

AGITASI DAN PROPAGANDA DI MEDIA SOSIAL
(Studi Kasus *Cyberwar* Antar-Netizen terkait Dugaan Penistaan Agama
oleh Basuki Tjahaja Purnama)

Abdul Malik

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Serang Raya
Jalan Raya Cilegon-Serang Km. 5, Drangong, Serang, Banten
Email: kangdoel2002@gmail.com

ABSTRAK

Media sosial facebook saat ini lebih dominan dimanfaatkan sebagai ajang untuk membangun dan menyebarkan pesan maupun wacana-wacana kebencian. Dugaan penistaan agama oleh Basuki Cahaya Purnama Alias Ahok saat melakukan kampanye sebagai calon gubernur DKI di Kepulauan Seribu, adalah contoh kasus yang menimbulkan kegaduhan di ruang maya. Polemik atas kasus tersebut menunjukkan bahwa kebebasan berkomunikasi di dunia maya lebih cenderung destruktif daripada bersifat konstruktif yang disebabkan oleh komentar baik berupa ujaran maupun wacana para netizen yang tanpa disertai oleh kesadaran etis. Belajar dari kasus ini, maka semangat demokratisasi melalui ruang cyber sebagaimana menjadi harapan banyak pihak pada masa-masa awal kemunculannya justru bertolak belakang dengan fakta yang kerap muncul ranah ini. Sehingga alih-alih menjadi saluran bagi tersemainnya semangat demokratisasi antar-anggota masyarakat (netizen), yang terjadi adalah bahwa ketiadaan gatekeeper telah menjadikan media sosial seperti facebook sebagai saluran yang bebas nilai dan tempat tumbuhsuburnya berbagai ujaran dan wacana kebencian yang berimplikasi pada redupnya semangat demokratisasi itu sendiri.

LATAR BELAKANG

Akses untuk memperoleh informasi saat ini menjadi semakin mudah dan murah seiring dengan kehadiran media jenis baru berbasis internet. Kehadirannya sekaligus juga melahirkan berbagai optimisme masa depan dalam bentuk berbagai kemudahan sosialisasi wacana kehidupan sosial, politik, ekonomi, pendidikan dan kebudayaan.

Internet, sebagai salah satu elemen utama *cyberspace*, dianggap sebagai saluran komunikasi yang memiliki jangkauan komunikasi terluas dan diharapkan menjadi ruang publik baru yang ideal, yakni ruang publik *cyber*, di mana di dalamnya bertemu berbagai pihak yang saling berkomunikasi satu sama lain secara bebas.

Karena itu, banyak pihak memandang bahwa di dalam wacana politik, khususnya, internet telah memberikan optimisme dalam kedudukannya sebagai ‘kekuatan baru’, yang dapat menciptakan iklim demokrasi yang lebih kondusif (Reza Antonius AW dalam Mudji Sutrisno, TT: 216-217).

Namun demikian, harapan bahwa internet dapat menjadi sarana untuk menciptakan iklim demokrasi yang kondusif itu tidak pernah benar-benar terjadi. Kenyataan tersebut sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Vivian (2008: 277-278) bahwa keberadaan internet sebagai media massa yang demokratis dikarenakan banyak orang yang dapat menciptakan isinya sendiri-sendiri, tidak terlepas dari kelemahan. Kelemahannya itu

pada ketiadaan *gatekeeper* sebagaimana di media tradisional, sehingga konten ataupun isi pesannya tidak terjamin tingkat akurasi. Disebabkan ketiadaan *gatekeeper* itulah maka internet penuh dengan informasi sampah.

Kenyataan tersebut setidaknya terlihat dari pemanfaatan media sosial seperti *facebook* oleh para *netizen* yang belakangan ini cenderung bebas tanpa batas dengan status berisi pesan atau informasi yang tidak jelas kebenarannya. *Facebook* juga lebih dominan dimanfaatkan sebagai ajang untuk membangun dan menyebarkan pesan maupun wacana-wacana kebencian. Pesan dan wacana kebencian itu datang silih berganti tanpa henti karena terus diproduksi dan direproduksi dengan cara *dishare* kepada sebanyak-banyaknya *netizen*, lalu dikomentari dengan penuh kebencian pula. Untuk memperkuat argumentasi kebencian, tidak sedikit di antara *netizen* melakukan teknik agitasi dan propaganda dengan membuat kabar dan berita *hoax* atau menautkan statusnya ke situs-situs tertentu yang memuat kabar dan berita *hoax* dimaksud.

Ironisnya, satu persoalan, akibat terus diwacanakan telah menimbulkan banyak persoalan ikutan yang menimbulkan wacana-wacana kebencian lain sehingga banyak pihak mengkhawatirkan bahwa situasi panas di ruang maya itu akan berimbas di dunia nyata, sehingga menimbulkan friksi sosial baik antar kekuatan politik, ras, maupun agama, lalu berujung pada situasi disintegrasi.

Dugaan penistaan agama oleh Basuki Cahaya Purnama Alias Ahok saat melakukan kampanye sebagai calon gubernur DKI di Kepulauan Seribu, adalah contoh kasus yang menimbulkan kegaduhan di ruang maya. Tidak hanya terjadi kegaduhan, para *netizen* pun terkotak dalam aneka kepentingan, diprovokasi juga terprovokasi oleh pesan dan wacana-wacana kebencian yang begitu provokatif dan agitatif disertai foto dan meme yang amat sarkastik, bebas tanpa batas. Logika dan etika tidak lagi menjadi pedoman dan pertimbangan dalam membuat pesan dan wacana di media sosial tersebut.

Sehubungan dengan persoalan tersebut, tulisan ini akan mengkaji dua hal. *Pertama*, bagaimana polemik terkait kasus dugaan penistaan agama oleh Basuki Cahaya Purnama berlangsung di media sosial *facebook*. *Kedua*, Bagaimana polemik terkait kasus dugaan penistaan agama oleh Basuki Cahaya Purnama di media sosial *Facebook* bergeser menjadi wacana-wacana kebencian?

LANDASAN KONSEP

Media Sosial

Kehadiran internet saat ini telah membawa dampak yang begitu besar terhadap cara kita berkomunikasi. Di mana hambatan jarak, ruang dan waktu dalam berkomunikasi berhasil diatasi. Demikian pula dengan perubahan dalam pola komunikasi massa. Melalui media berbasis internet (*cybermedia*), komunikasi yang terjalin tidak hanya bersifat massa, tetapi juga berlangsung secara interaktif. Situasi yang tidak dijumpai pada komunikasi melalui media

mainstream (old media) baik cetak maupun elektronik yang cenderung *delay feedback* sehingga tidak memungkinkan terjadinya dialog atau interaksi antara pengelola media selaku komunikator dengan masyarakat/audience selaku komunikan, Sedangkan melalui media berbasis internet (*new media*) dialog yang interaktif atau komunikasi dua arah sangat mungkin dilakukan, yang berdampak pada perubahan begitu dinamis di masyarakat, utamanya dalam peningkatan *traffic* lalulintas informasi itu sendiri yang begitu cepat, karena pada akhirnya penyuplai informasi tak lagi didominasi oleh pemilik/pengelola media (baca; media baru), melainkan juga jamak dilakukan oleh masyarakat secara umum.

Tentang dampak kehadiran internet terhadap perubahan cara berkomunikasi, dikemukakan David Croteau dan William Hoyness dalam bukunya *Media/Society (2014)*. Menurutnya, internet telah menyebabkan hilangnya perbedaan signifikan antara si pembuat berita dan si penerima berita. Kehadiran internet juga telah menyebabkan sifat media massa menjadi berubah yang awalnya *one-way communication* (komunikasi satu arah) menjadi *interactive communication* (komunikasi interaktif). Di sisi lain, karena teknologinya yang semakin murah dan mudah diaplikasikan, masyarakat bisa kapan dan di mana saja membuat media online sendiri, baik dengan ‘menumpang’ di media yang dikelola oleh korporat, maupun dikelola secara bebas dan mandiri dengan konten informasi beragam, sehingga menjadikan media baru ini sebagai media alternatif atas keberadaan media-media *mainstream* yang notabene tidak

sebebas dan selugas media baru dalam memuat dan menyebarkan kontennya, serta tak jarang telah terkooptasi oleh kepentingan tertentu.

Pola komunikasi yang semakin interaktif ini semakin terlihat pada situs-situs jejaring sosial yang biasa disebut media sosial seperti *facebook, twitter, instagram, path*, dan sebagainya, di mana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi dan saling berbagai informasi dan publikasi. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 ,dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content".

Secara umum media sosial memiliki karakteristik sebagai berikut (Gamble, 2002): Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang, akan tetapi bisa ke berbagai banyak orang seperti pesan melalui SMS ataupun internet, pesan yang disampaikan bersifat bebas tanpa harus melalui proses *gatekeeper*, pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya, dan penerima pesanlah yang menentukan waktu interaksi.

Di Indonesia, di antara begitu banyak jenis media berbasis internet, situs-situs jejaring sosial-lah paling banyak diakses. Berdasarkan data dari *Alexa* diketahui bahwa situs-situs media sosial-lah yang mendominasi lima besar situs yang sering diakses oleh masyarakat Indonesia (<http://kompilepi.com/2016/05/20-website-indonesia-yang-paling-sering-dikunjungi-menurut-data-alexa/>).

Adapun sebagaimana dikutip dari laman berita *kompas.com*

(<http://tekno.kompas.com/read/2016/10/20/17062397/jumlah.pengguna.facebook.di.indonesia.terus.bertambah>), hingga Oktober 2016 tercatat jumlah pengguna *facebook* di Indonesia telah mencapai angka 88 juta. Sebanyak 94 persen di antaranya mengakses *facebook* dari gadget mobile, dengan rata-rata mengecek gadgetnya lebih dari 80 kali sehari. Sedangkan di tingkat global, *facebook* memiliki jumlah pengguna aktif bulanan mencapai 1,7 miliar. Sampai dengan saat ini, Indonesia masih menempati urutan keempat pengguna *facebook* terbanyak setelah Amerika Serikat, India dan Brazil.

Selain bersifat interaktif dan mudah diplikasikan, *facebook* lebih banyak digunakan karena juga memiliki banyak fitur dan fasilitas yang tidak dimiliki oleh situs jejaring sosial lainnya. Sebagai contoh, para pengguna bisa menuliskan pesan atau status apa pun, termasuk memasang foto atau gambar pada wall/dinding, dan dapat memposting tautan berisi pesan, informasi, foto atau video yang berasal dari situs lain yang bisa dishare dan dikomentari oleh para pengguna lainnya. Juga terdapat fasilitas group, yakni fasilitas yang mengumpulkan pengguna yang tertarik atau memiliki kesamaan pada isu atau konten tertentu. Dengan banyaknya konten dan kemudahan dalam mengakses dan mengaplikasikannya, para pengguna *facebook* memungkinkan untuk menjadikan media sosial ini sebagai sarana komunikasi yang sangat atraktif dan interaktif

Komunikasi di Media Sosial

Komunikasi di media sosial adalah komunikasi yang termediasi komputer (*Computer Mediated Communications/CMC*). Baik komputer, telepon genggam, dan perangkat komunikasi yang terkoneksi lainnya pada dasarnya tidak sebatas menjadi media yang memerantarai proses distribusi dan sirkulasi pesan, akan tetapi juga menjadi medium layaknya aspek-aspek serta lingkungan dalam komunikasi tatap muka (*face to face communications*). Akan tetapi komunikasi dalam CMC ini lebih banyak bergantung pada teks, baik teks dalam pengertian sesungguhnya maupun simbol, ikon, gambar, foto, maupun penanda lain yang mewakili maksud pesan. December (dalam Nasrullah, 2013: 93), mendefinisikan CMC sebagai proses komunikasi manusia melalui komputer yang melibatkan khalayak, tersituasi dalam konteks tertentu, di mana proses tersebut memanfaatkan media untuk tujuan-tujuan tertentu.

Marc Smith (dalam Nasrullah, 2013: 94-96) menyebut beberapa aspek dalam komunikasi di media siber. Yakni bahwa interaksi atau komunikasi di dunia siber tidak mensyaratkan keberadaan dan kesamaan antara pengguna (*aspatial*) media siber selagi fungsi-fungsi interaksi melalui media siber itu masih ada. Artinya bahwa interaksi tidak harus selalu dalam waktu yang sama, *sender* dan *receiver* tidak mesti berada dalam lokasi yang sama sebagaimana dalam komunikasi dua arah baik tatap muka maupun melalui media seperti telepon. Akan tetapi, bukan berarti konten atau lingkungan interaksi itu terbatas oleh waktu. Sebaliknya,

konten dan lingkungan itu selalu hidup dan ada sampai kapan pun. Karena itu, berkomunikasi di media siber bisa dikondisikan sesuai dengan konteks ruang dan waktu sebagaimana diinginkan pengguna saat terkoneksi ke dalam jaringan. Bisa berkomunikasi dalam waktu bersamaan bisa juga tidak. Dalam hal berkomunikasi melalui *facebook*, misalnya, pengguna bisa membuat status berupa informasi atau pesan apa pun yang dalam waktu bersamaan dan bisa langsung dikomentari pengguna yang lain, tetapi bisa juga dikomentari dalam waktu yang berbeda dan tempat berbeda.

Di sisi lain, komunikasi yang terjalin di media sosial telah mengaburkan batasan-batasan komunikasi interpersonal dengan komunikasi massa. Hal tersebut terjadi karena di media sosial terjalin kombinasi antara komunikasi interpersonal dan komunikasi masa yang disebut juga *mass-self communications*. Karena mampu menjangkau khalayak secara global maka bisa dikatakan sebagai komunikasi massa, dan pada saat yang sama karena pesan yang ada dibuat, diarahkan, dan dikonsumsi secara personal, maka dikatakan komunikasi interpersonal (Utari, 2011:52-53).

Karena sifat komunikasinya yang interaktif, media sosial memiliki kekuatan dalam membangun opini. Dalam hal ini Ardianto (2011: xii) menyebut bahwa media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat memengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat. Penggalangan dukungan atau gerakan massa bisa terbentuk berkat kekuatan media online karena apa yang ada di dalam media sosial, terbukti mampu membentuk opini, sikap dan perilaku

publik atau masyarakat. Fenomena media sosial ini bisa dilihat dari kasus Prita Mulyasari versus Rumah Sakit Omni International.

Namun demikian, karena ketiadaan *gatekeeper* sebagaimana terdapat di media massa *mainstream*, komunikasi yang terjalin antarpengguna atau *netizen* di media sosial menjadi cenderung bebas tanpa batas. Netizen dapat dengan bebas memposting pesan apa saja baik dalam bentuk teks, gambar, foto, ataupun video, atau menyisipkan tautan pesan/informasi dari situs tertentu dan membagikannya tanpa mempedulikan kebenarannya. Begitu pun netizen yang lain, bebas merespon dan mengomentari status pesan dan informasi yang muncul. Karena ketiadaan *gatekeeper* inilah belakangan media sosial cenderung menjadi bebas nilai dan pemanfaatannya didominasi untuk kepentingan melakukan agitasi dan propaganda berbagai pihak untuk kepentingan dan tujuan tertentu.

Agitasi dan Propaganda

Agitasi adalah sebuah upaya untuk menggerakkan massa dengan lisan atau tulisan, dengan cara merangsang dan membangkitkan emosi khalayak (Arifin, 2003: 71). Kegiatan agitasi dimulai dengan membuat kontradiksi dalam masyarakat dan menggerakkan khalayak untuk menentang kenyataan hidup yang dialami selama ini (penuh ketidakpastian dan penuh penderitaan). Tujuannya adalah menimbulkan kegelisahan di kalangan massa. Selanjutnya rakyat digerakkan untuk mendukung gagasan baru atau ideologi baru dengan menciptakan keadaan yang baru (lumer dalam Arifin 2003: 71).

Di samping itu, praktisi agitasi dilakukan agar khalayak bersedia memberikan pengorbanan yang besar bagi tujuan yang langsung dan bersedia mengorbankan jiwa untuk mewujudkan sebuah cita-cita politik. Adapun orang yang melakukan agitasi disebut agitator, yakni orang yang berusaha menimbulkan ketidakpuasan, kegelisahan, atau pemberontakan terhadap orang lain. Agitasi memiliki konotasi yang negatif karena sifatnya yang menghasut, mengancam, menggelisahkan, membangkitkan rasa tidak puas di kalangan khalayak, dan mendorong adanya pemberontakan.

Sedangkan istilah propaganda identik dengan aktivitas komunikasi yang berupaya memanipulasi psikologi khalayak. Pada praktiknya propaganda mengelaborasi pesan untuk memperoleh pengaruh secara persuasif yang digunakan guna menciptakan partisipasi aktif atau pasif dalam tindakan-individu-individu yang dipersatukan melalui manipulasi psikologis. Saat ini seiring dengan keberadaan teknologi komunikasi yang begitu canggih dan dianggap sangat efektif, media massa lebih utamanya media berbasis internet seperti media sosial banyak dijadikan sebagai saluran untuk membangun propaganda oleh berbagai pihak.

Harold D. Lasswell (dalam Heryanto, 2013: 76) menyatakan bahwa propaganda semata merujuk pada kontrol opini, dengan simbol-simbol penting, atau berbicara lebih konkret dan kurang akurat melalui cerita, rumor, berita, gambar, atau bentuk-bentuk komunikasi sosial lainnya. Ia juga memberi definisi propaganda sebagai teknik memengaruhi tindakan manusia

dengan memanipulasi representasi (penyajian). Representasi bisa berbentuk lisan, tulisan, gambar, atau musik.

Inti dari kegiatan propaganda adalah persuasi, yang mengutamakan 'kemenangan' dengan mengabaikan kebenaran, moral, dan etika. Atas dasar itulah banyak kalangan menilai bahwa propaganda sebagai kegiatan komunikasi yang berbahaya bagi kemanusiaan dan demokrasi (Arifin, 2010: 233). Propaganda dianggap mengabaikan kebenaran, moral dan etika karena sumber informasi yang menjadi pesan dalam komunikasi kerap tidak jelas dan cenderung samar-samar, penyampaian pesan yang tidak terikat waktu sehingga dilakukan kapan saja bahkan bisa setiap saat, sifat gagasan atau informasi yang disampaikan amat tertutup dan bahkan dianggap sudah mutlak benar, dengan tujuan bersifat umum dan ditunjukkan untuk mengubah sistem kepercayaan, tidak menekankan kesukarelaan dan melibatkan paksaan/koersif, tanpa aturan etis, demi kepentingan kelompok atau golongannya secara sepihak.

Dalam praktiknya, antara agitasi dan propaganda biasa berlangsung seiring sejalan. Artinya, ketika seseorang melakukan tindakan agitasi secara bersamaan pula ia melakukan propaganda. Karena itulah, pada masa lalu pemerintah Uni Sovyet selalu mengaitkan agitasi dengan propaganda dan membuat departemen khusus bernama Departemen Agitasi dan Propaganda yang dikenal dengan akronim *Agitrop* (Arifin, 2003: 72).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Creswell (1998: 15) menyatakan bahwa “Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Sedangkan tipe penelitian ini adalah deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara tepat bagaimana media sosial seperti *facebook* saat ini cenderung dimanfaatkan untuk kepentingan agitasi dan propaganda untuk tujuan tertentu.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan studi kasus dalam bentuk desain kasus tunggal, yakni peneliti mengumpulkan data terarah berdasarkan pertanyaan yang terlebih dahulu ditentukan (Yin, 2006). Dalam pendekatan rumpun kualitatif, langkah-langkah studi kasus untuk pengumpulan data tidak terlepas dari ciri umum yang ditampilkan dalam penelitian kualitatif.

Analisis data dilakukan berdasarkan tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau klarifikasi. Dalam reduksi data ini terdapat proses pemilihan, penyederhanaan, pengabstraksian dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis yang ada di lapangan. Reduksi data ini merupakan suatu bentuk analisis yang digunakan dalam rangka untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu serta mengorganisasikan data sehingga nantinya

kesimpulan dapat ditarik secara tepat dan diverifikasi (Silalahi, 2006:312).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Polemik Kasus Dugaan Penistaan Agama di Media Sosial

Seperti diwartakan oleh berbagai media, polemik tentang kasus dugaan penistaan agama yang dilakukan Basuki Tjahaja Purnama alias Ahok berawal saat berlangsung dialog dengan warga di Kepulauan Seribu pada 27 September 2016. Dalam dialognya Ahok sempat melontarkan tentang pencalonannya kembali sebagai gubernur dalam Pilkada DKI 2017 dan memberikan kebebasan kepada masyarakat untuk memilih siapa pun calon gubernurnya seraya menyinggung tentang surat al-Maidah ayat 51.

Ungkapan Ahok menjadi polemik setelah videonya diadit dan diposting oleh seorang bernama Buni Yani. Ia mengedit isi video tersebut dengan menghilangkan kata-kata ‘pakai’ dari “*Karena dibohongin pakai surat al-Maidah 51....*” menjadi “*Karena dibohongin Surat al-Maidah 51....*” dan mempostingnya di *Facebook*. Pasca itulah pernyataan Ahok menjadi viral di FB karena terus *dishare* oleh para *netizen* hingga menimbulkan pro-kontra dan kegaduhan yang luar biasa di ruang maya.

Di antara *netizen* melalui status yang dibuatnya menyatakan bahwa diedit ataupun tidak Ahok tetap saja melakukan penistaan terhadap agama Islam karena ia masuk ke ranah keyakinan agama orang lain. Sedangkan *netizen* lain yang pro terhadap Ahok menyatakan bahwa Ahok sama sekali tidak memiliki niat dan itikad untuk

menistakan agama tertentu. Mereka sekaligus menyayangkan tindakan Buni Yani yang telah mengedit video tersebut sehingga memunculkan kontroversi begitu rupa.

Polemik dan saling hujat antara *netizen* yang pro dan kontra terus berlangsung di ruang maya. Postingan *meme* atau foto berkesan menghina dan sarkastik terkait kasus tersebut tidak lupa ikut diposting dan juga terus *dishare* kepada netizen lain sehingga menjadi begitu viral. Seorang *netizen*, misalnya, dalam statusnya menyebut apa yang dilakukan oleh Buni Yani adalah tindakan yang tidak punya otak (lihat gambar 1)

Gambar 1



Ada juga *netizen* yang menulis status dan menampilkan *meme* tentang Buni Yani sebagaimana gambar berikut (lihat gambar 2)

Gambar 2



Seiring dengan itu, dugaan penistaan agama ini juga direspon di dunia nyata oleh para pihak. Pada 6 Oktober 2016 Ahok dilaporkan oleh kelompok pengacara yang menamakan diri Advokat Cinta Tanah Air (ACTA) ke polisi dengan tuduhan menistakan agama. Selain ACTA sejumlah elemen masyarakat lainnya ikut pula melaporkan Ahok ke polisi. Berdasarkan catatan kepolisian, sedikitnya terdapat 14 laporan dan satu surat pengaduan yang diterima Bareskrim Polri terkait dugaan penistaan agama oleh Ahok tentang Al Maidah 51 (<https://m.tempo.co/read/news/2016/10/06/063810243/acta-laporkan-ahok-ke-bareskrim-atas-pelecehan-agama>).

Meski telah dilaporkan ke polisi, polemik tentang dugaan penistaan agama yang dilakukan Ahok di dunia maya tidak berhenti. Sebaliknya, terus berlangsung bahkan melibatkan banyak *netizen* lain. Ada *netizen* bersifat individu, namun banyak juga netizen yang membuat grup dan mengatasnamakan kepentingan kelompok bahkan ideologi tertentu. Di sisi lain, menanggapi reaksi yang muncul, baik atas laporan dugaan pencitraan agama kepada polisi maupun atas apa yang menjadi polemik di media sosial, pada 10 Oktober 2016, Ahok menyampaikan permintaan maaf kepada umat Islam terkait ucapannya yang dianggap melecehkan al-Quran. Dia menegaskan tidak bermaksud menghina agama Islam. “Saya sampaikan kepada semua umat Islam atau kepada yang merasa tersinggung, saya sampaikan mohon maaf. Tidak ada maksud saya melecehkan agama Islam atau apa,” kata Ahok sebagaimana dikutip dari laman berita *kompas.com*

(<http://megapolitan.kompas.com/read/2016/10/10/09245441/ahok.minta.maaf.kepada.umat.islam>).

Namun, permintaan maaf Ahok tetap saja tidak membuat kegaduhan berhenti. Sebaliknya, sehari setelah permintaan maaf, Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan fatwa bahwa Ahok secara nyata telah menista agama melalui pernyataannya menyitir terjemahan Surat al-Maidah Ayat 51. Menurut MUI Ahok telah menghina al-Quran dan ulama. MUI juga merekomendasikan pemerintah untuk menindak tegas pelaku penodaan agama sekaligus meminta Kepolisian proaktif dalam penegakan hukum secara tegas, cepat, profesional, serta memperhatikan rasa keadilan masyarakat (<http://news.detik.com/berita/d-3318150/mui-nyatakan-sikap-soal-ucapan-ahok-terkait-al-maidah-51-ini-isinya>).

Fatwa MUI terhadap dugaan penistaan agama ini menjadi objek yang menarik diperbincangkan dan diperdebatkan oleh *netizen*. Hujatan maupun pembelaan terhadap Ahok terus berlangsung disertai kata atau kalimat yang kasar bahkan mulai mengarah kepada persoalan dan isu begitu sensitif, agama dan ras. Ajakan untuk melakukan aksi bersama menuntut Ahok diproses secara hukum muncul di media sosial dishare secara berulang-ulang oleh *netizen*.

Pada 14 Oktober 2016, ribuan massa dari Front Pembela Islam (FPI) mendatangi Bareskrim Polri dan Balai Kota DKI Jakarta, tempat Ahok berkantor. Mereka menuntut polisi untuk segera memprosesnya secara hukum. Tidak sampai di situ, aksi serupa yang digawangi Gerakan

Nasional Pengawal Fatwa (GNPF) MUI kembali berlangsung pada 4 November 2016 yang dikenal pula sebagai “Aksi Bela Islam” jilid II. Mereka menuntut polisi secepatnya menindaklanjuti laporan dugaan penistaan agama oleh Ahok.

Di dunia maya, aksi ini memperoleh perhatian luar biasa di kalangan *netizen*. Berbagai status berisi komentar, dukungan maupun hujatan bermunculan dengan disertai foto, video, meme. Para *netizen* yang pro Ahok menggambarkan aksi tersebut sebagai bentuk arogansi kelompok mayoritas, merusak taman dan sebagainya (lihat gambar 3). Sebaliknya, *netizen* yang kontra terhadap Ahok menyatakan aksi tersebut sebagai aksi damai dan bagian dari upaya melawan kedzaliman (lihat gambar 4).

Gambar 3



Gambar 4



Langkah-langkah pemerintah dalam menghadapi situasi yang memanas baik yang terjadi secara faktual maupun yang berlangsung di media sosial terkait dengan persoalan Ahok juga tidak terlepas beragam reaksi dari para *netizen*. Setelah mendapat berbagai reaksi, Jokowi sebagaimana dilansir *Kompas.com* memastikan, polisi akan segera memproses hukum Ahok. Untuk menghindari gerakan massa yang terus meluas, Presiden Jokowi meminta polisi memproses hukum dengan cara yang terbuka dan transparan

(<http://nasional.kompas.com/read/2016/11/16/13171341/proses.hukum.ahok.transparan.jokowi.minta.tak.ada.lagi.unjuk.rasa>). Bareskrim Polri pun langsung melakukan gelar perkara pada 15 November 2016. Besoknya, 16 November 2016, polisi resmi menetapkan Ahok sebagai tersangka penodaan agama.

Ditetapkannya Ahok sebagai tersangka tidak membuat polemik mereda. Sebaliknya, menjadi semakin melebar. Terlebih ketika aksi unjukrasa kembali berlangsung yang kemudian direspon oleh aksi unjukrasa kelompok yang mengatasnamakan *Parade Bhinneka Tunggal Ika* pada 4 Desember 2016. Polemik tentang kasus dugaan penistaan agama di media kian meruncing manakala muncul grup-grup tertentu baik yang pro maupun kontra terhadap Ahok. Grup-grup tersebut dengan ribuan pengikut aktif memproduksi dan mereproduksi berbagai pesan dan wacana baik berupa statemen, foto, video, meme, maupun tautan berupa berita dari situs-situs tertentu. Oleh *netizen*, berbagai pesan dan wacana itu kemudian dishare ke banyak *netizen*

yang lain. Sehingga tidaklah mengherankan bila pesan dan wacana dari satu grup bisa dishare hingga ratusan kali dan dikomentari oleh ribuan *netizen* dengan berbagai ungkapan yang banyak di antaranya begitu provokatif bahkan bernada hasutan dan kebencian.

Kemudahan dan banyaknya aplikasi yang memungkinkan masyarakat mengakses dan menggunakan *facebook* menjadikan media sosial tersebut sebagai sarana untuk saling berbagai komentar dan informasi dengan sangat bebasnya. Kondisi ini, selain menimbulkan terjadinya arus informasi yang bebas tanpa kendali juga mengakibatkan bermunculannya akun-akun anonim yang dengan berbagai komentar dan tautannya ikut memperkeruh suasana. Efek lain adalah banyaknya *netizen* yang terhasut lalu *menshare* berita atau informasi *hoax* dari berbagai portal online tertentu yang isinya sangat agitatif dan propaganda kepada netizen lain lalu dikomentari begitu rupa sehingga persoalan menjadi bias dan melebar.

Seorang netizen berinisial AF mengaku setiap hari *menshare* berbagai informasi yang ia peroleh dari portal online tertentu atau akun *facebook* lain dan kemudian membagikannya. Tindakannya itu diakui sebagai spontanitas karena ia tidak rela agamanya diinjak-injak oleh pihak tertentu. Sedangkan netizen yang lain, MDF, mengakui tindakannya membuat komentar dan membagikan tautan berita dan informasi terkait dengan polemik atas kasus dugaan penistaan agama sebagai bentuk pembelaan terhadap kelompok minoritas yang teraniaya.

Berdasarkan pengamatan, sejumlah komentar atau informasi dari akun atau halaman *facebook* yang dikelola pihak tertentu kerap dijadikan rujukan oleh netizen untuk mengomentari persoalan terkait dengan dugaan penistaan agama yang juga ikut dikomentari oleh *netizen* atau dibagikan kepada sebanyak-banyaknya *netizen*. Akun atau halaman *facebook* yang dijadikan rujukan itu antara lain *Jonru Ginting, Sumanto Al-Qurtuby, Denny Siregar, Wawat Kurniawan, Suryo Prabowo, Habib Muhammad Rizieq Syihab*, dan masih banyak lagi. Akun atau halaman tersebut dikenal aktif membuat opini dan wacana terkait polemik dugaan penistaan agama tersebut dan diikuti oleh ribuan bahkan ratusan ribu *netizen*.

Seiring dengan mencuatnya polemik tersebut, berbagai grup *facebook* juga bermunculan dengan mengatasnamakan kelompok-kelompok baik yang kontra maupun pro terhadap Ahok. Ada yang bersifat tertutup ada juga yang bersifat terbuka. Grup-grup dengan puluhan bahkan ratusan ribu anggotanya begitu aktif mengomentari berbagai persoalan terkait kasus dugaan penistaan agama disertai tautan berita atau informasi dari portal online atau akun *facebook* tertentu dengan foto, meme atau video yang berorientasi menyudutkan pihak-pihak yang mereka komentari. Kendatipun isinya sama-sama saling menghujat dan menyudutkan, untuk grup bersifat tertutup lebih terjaga privasinya karena tidak dapat diakses oleh netizen di luar anggota grup tersebut. Namun sebaliknya, grup yang bersifat terbuka karena bisa diakses siapa pun, maka komentar dan saling serang dalam bentuk

hujatan dan makian begitu terbuka dan bebas dilakukan.

Grup Facebook Pro Ahok Bersifat Terbuka (Publik)

Nama Grup	Jumlah Anggota
Save Ahok	297.843
Save Jokowi-Ahok Bersihkan Indonesia dari Mafia dan Koruptor	9.054
Save Ahok for Jakarta Baru #Save Ahok	3.857
FBA-Front Bela Ahok (Forum Bantuan Advokasi)	10.010
Ahoker (Ahok Followers)	453.227

Grup Facebook Kontra Ahok (Bersifat Terbuka (Publik))

Nama Grup	Jumlah Anggota
Forum Aksi to Revolusi Bela Islam Jilid III (Penjarakan Ahok)	4.573
Pasukan Gerakan Umat Islam Bersatu Aksi Bela Islam	1.475
Komunitas Muslim Indonesia	42.189
Islam Bersatu	33.966
Suara Pribumi Selamatkan NKRI	109.702

Wacana-wacana Kebencian yang Muncul

Meskipun Ahok akhirnya ditetapkan sebagai tersangka dan persidangannya tengah berlangsung, akan tetapi tensi pertentangan antar *netizen* justru kian meninggi. Banyak *netizen* yang dalam komentar-komentarnya mengaitkan persoalan ini dengan persaingan antar para calon gubernur dalam Pilkada DKI sebagai upaya agar Ahok gagal mencalonkan diri, namun banyak pula netizen yang membuat komentar bahwa gugatan terhadap Ahok murni karena penistaan terhadap agama dan tidak ada kaitannya dengan persoalan pemilihan gubernur.

Akibat polemik ini persoalan menjadi melebar tidak lagi sebatas pada dugaan penistaan agama dan pencalonan Ahok sebagai gubernur, tetapi telah mengarah persoalan lain sehingga antar-netizen terlibat *cyberwar*, yakni saling serang dalam bentuk ujaran dan wacana-wacana kebencian rasial, agama, bahkan terhadap simbol-simbol negara. Tindakan agitasi maupun propaganda antar-netizen tidak terhindarkan.

Agitasi dimaknai sebagai upaya membuat kontradiksi dalam masyarakat dengan tujuan menimbulkan kegelisahan dan kemudian digerakkan untuk mendukung dan meyakini gagasan/ideologi tertentu. Sedangkan propaganda identik dengan aktivitas komunikasi yang berupaya memanipulasi psikologi khalayak yang pada praktiknya mengelaborasi pesan untuk memperoleh pengaruh secara persuasif yang digunakan guna menciptakan partisipasi aktif atau pasif dalam tindakan-individu-individu yang dipersatukan melalui manipulasi psikologis.

Karenanya, begitu banyak komentar berisi hasutan dan hujatan dan cenderung fitnah, banyak fakta yang dikomentari dan dishare tanpa diketahui kebenarannya, pula banyak informasi yang tidak utuh dishare sehingga menimbulkan multitafsir dan bersifat agitatif (lihat gambar 5).

Gambar 5



Di sisi yang lain, komentar-komentar bersifat propaganda juga dilakukan oleh para netizen sebagai ajang saling hujat dan saling serang, di mana masing-masing kelompok netizen saling memberi julukan yang bersifat umpatan dan hujatan terhadap pihak yang tertentu dengan sebutan seperti, China, sipit, kafir, anti-pribumi, PKI, komunis, kristen, kafir, kelompok intoleran, massa bayaran, preman, kelompok anti-demokrasi, kelompok intoleran, dan dan masih banyak lagi.

Contoh Julukan yang Diproduksi dan Direproduksi Netizen

Kontra Ahok terhadap Pro Ahok	Pro Ahok terhadap Kontra Ahok
Agen Kapitalis, Antek China, Anti Pribumi	Kelompok Intoleran
Kristen, Kafir	Islam Garis Keras
Komunis	Anti-Pancasila
Massa Bayaran	Massa Bayaran
Preman	Anarkis
China	Arab
Liberal	Anti Demokrasi

Kondisi yang semakin memanas ini juga tidak lepas dari kemunculan berbagai grup di media sosial yang berafiliasi kepada kelompok

tertentu baik bersifat tertutup maupun terbuka. Mereka begitu aktif memproduksi dan mereproduksi pesan dan wacana-wacana kebencian yang bersifat agitatif dan propaganda dan kemudian dikomentari dan dishare oleh ribuan anggotanya kepada netizen lain. Termasuk kehadiran berbagai akun facebook atas nama pribadi yang getol membuat polemik melalui tulisan-tulisannya, serta beragam situs online yang juga aktif memproduksi wacana-wacana kebencian yang kerap dijadikan rujukan oleh netizen dalam membuat status termasuk dibuat tautan lalu menshare tanpa terlebih dahulu dilakukan verifikasi atas kebenarannya.

Akun Pribadi/Halaman yang Status dan Komentarnya Banyak Dijadikan Sumber dan Tautan oleh Netizen

Nama Akun/Halaman	Jumlah Pengikut
Jonru Ginting	1.289.210 orang
Sumanto Al-Qurtuby	135.463 orang
Denny Siregar	105.968 orang
Wawat Kurniawan	65.850 orang
Suryo Prabowo	4.995 orang
Habib Muhammad Rizieq Syihab, Lc, MA, DPMSS	354.120 orang

Berdasarkan pengamatan terhadap sejumlah akun *facebook* baik atas nama pribadi maupun akun atas nama grup dan komunitas, polemik tentang dugaan penistaan agama itu pada akhirnya telah menimbulkan wacana-wacana kebencian yang mengerucut kepada kebencian agama, ras, dan negara. Masing-masing pihak yang terlibat dalam *cyberwar* tersebut aktif memproduksi dan mereproduksi wacana dan simbol-simbol kebencian itu baik melalui kata-kata, foto, meme, video, termasuk tautan berita/wacana dari situs-situs online yang

berafiliasi dengan kepentingan masing-masing pihak. Di sisi lain dengan wacana-wacananya itu mereka juga saling mengklaim sebagai pihak yang paling benar dan sama-sama menyatakan diri demi tegaknya Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI).

Sementara itu, sikap pemerintah yang dinilai lamban oleh kelompok kontra Ahok dalam menangani persoalan dugaan penistaan agama ini bahkan cenderung membela, juga memunculkan wacana-wacana kebencian terhadap negara. Akun grup dan akun pribadi *netizen* penuh dengan umpatan dan ungkapan kebencian terhadap terutama sekali lembaga kepolisian dan lembaga kepresidenan karena dianggap berpihak terhadap Ahok dan kepentingannya. Dalam statusnya, seorang *netizen*, misalnya menyebut Kapolri Jenderal Tito Karnavian sebagai orang yang *meludah ke langit....* (lihat gambar 6). Demikian juga sikap *netizen* lain terhadap Presiden Jokowi (lihat gambar 7)

Gambar 6



Gambar 7



Seolah tak mau kalah, netizen yang pro terhadap Ahok meresponnya dengan membuat komentar atau membuat tautan yang menyerang komentar netizen kontra Ahok. Seorang netizen, misalnya, membagikan sebuah tautan berita dengan judul: *Ini Rencana Terbaru Untuk Turunkan Jokowi pada 25 November. Sangat Sadis! Rancangan Aktor Politik?* (lihat gambar 8)

Gambar 8



Ketiadaan *gatekeeper* (penapis/filter/penyunting) sebagaimana biasa dilakukan oleh media massa mainstream atau biasa disebut *old media* seperti koran, majalah, televisi dan radio, membuat konten media sosial

seperti FB menjadi begitu bebas tanpa batas dan tidak terseleksi. Akibatnya, media sosial kini menjadi lahan subur bagi perilaku komunikasi yang agitatif dan penuh propaganda berisi berbagai isu dan wacana kebencian terhadap berbagai pihak, dengan persoalan yang tidak berfokus kepada satu hal tetapi melebar ke berbagai masalah. Kasus dugaan penistaan agama oleh Basuki Tjahaja Purnama adalah salah satu kasus nyata.

KESIMPULAN

Polemik atas kasus dugaan penistaan agama oleh Basuki Tjahaja alias Ahok di media sosial menunjukkan bahwa kebebasan berkomunikasi di dunia maya lebih cenderung destruktif daripada bersifat konstruktif yang disebabkan oleh komentar baik berupa ujaran maupun wacana para netizen yang tanpa disertai oleh kesadaran etis. Belajar dari kasus ini, maka semangat demokratisasi melalui ruang cyber sebagaimana menjadi harapan banyak pihak pada masa-masa awal kemunculannya justru bertolak belakang dengan fakta yang kerap muncul ranah ini. Sehingga alih-alih menjadi saluran bagi tersemainya semangat demokratisasi antar-anggota masyarakat (*netizen*), yang terjadi adalah bahwa ketiadaan *gatekeeper* telah menjadikan media sosial seperti FB sebagai saluran yang bebas nilai dan tempat tumbuhsuburnya berbagai ujaran dan wacana kebencian yang berimplikasi pada redupnya semangat demokratisasi itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 2010. *Opini Publik*. Depok: Gramata Publishing.
- Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik; Paradigma, Teori, Aplikasi, Strategi Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Aspikom, 2011. *Komunikasi 2.0*, Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.
- Gamble, Teri and Michael. 2002. *Communication Works (Seventh edition)*. Boston: Mc Graw-Hill College.
- Heryanto, Gun Gun, dan Rumaru, Shulhan. 2013. *Komunikasi Politik Sebuah Pengantar*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nasrullah, Rulli. 2013. *Cyber Media*. Yogyakarta: IDEA Press.
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa (Edisi Terjemahan)*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kaplan, Andreas M, dan Michael Haenlein. 2010. "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media". *Business Horizons* 53(1): 59–68).
- Silalahi, U. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Unpar Press. 2006
- Yin, Robert K. 2002. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: RajaGrafindo Perkasa.

website-indonesia-yang-paling-sering-dikunjungi-menurut-data-alexa/

Portal Online:

- Kompas.com (2016, 3 November). *Ahok Minta Maaf kepada Umat Islam*. Diunduh dari: <http://megapolitan.kompas.com/read/2016/10/10/09245441/ahok.minta.maaf.kepada.umat.islam>.
- Kompas.com. (2016, 3 November). *Jumlah Pengguna Facebook di Indonesia Terus Bertambah*. Diunduh dari: <http://tekno.kompas.com/read/2016/10/20/17062397/jumlah.pengguna.facebook.di.indonesia.terus.bertambah>.
- Kompilepi.com (2016, 3 November). *Website Indonesia yang Paling Sering Dikunjungi Menurut Data Alexa*. Diunduh dari: <http://kompilepi.com/2016/05/20->