalui kontrol media. Lebih utama, masyarakat melakukan pembentukan konstelasi politik dan ideologi, menghindari struktur politik yang telah ada sehingga menciptakan lapangan politik yang lebih fleksibel (Castells, 1997: 349). Ketiga, pengembangan dinamis mobilisasi politik di sekitar isu non-politik seperti isu kemanusiaan, feminisme atau isu-isu lingkungan. Hal ini dilakukan dengan memperkenalkan proses politik dan isu-isu politik baru, sehingga memajukan krisis demokrasi liberal klasik sementara mendorong munculnya demokrasi informasi.

Bagaimana hal di atas dielaborasi dengan masalah pasca-kebenaran informasi? Andrey Miroshnichenko menjelaskan bahwa menurut Oxford, “pasca-kebenaran” menggambarkan “keadaan di mana fakta objektif kurang berpengaruh dalam membentuk opini dibandingkan daya tarik emosi dan keyakinan personal.” Pada 2016, kata ini digunakan hampir sebagian besar dalam hubungannya dengan referendum Inggris Raya untuk meninggalkan Uni Eropa dan pilpres AS. Dalam kedua kasus tersebut, fakta faktual, pengetahuan rasional, dan pengecekan tidak berguna apa-apa. Jurnalisme yang mengutamakan akuntabilitas dengan standar mutu, kode etik dan keterikatan kepada fakta telah berubah atau bahkan dapat dikatakan hilang. Narasi menghilangkan kepercayaan atau kredibilitas. Buruknya, keseluruhan ide tentang kebenaran menjadi kabur bahkan tidak bermakna.

Mobilisasi hal-hal bombastis yang tidak didukung oleh data faktual menjadi urusan politisi atau lembaga pemikir (*think-tank*) mereka ketika berkampanye melalui media arus utama (baik cetak, radio, maupun televisi), media online, dan atau media sosial. Ciri penting politik pasca-kebenaran adalah (a) mengaduk-aduk masyarakat dengan hal-hal yang bersifat emosional, (b) abai terhadap data dan fakta, (c) mengutamakan dan menyebarkan berita yang belum tentu kebenarannya atau palsu, (d) menggabungkan gerakan populis dengan teori-teori konspirasi yang jauh dari pembuktian ilmiah, (e) mobilisasi narasi fiktif tentang figur atau peristiwa tertentu, dan (f) memoles ketidakjujuran dalam membuat opini publik untuk memperkuat posisi sosial figur, kelompok, atau kepentingan tertentu dalam masyarakat yang semakin terbiasa dalam peradaban audio visual dan online.

Secara historis, kondisi pasca-kebenaran memang menyisakan perdebatan, khususnya terkait kebenaran itu sendiri. Dalam dunia

posmodern, misalnya, kebenaran tidak bisa lagi diukur berdasarkan pendapat pakar atau kelompok tertentu. Kebenaran adalah sesuatu yang bersifat relatif dan subjektif karena kebenaran sebagaimana digambarkan oleh modernisme adalah sesuatu yang sejak kelahirannya bersifat berorientasi kebarat-baratan. Cara pandang posmodern adalah hal yang membuka tabir terkait kasus Brexit dan Trump. Grace Russo Bullaro mengatakan bahwa orang-orang yang berada dalam dua faksi politik tersebut lebih suka berbicara dari posisi posmodernis yang berhubungan dengan isu subjektivitas. Makna adalah bahwa mereka memiliki opini mereka sendiri, tanpa memiliki sumber fakta karena mereka tidak percaya lagi kepada fakta atau kebenaran, selain karena fakta-fakta dan kebenaran-kebenaran versi mereka. Bagi mereka, kebenaran mereka sendiri lebih benar daripada segala hal yang dikabarkan sebagai fakta. Meskipun kebenaran memang bersifat relatif, tetapi mengabaikan kebenaran dengan mengaburkannya dengan fiksi, imajinasi dan narasi emosional menjadi bahaya tersendiri karena hal itu akan menciptakan individu atau kelompok yang mudah sekali disulut untuk membela kepentingan tertentu ketika ada mobilisasi informasi yang menyentuh atau menyulut emosi publik. Padahal mobilisasi tersebut belum tentu tahu dan paham dengan kebenarannya, tetapi biasanya menyinggung identitas atau keyakinan tertentu yang dianut kelompok sasaran kampanye informasi sepihak.

Berkembangnya politik pasca-kebenaran juga tidak bisa dilepaskan dari kegagalan institusi atau organisasi politik dalam mempengaruhi publik tentang permasalahan tertentu yang sedang menjadi isu-isu besar dalam masyarakat. Kondisi inilah yang menurut Paul Cho menjadikan politik desas-desus atau rumpi-rumpi ala pasca-kebenaran menjadi biasa. Lebih jauh Cho menjelaskan, para politisi pasca-kebenaran mengisi kurangnya kepercayaan publik dengan menuduh analisis kompleks dan mendalam yang dilakukan para pakar sebagai sihir yang ditujukan untuk membuat rakyat atau masyarakat menjadi bingung. Kemampuan para politisi pasca-kebenaran sebenarnya juga jalin-kelindan dengan hasrat manusia untuk mencari pandangan yang sesuai dengan pandangan mereka. Hal itu kemudian mengambilnya untuk mendukung bias yang sudah ada sebelumnya. Media yang sedari awal tidak ingin kehilangan rezeki ekonomi, tidak berani mengambil risiko untuk kehilangan para

pelanggannya. Kondisi tersebut menjadikan para politisi pasca-kebenaran mendapatkan keuntungan untuk selalu muncul di depan publik melalui pemberitaan sembari menghindari pihak-pihak yang sejatinya memiliki pandangan “yang lebih bisa dipercaya.” Akibatnya, para politisi yang kontra dengan para demagog tersebut bisa mendapati usaha mereka berantakan karena efek umpan balik yang kontradiktif, sebuah kondisi di mana individu-individu yang menerima informasi yang kurang mengenakan tidak serta-merta mau melawan pandangan mereka. Penyebarluasan pasca-kebenaran dan politisasinya sangat terbantu oleh teknologi terbaru, tak terkecuali media televisi, media internet, ataupun media sosial.

Refleksi Kritis: Post Truth dan Defisit Demokrasi Di Indonesia Dalam Kebebasan Individu Di Era Cyber Democracy

Fenomena di Indonesia menunjukkan bahwa dalam menilai demokrasi, masyarakat hanya dilibatkan dalam partisipasi politik sebatas keterlibatan mereka di dalam pemilihan umum atau pemilihan kepala daerah saja.

Di dalam demokrasi di negara yang mapan, election itu boleh. Sistem ini juga untuk memastikan check and balances terjadi, kalau prosedur demokrasi itu berjalan dengan baik. Namun ketika penggantian kekuasaan itu terjadi anarki, kekerasan, saling membunuh maka demokrasi itu sebenarnya belum berjalan, itu pun yang terjadi sekarang ini dengan maraknya kasus irasionalitas masyarakat di dalam cyberdemocracy di media sosial.

Di Indonesia demokrasi kita secara prosedur baik, tapi tidak baiknya secara esensi. Partisipasi *high politics*, namun secara kausal partai juga gagal dalam melakukan pendidikan politik bagi warga negara, padahal ia merupakan kristalisasi dari aspirasi rakyat. Di sinilah timbul gap lebar antara masyarakat dengan elit politik sehingga komunikasi politik yang ada menjadi sangat minim. Masyarakat menjadi kebingungan di dalam memikirkan bagaimana caranya agar suara dan aspirasi mereka didengar atau setidaknya dapat tersalurkan ke ranah publik. Masyarakat butuh medium yang mana kepentingan politik mereka mendapatkan

tempat untuk menjadi diskursus. Untuk itu masyarakat berupaya mencari saluran komunikasi politiknya.

Kini *landscape* sosial dengan kehadiran media baru di tengah masyarakat Indonesia menghasilkan ruang publik baru menjadi perhatian utama kita pada persoalan kebebasan berekspresi atas apa saja dan berpartisipasi dalam arti akses internet. Awalnya *new public sphere* seperti Facebook, Twitter dan yang baru Instagram dimanfaatkan sebagai ajang merepresentasikan diri manusia sebagai makhluk sosial. Robert Dahl menyatakan bahwa hal yang paling menentukan juga bagi sistem dalam demokrasi adalah bagaimana masyarakat untuk mengimplikasikan hak-hak fundamental seperti adanya kebebasan untuk berekspresi, berkomunikasi, berkumpul, dan berorganisasi, yang dibutuhkan bagi perdebatan politik dan pelaksanaan kampanye-kampanye pemilihan itu. Kini masyarakat di era globalisasi informasi memanfaatkan ruang maya sebagai sarana partisipasi politiknya, istilahnya *cyber democracy*. Partisipasi politik dalam ruang maya ini dapat dilakukan tanpa kehadiran fisik partisipan atau warga negara.

Bagi kelompok optimis, internet dilihat sebagai ruang siber memuat ruang public baru yang memungkinkan pertukaran melampaui geografi, sosial dan batasan budaya, yakni sebuah tempat tanpa adanya kontrol, sehingga setiap individu bebas untuk mengekspresikan pendapat dan pemikirannya. Derasnya injeksi informasi media sosial ke dalam seluruh sendi-sendi kehidupan masyarakat Indonesia dapat diibaratkan pedang bermata dua. Dalam pandangan kritis, internet sekaligus menciptakan segmentasi publik yang berbeda (*echo chambers*) yang mengakibatkan polarisasi sosial.

Dari hal-hal di atas maka tulisan ini menemukan alasan dengan menggunakan teori psikoanalisis Jacques Lacan. Teori ini melihat perilaku subyek, dalam hal ini, partisipasi demokrasi sebagai sebarang upaya untuk memenuhi hasratnya. Akibatnya, pemenuhan hasratlah yang menjadi utama, ketimbang tindakan partisipasi tersebut. Untuk memperoleh hasrat ini, subyek tidak perlu benar-benar berpartisipasi, individu cukup hanya perlu merasakan sensasi berpartisipasi. Sensasi inilah yang sebenarnya individu cari dengan melakukan tindakan yang ia kira partisipasi demokrasi – nyatanya, tidak ada yang terjadi secara kongkrit di lapangan.

Adalah media baru yang mampu mengkondisikan kesalahanpahaman perseptual ini, sehingga hal itu mampu menjebak energi-energi partisipasi subyek di dalam sirkuit medianya dengan upaya terus menerus memproduksi sensasi partisipasi demokrasi.

Melalui contoh ini, dapat dilihat bagaimana obyek hasrat hasrat harus dilihat setidaknya sebagai dua lapis: identitas dan obyek. 'Identitas hasrat' merupakan motivasi libidinal sang subyek untuk menghasrati obyek hasrat yang mengandung identitas hasrat tersebut. Obyek inilah yang disebut Lacan sebagai 'obyek penyebab hasrat' (*object cause of desire*). Jadi, anatomi hasrat dapat dibedah ke dalam dua aspek: identitas hasrat dan obyek hasrat. Dalam setiap obyek hasrat, dengan demikian, selalu tersimpan identitas-identitas hasrat. Namun demikian yang penting ditekankan adalah bahwa identitas hasrat sebenarnya tidak pernah tersimpan begitu saja dalam obyek hasrat; identitas hasrat dalam obyek hasrat adalah selalu merupakan hasil proyeksi dan investasi dorongan hasrat sang subyek. Artinya, identitas hasrat sebenarnya tidak pernah ada dalam obyek tersebut dengan sendirinya; adalah subyek yang memproyeksikan hasratnya ke obyek tersebut sehingga seolah-olah obyek tersebut memendam suatu harta karun libidinal tertentu.

Catatan penting tidak mungkin ada deliberasi di ruang public baru, Di ruang itu bukan *rational public sphere* justru muncul *echo chambers* (ruang gema) di mana orang pada dasarnya hanya mendengar suaranya sendiri, kelompok itu mendengarkan suaranya sendiri, merasa benar sendiri, dan berputar-putar disitu saja, kalau dalam psikologi sekarang menjadi sangat kolektif yang dinamakan 'confirmatory bias'. Subjek cenderung untuk mengonfirmasi bias-bias, subjek punya kecenderungan untuk bertarung pada konfirmasi yang mendukung kepercayaan dan opini saya. Itu kecenderungan luas. Dengan media sosial, ini yang terjadi adalah justru dilakukan secara kolektif, anda punya *echo chambers* yang tidak ada singgungan sama sekali satu dengan yang lain. Ada paradoks, di satu sisi partisipasi terbentuk dengan teknologi, aksesnya terbuka tapi disisi lain cyberspace itu tidak memungkinkan rasionalitas karena platformnya sampai hari ini tidak memungkinkan munculnya konsep mendengarkan. Hasil Indeks Demokrasi Indonesia, civil liberty Indonesia adalah tinggi dari semua aspek, kebebasan dari diskriminasi, kebebasan keberagaman. Tapi satu dimensi yang lain dalam civil liberty ini Indonesia rendah yaitu

ketika dalam kebebasan terutama yang berkaitan dengan kebebasan berekspresi terutama yang berhubungan dengan isu politik. Ekspresi-ekspresi politik dari kebebasan sipil tadi banyak mengalami gangguan di Indonesia, walau kebebasan beragama yang sering kali jadi perbincangan, agama yang diboikot. Kebebasan sipil ini kecil namun yang tinggi adalah ancaman penggunaan kekerasan terkait dengan kebebasan berekspresi. Banyak yang mengatakan demokrasi di Indonesia ini kebablasan, tapi sebetulnya tidak demikian melainkan demokrasi kita ini mengalami defisit. Kebebasan itu tidak bisa dikatakan kebablasan karena kalau kebablasan ada hukum yang mengatur. Defisit demokrasi yang terjadi baik kebebasan, kesejahteraan, keamanan, justice, ini semua belum tersalurkan.

Dari uraian diatas, penulis ingin menyampaikan bahwa terjadinya sebuah defisit demokrasi dalam kebebasan individu terutama di ruang baru publik seperti kehadiran media internet mampu memecah belah persatuan kita sebagai bangsa. Perbedaan pendapat bukan menghadirkan kekuatan dari keberagaman itu tapi sebaliknya malah melemahkan pluralitas kita sebagai yang sudah dari dulu ada.

Defisit demokrasi yang terjadi di Indonesia, selain ketidakmatangan kita dalam berpartisipasi secara rasional di media sosial. Bahwa *cyberdemocracy* ternyata tidak menjamin adanya partisipasi. Ruang publik di media sosial yang diharapkan adalah munculnya partisipasi aktif yang rasional untuk melakukan deliberasi dan melakukan diskursus. Kenyataannya ruang-ruang tersebut dikuasai oleh para elit yang pragmatis bahkan menggunakan *buzzer* untuk mendistorsi atau mengaburkan informasi fakta menjadi kabar bohong yang berpengaruh untuk menggoyangkan stabilitas politik negara. Dampaknya perilaku partisipasi masyarakat ini yang irasional ini atau kita sebut simtom memburamkan esensi demokrasi itu sendiri.

Defisit demokrasi ini juga ditandai dengan berkembangnya Pasca-kebenaran di media. Istilah Pasca-kebenaran ini ketika fenomena media sosial sekarang yang penuh dengan ujaran kebencian dan penyebaran informasi palsu (hoax). Padahal informasi yang ada di media sosial itu, terkadang bukan mendekatkan kita terhadap suatu fakta, melainkan menjauhkan kita dari fakta yang ada. Indonesia merupakan salah satu negara terbanyak dalam mengakses media sosial seperti Facebook dan Twitter. Hal itu sebenarnya menjadi suatu indikasi yang baik bila

digunakan secara baik akan hasilnya sangat positif. Akan tetapi, kalau penggunaan internet itu tidak didukung dengan literasi yang baik, bisa jadi mendapatkan informasi-informasi 'menyesatkan'.

Indonesia yang dikenal sebagai masyarakat yang plural baik perbedaan budaya, agama, etnis dan suku mampu menyuburkan tumbuhnya fenomena post truth ini dan mengancam jalannya demokrasi kita. Alasannya adalah jika kemunculan post truth ini dibiarkan maka meningkatkan sentimen dan kecurigaan pada masing-masing individu terutama di ranah cyberdemokrasi. Anggapan mereka tidak ada yang dipercaya, dan menjadi kronis ketika membawa isu-isu sensitif demi kepentingan elit politik tertentu dan ditambahnya dari penyebaran berita-berita kebencian dan hoax tersebut oleh oknum-oknum yang kurang informasi dan literasi. Situasi ini akhirnya mempersulit ruang deliberasi yang diwacanakan oleh Jürgen Habermas.

Bahkan situasi politik di Indonesia saat Pilkada 2017 kemarin, banyak aktor politik yang menggunakan situasi pasca-kebenaran dengan mengeksploitasi keresahan dan kegeraman itu dengan menciptakan kebohongan yang semakin menguatkan prasangka warga antara islam dan non islam, pribumi dan nonpribumi, pemerintah vs rakyat. Inilah cara kerja utama politik pasca-kebenaran, yang tidak hanya melibatkan kebohongan tapi juga memanfaatkan sentimen yang telah ada sebelumnya. Oleh karenanya problem masyarakat sipil dalam konteks masyarakat informasi dan demokrasi siber bukan kelangkaan informasi, tapi terjadi *tsunami* informasi berlebih menjadi gejala masyarakat yang sakit, susah untuk menilai mana yang bisa dipercaya dan tidak.

Kita tidak mungkin ingin kembali ke abad kegelapan, dimana kekuatan-kekuatan otoritas kala itu mengungkung keberanian kita untuk berpikir. Apakah yang terjadi di Indonesia hari ini? Ketika rezim orde baru menutup rapat-rapat kran berpendapat kita sebagai pemerintahan yang otoriter. Kini demokratisasi yang kita jalankan setelah reformasi seolah-olah menutup mimpi cita-cita demokrasi itu sendiri akibat hasil euforia yang kelewatan.

Simpul Alternatif

Sementara simpulan tulisan ini menyatakan bahwa negara ini belum memiliki cukup prasyarat atau modal untuk bisa menyediakan ruang publik yang memadai. Menyimak dari institusi baik media massa maupun new media seperti media sosial yang ada saja, demokrasi siber juga diduga menjadi strategi digital elit politik yang ingin berkuasa dengan dalil-dalil demokrasi.

Dari paparan di atas baik defisit demokrasi dan pasca-kebenaran di era cyberdemocracy ini dapat kita pahami bahwa kebebasan berpendapat di media sosial yang selalu di elu-elukan terjadinya reduksi nilai atas esensi dari demokrasi itu. Bahkan bisa jadi media yang dianggap sebagai revolusi partisipasi demokratis itu tidak terwujud karena secara empiris tidak adanya ruang deliberasi. Bahwa media baru tersebut telah sukses mengalihkan energy untuk berproses pada partisipasi demokratis masyarakat bukan ke arah proses-proses demokratis kongkrit dalam ruang ruang yang faktual, melainkan ke arah repetisi ritual-ritual komunikasi di medan media baru tersebut. Konsekuensi yang ditimbulkan pula terjadi polarisasi masyarakat dalam ranah virtual tadi mulai dari *echo chambers* dan *confirmatory bias*. Ini dikarenakan pemenuhan hasratlah yang menjadi utama, ketimbang tindakan partisipasi tersebut. Untuk memperoleh hasrat ini, subyek tidak perlu benar-benar berpartisipasi, ia cukup hanya perlu merasakan sensasi berpartisipasi dalam memperjuangkan demokrasi.

Jika masalah ini terus berlanjut maka konsep general will yang dibayangkan Rosseau, mungkin dibayangkan susah, paling tidak terdapat imajinasi kolektif sebagai bangsa. Kita harus membayangkan itu walaupun will nya berbeda-beda, tapi kita ini sebagai suatu collective agent yang dalam bahasa Pancasila kita itu berada di Bhinneka Tunggal Ika, kita lahir yang berbeda-beda tapi kita harus mampu menemukan ketunggalan itu. Ketunggalan itu dalam operasional kita bisa bayangkan dengan konsep general will nya Rosseau atau bisa dengan *imagine community* nya Ben Anderson.

Ketika ketidaksadaran kita sebagai bangsa, dan mementingkan ego kita masing-masing dengan berlindung atas individual right tadi maka kewajiban kita menjaga negara dan cita-cita menjalankan nilai-nilai demokrasi yang luhur di negara Pancasila ini akan tetap menjadi khayalan. Oleh karenanya hadirnya ruang baru publik di media sosial yang

seyogyanya meng enlightment dan membuka pintu partisipasi yang rasional sekaligus mengawasi jalannya politik dan pemerintahan yang dalam terminologi Imanuelle Kant sebagai manusia yang berpikir dan tidak ingin kembali ke era kegelapan politik.

Referensi

Barber, Benjamin. (1990). *Strong Democracy: Participatory Politics for a New Age*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.

Castells, Manuel, (1997). "Informational Politics and the Crisis of Democracy" dalam *The Power of Identity*, Oxford: Blackwell Publisher.

Freud, Sigmund. (1953). *The Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud*, vol. 14 London: Hogarth Press

Habermas, Jurgen. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere, An Inquiry into a Category of Bourgeois*

Jenkins, Henry and David Thorburn, ed., (2004), *Democracy and New Media*, Cambridge: MIT Press,

Lacan, Jacques, (1977), *Écrits: A selection*, London: Tavistock

Servaes, Jan, (2003), *Communication for development and social change: (UNESCO), 7, place de Fontenoy, France,*

Jean-Jacques Rousseau (Terj), 2010. *Kontrak Sosial: Prinsip Hukum Politik*. Hidayat. Jakarta: PT. Dian Rakyat.

Lacan, (1993), *Discourse, and Social Change: A Psychoanalytic Cultural Criticism*, Ithaca & London: Cornell Uni Press.

Rousseau dalam Deliar Noer, Noer, Deliar. (1982). *Pemikiran Politik di Negara Barat*. Jakarta: CV. Rajawali

Suhelmi, Ahmad. (2007). *Pemikiran Politik Barat: Kajian Sejarah Perkembangan Pemikiran Negara, Masyarakat dan kekuasaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Zubaedi, dkk. 2010. *Filsafat Barat*, Yogyakarta: Ar-ruzz media

Referensi Lain

Andrey Miroshnichenko. 2017. "The post-truth world: how social media destroy the absolutism of the "objective" truth", Human as Media, <https://human-as-media.com/2017/02/22/the-post-truth-world-how-social-media-destroy-the-absolutism-of-the-objective-truth/>.

Nayef Al-Rodhan. 2017. "Post-truth Politics, the Fifth Estate, and the Securitization of Fake News", Global Policy Journal, <http://>

www.globalpolicyjournal.com/blog/07/06/2017/post-truth-politics-fifth-estate-and-securitization-fake-news; William Davies. 2016. *The Age of Post-Truth Politics*, New York Times, <https://www.nytimes.com/2016/08/24/opinion/campaign-stops/the-age-of-post-truth-politics.html?mcubz=3>.

Grace Russo Bullaro. 2017. "Donald Trump and the Era of Post-Truth", <http://www.lavocedineyork.com/en/news/2017/05/18/donald-trump-and-the-era-of-post-truth/>.

Paul Cho. 2017. "Technology and Its Role in the Post-Truth World", <http://www.foxbudget.com/2017/03/technology-and-its-role-in-the-post-truth-world/>.

Cora Pfafferoth. 2017. "Post-Truth Convenient Lies," <http://www.zocalopublicsquare.org/2017/01/09/post-truth-convenient-lie/ideas/nexus/>.

"Lessons from the Year of Post-Truth Politics," *The Star*, December 27, 2017, <https://www.thestar.com/opinion/editorials/2016/12/27/lessons-from-the-year-of-post-truth-politics-editorial.html>.

Christopher Wilson. "Digital Media in the Egyptian Revolution: Descriptive Analysis from the Tahrir Data Sets." *International Journal of Communication*, Vol. 5(2011): 1248-122; Anne Alexander and Miriyam Aouragh. "Egypt's Unfinished Revolution: The Role of the Media Revisited." *International Journal of Communication*, Vol. 8 (2014): 890-915.

Xueqing Li, Francis L.F. Lee, and Ying Li. "The Dual Impact of Social Media Under Networked Authoritarianism: Social Media Use, Civic Attitudes, and System Support in China." *International Journal of Communication*, Vol. 10(2016): 5143-5163.

Sylvia A. Owiny, Khanjan Mehta, and Audrey N. Marezki. "The Use of Social Media Technologies to Create, Preserve, and Disseminate Indigenous Knowledge and Skills to Communities in East Africa." *International Journal of Communication*, Vol. 8(2014): 234-247.

Maggie Walter. "Market Forces and Indigenous Resistance Paradigms", *Social Movement Studies*, Vol. 9(2), 2010: 121-137; Njoki Nathani Wane. "Indigenous Education and Cultural Resistance: A Decolonizing Project." *Curriculum Inquiry*, Vol. 39(1), 2009: 159-178; Rima Wilkes. "The Protest Actions of Indigenous Peoples: A Canadian-U.S. Comparison of Social Movement Emergence." *American Behavioral Scientist*, Vol. 50(4), 2006: 510-525; Janice Windborne. "New Laws, Old Values: Indigenous Resistance to Children's Rights in Ghana." *Atlantic Journal of Communication*, Vol. 14(3), 2006: 156-172; Anne Marie Todd. "Environmental Sovereignty Discourse of the Brazilian Amazon: National Politics and the Globalization of Indigenous Resistance." *Journal of Communication Inquiry*, Vol. 27(4), 2003: 354-370.

BAGIAN 2

POLITIK DI MEDIA SOSIAL

