



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian “Propaganda Anti Basuki Tjahaja Purnama di Media Sosial” maka peneliti melakukan pencarian terhadap penelitian sebelumnya yang sejenis untuk mendapatkan pemahaman yang komperhensif dan mendalam.

Penelitian pertama adalah milik Ercilia Garcia-Alvarez, Jordi Lopez-Sintas, dan Alexandra Samper-Martinez yang berasal dari Universitas Rovira I Virgili, Spanyol dan Universitas Autonomus Barcelona, Spanyol pada tahun 2015 yang berjudul “Pengalaman Bermain dari Pemain Permainan Jaringan Sosial: Sebuah Netnografi dalam *Restaurant City* Pada *Facebook*”. Dalam penelitian ini Garcia-Alvarez,dkk. bertujuan untuk mengetahui bagaimana budaya dari komunitas internet sementara membentuk pemain pada komunitas luar jaringan (luring).

Untuk mendukung penelitiannya Garcia-Alvarez,dkk. menggunakan metode netnografi milik Kozinets. Mereka melakukan analisis terhadap mekanisme interaksi sosial dan budaya pada 38 orang dalam komunitas permainan *Restaurant City*. Analisis ini mengambil waktu sebelum, saat dan setelah interaksi sosial daring dan luring dilakukan antar peserta permainan. Hasil penelitian ini memparkan evolusi dari pengalaman bermain melalui

interkasi daring dan pentingnya hal itu pada kehidupan sehari-hari di dunia nyata.

Penelitian sejenis yang terdahulu yang kedua adalah milik Christoforou Sevasti tahun 2014 dari Universitas Erasmus Rotterdam, yang berjudul “Media Sosial dan Komunikasi Politik: Ujaran Kebencian pada Era *Twitter*”. Penelitian ini meneliti bagaimana media sosial seperti *Twitter* memfasilitasi wacana ujaran kebencian. Dalam penelitian ini Sevasti berusaha melihat bentuk pesan apa saja yang beredar di *Twitter* pasca pembunuhan terhadap Pavlos Fyssas, seorang penyanyi rap yang juga anggota partai politik sayap kanan di Yunani dan apakah pesan tersebut termasuk ujaran kebencian. Selain itu Sevasti berupaya mencari tahu apa saja atribut pesan ujaran kebencian di *Twitter* terkait kasus ini. Penelitian “Media Sosial dan Komunikasi Politik : Ujaran Kebencian pada Era *Twitter*” ini menggunakan metode analisis isi kualitatif yang dikombinasikan dengan statistika deskriptif. Selain itu Sevasti dalam penelitiannya ini menggunakan konsep web 2.0 dan media sosial, fungsi dan karakteristik *Twitter*, ujaran kebencian, serta ujaran kebencian ujaran daring untuk menunjang penelitiannya secara lebih lanjut. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Twitter* menjadi tempat yang menarik sebagai saluran untuk menyebarkan kabar-kabar kebencian karena kurangnya regulasi dan harganya yang murah sebagai saluran. Selain itu Sevasti menemukan empat kategori berdasarkan tujuan seseorang mengirimkan cuitan *Twitter*. Mayoritas menggunakan cuitan untuk membagikan berita dan informasi. Kategori yang paling menonjol adalah menggunakan *Twitter* untuk

membangikan komentar kebencian. Kategori lainnya adalah untuk mengungkapkan opini dan sudut pandangnya tanpa menggunakan bahasa yang menghina. Kategori terakhir adalah mereka yang menggunakan *'Twitter'*nya sebagai aktivis untuk mengatur aksi mereka dan membagikan berita atau gambar dari unjuk rasa pada hari kejadian.

Kedua penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian “Propaganda Anti Basuki Tjahaja Purnama di Media Sosial” milik peneliti terutama dari segi objek yakni mengenai media sosial. Persamaan ini akan digunakan oleh peneliti sebagai referensi dalam meneliti Propaganda Anti Basuki Tjahaja Purnama di media sosial. Yang membedakan penelitian “Propaganda Anti Basuki Tjahaja Purnama di Media Sosial” dengan dua penelitian sejenis terdahulunya adalah peneliti tidak menggunakan metode analisis isi kualitatif seperti pada penelitian milik Sevasti melainkan menggunakan netnografi. Selain itu, fokus peneliti adalah pada propaganda di media sosial dan mengenai budaya yang ada di komunitas daring, dalam hal ini adalah grup Facebook Alumni Aksi Bela Islam 212.

Tabel 2.1  
TABEL PERBANDINGAN

No.		Penelitian I	Penelitian II	Penelitian III
1.	Nama Peneliti	Ercilia Garcia-Alvarez, Jordi Lopez-Sintas, dan Alexandra Samper-Martinez	Christoforou Sevasti	Stephani Laurensia
2.	Tahun Penelitian	2015	2014	2017

3.	Universitas Asal Peneliti	Universitas Rovira I Virgili, Spanyol dan Universitas Autonomus Barcelona, Spanyol	Erasmus University of Rotterdam, Rotterdam.	Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang
4.	Judul Penelitian	Pengalaman Bermain dari Pemain Permainan Jaringan Sosial: Sebuah Netnografi dalam <i>Restaurant City</i> Pada <i>Facebook</i> ”	Media Sosial dan Komunikasi Politik : Ujaran Kebencian pada Era <i>'Twitter'</i>	Propaganda Anti Basuki Tjahaja Purnama di Media Sosial (Studi Netnografi pada Grup <i>'Facebook'</i> Alumni Aksi Bela Islam 212)
5.	Tujuan Penelitian	- Untuk mengetahui bagaimana budaya dari komunitas internet sementara membentuk pemain pada komunitas luar jaringan (luring).	- Untuk mengetahui bagaimana <i>'Twitter'</i> memfasilitasi wacana ujaran kebencian? - Untuk mengetahui dalam bentuk apa pesan mengenai kematian Pavlos Fyssas beredar di Twitter? - Untuk mengetahui apakah pesan mengenai kematian Pavlos Fyssas termasuk ujaran kebencian?	Untuk mengetahui bagaimana propaganda dilakukan dalam grup facebook alumni aksi bela islam 212.

			- Untuk mengetahui apa saja atribut pesan ujaran kebencian di Twitter?	
5.	Rumusan Masalah	Bagaimana budaya dari komunitas internet sementara membentuk pemain pada komunitas luar jaringan (luring)?	<p>Bagaimana Twitter memfasilitasi wacana ujaran kebencian?</p> <p>- Dalam bentuk apa pesan mengenai kematian Pavlos Fyssas beredar di Twitter?</p> <p>- Apakah pesan mengenai kematian Pavlos Fyssas termasuk ujaran kebencian?</p> <p>- Apa saja atribut pesan ujaran kebencian di Twitter?</p>	- Bagaimana propaganda dilakukan dalam grup facebook alumni aksi bela islam 212?
6.	Pendekatan Penelitian	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif
7.	Konsep dan Teori yang Digunakan	Netnografi, Permainan Jaringan Sosial	Analisis Isi Kualitatif, Statistika deskriptif, web 2.0 dan Media Sosial, Fungsi dan Karakteristik Twitter, Ujaran kebencian, Ujaran kebencian daring.	Netnografi, Ujaran kebencian, Propaganda Kebencian, Komunitas Daring, dan <i>Cyberculture</i>
8.	Hasil Penelitian	Pemaparan evolusi dari	- Ada empat kategori yang	

		<p>pengalaman bermain melalui interkasi daring dan pentingnya hal itu pada kehidupan sehari-hari di dunia nyata.</p>	<p>teridentifikasi berdasarkan tujuan mengirimkan cuitan di twitter. Mayoritas cuitan membagikan berita dan informasi dan kategori lainnya yang paling menonjol adalah untuk membagikan komentar kebencian. Kategori lainnya adalah menggunakan Twitter untuk mengungkapkan opini dan pandangannya terkait peristiwa tanpa menggunakan bahasa yang menghina. Terakhir, aktivis menggunakan twitter untuk mengatur tindakan mereka dan membagikan berita atau gambar dari unjuk rasa pada hari kejadian.</p> <p>- Selain itu Christofou juga menemukan lima alasan utama mengapa</p>	
--	--	--	---	--

			<p>Twitter menjadi tempat yang menarik untuk menyebarkan kabar-kabar kebencian salah satunya adalah Twitter memiliki fasilitas yang murah dan tidak teregulasi, Twitter tidak membatasi ungkapan-ungkapan politik.</p>	
9.	Persamaan	Menggunakan metode yang sama dalam penelitiannya, yakni netnografi	Memiliki topik penelitian yang sama yakni mengenai media sosial	
10.	Perbedaan	Penelitian ini fokusnya adalah kepada pengalaman bermain pemain pada permainan jaringan sosial dan bagaimana permainan ini membentuk individu di luar jaringan sementara fokus penelitian Propaganda Anti-Basuki Tjahaja Purnama adalah pada bagaimana propaganda dilakukan dengan perantaraan media sosial.	Penelitian milik Sevasti menggunakan analisis isi kualitatif. Fokus penelitiannya adalah bagaimana Twitter memfasilitasi ujaran kebencian Pasca kematian Rapper antifasis, Pavlos Fyssas. Sevasti tidak berusaha memaparkan secara lebih jauh mengenai budaya komunitas daring atau budaya daring.	

## 2.2 Propaganda

Lewis dan Maude (dalam Shoelhi, 2012, h.34) mendefinisikan propaganda sebagai tindakan penyebaran ideologi, informasi, gagasan, bahkan rumor untuk membesarkan atau mencederai suatu lembaga, perkara, atau pertikaian. Sedangkan menurut Shoelhi (2012, h.27) propaganda adalah upaya untuk membentuk, memengaruhi, mengubah bahkan mengarahkan dan mengendalikan tingkah laku dan pendapat masyarakat untuk tujuan tertentu melalui penyebaran gagasan atau menciptakan peristiwa tertentu dan menanamkannya secara sistematis pada hati sasarannya. Tak heran untuk mencapai hal itu, gerak propaganda lebih kepada memengaruhi emosi publik sehingga publik tidak dapat menggunakan akal sehatnya dan menekankan pada emosi. Propaganda banyak berhubungan dengan pemanfaatan kondisi psikologi terutama rangsangan pada aspek emosi. Tak hanya menonjolkan tampilannya yang mengagumkan, terkadang propaganda juga kerap menghancurkan struktur emosi masyarakat sehingga timbul kepanikan sehingga target dapat berpaling pada nilai yang ingin ditanamkan oleh propagandis (Shoelhi, 2012, h.27)

Propaganda dapat saja menjadi suatu alat untuk hal-hal positif seperti mendorong persahabatan, kerja sama dan lainnya. Namun tak jarang propaganda dijadikan alat untuk menjatuhkan keberadaan pihak lawan, mengobarkan kebencian dan permusuhan, mengabaikan kebenaran, keadilan bahkan kejujuran (Shoelhi, 2012, h.27). Menurut Shoelhi (2012,h.40) propaganda memiliki lima karakteristik yakni : propaganda harus populer dan

dikemas bukan untuk menyenangkan secara intelektual; propaganda memiliki tujuan untuk transmisi pengetahuan kepada khalayak; propaganda haruslah fleksibel dan dapat menyesuaikan diri sesuai kondisi dan tujuannya; propaganda menggunakan metode yang layak, dan tujuannya tercermin dari perubahan sikap, pendapat, serta tindakan target sesuai apa yang ingin dicapai oleh propagandis.

Berdasarkan sifatnya, Shoelhi (2012, h.43) membagi propaganda menjadi empat jenis yakni :

1. Propaganda putih, yakni propaganda yang dilakukan secara terbuka, benar, jujur, dan sportif. Isinya berasal dari sumber yang jelas dan disebutkan secara terang-terangan sehingga setiap informasi dan ideologi yang disampaikan dapat dengan mudah diketahui sumbernya.
2. Propaganda hitam adalah propaganda yang dipakai sebagai senjata taktis untuk menipu, tidak jujur, penuh kepalsuan, tidak kenal etika dan cenderung sepihak. Propaganda ini kerap menuduh sumber lain sebagai pelaku kegiatannya dan menyembunyikan sumbernya. Propaganda hitam kerap disebut propaganda terselubung
3. Propaganda abu-abu adalah propaganda yang dilakukan oleh sumber yang tidak jelas. Isi pesan yang disampaikan biasanya menimbulkan keragu-raguan dan mengacaukan pikiran orang. Jenis propaganda ini dipakai untuk mengadu domba, menimbulkan intrik dan gosip. Propaganda abu-abu ini sengaja dibuat sedemikian rupa supaya masyarakat menjadi ragu atas persoalan yang sedang terjadi.

Untuk melancarkan tujuannya, propaganda sendiri memiliki teknik-tekniknya sendiri. Ada sembilan teknik yang dapat digunakan untuk menyusun propaganda baik dalam praktik perancangan ataupun analisis propaganda (Shoelhi, 2012, h.59-70) :

### 1. Name Calling

Teknik ini dikenal juga sebagai teknik penjulukan. Dalam teknik ini, pembuat propaganda atau propagandis memberikan julukan atau label buruk kepada targetnya dengan simbol emosional yang negatif. Efek yang ingin ditimbulkan dari teknik propaganda ini adalah supaya khalayak mengutuk dan tidak menyukai si target propaganda tanpa mencari tahu fakta dan mencari bukti lagi. Dengan kata lain propagandis menciptakan semacam stereotip terhadap targetnya. (Shoelhi, 2012, h.59).

Institute of Propaganda Analysis atau IPA mengelompokkan kata-kata yang kerap digunakan dalam teknik *name calling* menjadi beberapa jenis yakni (dalam Shoelhi, 2012, h.60) :

1. Kata benda seperti kebohongan, kolusi, kemunafikan, pemborosan, kegagalan, dsb
2. Kata sifat seperti destruktif, kontra, anti, radikal, sensasional, penipu, dsb.
3. Ungkapan seperti itu mengharuskan kita untuk, kesabaran saja tidak cukup, mengapa tidak dimulai segera, dsb.

### 2. Glittering Generality

Glittering generality atau kemilau generalitas adalah teknik propaganda dengan menonjolkan kata-kata muluk yang maknanya sangat baik. Teknik ini berguna agar khalayak terpukau dan senang sehingga dapat menerima ide yang disampaikan mentah-mentah. Kemilau generalitas ini adalah kebalikan dari penjurukan, kata-kata yang digunakan pun memiliki kekuatan positif agar khalayak dapat setuju tanpa mengecek dan mencari bukti lagi (Shoelhi, 2012, h.60-61). Selain itu teknik propaganda ini juga digunakan untuk membangkitkan semangat dan memperhalus kata. Jenis kata-kata yang biasa dipakai dalam teknik propaganda ini adalah (Shoelhi, 2012, h.61):

1. Kata sifat misalnya aktif, jujur, ikhlas, peduli, pro, visioner, dll.
  2. Kata benda seperti akal sehat, warisan berharga, kekuatan, keberhasilan, dll.
  3. Kata kerja seperti memberdayakan, kerja keras, suka membantu, merintis, melindungi, dll.
3. Transfer (Pengalihan)

Teknik transfer berupaya memindahkan otoritas, dukungan dan gengsi dari seseorang yang dihormati atau dikagumi melalui visualisasi konsep. Melalui teknik ini propagandis berusaha mengasosiasikan sesuatu memiliki kredibilitas yang baik atau buruk.

Dalam teknik ini simbol digunakan secara konstan menjadi pilihan yang lebih disukai oleh khalayaknya.

#### 4. Testimony

Dalam testimony, kesaksian seseorang digunakan untuk meminta dukungan dari seseorang yang statusnya tinggi agar tindakannya dapat disahkan dan dikuatkan melalui pengakuan orang tersebut baik itu pernyataan yang memberikan kesan baik maupun kesan buruk terhadap suatu hal. Tokoh yang dikutip untuk dimanfaatkan dalam teknik testimony tidaklah harus terkenal. Siapa saja bisa ditokohkan selama masih relevan dengan topik propaganda yang digulirkan.

#### 5. Plain Folk

Plain folk adalah teknik propaganda di mana si propagandis memosisikan dan melakukan pendekatan bahwa ia adalah orang biasa dan memiliki empati dan rendah hati dengan penduduk. Teknik ini digunakan agar si propagandis terkesan lebih dekat dengan rakyat atau khalayak sehingga apa yang ia sampaikan dapat diterima dan tujuan serta kepentingannya dapat lebih mudah terlaksana. Melalui teknik ini propagandis berusaha meyakinkan masyarakat bahwa gagasan-gagasannya adalah bagian dari rakyat biasa.

#### 6. Card Stacking

Teknik card stacking adalah teknik pemilihan dan pemanfaatan baik fakta maupun kebohongan, ilustrasi atau penyimpangan serta

pernyataan logis ataupun tidak logis untuk memberikan kasus terbaik ataupun terburuk bagi suatu gagasan, orang, program atau produk (shoelhi, 2012, h.67). Dalam teknik ini argument dan bukti yang mendukung suatu posisi dipilih dan argument atau bukti lainnya yang berseberangan dengan posisi propagandis akan diabaikan. Argumen atau bukti tersebut tidak harus benar melainkan harus dapat mendukung posisi yang diinginkan propagandis.

#### 7. Bandwagon

Teknik bandwagon adalah teknik penyampaian pesan yang memiliki kaitan bahwa apa yang disampaikan oleh propagandis adalah hal yang diinginkan oleh masyarakat luas meskipun tidak dinyatakan secara spesifik. Teknik ini menempatkan khalayaknya sebagai minoritas yang supaya tidak ketinggalan maka harus mengikuti apa yang dilakukan oleh mayoritas. Jika hal ini sudah diterima target maka propagandis akan membuat seolah-olah mereka sudah berada di pihak yang benar. (Shoelhi, 2012, h.68)

#### 8. *Scapegoat*

Menciptakan kambing hitam adalah salah satu cara paling mudah untuk menciptakan kebencian dan menyalurkan frustrasi. Melalui teknik *scapegoat*, propagandis membuat 'hantu', baik internal atau eksternal untuk menyalurkan penderitaan rakyatnya.

#### 9. *Fear Arousing*

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan dukungan dari khalayak dengan membuat emosi negatif seperti ketakutan. Agar tujuan dari propagandis tercapai dan khalayak mengikuti kehendak propagandis, maka diciptakanlah ketakutan semu oleh propagandis. Propagandis berusaha untuk mempermainkan ketakutan khalayak sehingga kesadaran dan sikap khalayak berubah karena mereka dibuat sadar akan adanya gangguan serta ancaman yang dapat mengancam kesejahteraan hidup mereka.

Dalam perkembangan zaman ada pula yang disebut propaganda kebencian. Dalam kode kriminal Kanada nomor 318 dan 319 (2011 dalam Queens University, para.1) propaganda kebencian diartikan sebagai promosi atau hasutan kebencian terhadap kelompok tertentu. Propaganda ini termasuk ungkapan berdasarkan warna kulit, ras, agama, asal etnis dan orientasi seksual yang dapat menimbulkan kebencian. Di Indonesia sendiri, propaganda kebencian terjadi saat pemilihan presiden tahun 2014 di mana Jokowi dituduh seorang antek komunis dan yahudi untuk menjatuhkan elektabilitasnya yang saat itu menjadi calon presiden 2014-2019.

Secara khusus, Lieberman (2017, h.101-103) menunjukkan setidaknya ada Sembilan kunci yang menunjukkan bahwa internet telah merubah propagandis dalam menggunakan propaganda, yakni :

1. Media sosial mengizinkan propagandis untuk menyediakan konten tidak terbatas ke banyak situs web atau individu secara langsung tanpa melalui pihak ketiga seperti media.
2. Media sosial menyediakan propagandis cara efektif untuk merekrut anggota baru, menyebarkan propaganda, dan menyebarkan ideologinya ke khalayak ramai dengan usaha minimal. Jarak geografis bukanlah hambatan untuk melakukan komunikasi.
3. Sosial media mempermudah batasan akses ke propaganda. Dengan adanya sosial media, seseorang lebih mudah untuk mencapai konten propaganda atau propagandis.
4. Kiriman di internet tidak diregulasi seperti sumber berita, propagandis dapat membagikan informasi yang tidak akurat hampir tanpa regulasi atau aturan.
5. Propagandis diuntungkan dengan adanya anonimitas di Internet.
6. Propagandis dapat mendapatkan pengetahuan tentang media sosial untuk memoles pemerataan dan ranking pesan mereka dalam hasil pencarian. Misalnya dengan penggunaan tagar pada *Twitter*.
7. Internet mengizinkan komunikasi multidireksi antara propagandis dan calonnya sehingga mempererat kesan kebersamaan
8. Propagandis dapat mencari target yang dianggap rentan sehingga mudah menerima ideologi mereka.
9. Enkripsi memungkinkan propagandis untuk menjaga jaringan komunikasinya tetap privat tanpa diketahui oleh penegak hukum.

Dalam penelitian Propaganda anti-Basuki Tjahaja Purnama di media sosial, konsep ini akan digunakan untuk menganalisis konten-konten perlawanan anti-Basuki Tjahaja Purnama di media sosial Facebook yang dalam penelitian ini adalah halaman grup Alumni Aksi Bela Islam 212.

### **2.3 Netnografi**

Walau berada dalam jaringan (daring), komunitas daring membentuk dan memperlihatkan budaya, kepercayaan yang dipelajari, nilai, dan kebiasaan yang mengarahkan dan menuntut tingkah laku dari lingkungan kelompok tertentu (Kozinets, 2010, h.12). Dengan terbentuknya budaya di dunia siber, maka etnografi saja tidaklah cukup untuk memahami komunitas-komunitas yang terbentuk melalui komunikasi dengan mediasi komputer. Karena itu, muncullah sebuah metode penelitian baru yakni netnografi. Netnografi adalah suatu istilah yang merujuk pada metode penelitian yang menitik beratkan fokusnya pada kebudayaan masyarakat digital. Sama seperti pendahulunya, etnografi, netnografi juga meneliti kebudayaan yang ada di suatu masyarakat, bedanya masyarakat yang menjadi fokus netnografi adalah masyarakat dunia digital.

Kozinets memberikan setidaknya tiga perbedaan dalam etnografi dan netnografi. Pertama dari segi memasuki budaya atau komunitas daring yang

berbeda dengan etnografi. Akses masuk, pendekatan serta rentang inklusi potensial dalam tatap muka tentu berbeda dengan daring. Tidak hanya itu, istilah obserasi dan partisipasi dapat berberarti sesuatu yang berbeda jika diterapkan pada dunia digital. Kedua, dalam hal pengumpulan dan analisis data dalam netnografi memiliki tantangan dan peluangnya sendiri. Gagasan mengenai tulisan lapangan sendiri berubah secara radikal. Jumlah data yang dapat diperoleh bisa saja berbeda. Kemampuan untuk menggunakan alat dan teknik analisis berubah ketika data yang ada sudah ada dalam bentuk digital. Dan yang terakhir, adanya proseduk etik bagi peneliti terhadap ruang penelitiannya yang kini dalam bentuk digital. Pedoman abstrak bagi persetujuan tentang prosedur etik ini mempunyai tingkat interpretasi yang luas. (Kozinets, 2010, h.5)

Netnografi telah berkembang untuk membantu kita untuk memahami dunia daring secara lebih komperhensif. Pendekatan netnografi disesuaikan untuk membantu peneliti mempelajari, tidak hanya forum, chat, dan *newsgroup*, tetapi juga blog, audiovisual, grafik gambar, dan *podcasting communities*, dunia virtual, jaringan pemain game, *mobile communities*, dan media sosial (Kozinets, 2010, h.3). Netnografi adalah etnografi dari kelompok daring yang mempelajari praktik budaya yang kompleks, menarik perhatian kita kepada dasar dan ide abstrak yang banyak, makna, praktik sosial, hubungan, bahasa, dan sistem tanda (Kozinets, 2010, h.25). Penggunaan istilah netnografi akan merepresentasikan upaya peneliti untuk menjawab pentingnya komunikasi yang dimediasi komputer dalam kehidupan anggota budaya,

termasuk triangulasi strategi pengumpulan data antara berbagai sumber mengenai pemahaman kultural, baik daring dan luring, dan untuk menjawab itu, seperti wawancara atau semiotika, netnografi memiliki alat prosedur dan praktik adaptasi yang unik yang membedakannya dari etnografi tatap wajah (Kozinets, 2010, h.60)

Menurut Kozinets(2010, h.61), ada 5 prosedur dalam melakukan penelitian dengan pendekatan netnografi , yakni:

1. Mendefinisikan pertanyaan penelitian, situs sosial, dan topik untuk diteliti
2. Identifikasi dan pemilihan komunitas
3. Pengamatan partisipatif komunitas (keterikatan dan pencelupan) dan pengumpulan data (pastikan prosedur etik)
4. Analisis data dan intepretasi secara berulang dari temuan
5. Menulis, menyajikan dan melaporkan hasil penelitian dan atau implikasi teori atau kebijakan

Kozinets (1998 dalam Beckmann & Langer 2005, h.1) menyatakan bahwa netnografi berguna untuk tiga tipe studi. Pertama, sebagai sebuah metodologi untuk study *cyberculture* murni dan komunitas yang tidak ada di dunia nyata, tetapi ada secara eksklusif dengan bantuan komunikasi yang dimediasi komputer. Kedua, sebagai metodologi untuk mempelajari asal *cyberculture* dan komunitas virtual, dan yang terakhir sebagai alat untuk menjelajahi dan mempelajari topik-topik umum.

Dalam penelitian Propaganda Anti Basuki Tjahaja Purnama di Media Sosial ini, netnografi akan digunakan sebagai acuan dan metodologi guna menjawab pertanyaan penelitian dan memahami secara lebih komperhensif mengenai propaganda di dunia daring dan komunitas daring yang menjadi objek penelitian.

## **2.4 Ujaran Kebencian Di Internet**

Menurut Cohen-Almagor (2011, h.1), ujaran kebencian didefinisikan sebagai ujaran yang didasari atas prasangka atau bias, permusuhan dan jahat yang ditujukan kepada seseorang atau sekelompok orang karena karakteristik bawaan mereka seperti jenis kelamin, etnis, ras, agama, warna kulit, dll. Ujaran kebencian dapat diekspresikan dengan berbagai cara seperti diskriminasi, intimidasi, penolakan, permusuhan, dan sikap prasangka kepada orang-orang dengan karakteristik tertentu tersebut. Hal itu dimaksudkan untuk melukai, mengasari, mengganggu dan menghina. Leets (2002, h.344) menyatakan bahwa ujaran kebencian dapat melukai atau menyakiti seseorang dengan struktur dan pola yang sama peristiwa luka secara fisik. Menurutnya dengan ujaran kebencian yang dapat menimbulkan luka secara psikologi dan emosional dapat menimbulkan perasaan yang lebih buruk daripada sakit secara fisik atau kehilangan secara material.

Pada era digital ini, ujaran kebencian tak hanya dilakukan dalam dunia nyata saja tetapi bertumbuh dengan subur di lahan yang dinamakan internet

atau jejaring maya. Hal ini dikarenakan internet mampu menyediakan distribusi yang murah, cepat dan anonim akan ujaran kebencian. serta dapat dengan mudah diakses (Cohen-Almagor, 2011, h.1). Dalam ujaran kebencian di internet, dikenal pula situs kebencian yakni situs yang membawa dan mengungkapkan bentuk kebencian baik dalam bentuk tekstual, visual atau retorika dengan basis suara/audio (Cohen-Almagor, 2011, h.1). Namun sekarang. Ujaran kebencian tak hanya diungkapkan melalui situs kebencian saja, media sosial pun sudah turut menjadi saluran penyebaran ujaran kebencian. Media sosial telah digunakan untuk menyebarkan konten ujaran kebencian terhadap kelompok, yang telah memicu ketegangan antar komunal dan dalam beberapa hal menyebabkan terjadinya bentrokan antar komunitas (Gagliardone,dkk., 2015, h.4). Hal ini membuat internet sangat berguna bagi kaum eksremis dalam menyampaikan pesannya kepada khalayak karena sifatnya yang murah dan mampu menjangkau cakupan yang luas (Erjavec &Kovacic, 2012, h.903)

Ujaran kebencian di jejaring maya memiliki beberapa karakteristik yang berbeda dengan ujaran kebencian di dunia nyata. Karena adanya anonimitas yang ditawarkan di jejaring maya, individu merasa lebih nyaman mengutarakan kebenciannya dibandingkan dalam dunia nyata di mana mereka harus bertanggung jawab dan berkonsekuensi secara langsung dari apa yang mereka katakan (Boyd dalam Garliardone,dkk., 2015, h.6-7). Internet memberikan seorang individu sebuah privasi untuk membenci, tanpa harus keluar ke ruang publik terbuka dengan memberikan kebebasan pada

penggunaannya untuk menggunakan nama apapun yang mereka suka sebagai nama tampilan di internet. Dalam hal ujaran kebencian di jejaring maya, hal ini memberikan perlindungan terhadap pelaku ujaran kebencian karena identitas asli si pelaku lebih sulit untuk dicari. Lebih jauh, internet mampu memberikan kesempatan ideal untuk merepresentasikan diri sebagai orang lain, sehingga membuat seolah orang tersebutlah yang membagikan konten daring penuh kebencian (Gagliardone,dkk., 2015, h.6).

Tidak dari segi pelakunya saja, konten ujaran kebencian di internet juga tidak bisa dibatasi penyebarannya. Konten media sosial misalnya, memiliki sifat untuk berpindah yakni setelah kontennya dihapus, masih ada kemungkinan bahwa konten tersebut ditemukan lagi di tempat lain, dalam ruang daring yang sama dengan nama lain atau dalam ruang lain yang berbeda sama sekali. Secara lebih jauh, banyak kelompok pembenci mendesain ujaran kebencian di internet tidak hanya untuk mengancam kelompok tertentu secara publik tetapi juga menjadikannya sebagai alat propaganda bagi organisasi non daring mereka. Mereka menggunakan sarana internet untuk menyebarkan kebencian guna membagikan ideologi, melakukan propaganda, mengaitkan khalyaknya pada situs lain yang mirip, merekrut anggota baru, mendukung kekerasan dan mengancam orang lain (Cohen-Almagor, 2011, h.1). Ujaran kebencian ini dapat berkembang menjadi ujaran berbahaya ketika memiliki kemungkinan yang beralasan untuk mengkatalisasi atau memperkuat kekerasan (“Introduction To Hate Speech On Social Media”, 2016, h.2).

Dalam “Introduction To Hate Speech On Social Media” (2016, h.3) pula diungkapkan bahwa ada beberapa hal yang menggerakkan ujaran kebencian di media sosial, yakni anak-anak yang dipengaruhi atau pernah terlibat dalam kekerasan saat masih dalam usia yang sangat dini sehingga memiliki kedekatan dengan konflik, belajar membenci, dan norma serta nilai positifnya rusak; Kaum remaja yang merasa frustrasi kemudian menemukan sosial media yang menawarkan panggung terbuka sehingga lebih jauh mereka dapat masuk ke dalam kebencian; Kurangnya akuntabilitas, tidak adanya rekonsiliasi, dan kekuatan dari anonimitas atau jarak; adanya kepentingan politik atau keterberpihakan terhadap suatu suku dan salah paham dalam keberagaman budaya; dan terakhir kurangnya kebijakan yang memandu kebebasan berekspresi dalam jejaring maya, beretika dan privasi.

McDevitt,dkk. (2002 dalam Erjavec&Kovacic, 2012, h.903 memberikan tipologi dari pelaku ujaran kebencian yakni : sebagai sensasi, untuk membela, untuk menjalankan misi, dan untuk balas dendam. Secara lebih jauh Erjavec&Kovavic mengembangkannya menjadi dua tipe produsen ujaran kebencian yakni produsen ujaran kebencian terorganisir yaitu tipe ‘tentara’, dan produsen ujaran kebencian tidak terorganisir yang terdiri dari tipe ‘pemercaya’, tipe ‘pemain’, dan tipe ‘anjing penjaga’. Yang dimaksud dengan tipe ‘tentara’ adalah mereka yang melakukan ujaran kebencian untuk membela kepentingan kelompoknya dan menyerang musuh lainnya. Pergumulan di internet dianggap mereka sebagai perpanjangan tangan dari pergumulan politik yang sesungguhnya dan pergumulan dari konteks budaya yang lebih luas.

Mereka umumnya memegang nilai-nilai patriotik yang konservatis dan percaya akan satu kebenaran yakni kebenaran yang familiar dengan mereka (Erjavec&Kovacic, 2012, h.909-910).

Tipe 'pemercaya' adalah mereka yang dengan setia mempercayai tokoh panutannya dalam politik dan ideologi, menyukai tokoh tersebut dan membela kepentingan ideologi politiknya serta melawan musuh. Tipe 'pemercaya' ini menghargai otoritas dan setia pada partai politik atau ideologi dari kelompoknya. Mereka merasa itu adalah kewajiban mereka untuk mematuhi dan tidak menyukai bahkan menunjukkan permusuhan bagi orang luar (Erjavec&Kovacic, 2012, h.911). Dalam tipe 'pemain' berbeda dengan tipe 'tentara' atau tipe 'pemercaya' yang melakukan ujaran kebencian untuk membela kelompok atau ideologinya. Tipe 'pemain' memproduksi ujaran kebencian untuk bersenang-senang. Dengan memulai ujaran kebencian, maka akan ada yang tersulut kemarahan satu persatu, dan tipe 'pemain' suka melihat orang tersulut emosinya (Erjavec&Kovacic, 2012, h.912). Yang terakhir tipe 'anjing penjaga'. Dalam tipe ini orang menggunakan ujaran kebencian mengambil perhatian dari masalah sosial. Motifnya adalah karena termotivasi oleh ketidakadilan. Oleh karena itu mereka tidak peduli dengan pihak dan pandangan politik manapun. Mereka melakukan ujaran kebencian untuk membela hak grup yang mengalami konflik dan mengalami ketidakadilan.

Dalam penelitian Propaganda Anti Basuki Tjahaja Purnama di Media Sosial, konsep ujaran kebencian di Internet akan menjadi acuan dalam memahami interaksi ujaran kebencian dalam grup *Facebook* Alumni Aksi Bela Islam 212.

## 2.5 Komunitas Daring

Seperti yang disampaikan McLuhan (dalam Kozinet, 2010, h.21) sebelumnya bahwa lama kelamaan akan terjadi global village di mana orang dapat berinteraksi satu sama lain dan berkumpul seolah berada di sebuah desa dalam perangkat elektronik. Hal itulah yang kini terjadi seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Pada saat internet berkembang selama tahun 1980an hingga awal 1990an, bentuk komunikasi yang lazim adalah yang disebut forum komunitas yang biasanya berbentuk buletin yang berisi berbagai *postingan* tekstual dan memiliki diskusi aktif (Kozinets, 2015, h.8).

Seperti yang diutarakan Rheingold(1993, dalam Kozinets 2015, h.8), komunitas daring kini digunakan untuk banyak hal seperti senda gurau dan debat, perdagangan, bertukar pengetahuan, berbagi dukungan emosional, diskusi, bergosip bahkan lebih jauh untuk jatuh cinta, mencari teman dan mengobrol. Oleh karena itulah, komunitas daring semakin memengaruhi sikap sosial kita baik sebagai masyarakat, teman, konsumen, keluarga bahkan mahluk sosial. Komunitas daring telah menjadi bagian dari pengalaman daring sehari-hari bagi masyarakat masa kini.

Walaupun berada secara daring Kozinet (2010, h.12) menganggap komunitas daring tidaklah virtual. Hal ini dikarenakan anggota dari komunitas daring adalah orang-orang yang berasal dari dunia nyata yang mana banyak dari mereka yang akhirnya saling bertemu langsung. Topik yang dibicarakan dalam komunitas daring adalah topik penting, oleh karena itu banyak anggota komunitas daring yang belajar dan peduli dengan keadaan sosial dan politik yang mereka dengar melalui komunitas daring. Komunitas daring mengajarkan bahasa, makna, penyebab, dan budaya yang nyata. Komunitas daring sebagai kelompok sosial memiliki eksistensi yang nyata bagi para penggunanya dan oleh karena itula, komunitas daring memiliki efek penting dalam banyak aspek tingkah laku (Kozinets, 1998 dalam Kozinets, 2015, h.17)

Pada dasarnya pertemuan daring mengikuti banyak aturan dasar seperti halnya kelompok yang berkumpul langsung di dunia nyata. Misalnya, dari bagaimana norma kelompok terbentuk atau pentingnya identitas kelompok sangat mirip baik dari komunitas daring maupun di dunia nyata. Yang membuat berbeda adalah adanya beberapa karakteristik komunitas daring seperti anonimitas dan aksesibilitasnya yang memungkinkan adanya peluang untuk terjadi gaya interaksi yang istimewa.

Kozinet (2010, h.12) menulis, “komunitas daring membentuk atau menunjukkan budaya, kepercayaan yang dipelajari, nilai, dan kebiasaan yang menyajikan, memandu, dan mengarahkan tingkah laku dari lingkungan atau kelompok tertentu. Tidak hanya itu, dalam komunitas daring, para anggota menunjukkan berbagai strategi ekspresi visibilitas dan identitas untuk

mengkompensasi kelangkaan penanda tradisional atas perbedaan status dan untuk membangun citra diri mereka lagi di dunia daring (Meyer dan Thomas, 1990; Myers 1987; Reid 1996 dalam Kozinets 2010, h.24). Komunikator elektronik telah mengembangkan tatanan bahasa untuk memberi isyarat atas posisi hirarki.

Kozinets (2010, h..13) menyatakan jenis komunitas daring mencakup jangkauan yang luas atas minat sosial dan budaya manusia, termasuk di dalamnya asosiasi perdagangan, kelompok profesional, kelompok politik, dan kelompok diskusi politik, kelompok hobi, kelompok penggemar baik itu olahraga, musik, acara jigsaw hidup; kelompok dukungan medis; kelompok masalah personal dan psikologi; organisasi keagamaan atau spiritual dan kelompok berbasis kepercayaan; serikat pekerja; dan kelompok etnis dan budaya.

Menurut Kozinets (2010, h.33) ada empat jenis partisipan dalam komunitas daring yakni:

1. Tipe 'orang baru'

Partisipan yang termasuk dalam tipe 'orang baru' biasanya kurang memiliki ikatan sosial yang kuat terhadap kelompok dan minatnya sepintas saja dan dangkal dalam aktivitas konsumsinya.

2. Tipe '*minglers*' (orang yang suka bergaul)

Tipe '*minglers*' biasanya menjaga supaya ikatan sosialnya kuat, namun hal itu hanya sebatas minat tanpa perhatian khusus dalam aktivitas konsumsinya.

3. Tipe 'penggemar'

Tipe 'penggemar' memiliki minat yang kuat dalam aktivitas konsumsi, tetapi keterikatan sosialnya dengan kelompok hanya sedikit.

4. Tipe 'orang dalam'

Tipe ini memiliki ikatan sosial yang kuat dengan kelompok dan memiliki minat yang tinggi dalam aktivitas konsumsi.

Dalam penelitian Propaganda Anti Basuki Tjahaja Purnama di Media Sosial, konsep ini akan digunakan peneliti sebagai dasar pertama untuk memahami objek penelitian secara luas. Selain itu konsep komunitas daring akan digunakan peneliti sebagai acuan saat melakukan observasi serta memilih narasumber kunci untuk diwawancarai.

## 2.6 Cyberculture

Budaya ditemukan dan berdasar di dalam komunikasi. Tidak hanya di dalam komunikasi langsung secara tatap wajah tetapi juga di dalam komunikasi daring. Komunikasi di dunia maya berperan sebagai media transaksi budaya, pertukaran tidak hanya sebatas informasi saja tetapi juga sistem makna.

Komunitas daring berperan dalam membentuk budaya, kepercayaan yang dipelajari, nilai dan kebiasaan yang berguna untuk memandu dan mengarahkan tingkah laku dari lingkungan masyarakat atau grup tertentu (Arnould dan Wallendorf, 1994 dalam Kozinets, 2010, h.12).

Pada awal abad ke 21 budaya di dunia maya atau *cyberculture* menjadi pusat studi sosial tentang internet. Kebanyakan peneliti pada abad ini berasumsi bahwa penggunaan internet yang dapat mengubah pola dan relasi sosial, identitas diri dan komunitas dapat menimbulkan model budaya baru (Ardevol, 2005, h.3). Porter (dalam Ardevol, 2005, h.3) mengatakan bahwa komunikasi melalui internet bisa dipahami dari perspektif budaya karena dalam ruang virtual, seseorang dapat menemukan sistem kepercayaan bersama, nilai dan norma, cara melakukan sesuatu secara spesifik, pemahaman umum dari simbol sebagai emotikon, *netiquette* dan tanda lain yang dapat melangsungkan rasa memiliki yang kolektif dan membuat komunitas.

Ada banyak pengertian *cyberculture*. Piere Levy (2001 dalam Kozinets, 2010, h.11) mendefinisikan *cyberculture* sebagai seperangkat teknologi baik secara material dan intelektual, praktik, sikap, cara pikir, dan nilai yang berkembang bersamaan dengan pertumbuhan dunia maya. Menurut Levy inti dari *cyberculture* adalah perwujudan sebuah keuniversalan yang baru yang tidak berdasarkan ketetapan dan kebebasan dari makna, melainkan tetap dibangun dan diperpanjang dengan pesan yang saling berhubungan melalui komunitas virtual, yang merangsang pembaruan secara kontinu dari

makna dan kerja intelegensi bersama, di mana orang-orang membagikan keahlian individunya untuk mencapai tujuan bersama (Diago, 2012, h.2) .

*Cyberculture* menurut Silvers (2008 dalam Goi, 2009, h.140) adalah kumpulan budaya dan produk budaya yang ada dan dimungkinkan oleh jaringan internet bersamaan dengan cerita mengenai budaya dan produk budaya tersebut. *Cyberculture* sendiri termasuk berbagai interaksi manusia yang dimediasi jaringan komputer seperti aktivitas, pencarian, permainan, tempat dan metafora, dan termasuk beragam basis aplikasi (Goi, 2009,h.141). Pemikiran tentang *cyberculture* termasuk pemikiran tentang representasi, makna, gambar, serta bagaimana cara menghimpun narasi mengenai bagaimana teknologi telah, sedang atau akan mengubah hidup seseorang. Hal ini juga berarti mengkonstruksi individu itu sendiri yang hidupnya telah, sedang atau akan berubah (Bell, 2007, h.6)

Ada empat kategori dari konsep *cyberculture* yang dikemukakan Jakub Macek (dalam Kozinets, 2010, h.11) yakni utopian, informasional, antropologis, dan epistemologis. Secara lebih lanjut Macek menjelaskannya sebagai berikut:

1. Utopian

Dalam konsep utopian, *cyberculture* dipandang sebagai bentuk dari masyarakat utopia yang berubah melalui teknologi komunikasi dan informasi. (Macek, 2015, para.8)

## 2. Informasional

Konsep ini memandang *cyberculture* sebagai kode simbolik atau budaya dalam informasi masyarakat. (Macek, 2015, para 8)

## 3. Antropologis

Konsep ini memandang *cyberculture* sebagai praktik dan gaya hidup terkait dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (Macek, 2015, para.8)

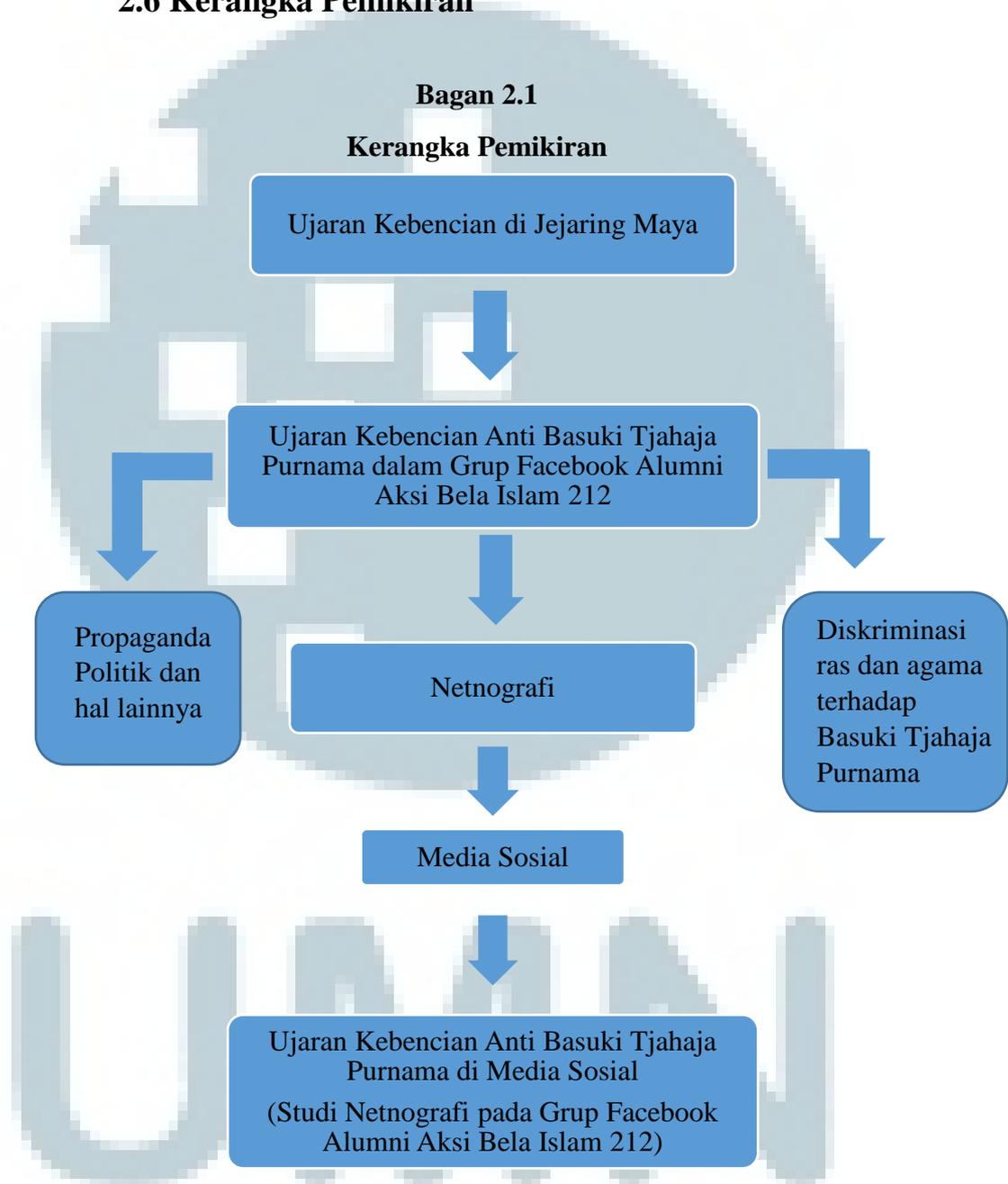
## 4. Epistemologis

*Cyberculture* adalah istilah untuk refleksi sosial dan antropologis dari media baru (Macek, 2015, para.8)

Dalam konteks netnografi, Kozinets sendiri memaknai *cyberculture* sebagai jenis yang berbeda dari budaya konvensional yang berkembang seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi digital, yang dalam hal ini adalah internet, di mana di dalamnya terkandung kepercayaan, nilai, praktik, peran dan bahasa yang fungsinya mengarahkan dan mengatur formasi sosial tertentu terkait teknologi (Kozinets, 2010, h.189). Menurut Kozinets (2010, h.12) budaya itu ada dan terus menerus berkembang dan didorong dengan penemuan dari manusia di mana secara bersamaan manusia tersebut turut dibentuk dan digerakkan. Ia memaknai bahwa budaya dipelajari dan mengandung sistem makna dan sistem simbol di mana bahasa adalah yang utama, oleh karena itu dapat ditanyakan secara lebih lanjut mengenai fitur tertentu yang dibawa dalam konteks teknologi

tertentu, misalnya komunitas daring atau melalui komunikasi yang dimediasi komputer.

## 2.6 Kerangka Pemikiran



Penelitian mengenai Propaganda Anti Basuki Tjahaja Purnama di Media Sosial ini berusaha memaparkan mengenai propaganda yang dilakukan

melalui media internet terutama dalam kasus perlawanan Anti Basuki Tjahaja Purnama akibat kasus penodaan agama. Perlawanan terhadap Basuki Tjahaja Purnama tak hanya diungkapkan secara nyata saja tetapi juga aktif di dalam grup Facebook Alumni Aksi Bela Islam 212.

Perlawanan yang dilakukan oleh anggota grup Facebook Alumni Aksi Bela Islam ini akan diamati dan dianalisis untuk dilihat apakah perlawanan mereka termasuk ke dalam ujaran kebencian. Secara lebih lanjut ungkapan perlawanan Anti Basuki Tjahaja Purnama ini akan dianalisis apakah ujaran kebencian yang dilakukan dilakukan sebagai propaganda dan menggunakan teknik apakah propaganda yang dilakukan di grup Facebook Alumni Aksi Bela Islam 212 ini.

Penelitian ini tidak berhenti sampai di situ saja. Melalui metode netnografi, peneliti berusaha memaparkan lebih jauh mengenai budaya dari komunitas daring Alumni Aksi Bela Islam 212 dari segi perlawanannya terhadap Basuki Tjahaja Purnama. Pada akhirnya melalui serangkaian observasi partisipatif dan wawancara yang dimediasi internet, penelitian ini akan memaparkan bagaimana ujaran kebencian diutarakan di media sosial dan apa motif ujaran kebencian yang dilakukan di dalam grup Facebook Alumni Aksi Bela Islam 212.